

MAPEADO DEL ESPACIO TURISTICO DE MASAS.

TRANSFORMACIONES (ADAPTATIVAS – IMPOSITIVAS) EN EL ESCENARIO URBANO
DE MÁLAGA.



TESIS DOCTORAL.
EVA REINA GUTIÉRREZ.


DIRECCIÓN DE TESIS: DR. ARQUITECTO **JAVIER BONED PURKISS.**
PROFESOR DE LA UMA.

FACULTAD DE TURISMO. UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.
PROGRAMA DE DOCTORADO: DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO.
MÁLAGA, 2017



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: Eva María Reina Gutiérrez

 <http://orcid.org/0000-0002-7650-1042>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Departamento Arte y Arquitectura

Javier Boned Purkiss, Doctor por la Universidad Politécnica de Madrid y Profesor Contratado Doctor de la Universidad de Málaga, perteneciente al Área de Composición Arquitectónica del Departamento de Arte y Arquitectura:

HACE CONSTAR:

Que habiendo dirigido la tesis doctoral titulada “**MAPEADO DEL ESPACIO TURÍSTICO DE MASAS. TRANSFORMACIONES (ADAPTATIVAS-IMPOSITIVAS) EN EL ESCENARIO URBANO DE MÁLAGA**“, realizada por Dña. **Eva Reina Gutiérrez**, dentro del Programa de Doctorado “**DIRECCION Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**”, (R.D. 1393/2007), ésta cumple las condiciones para que su autor pueda optar al Grado de Doctor por la Universidad de Málaga

En Málaga, a 9 de enero de 2017

EL DIRECTOR



Javier Boned Purkiss





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

A los pequeños hombres de mi vida, mi más preciado regalo.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Agradecimientos

Inmensamente agradecida a todos aquellos que me alentaron, inspiraron y estimularon durante el largo camino, a la finalización de este trabajo.

Y especialmente a:

Javier por su buen hacer, su confianza en mi trabajo, su orientación y su cercanía.

Al profesor Olmedo, por el valiosísimo material gráfico que tan amablemente me cedió para completar este documento y por la sabiduría que añade en la entrevista a la que tan afablemente se prestó.

A Eduardo, por su calidad humana y excelencia profesional, su entrega desinteresada y sus sabias palabras recogidas en la entrevista que cierran el trabajo y que, de seguro, abrirán el debate.

Al Tribunal de Tesis (titulares, suplentes y evaluadores) por su disponibilidad, y por las esperanzas que me permito poner en sus comentarios y enseñanzas, que a buen seguro guiarán la continuación de un trabajo que en este momento inicia su andadura.

A mis ‘panás’ y a mis ‘forever’, mis pilares emocionales más importante, por su apoyo y reconocimiento incondicionales.

A mis padres, por todo...

A mi familia, por su aguante, comprensión y apoyo. En especial a mi esposo sin el cual todo habría sido inmensamente más difícil.

Con este documento de investigación, **Eva Reina Gutiérrez**, alumna de tercer ciclo de la Universidad de Málaga, aspira al reconocimiento de su título de Doctor por la U.M.A.

Programa de doctorado: Dirección y Planificación del Turismo.

Dicho trabajo ha sido supervisado y dirigido por el Doctor Arquitecto y Profesor de la Universidad de Arquitectura de Málaga, **Javier Boned Purkiss**.

©

Las imágenes de este documento son propiedad de sus autores y se reserva a ellos todos sus derechos.

cc

Del texto se permite su copia, ya sea de uno o más artículos completos o del conjunto de la edición, en cualquier formato, mecánico o digital, siempre y cuando no se modifique su contenido, se respete su autoría y esta nota se mantenga. Se permite además la generación de obras derivadas siempre que no se haga uso comercial, y en tal caso se haga conocedor a la autora de este texto previa y expresamente, de la obra completa derivada y de dichas intenciones comerciales, y en ambos casos se respete la autoría por citación. No se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales si no es directamente por la autora.

Resumen

La llegada masiva, arrasadora y escandalosa del turismo de masas a nuestras ciudades, lo convirtió en cabeza visible de un inmenso proceso de cambio y mutación –desde/para el ‘acontecimiento’–. Y, por tanto, en culpable de un montón de crímenes ocurridos en nuestras urbes. Pero lo cierto, es que esta responsabilidad era compartida con toda una serie de dinámicas, que desde campos ajenos –también encaminadas a la atracción de flujos–, estaban siendo forjadas a nivel global.

Ha sido ampliamente discutido lo desafortunado de muchas de las estrategias seguidas por la industria del turismo de masas (dentro de la cual añadimos la cultura, en tanto que actividad económica ‘disneylandizada’) desde los 60 hasta la actualidad. Aunque en muy pocas discusiones encontramos referencias a la cartografía turística, la cual de hecho, es tratada como una cartografía menor.

Su falta de interés, tanto por su documentación histórica, como por los procesos actuales de producción, nos llama poderosamente la atención. Al igual que su aceptación acrítica a lo largo del tiempo como proceso en el que únicamente quedaban recogidos los hitos que la historia hegemónica marcaba. Única historia que, aunque acicalada a la largo de los años, hemos sido capaces de trasladar a nuestros visitantes. Esta tesis pone de relieve que el hecho turístico, además de una actividad económica, es un momento de la experiencia vital de las personas en el que se está especialmente activo, receptivo y participativo. Supone un salir de lo cotidiano, del espacio de confort que proporciona lo conocido, una apuesta por las experiencias nuevas, entre las que destacamos la estética. Cuestiones, que pensamos, se han obviado, por seguir trabados en la dicotomía turista/residente y considerar al primero como una persona superficial y superflua, sin recordar que estamos hablando de nosotros mismos. Instamos a una revisión de las premisas con las que se viene trabajando. Nos interesan especialmente esos momentos en los que la experiencia se instala en los bordes y se vuelve física, según un cuerpo a cuerpo (cuerpo humano versus cuerpo ciudad) y en los que la batalla se libra ‘andando’.

Esta tesis propone un ‘cambio de mirada’ hacia el hecho turístico en general y hacia el mapa turístico en particular.

Hacia el hecho turístico, en tanto potencialmente acreditable para ampliar su visión no sólo hacia otras zonas de la ciudad, distintas del centro histórico o los ‘edificios mónada’ creados exprofeso, sino hacia historias personales o propuestas experienciales informales, alternativas y en connivencia con las oficiales. El hecho turístico capaz de insuflar aire oxigenado en las zonas degradadas de la ciudad, pero no a través de la construcción de maravillosos y costosísimos edificios –estrategia demostradamente errónea–, sino a través de procesos de empoderamiento de los ciudadanos como los que aquí se describen o la miríada que se pueda proponer. En definitiva, el hecho turístico como solución y no como problema.

Cambio de mirada también, hacia el mapa turístico, en tanto que herramienta inacabada por definición, coproducida a la vez que experimentada por sus usuarios (propios de la ciudad o ajenos). En tanto que (re)presentación mediada por las historias y las referencias espaciales que no figuran en el mapa, pero que junto a este, se encargan de mapear el espacio convirtiéndose en agente activo de la intervención cultural/social.

Índice

Resumen.....	1
Índice.....	3
Prólogo.	7
1/ NOTAS PREVIAS.....	9
1.1/ Intereses y deseos.....	9
1.2/ Cuestionamientos personales.....	10
2/ Interés y solvencia personal en la investigación.....	12
3/ Cuestiones técnicas y notas preliminares.....	13
4/ Metodología de la investigación.....	15
4.1/ Metodología.....	15
5/ Introducción.....	16
5.1/ Sustrato disciplinar, físico y temporal.....	16
<input type="checkbox"/> Antropología y sociología.	
<input type="checkbox"/> Geografía	
<input type="checkbox"/> Sustrato físico y temporal.	
5.2/ Notas sobre el proceso.....	21
5.3/ Acción Conceptual.....	22
6/ Objetivos y estructura de la tesis.....	25
6.1/ Pilares/Objetivos.....	25
<input type="checkbox"/> Habitares de la escena post-turística	
<input type="checkbox"/> El andar [para/por/con/sobre] el mapa turístico.	
<input type="checkbox"/> Objetivos	
6.2/ Estructura.....	26
Movimiento 1. Habitar.	35
1/ ESCENARIO.....	37
1.1/ Características del Espacio Turístico.	37
<input type="checkbox"/> El deseo como nuevo motor de la vida	
<input type="checkbox"/> Los albores de la expresión turística urbana	
1.2/ Evolución y dimensión del Turismo de Masas en España.	46
1.3/ Evolución retrospectiva del fenómeno turístico en la Costa del Sol.	49
1.3.1/ Inicio del turismo de masas.....	52
1.3.2/ Dinámica transformadora: entre ‘piezas mínimas’ y grandes operaciones.....	57

1.3.3/ EL borde marítimo.	58
1.3.4/ Costa del Sol, Costa del Golf.	61
1.3.5/ El Centro Histórico, la creación de un Barrio de las Artes y la política de Fondos Europeos.	61
1.3.6/ Evolución del modelo turístico.	64
1.4/ El espacio social en la ciudad del espectáculo.	66
1.4.1/ El papel de la cultura y sus contenedores.	68
1.5/ Hecho patrimonial: marca cultural o cultura de las marcas.	71
1.6/ Variaciones sobre un parque temático.	73
<input type="checkbox"/> La ciudad como marca.	
En resumen.	77
2/ ACTORES.	81
2.1/ De la relación de los actores con la escena.	81
2.2/ Los Actores Turísticos. Estado de la Cuestión.	84
2.2.1/ Modos de vida en tránsito.	86
2.2.2/ Usuarios urbanos: los que vienen y los que se van, pero también los que se quedan.	91
<input type="checkbox"/> Análisis de usuarios urbanos:	
<input type="checkbox"/> Los que se quedan. ...	
<input type="checkbox"/> Los ‘habitantes del spa’	
3/ HORIZONTE.	101
3.1/ ... o más allá.	101
3.1.1/ ¿no es éste el fin de lo turístico?.....	109
Movimiento 2. Andar.	113
1/ ANDAR.	115
1.1/ Andar como práctica estética.	115
<input type="checkbox"/> El recorrido: acción, objeto y relato.	
<input type="checkbox"/> La fuerza motriz, nuevamente el deseo...	
<input type="checkbox"/> El cambio de mirada.	
1.1.1/ El sujeto en movimiento.	121
<input type="checkbox"/> ...de la relación con el medio tras la implantación del deseo.	
1.2/ Movilidades.	127
1.2.1/ El nuevo paradigma de la movilidad.	128

1.2.2/ Fluidez espacial versus fluidez social.	130
1.2.3/ La paradójica naturaleza de la auto-movilidad.	135
1.3/ Percepción e Imagen.	138
1.3.1/ La imagen como recuerdo.	142
<input type="checkbox"/> Imagen y consumo.	
<input type="checkbox"/> ...de nuestra relación con el mundo mediada por el universo de la imagen.	
1.3.2/ Sobre la percepción... ..	147
<input type="checkbox"/> ...y el turismo.	
<input type="checkbox"/> ...la imagen y el espacio turístico.	
1.3.3/ A cerca de la noción de paisaje... ..	151
<input type="checkbox"/> ...como producto social.	
<input type="checkbox"/> La ciudad. Paisaje latente, oculto, fugaz...	
<input type="checkbox"/> Los paisajes del turismo.	
<input type="checkbox"/> ...en relación a la imagen. Atreverse a volar...	
<input type="checkbox"/> El Paisaje inducido.	
1.4/ Habitar el paisaje. 164	
1.4.1/ Claremont Road.	169
1.4.2/ Ciudad de Sol.	174
1.4.3/ “Aquellos polvos traen estos lodos”... El Campo de Cebada, Lagunillas.	178
<input type="checkbox"/> El Campo de Cebada.	
<input type="checkbox"/> Lagunillas	
<input type="checkbox"/> El derecho a la ciudad.	
Movimiento 3. (Re)presentar.	191
1/ (RE)PRESENTAR.	189
1.1/ La crisis de la(s) (re)presentacion(es).	191
1.1.1/ La (re)presentación desde la huella.	192
<input type="checkbox"/> Esperando a los fantasmas, la toponimia	
<input type="checkbox"/> Souvenir o totem.	
1.1.2/ Los contramodelos.	196
<input type="checkbox"/> CARTAC Málaga.	
1.1.3/ (Re)presentando lo invisible... ..	197

<input type="checkbox"/>	(Re)presentación del paisaje latente, el mapa como instrumento.	
<input type="checkbox"/>	Cognición y representación.	
<input type="checkbox"/>	...y lo visible	
1.2/	La representación cartográfica. Tensión realidad / representación.	202
1.2.1/	Los mapas. Producción y consumo.	208
<input type="checkbox"/>	¿Qué opinan los usuarios de los mapas turísticos?	
1.2.2/	Los mapas turísticos de Málaga.	211
<input type="checkbox"/>	Mapas y espacio mapeado en la época de la hiperreproductibilidad.	
<input type="checkbox"/>	Operaciones diagramáticas presentes en los mapas.	
<input type="checkbox"/>	Interacción territorio-usuario-mapa.	
<input type="checkbox"/>	Geoexperiencias app	
1.2.3/	La nueva cartografía desde la crítica.	236
<input type="checkbox"/>	Cuestionamientos a las prácticas cartográficas tradicionales. El mapa deleuziano-guattariano.	
1.2.4/	Contracartografías, ¿método de protesta o futuro próximo del arte cartográfico colaborativo?	239
<input type="checkbox"/>	De la reflexión a la acción... Los mapas del 15M.	
2/	ACCIÓN CONCEPTUAL	248
2.1/	El mapa rizomático de New Babylon	249
<input type="checkbox"/>	Planteamientos Propositivos:	
EPÍLOGO...	EMPIEZA EL CAMBIO DE MIRADA	255
Conclusiones y futuras líneas de investigación.		271
Líneas de investigación futuras:		278
Glosario de términos		280
Bibliografía		287
Películas		298
Webs		298
Índice de Imágenes		299
Anexos.		303
Entrevistas realizadas: Fernando Olmedo, Eduardo Serrano		305

Prólogo.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1/ NOTAS PREVIAS

1.1/ Intereses y deseos.

El motivo que impulsa este trabajo parte de una serie de intereses intelectuales que la autora desea conectar con el campo de la experiencia existencial y la estética, así como del *agenciamiento*¹ de los convencimientos [en ocasiones promesas] emancipatorias y subversivas, que nos proponen muchos de los autores citados en esta obra. Partimos siendo conscientes de que el estudio que se acomete irá impregnada de ese clima de insatisfacción que nos embriaga en los últimos años, pero con el convencimiento de que podremos vislumbrar la luz al final del túnel. Junto a ello arrastramos la creencia de que de la producción de pliegues temporales / espaciales podemos obtener discursos y momentos de lucidez que –como mínimo– nos permitan hacernos, si no las preguntas adecuadas, sí al menos las pertinentes.

Acometemos este trabajo, conducidos por la necesidad personal de comprender los mecanismos que conducen ‘el andar’. Entendido como experiencia desarrollada en el espacio global, donde la unificación monetaria de nuestro entorno europeo, la facilidad de circulación de capital (monetario, social, cultural, personal, etc.), la instauración de las dinámicas turísticas, los intercambios universitarios, o los movimientos migratorios que han originado el clima de inestabilidad global en el que vivimos actualmente, crisis de refugiados, etc., marcan el ‘movimiento’ y el ‘cambio’ como características constitutivas de nuestra contemporaneidad, con afección directa en nuestros entornos culturales, sociales, urbanos, y en general en todo nuestro hábitat, donde información, símbolos, experiencia y roles se han multiplicado. Los procesos globales y los locales se mezclan en nuestras ciudades configurando nuevos escenarios de interacción. Las nuevas funciones globales y los nuevos actores se yuxtaponen con las estructuras urbanas vernáculas, generando nuevos conflictos y nuevas oportunidades.

Esta curiosidad nace allá por el año 2011, tras el encuentro accidental con el famoso libro del arquitecto, profesor y fundador del laboratorio de arte urbano ‘Stalker/Osservatorio Nomade’, Francesco Careri, de título “Walkscapes. El andar como práctica estética”. Se trata de uno de los libros cuyo eco ha permanecido resonando durante todo el camino de desarrollo del presente estudio.

Con el término ‘andar’, hacemos alusión a ese andar por el espacio líquido² que nos define Careri en su libro, es decir, proceso dominado por la condición ‘ético-estética’. El andar se remonta a nuestros ancestros desde los que arrastramos una predisposición genética al cambio de lugar manifestada primero en el ‘errabundeó’ y luego en el ‘nomadismo’. En su relación con la percepción que procura del ‘paisaje’, se ha ido cargando de significados y complejizando a medida, que ha sido revisado por distintos grupos de pensadores y artistas, pertenecientes a las vanguardias artísticas de principios del siglo XX –evolución documentada por Careri e intervenida más tarde–. Proceso generador y generado, guiado según una nueva

¹ Este concepto es atribuido a Deleuze & Guattari (1988), y puede rastrearse en toda su obra, y describe la interconexión entre elementos heterogéneos caracterizados por su capacidad de agenciar o de hacer.

² Advierte Careri que para cada uno de los artistas que se enfrentan con la experiencia artística del andar, la misma se desenvuelve por unos derroteros diferentes, pero con el nexo común de que la ciudad que descubren en sus vagabundeos/derivas es una ciudad líquida. Sobre esa liquidez, concreta: «un ‘líquido amniótico’ donde se forman de un modo espontáneo los ‘espacios otros’, un archipiélago urbano por el que navegar caminando a la deriva: una ciudad en la cual los ‘espacios del estar’ son como islas del inmenso océano formado por el ‘espacio del andar’ (Careri, 2005)».

‘mirada’ –configurada entorno a una conciencia/sentimiento de ‘paisaje’–. Práctica estética promotora de encuentros e instigadora de afectos –intermediados por experiencias–, a modo de ‘escritura automática’ en el inconsciente. Herramienta crítica desde la que mirar, describir y modificar el paisaje. Forma de intervención, cuyo producto es el ‘recorrido’ y su relato del espacio atravesado.

Este modo de ‘andar’ así presentado, sembró en nosotros la intuición de que sus posibilidades y su valor estratégico eran infinitos.

Pensar en nuestro modo de relacionarnos con el paisaje que nos rodea a través de la acción del andar, es pensar en prisas, en recorridos cotidianos carentes de todo interés y en alteraciones de los mismos que, más que causarnos interés o extrañeza, nos molestan en tanto que entorpecen. En cambio, hay otro momento de nuestras vidas en el que el ‘andar’ cobra un sentido distinto, nuestros pasos se ralentizan y nuestros sentidos se muestran especialmente expectantes y atentos, ávidos por registrar sensaciones y por anotar recuerdos. Se trata de la ‘experiencia turística’ que –aunque no siempre se desarrolla según un andar que goza del tiempo– sería capaz –como se demostrará en las líneas que siguen– de recoger/generar multitud de estímulos más, si de algún modo fuera educada y predisposta a ello.

La siguiente intuición venía provocada a través de la declaración de MacCannell entre otros autores, de que ‘todos somos turistas’, en nuestra propia ciudad, o incluso en nuestro sofá. Si esto es así, está forma de ‘andar’ como práctica estética, ¿podría significar un cambio de paradigma socio cultural?

Tras unos años de impasse, las jornadas de pensamiento crítico celebradas en La Térmica de Málaga bajo el título de ‘La Ciudad Demudada’ vienen a provocar ánimos e intereses renovados hacia la culminación de este trabajo.

1.2/ Cuestionamientos personales

Al hilo de lo primero, consideramos necesario conceptualizar a ese ser que se desliza a la deriva o con pasos guiados, por esos espacios de la experiencia existencial. Esa que algunas campañas publicitarias prometen en sus eslogan o la misma que ese post-turista mezcla de sujeto nómada⁴ y de zombi⁵ –en el que nos hemos transformado todos psicológica y socialmente– busca en sus momentos de esparcimiento/desconexión. Caracterizar sus necesidades o elaborar su perfil, no se intuye una tarea fácil, dada la heterogeneidad que caracteriza al ser humano en general. No se pretende en ningún caso hacer una distinción/clasificación tipológica, carente de valor en nuestro caso. Pero es una tarea crucial previa para cimentar las conclusiones posteriores, el intentar entendernos a nosotros mismos en tanto que seres sociales desplazándonos por el mundo, interaccionando y produciendo una serie de ‘transformaciones’.

Anunciamos en este momento que aunque durante la primera parte de este trabajo se usará el sustantivo ‘turista’ de manera un poco anárquica y haciendo uso del binomio turista/residente [que se propone superar],

³ Con este ‘nuestro’ nos referimos a un nosotros que incluye a cualquiera, independiente de sus conocimientos, experiencias o vivencias. Aunque sí es un ‘nosotros’ para el que la experiencia turística ha sido incorporada como parte cultural constitutiva.

⁴ (Braidotti, 2000)

⁵ (Fernández Gonzalo, 2011) y (Carcavilla Puey, 2014) Recurso en línea <http://eprints.ucm.es/28238/1/T35802.pdf> [último acceso: 26/04/2016]

Figura 1. Fotografía de la exposición en la Bienal de Venecia 2016.

Abajo.

⁶ Lefebvre en 1986 afirma «que el espacio es indudablemente producido y no puede explicarse ni por la naturaleza, ni por su historia previa, sino por la acción y relación social. Este autor afirma que resulta relevante analizar al espacio no en sí mismo, sino construyendo una mirada tendente a descubrir las relaciones sociales insertas en él; de otra forma, las relaciones sociales quedarían en el campo de la abstracción, de las ideologías, de las representaciones, y el espacio re-ducido a los objetos que contiene o al espacio sin objetos y, por ende, neutral. Materialidades, representaciones e imaginaciones se entretejen de múltiples formas en la producción del espacio social. (...) La sociedad actúa a través del espacio y, al tiempo que lo produce y transforma se produce y transforma a sí misma.» (Almirón, 2004, pp. 173, 174)

⁷ Con respecto a los temas de actualidad, nos hacemos eco de la 15ª Bienal Internacional de Arquitectura de Venecia 2016, en la cual la problemática de la que se hace eco su director artístico Alejandro Aravena, se refiere a: «segregación, desigualdades, periferias, falta de infraestructura sanitaria, desastres naturales, escasez de vivienda, migración, informalidad, crimen, tráfico, basura, polución y participación de comunidades.»

para designar a cualquiera que se desplaza desde su lugar de origen a otro diferente; sí que planteamos, en un momento determinado, la consideración hacia los diferentes tipos de conductas, pensamientos y motivaciones, de ese binomio inicial.

Haciendo referencia al título de nuestra obra: transformaciones (adaptativas – impositivas) nos preguntamos ¿qué vino primero?, ¿es el espacio el que transforma al sujeto o es el uso que hace el sujeto del espacio⁶, el que lo hace mutar radicalmente?, ¿son las estructuras espaciales las que imponen los patrones de socialización? ¿cómo participa en ese proceso la herramienta del mapeado?, ¿son capaces de satisfacer los mapas actuales las necesidades de sus usuarios?

En este punto volvemos a recoger el testigo de otros temas de actualidad⁷ como son el cambio climático o la crisis de refugiados. Temas cuya relación con lo turístico puede no resultar inmediata a priori, pero que a grandes líneas: por un lado, aumentan la licuefacción de nuestro entorno y, por otro, fuerzan a la práctica de aquel ‘nomadismo’ ya sea obligados por las condiciones de inestabilidad social ante situaciones de guerra o de revueltas, o en la búsqueda de condiciones climáticas más favorables. Insertos como estamos en el cambio climático de futuro incierto, y con la difusión a escala global que ha tomado el fenómeno del viaje, ¿no será la excusa turística el entrenamiento forzoso que nos prepare hacia el futuro nómada que nos aguarda a la vuelta de la esquina?

Con respecto al tema central que nos ocupa en primer término –el hecho turístico– y centrándonos en él de manera retrospectiva, la herramienta del mapeado nos da una información muy valiosa, que nos ayudará a responder a otra serie de cuestiones, por ejemplo: ¿cómo ha evolucionado la imagen que oferta la ciudad en sí a través de las guías turísticas y principalmente los mapas?, ¿cuáles han venido siendo sus estrategias de desarrollo/marketing?, ¿sería posible, a partir de la herramienta del mapa, proponer alternativas que propicien un determinado uso/recorrido/experiencia/intercambio?, ¿podríamos pensar que esa propuesta fuera capaz de acercar las posiciones de locales y visitantes desde la tolerancia, el disfrute mutuo y, por ende, la sostenibilidad?, ¿podría convertirse el hecho turístico, también, en la excusa para resolver problemas como la participación de comunidades, la valoración de la diversidad, la mezcla de personas o el diseño de los espacios públicos?.



2/ Interés y solvencia personal en la investigación

Más allá del interés interdisciplinar que pueda promover un estudio como este o del propiamente disciplinar en el campo del turismo, recogido de manera exhaustiva en estudios específicos⁸ al respecto, me gustaría comentar en primera persona mis motivaciones personales y capacidades para el desarrollo de mi investigación doctoral.

Mi acercamiento a los estudios de post grado se produjo hace, ahora ya, diez años cuando empecé con los estudios de doctorado y más tarde Máster dentro del cual desarrollé el Proyecto Fin de Master tanto para la opción profesional como para la investigadora, con una clara vocación de continuar con el trabajo de Tesis. Desde aquellos primeros momentos hasta el día de hoy se han concatenado un sinfín de circunstancias locales y personales que, sin duda, han contribuido en la construcción del fondo de armario que sostiene este estudio y que le han ido marcando la dirección. El nacimiento de dos hijos, la llegada de la crisis económica o la fortuna de que la UMA contara conmigo como Profesora Sustituta Interina para la recién inaugurada Escuela de Arquitectura de Málaga, me abrieron unas perspectivas inimaginadas años atrás. Y aunque las vicisitudes encontradas en el camino pudieron llegar a dificultarlo, sin duda, le dieron un grado de interés y madurez imprescindible en la culminación de este proyecto.

Mi acercamiento personal al cuestionamiento de la tesis da comienzo allá por el año 2002 cuando una beca Erasmus me desplazó hasta Roma. Viniendo de una familia en la que el interés turístico no se había implantado, por razones que no vienen al caso, esta fue una de esas experiencias vitales que marcan el devenir personal. En la soledad de un país desconocido, pero increíblemente fascinador, me lancé a la calle armada con mi mapa de Roma y mis ganas de conocer la ciudad eterna. Aquel era un mapa prestado, totalmente desactualizado pero que en los primeros momentos sirvió a su objetivo, debo decir, que apoyado por las indicaciones que amables caminantes regalaban a mis preguntas. Aquella primera experiencia abrió una puerta de par en par hacia la pasión por el intercambio y la aprehensión de nuevos espacios, nuevas culturas y nuevas personas. Sin duda, es esta la semilla primera del cuestionamiento planteado que crece en el camino de la investigación y la docencia, hacia la que aspiran mis deseos más personales.

Aunque las obligaciones contraídas al convertirme en madre no me permitieron mantener una relación tan fluida como, a mi entender, hubiera sido deseable con el campo académico, siempre ha permanecido intacta esa curiosidad y disfrute al enfrentarme a trabajos de investigación y crítica, o a seminarios, talleres y cursos. La velocidad con la que vivimos, a menudo, no nos permite levantar el pie del acelerador y mirar a nuestro alrededor con la perspectiva crítica que requiere la investigación, y esos pocos momentos de posibilidad fueron fascinantes. De ellos surgieron algunas ponencias y artículos para congresos, que siempre han venido redundando sobre el tema que nos ocupa de algún modo u otro. Hasta que finalmente

⁸ Desde la creación de la AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo) se han venido ejecutando análisis periódicos a cerca de la actividad turística en nuestro territorio. Concretamente nos gustaría referirnos a al estudio del economista Antonio García Sánchez “20 años de la actividad turística en España”, donde se pone de relieve el insuficiente aumento de la actividad investigadora referida a la actividad turística desde principios de siglo. En este sentido aparece como opinión recurrente entre los investigadores en turismo: «la baja consideración del turismo, como actividad económica y como campo de investigación, por parte de las administraciones públicas, la academia y la sociedad en general. (...) Al mismo tiempo, diversos autores sostienen que ha aumentado el reconocimiento de su importancia estratégica. Así que el grado de consideración del turismo es una cuestión ambigua (García Sanchez, 2015, p. 334)».

llegó la hora de echar el resto y culminar este trabajo.

En definitiva, con todo lo anterior quiero dar a entender que, con este proyecto, no sólo pretendo satisfacer los requisitos necesarios para culminar mi investigación doctoral y como consecuencia dar un paso crucial en mi carrera, sino que queda integrada una gran inquietud personal / profesional. Pretendo así, responder a mi propia cosmología y garantizarme una situación prolongada de entusiasmo, así como, espero, de calidad e interés.

3/ Cuestiones técnicas y notas preliminares

Antes de seguir con la presentación de este trabajo se ha considerado importante realizar una serie de concreciones de carácter técnico que esperamos faciliten la comprensión y lectura del texto.

El primer punto incumbe al formato de la presente tesis doctoral, con respecto al cual, la UMA sólo establece los apartados mínimos con los que deberá contar: introducción, resumen del estado de la cuestión, objetivos, metodología, exposición de la investigación realizada, discusión de los resultados obtenidos, conclusiones y bibliografía referenciada. Además, propone la posibilidad de presentarla como monografía que es nuestro caso. Este trabajo se cimenta sobre el trabajo de tesina, con el que comparte temática y con artículos presentados a congresos, que vinieron posteriormente, a alguno de los cuales se hace referencia. En lo que a cuestiones puramente técnicas se refiere aclararemos lo siguiente:

- (1) Se utilizan las comillas siguiendo los criterios editoriales de las revistas, es decir, se usan las comillas latinas o angulares «ooo» para las citas textuales y definiciones conceptuales; y las comillas inglesas o altas “ooo” en los casos de textos citados que a su vez contengan citas a otros textos.
- (2) También se utilizará otro tipo de comillas para llamar la atención sobre palabras o conjuntos de palabras que aparecerán definidas en el glosario de términos, técnica que usaremos cuando la definición o la luz que pretendemos aportar sobre la misma conlleve un desarrollo más largo de lo habitual, que aparecería en una simple nota a pie de página.
- (3) Para llamar la atención sobre palabras también usaremos la cursiva, ya sea porque queramos destacar una elección de entre un conjunto, porque queramos destacar que hacemos uso de una determinada acepción del término, porque lleve una cita asociada o porque de manera inmediata vayamos a introducir alguna aclaración sobre la misma.
- (4) Anunciaremos la aparición de comentarios particulares/licencias de la autora, mediante el uso de las llaves [ooo]. Y usaremos la barra inclinada / para acentuar, más que la dicotomía de posibles cuestiones o términos, su pluralidad y fragmentación. Consideramos que estos dos últimos términos son los más apropiados frente a la comprensión de los modos que nos acompañan en nuestros días, los cuales en la

mayoría de los casos no pueden ser agenciados a través de la dicotomía.

El sistema de referencias, notas y citas que utilizamos es el sistema Harvard. Cuando la referencia a los textos escritos de consulta se muestra de manera literal y ocupa más de 4 renglones en el texto, se especificará también la página del texto origen. En cualquier otro caso se referenciará mediante el formato (Apellido, año), apareciendo todos los datos relativos a cada una de las fuentes agrupados por tipos y en orden alfabético ascendente.

Abundando en el tema de las fuentes:

- (1) Cuando han sido obtenidas de la red, se ha procurado acceder siempre al origen de las mismas y en todo caso hacer explícita su autoría personal, así como la vinculación al recurso online y la última fecha de acceso.
- (2) En el caso de fuentes secundarias y/o terciarias, estas se han intentado cotejar con al menos una fuente adicional que versara sobre el mismo objeto de estudio.
- (3) Las fuentes serán referenciadas en la lengua en la que hayan sido consultadas. Todos los textos extraídos de fuentes en lengua inglesa o italiana son traducción nuestra salvo que se especifique lo contrario. En ocasiones se transcribirán las citas en la lengua original, si se considera que el número de matices que ésta transmite es superior o especialmente interesante.

Con respecto a la voz utilizada para la elaboración del texto será en la mayoría de las ocasiones impersonal y/o tercera persona. En primer lugar porque es la práctica asumida para textos en prosa, objetivos y científicos. En segundo lugar porque en la mayor parte del texto no se trata de una tesis propiamente nueva, sino de la elaboración de un relato compuesto de infinidad de micro relatos, cuya autoría (que a su vez fue influenciada por sus predecesores) queda justificada en cada caso; y que encuentran su nuevo significado, o simplemente se enriquecen, mediante la convivencia entre ellos, y que sería injusto reducir a la singularidad del yo. [Es como ese recuperar fotografías antiguas de otro autor, que de repente adquieren un valor adicional y único a los ojos de quien las mira, pero que no las hizo]. En otros casos se tratará de la aplicación de temas genéricos en discusión que se aplican al caso concreto de estudio (Málaga, mapas turísticos, etc.). En tercer lugar, aunque en estrecha relación con el segundo, la intención del uso del impersonal y/o tercera persona, radica en el amparo que proporciona el impersonalismo científico ante la responsabilidad de afirmaciones que no me pertenecen ni en su totalidad ni en parte. La cuarta y última motivación, tiene que ver con la consideración propia hacia el yo como sujeto policéntrico/múltiple o rizomático. El aspecto ‘rizomático’ engloba a lo primero y lo supera en tanto que, conscientes de nuestras múltiples psiques interiores disidentes todas ellas, influenciadas por sujetos, vivencias, [e incluso hay quien cree que por vidas anteriores], generan un multiplicidad de nodos interconectados entre sí al modo rizomático deleuziano/guattariano. Nuestra voz está conformada por las voces de quienes, de algún modo, dejaron huella en nuestro ser, ayudando a conformar nuestro discurso personal/íntimo.

4/ Metodología de la investigación

Aunque este trabajo es realizado desde la formación específica de la arquitectura, se busca desde el principio la intervención de otras disciplinas ajenas, pero afines en el entendimiento y caracterización tanto del hecho turístico como del urbano. Por esta misma razón, se usan estrategias o tácticas epistemológicas diferentes de las estrictamente disciplinares –referidas al campo de la arquitectura–, con la intención de conferir a este estudio una visión holística e integradora, capaz de situar al ‘paisaje’ –sin calificativo–, en el centro del discurso.

En primer lugar nos aventuramos en el acercamiento a un objeto de estudio que no nos es propio, hacia el cual históricamente los arquitectos tampoco hemos prestado demasiada atención y del cual, en la actualidad, se ocupa en toda su amplitud conceptual y fenomenológica su disciplina específica, ayudada por otras –que han considerado importante abrir una parcela en la cual recibir al hecho turístico–. Es desde hace relativamente poco tiempo que se inician a hacer incursiones desde el ámbito arquitectónico. De hecho, en las escuelas de arquitectura andaluzas (Granada, Málaga y Sevilla) ya se sitúan nodos de reflexión sobre distintos aspectos del fenómeno. Sin duda, la arquitectura participa del hecho turístico y al respecto, en muchas cuestiones, reconoce su responsabilidad.

El hecho de provocar el acercamiento hacia lo arquitectónico y lo urbano (partes del mismo todo) a través de la concreta/particular ‘mirada’ que de él hace el turismo nos hace situarnos en una posición novedosa respecto a la práctica cotidiana de nuestra disciplina arquitectónica, siendo la intención última la de acercar posiciones, a través de la provocación y la crítica.

4.1/ Metodología

La metodología utilizada para encarar nuestro particular mundo empírico es fundamentalmente cualitativa. Basada en descripciones y observaciones que basculan entre los eventos, su interpretación y las respuestas que obtienen.

Partimos del reconocimiento del objeto de estudio, del planteamiento de cuestiones vagamente formuladas y de la consulta de las fuentes asociadas desde un punto de vista holístico, en el que actores, escenario y mediadores no son reducidos a variables, sino que son considerados como un todo en el cual se incluye pasado y presente, e incluso se pueda llegar a teorizar un futuro.

Dada nuestra condición contemporánea de base, de inmersión en la sociedad red y de convivencia con la ‘filosofía 2.0’, nos parece conveniente la intervención metodológica del concepto de ‘investigación abierta’⁹ también llamada ciencia 2.0, que ya ha sido propuesto por diversos autores, en virtud del cual se permite investigar los cambios a la misma vez que estos tienen lugar, sin que la velocidad de transformación

⁹ Al respecto William Secin (2009) afirma que «la investigación abierta es la que construye con inputs de conocimiento más pequeños y más flexibles provenientes de fuentes más diversas, lo que permite aportar utilidad al objetivo de la investigación, orientada a la innovación».

sea una pérdida de valor de las propias investigaciones.

El siguiente paso es el establecimiento de hipótesis que, de manera genérica, se resumen en el título de la tesis. La relación de proximidad con el sustrato físico nos proporciona esa capacidad de empatía y de comprensión del todo que enunciábamos, dentro de su marco de referencia. Se produce así, un acercamiento directo a la vida social sin filtrar por conceptos, definiciones, ni escalas.

Seguiremos con el análisis de dichas hipótesis, así como de las causalidades asociadas al objeto de estudio. Todas las perspectivas nos resultan valiosas y aunque en el proceso aportamos nuestras propias predisposiciones no damos nada por sobreentendido, cuestionando cada ítem desde el principio.

No perdemos de vista el carácter histórico-crítico de la tesis, lo cual nos conducirá en la parte más subversiva/propositiva de nuestro camino. El pensar críticamente cobra especial importancia en nuestro tiempo agobiado por la crisis en todos los órdenes, situación que demanda la intervención de personas con formación profesional, capaces de actuar con criterio en la búsqueda de soluciones a conflictos.

5/ Introducción

5.1/ Sustrato disciplinar, físico y temporal

Conduciremos nuestra investigación con el respaldo que, desde su afinidad con nuestra disciplina, nos proporcionan los estudios filosóficos, estéticos, la teoría de la arquitectura, la antropología, la sociología, la economía o la geografía; sobre el sustrato físico material que supone el territorio y con el apoyo imprescindible de su representación/simplificación más inmediata, el mapa¹⁰.

Quedará patente a lo largo del trabajo, que la convergencia de intereses de la arquitectura con las disciplinas afines en materia de turismo, genera un debate que la trasciende forzándola, de algún modo, a prestar aún más atención al fenómeno, a asumir sus responsabilidades y a aprender humildemente de estas disciplinas.

□ Antropología y sociología.

El antropólogo social y profesor Antonio Miguel Nogués Pedregal, defiende que, la antropología, se ha venido ocupando del análisis de los procesos sociales y culturales, derivados de la convivencia temporal, de colectivos que se trasladan a un espacio ocupado por otro grupo. De un modo cercano, la sociología estudia el fenómeno de los usos del tiempo de los grupos turísticos, a través de las «civilizaciones» que lo caracterizan, según palabras del antropólogo y sociólogo Dean MacCannell. Esta proximidad hace difícil su acotado, quedando definido, según el geógrafo Sergio Reyes Corredera y el arquitecto German Camino

¹⁰ Más adelante veremos que el ‘mapa’ supone un apoyo adicional a este que le adjudicamos ahora.

Martínez mediante la aproximación al fenómeno humano desde escalas diferentes.

El sociólogo y economista Thorstein Veblen, será uno de los primeros teóricos¹¹ que, en 1899, publica una investigación sociológica en el ámbito del ocio, se trata de su libro “The Theory of the Leisure Class” que trata de dar luz a importantes aspectos que determinan el surgimiento de las nuevas sociedades opulentas surgidas como consecuencia de la revolución industrial y su relación con el ocio, y con el turismo como forma de ocio, como reflejo de su estructura social. Según él, las sociedades modernas evolucionan en varias etapas que van, desde una primera en la cual la demostración del poder monetario se realiza mediante el «ocio ostensible», a una siguiente en la cual se convierte en producto de consumo, al alcance sólo de quien puede pagarlo, es decir el «consumo ostensible», tornándose el ocio en un espacio, en el que crear nuevas necesidades a satisfacer y evidenciar. Así, adquirirá el ocio un valor adicional al constatar el estatus. Al respecto, dejará de ser suficiente la mera práctica del turismo, siendo necesario publicitar ese viaje.

En Europa la investigación sociológica se inicia en los años 50, con Friedman, Fourastié, Dumazedier¹², Sue y Elias como exponentes, más tarde Bourdieu retomará algunas claves de Veblen. Y desde perspectivas más recientes la pregunta es para qué, en qué podemos y en qué queremos invertir nuestro tiempo del ocio, ante lo cual Alain Touraine (1971) considera que «las sociedades capitalistas ofrecen una propuesta de “comercialización de los ocios” muy vinculada a la “pasividad social”». Touraine lo justifica a raíz de un cambio/desaparición de las relaciones sociales primarias que impiden la participación en sistemas sociales más amplios con resultado de «retirada cultural» masiva y de ensimismamiento en «microrrefugios» de descanso, «ocio pasivo». En esta época se cae en un cierto pesimismo, ni la Nueva Babilonia si vislumbra en el horizonte ni el hombre se ha convertido en “ludens”; lo único que ha surgido es la «industria del consumo». Es decir mientras se publicitaba un «mundo de libertad» lo que en realidad se ofrece es un sistema controlado por el capitalismo de consumo.

Así, desde las ciencias sociales, los estudios se moverán desde el que define al turismo como un agente dinamizador del desarrollo socioeconómico –McClelland, (1979)–, los que tratan de denunciar los efectos nocivos de la vulgarización y la banalización cultural –de Kadt, (1979 y Augé, (1998)–, o los que ponen de manifiesto la conflictividad social y un cierto carácter imperialista del fenómeno turístico –Jurdao, (1990) o Turner y Ash, (1975)–.

□ Geografía

La geografía se ocupa de los fenómenos territoriales, cuya vinculación con la arquitectura es inmediata, y entre ellos se pueden particularizar los que resultan del turismo. Autores como el doctor en geografía José Fernando Vera Rebollo, junto al también geógrafo Francesc López Palomeque, se han ocupado en profundidad de este tema, profundizando sobre las cuestiones propias de la oferta y la demanda

¹¹ A este primero le seguirán los sociólogos estadounidenses: los Lynd, Riesman y de Grazia, que respectivamente en 1929, 1950 y 1962 publican sus estudios: “Middletown: A study in Modern American Culture”, “The Lonely Crowd” and “Of time, Work and Leisure”, donde además de establecer sus tipologías de clases sociales en función de la relación de cercanía y de implicación corporal que se mantiene con el trabajo nos aclaran y justifican el papel que juega el ocio en sus definiciones. El contrapunto lo dará Huizinga con su “Homo ludens” en 1938. Por esta misma época (entre 1934-1961) se escribiría una de las grandes obras sociológicas de todos los tiempos “A study of History” de Arnold J. Toynbee y Norbert Elias donde hablando de la relación entre ocio y cambio social dicen que: «el ocio es la fuente que suministra la energía necesaria para que las élites creadoras hagan funcionar el motor de la historia».

¹² «Hoy el ocio funda una nueva moral de la felicidad. El que no se aprovecha o no sabe aprovecharse de su tiempo libre, no es completamente un hombre, es un hombre ‘subdesarrollado’, intermedio entre el hombre y la bestia de carga» Dumazedier, J., (1971). *Realidades del ocio e ideologías*, en Dumazedier et al.: *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona: Fontanella.

turística, la localización espacial del fenómeno, análisis de movimientos y flujos, impacto territorial y sostenibilidad, generando modelos de desarrollo. La finalidad es el análisis de la transformación del territorio, su morfología, sus usos, su paisaje, así como de la población que lo habita¹³. Formulaciones posteriores como la de la profesora de geografía Analía Almirón, proponen una revisión del concepto de espacio contemplado en los estudios geográficos cuya visión tradicional había olvidado en demasiadas ocasiones, el alcance temporal del movimiento, siendo fuertemente descriptiva y empírica, «interesándose generalmente por los contrastes geográficos de los flujos turísticos, la distribución geográfica de los focos de origen y destino turísticos y especialmente por las singularidades del destino del turismo, sus atractivos y modalidades de turismo practicadas, etc. (Almirón 2004)». La crítica de la visión tradicional, a la luz de autores como Urry, Hiernaux Nicolás, Bertonecello o Santana Talavera, repropone la consideración del espacio del turismo, además de como plataforma que da soporte a prácticas sociales radicalmente distintas a las de la cotidianidad, como «factor constitutivo de la experiencia del turismo» en tanto que condiciona las lógicas sociales que estructuran el espacio¹⁴, tanto en las sociedades de origen como en las de destino. En definitiva, superar las tradicionales Geografías del Turismo supone pensar el espacio del turismo como espacio construido por la sociedad en el cual el concepto de ‘espacialidad’ de Soja abre muchos caminos. «El espacio turístico participa de la constitución de la práctica turística y, al tiempo que la materializa es transformado por ella (Almirón, 2004)».

Lo habitual en la actualidad es la interacción y la convivencia entre las distintas perspectivas e incluso la mezcla de disciplinas, generando desde la antropología social, la biogeografía o la sociología del medio ambiente, incursiones hacia el análisis y el diagnóstico de lo ordinario, lo cotidiano y lo superfluo.

□ Sustrato físico y temporal.

Imágenes y textos posibilitan el consumo anticipado de atractivos y destinos, y junto a los mapas, constituyen el esqueleto¹⁵ del imaginario turístico que se va sedimentando en el proceso de interpretación y valoración del destino. Aunque antológicamente la arquitectura ha tenido problemas más acuciantes sobre los que reflexionar que el turístico, coincidimos en que, «la solidez del fenómeno turístico y la importancia de la arquitectura en su configuración espacial reclaman que se siga avanzando en estas reflexiones, a fin de construir una narración que enmarque y dé contenido a los estudios que se han realizado y a los que se puedan realizar (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013, p. 9)».

Obviamente la arquitectura no juega el mismo papel en todas las manifestaciones del turismo, siendo como mínimo la responsable de ofrecer alojamiento y servicios. Si bien hasta no hace mucho, podíamos pensar que el hotel era la pieza mínima indispensable por excelencia, para convertir un territorio en turístico, el nacimiento de estrategias como AirBNB¹⁶ (2008) o los intercambios de residencia, presentados como

¹³ En lo que a la condición territorial se refiere, la antropología considera al territorio como el escenario en que tiene lugar el juego social, cuyos actores tipifica según las variantes de: turista, anfitrión, indígena y huésped. Mientras que la sociología lo considera como el lugar en el que se materializa la estructura jerárquica de sus colectivos: grupos, organizaciones y masas.

¹⁴ El espacio nunca es neutro. Las lógicas sociales «se concretan en él, valorizándolo de distintas formas, apropiándolo material o simbólicamente, actuando y ejerciendo poder a través de él; todas estas son acciones sociales en las que el territorio está implicado, se concretarán en hechos sociales específicos, y al mismo tiempo darán lugar a transformaciones específicas del territorio (Bertonecello, 2002, pp. 40, 41)». Conviene recordar que «en el proceso de construcción de la estructura de afinidad e identidad en un lugar, éste (el lugar) no sólo es objeto sino también una parte constitutiva de ese proceso. (...) el lugar “siempre representa un producto humano”; siempre involucra “la apropiación y transformación del espacio y de la naturaleza que es inseparable de la reproducción y transformación de la sociedad en el tiempo y el espacio”» (Pred, 1984) citado en (Almirón, 2004, pp. 174, 175)

¹⁵ «Esos materiales contribuyen a construir ideas previas que direccionan la mirada del turista (Urry, 1996). De alguna manera, funcionan como “esqueletos” del imaginario turístico,

en tanto organizan las expectativas del potencial turista a partir del consumo anticipado de los lugares turísticos. Como señalan algunos autores, también varias prácticas no turísticas colaboran en la construcción y mantenimiento de las imágenes turísticas, como el cine, la televisión, la literatura y los movimientos ambientalistas, entre otros (Bertoncello et al., 2003; Prats, 1998; Urry, 1996); además, la mirada turística es reproducida y recapturada infinitamente por medio de las fotografías, de las postales, de las filmaciones y de las narrativas alrededor de ellas cuando son mostradas a otras personas (Urry, 1996)» (Almirón, et al., 2007, p. 177)

¹⁶ AirBNB es un caso de éxito de la economía colaborativa, que se instala en un nicho de mercado, que es el de los alquileres de corta temporada alternativos a los hoteles, principalmente en cuanto a precio.

¹⁷ Convocada por el secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan en el 2000, se ha venido ocupando de la evaluación de las consecuencias de los cambios en los ecosistemas para el bienestar humano y la proposición de las acciones necesarias para la conservación y el uso responsable de estos. La cantidad de expertos involucrados ha generado conclusiones de valoración científica punta, sobre las condiciones, las tendencias y las opciones de restauración de los distintos ecosistemas del mundo. Recurso en línea <http://www.millenniumassessment.org/en/index.html> [último acceso: 05/09/2016]

estrategia global a partir del estreno en la gran pantalla de la película ‘The Hole’ en 2006; introducen una nueva variante en la que la arquitectura turística deja de ser imprescindible para pasar a ser necesaria. Así, cualquier territorio con unas dotaciones aceptables y unos atractivos determinados es susceptible de convertirse (si no lo era antes) en territorio turístico y, llevado el caso al extremo, cualquier agrupación urbana en un hotel.

Ese territorio en el que en un primer momento y de manera explícita nos vamos a posar es el territorio de la Costa del Sol con su epicentro en Málaga, con el convencimiento de que el paso previo que redundaba en el conocimiento de lo global, es el avance en el relato de lo próximo. Lo próximo que, a la vez constituyó en su momento el hecho turístico de mayor relevancia en el sur de Europa, pasando de ser un territorio fundamentado en la pesca, la industria y, en menor medida, la agricultura, a ser la sede del turismo internacional y los modos de vida más novedosos del momento.

Pero la costa no es sólo el espacio que por definición se asocia al turismo de masas, sino que en la actualidad constituye el territorio más altamente poblado a nivel mundial. Según la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio¹⁷, en el año 2000 la densidad de población en zonas costeras triplicaba a la interior. Referido a España y según datos de 2007, el 44% de la población vivía en municipios costeros, localizados en el 7% del territorio. A este dato se une, el de que el 80% de los casi 60 millones de turistas anuales, tienen como destino la costa.

Málaga capital constituye una ‘ciudad intermedia’ costera. Ciudad portuaria, pesquera y, más tarde, industrial. Apostó por su reconversión en ciudad turística, materializado a través de distintas actividades turísticas urbano-culturales, para revertir el fenómeno de decadencia y vaciado que venían sufriendo muchas de sus áreas –la mayor parte de las cuales poseían algún tipo de valor histórico/patrimonial–. Ello generaría en un primer momento su principal (aunque no único) atractivo turístico. El hecho de contar con un borde marítimo le proporciona ventajas atractivas/competitivas que, en su momento, decidió aprovechar en este sentido. En definitiva, la aparición del turismo de masas vinculado al sol y playa será el encargado de iniciar, por distintas vías, ese fenómeno de mutación y cambio. Este mismo fenómeno se repite por toda la geografía costera española, incluidas las islas, convirtiendo los antiguos núcleos pesqueros en pueblos de interés turístico, generando procesos de implosión urbanística y territorial de distinta índole, asociados al turismo y al sector servicios directamente vinculado. Este proceso viene ejemplificado en las imágenes que figuran a continuación. De Marbella las primeras y de Cullera (Valencia) las segundas. Aun tratándose del río Júcar, en Cullera, nos podría recordar perfectamente a la desembocadura del Guadalhorce.

En general las políticas de gestión y protección seguidas: política museística, imagen de marca de la ciudad, identificación con Picasso como símbolo de la recuperación cívica, disneylandización de la oferta cultural con miras a la capitalidad cultural europea 2016, el hecho de contar con fondos europeos para la regeneración de espacios urbanos, o la recién inaugurada tematización deportiva en aspiración a la

capitalidad europea del deporte 2020; han provocado una transformación identitaria radical desarrollada paulatinamente en los años en los que centramos este estudio, desde los 60 hasta la actualidad.

Málaga, como ciudad intermedia que es, constituye un nodo estratégico, un puente de conexión en la Costa del Sol y entre las zonas rurales y urbanas que le rodean. Constituye la oportunidad de acceso a instalaciones básicas como hospitales, universidades, administración, empleo o transporte; en definitiva constituye la conexión/centralidad de hechos urbanos de menores escalas y de lo rural. En el momento actual, en el que más del 60% de la población mundial vive en ciudades intermedias¹⁸ (con tendencia creciente según Naciones Unidas), la reflexión/estudio sobre ellas se hace, a todas miras, pertinente. Unido a éste, tenemos el hecho de que la Costa del Sol sea uno de los principales destinos turísticos del mundo, constituyendo un corredor urbano litoral que supera en extensión, complejidad y oferta turística (130.000 plazas¹⁹) a cualquier otro espacio turístico. A esto se une, su carácter polinuclear, fragmentado, de fuerte carácter urbano, de alto porcentaje de residentes extranjeros, de excepcional clima y de gran calidad de las infraestructuras de servicios²⁰ y de accesos.

Nuestro estudio se asienta sobre un territorio determinado a modo de caso de estudio, no es su vocación la de ceñirse y limitarse exclusivamente a él, sino la de ser extrapolable y provocar la crítica de nuestro modo de hacer en la Época Global. Con este ‘nuestro’ no nos referimos al de nosotros en tanto que sujetos sociales, sino al de nosotros como expertos/engranajes del mecanismo social, político y cultural encargados de gestionar la (re)presentación de los territorios, que finalmente deviene ‘vivencia espacial’.

5.2/ Notas sobre el proceso

El primer paso de este trabajo, al cual dedicaremos el primer bloque, consistirá en la situación terminológica y conceptual del objeto de estudio en el cual, nos interesa acotar tanto ‘escenario’, como ‘actores’, por ser ambos las principales variables en la ecuación de la ‘percepción/consumo’, mediatizada por el ‘mapa’ como instrumento necesario. Aludiremos, más adelante y en profundidad, al concepto de percepción, aunque de modo simplificado podemos decir, que se trata del conjunto de procesos psicológicos pertenecientes al mundo interior del individuo, a través de los cuales se produce la interpretación y el conocimiento de la realidad –dentro de la cual se inserta la experiencia estética–.

Nos interesa poner en crisis la legitimidad de esas cartografías que hemos venido realizando desde que el turismo se constituyó en fenómeno de masas, heredadas de muchísimo tiempo atrás, y que se han prolongado hasta nuestros días sin ningún cambio sustancial, aun cuando la experiencia turística difiere radicalmente de aquella. Despreocupadas por las necesidades del destinatario, desconocedoras de su perfil, con datos desactualizados, inadecuados tanto por exceso como por defecto, en ocasiones incluso sin respeto hacia las normas estándar básicas de representación planimétrica tales como: escala, orientación, leyendas o colores adecuados. Echaremos mano del mundo del arte y de las principales teorías estético-filosóficas para ayudarnos en la necesaria tarea propositiva que dé respuesta, no sólo a los intereses parciales de la industria turística, sino a los intereses globales de los usuarios permanentes o ciudadanos [si es que aún tiene sentido llamarnos así]. Justificaremos esta necesidad acudiendo a las principales teorías estético-filosóficas, que dotan de fundamento a las investigaciones en torno a la cartografía crítica.

La selección documental que presentaremos: imágenes, textos y cartografías, procedentes de guías turísticas, folletería y artículos publicados en diarios y revistas, argumentará la necesidad del planteamiento de alternativas que proporcionen impulsos emancipadores –que nos reconcilien con el uso del espacio de la colectividad–, donde, aun sabiéndonos constreñidos, logremos reconciliarnos con nuestra parte más social –esa que nos pertenece geográfica y culturalmente y que supera en escala a la del barrio–. Todo ello, manifestándonos abiertamente conocedores de los cambios a los que nos lleva la era digital²¹ en torno a las relaciones sociales y, a la participación necesaria de lo digital, en la dimensión espacial y social del hecho urbano.

El segundo bloque se centrará en la recopilación de mapas que, con la ayuda del texto de referencias históricas y espaciales, nos permita la lectura crítica de la realidad que ellos mismos, no sólo representan, sino que también producen, acercándonos así, al ‘espacio mapeado’ según los términos que establecen del Casino y Hanna²². Estas cartografías se convierten en herramientas de conocimiento crítico fijando el interés en ese modo de hacer que Guattari²³ enuncia en su momento, para quien ‘hacer mapa’ es más ‘acción’ que ‘representación’ y que el arquitecto y profesor José Pérez de Lama recupera²⁴ diciendo que «la cartografía,

¹⁸ Ciudades Intermedias. La dimensión urbana adecuada para el desarrollo sostenible. Recurso en línea http://www.uclg.org/sites/default/files/news_i_cities.pdf [último acceso: 11/05/2016]

¹⁹ Según datos del Plan Qualifica.

²⁰ Según datos del estudio de Pié i Ninot y Rosa Jiménez, equivale aproximadamente al 35% de la oferta hotelera andaluza, con el 31% de los amarres de los puertos deportivos y 33 campos de golf. (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

antes que representar un mundo que esté ya dado, supone la identificación de nuevos componentes, la creación de nuevas relaciones y territorios, de nuevas máquinas». Estos documentos se irán presentando en orden cronológico construyendo un relato acerca de sí mismos y acerca de la realidad a la que tratan de codificar, así como de las relaciones/des-conexiones a las que dieron lugar. Este relato vuelve a asentarse nuevamente, sobre las ideas de los filósofos franceses Gilles Deleuze y Felix Guattari, en conexión con el hecho cartográfico: «por una parte, la de su vinculación con la producción de inconsciente, de nuevos deseos; por otra, la que se presenta con la imagen de la avispa y de la orquídea. (...) La avispa se alimenta se alimenta de la orquídea y ésta se reproduce gracias a la actividad de la primera; podríamos decir que constituyen, haciendo mapa, un intenso devenir común. Hacer mapa, en este sentido, sería componerse con otras cosas para dar lugar a un devenir común que no pre-existe, a un nuevo acontecimiento de lo real (Pérez de Lama, 2009, p. 128)».

5.3/ Acción Conceptual

El último paso de nuestro trabajo pretende plantear el esbozo de un proyecto cartográfico, en tanto que acción conceptual, en el que poner de relieve los ‘espacios de posibilidad’, capaces de procesar paralelamente organización social e intervención temporal sobre la ciudad. Ensayando con la idea de que nuevas organizaciones sociales generan nuevos espacios urbanos, sin que por ello estén abocados a perder su identidad, sino todo lo contrario, una multiplicidad de lecturas enriquecedoras e incluso complementarias que posibiliten una resignificación/reconciliación de/con esas áreas urbanas. La (re)presentación de historias alternativas a las oficiales, la producción de realidad y los procesos de autorrepresentación que «contrarresten el exceso de simulacro», ayudaría a desarticular «el dominio que los poderes realizan sobre el espacio público a través de su diseño (Padrón Alonso, 2015)». Este ensayo no nace únicamente de la intuición de los protagonistas [en este caso la autora]. Sino que, aun constituyendo un ‘paisaje de la utopía’, poco a poco se irá desgranando la base teórica que puede sustentar esta idea.

Para dotar a las ideas de fuerza hace falta contemplarlas a la luz de casos. Casos de los que aprender, que mejorar o que imitar simplemente. La revisión de casos de ocupación de un determinado espacio por un colectivo social: como el de ‘Claremont Road’ en la Inglaterra de los 90, del ‘15M’ en Madrid en 2011, más recientemente ‘Nuit Debout’ en París en Marzo de 2016, o incluso iniciativas menos ambiciosas,

²¹ «Esta última capa (la estructura global de conexiones de telecomunicaciones de alta velocidad, lugares inteligentes y aplicaciones informáticas) cambiará las funciones y valores de los elementos urbanos existentes y reconstruirá radicalmente sus relaciones. El nuevo tejido urbano resultante se caracterizará por (...) comunidades activas las 24 horas del día, (...) sistemas de producción, comercialización y distribución descentralizados y flexibles. Todo ello redefinirá la tarea intelectual y profesional de los arquitectos, los urbanistas y el resto de profesionales que se ocupan de los espacios y lugares en los que transcurre nuestra vida diaria (Mitchell & Valderrama, 2001, p. 12)» y extra-ordinaria, los espacios del andar.

²² (del Casino y Hanna, 2003)

²³ (Deleuze & Guattari, 1988)

²⁴ «(...)siguiendo a Deleuze y Guattari, la idea de cartografía o mapa no se limita ya al dibujo que representa en dos dimensiones un territorio (...)» sino una herramienta de «(...)producción de lo real, se extiende a cualquier (re) presentación de una situación compleja que sitúa sobre un mismo plano (metafórico) relaciones y elementos heterogéneos, procesos sociales, políticos, mentales o tecnológicos, acontecimientos, lugares, imaginarios, etc. La cartografía, el mapa o el diagrama, podemos anticipar, sustituyen la idea de (descripción de un) sistema de estructura. (Pérez de Lama, 2009)».

sencillas y cercanas, nos muestran atisbos de voluntades que trabajan en el sentido propuesto. Lo que nos interesa de ellos no es tanto el origen o el contexto social o reivindicativo en el que surgen, sino las expresiones espaciales/artísticas de resignificación y de relación con el paisaje, a que dan lugar. En este sentido podemos enunciar también otros ejemplos como el de ‘El Campo de Cebada’ en el barrio de la Latina en Madrid, ganador del premio ‘Golden Nica’ en 2011, o incluso otros más modestos y cercanos como las intervenciones en la zona “Lagunillas”, en nuestra ciudad.

Este proyecto cartográfico propone la huida premeditada de la representación euclidiana/cartesiana que da voz a los intereses dominantes y que, viene siendo puesto en tela de juicio desde hace casi 30 años. En definitiva, el cuestionamiento crítico cartográfico constituirá la base que sustentará el análisis, diagnosis y posterior proposición de nuestro trabajo.

Nuestro proyecto cartográfico quedará sabidamente incompleto, a falta de mapas que lo sustenten. Aunque por otro lado, sería incongruente con nuestra teoría –basada en el mapa como producto social colaborativo²⁵–. El hecho de que fuéramos nosotros quienes planteáramos el diseño de un mapa, haría que, igual que el historiador o el cartógrafo tradicional, desempeñáramos un papel retórico en la definición de las configuraciones de poder o la grabación de sus manifestaciones en el paisaje visible. Su construcción no es ni un acto aislado, ni un proceso causal iniciado por un sujeto y cuya culminación es un conjunto de efectos fijos. La construcción no sólo tiene lugar en el tiempo, sino que es en sí misma un proceso temporal que opera a través de la reiteración de las normas. Del Casino y Hanna apuntan a que el proceso reiterado de consumir mapas, puede llegar a ‘naturalizarlos’ como algo fijo en su significado. Aunque el mismo acto de consumo a través de la realización de mapas, ofrece posibilidades productivas, particularmente a través de la aparición de espacios constitutivos en las brechas o fisuras de los procesos de mapeo. A pesar de lo cual, afirman el hecho de no existir una estructura subyacente profunda que de alguna manera organice este proceso global.

Son varias las iniciativas que a lo largo de los años han venido planteando una revisión participativa y crítica de la cartografía de la ciudad de Málaga empezando por el taller ‘otramálaga04’ celebrado en 2004 y en el que intervino la Asociación Cooperativa Hackitectura, junto al Colectivo Entránsito, TrayectosMultimedia y el Centro Social Casa de Iniciativas; ‘Cartografiando el territorio de Málaga’ que en 2010 y en el marco de Espacio-red Prácticas y Culturas Digitales de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), realizaron junto con CarTac (cartografías tácticas) un taller sobre wikimapas titulado ‘Lo que los mapas no cuentan’. O ‘La Ciudad Demudada’ celebrado en 2016.

Pero ¿por qué esta fijación en los mapas, de donde deriva su interés/necesidad? El interés en los procesos de cartografiado por parte de multitud de disciplinas en los últimos tiempos, sobreviene en el intento por resolver problemáticas relacionadas con la esfera pública referidas al avance del neoliberalismo y la globalización. Estas problemáticas suelen ser consecuencia de estrategias de dominación que insisten en

²⁵ Con respecto a la cartografía colaborativa Harvey (2001) apuntaba a la involucración en el proceso de todos los actores. Para ello, sugiere estudiar las huellas de las relaciones entre personas, instituciones y artefactos, que se generan mediante acuerdos e intercambios. Trabajando a través de la ‘teoría actor-red’ o red de actores, Harvey enfatiza que no hay nada de natural en la separación de productores de mapas y usuarios, representación y práctica, o entre tecnologías y artefactos que median las relaciones entre los distintos nodos de cualquier red existente de actores sociales. Como Harvey explica, la teoría actor-red tiene un verdadero potencial metodológico para descomponer las fronteras entre producción y consumo, autor y lector, mapa y espacio.

un modelo planetario único, homogéneo e indiscutible, enmascarando las situaciones de conflicto o de disenso, con el pretexto de mantener la estabilidad democrática.²⁶

A partir de esto parecería oportuno apoyarse en la disciplina del arte, haciendo revisión del Catálogo de Mapas Críticos que presenta Padrón Alonso a modo de curaduría en su trabajo “Prácticas Cartográficas Antagonistas en la época global. Catálogo de Mapas Críticos”. También recoge un estupendo repositorio, clasificada por años partiendo desde el 2013, el blog ‘Mappable’ de los urbanistas Stotz y Tack (2013). Ambos acumulan algunos de los ejemplos de propuestas que artistas procedentes de diferentes campos, han ido presentando durante los últimos tiempos, para posteriormente y de manera colaborativa, tratar de proponer las claves que, sirvan a los nuevos intereses/necesidades de la experiencia turística. Partir del ejercicio de visibilizar las realidades urbanas ocultas y vincularlas –generando un hipertexto [hipermapa en nuestro caso]–, en el que tengan cabida no sólo la arquitectura y el urbanismo sino, la memoria, los procesos sociales y el arte, parece un óptimo punto de inicio. E incluir la investigación crítica no sólo de los territorios, sino también de los individuos que los habitan, los imaginarios y las subjetividades colectivas o individuales, podría constituir un buen modo de continuar el trabajo. En definitiva, buscar en esas claves aquellas que sirvan/propongan nuevos modos de acercarse al espacio a través de la cartografía. Modos para los que la cartografía actualmente utilizada, ni siquiera resulta de utilidad, cuanto menos propositiva o inspiradora.

El resultado de un ejercicio así planteado, en tanto que producto social colaborativo, producido en red a través de la participación de distintos actores, encargado de visibilizar paisajes ocultos, y apoyado sobre disciplinas del arte, parece proponerse como un producto capaz de abarcar un público mucho más extenso que lo meramente turístico. Y es a ello a lo que hay que aspirar, como explican del Casino y Hanna, los mapas así conceptualizados no son más que mapas de trabajo, porque su futuro es ser practicados, y tanto su lectura como su autoría es una práctica –realizada desde diversos contextos socioculturales, políticos y económicos–.

²⁶ La historiadora Diana Padrón Alonso disecciona en tres los argumentos que conducen a tal situación: «el déficit de realidad o empobrecimiento de experiencia, tal y como Walter Benjamin lo denominó; la incapacidad de emitir impulsos emancipadores y la urgencia de recuperar el espacio público como lugar de vida de los individuos». (Padrón Alonso, 2011)

6/ Objetivos y estructura de la tesis

6.1/ Pilares/Objetivos

□ Habitares de la escena post-turística

La presente tesis se propone investigar las formas de habitar concurrentes en la escena post-turística, caracterizados por conducir modos de vida en tránsito. Convergiendo los que vienen, los que van, pero también los que se quedan.

En ningún sitio, ni en ninguna época, encontramos la conjunción de actores que se produce en el escenario post-turístico. Por post-turismo asumimos el momento empotrado en la postmodernidad, en el que la experiencia turística se convierte en un fin en sí misma²⁷, terminando con el modelo de turismo organizado²⁸ que supone procesos de des-codificación del lugar y de espacialización de las experiencias²⁹. Estas teorías se vienen reforzando durante los últimos tiempos con la consolidación de estrategias como las de AirBNB, los intercambios de casas vacacionales, de medios de transporte y un largo etcétera.

□ El andar [para/por/con/sobre] el mapa turístico.

Como ya hemos anunciado, el aspecto de los habitares sobre el que nos interesa hacer hincapié es sobre el ‘andar’. La definición de andar en sí misma, implica movimiento, lo cual la vincula automáticamente a la condición de ‘en tránsito’ a la que acabamos de aludir al referirnos a los modos de vida. Pero el concepto al que apelamos va más allá en complejidad, condición que tratamos de reflejar con el conjunto de preposiciones [para/por/con/sobre] elegidas para relacionarlo con el siguiente concepto/herramienta en el que nos interesa profundizar: ‘el mapa turístico’. El concepto de andar viene inevitablemente relacionado con el de ubicación, problema que actualmente se plantea en términos de demografía, y no sólo para satisfacer la cuestión, por otro lado esencial, de si en el mundo hay suficiente espacio para toda la especie humana; sino también en determinar cuáles son las relaciones de vecindad, de circulación... que deben ser consideradas para alcanzar determinados fines. En nuestra época, el espacio se nos ofrece según la forma de ‘relaciones de ubicación’ mutuamente irreductibles y en modo algún superponibles.

□ Objetivos

A partir de los pilares de investigación planteados, que se irán acotando con mayor precisión más adelante, y que resumimos en (1) los habitares propios de la escena post-turística, (2) el papel del mapa/mapeado

²⁷ (Ritzer & Liska, 2007)

²⁸ (Lash & Urry, 1998)

²⁹ (Coleman & Crang, 2002)

como mediador en el conocimiento/apropiación de lo urbano en el ejercicio del ‘andar’; podemos hablar de tres objetivos principales:

- (1) a través de la producción de conocimiento personal/socializable, motivar la visibilización de objetos/aspectos de la realidad que permanecen ocultos a la mirada arquitectónica/turística moderna;
- (2) puesta a prueba/valoración de las estrategias/herramientas tradicionales de base que, ahora menos que nunca, son capaces de dar respuesta a las nuevas demandas;
- (3) construcción de un relato terso de esas nuevas realidades/demandas que, denotando una comprensión experiencial, permita formular herramientas propositivas concretas que traten de darle cobertura especialmente, aunque no sólo, al escenario particular de Málaga.

Consideramos pues, entre los objetivos últimos del trabajo la posibilidad de que pueda generar enriquecimiento y sinergia propositiva en múltiples direcciones capaces, quizás, de constituir el germen de nuevas interpretaciones, intervenciones o incluso deseos.

6.2/ Estructura

Por lo que respecta a su estructura y aunque deseablemente quedará suficientemente clara al visualizar el índice diremos que:

El Prólogo sirve al efecto de entrar en materia, definir algunas cuestiones clave para la lectura y comprensión de la tesis; así como especificar los aspectos que se refieren a la metodología y estructura. Aprovecho también para presentarme como autora y explicar mi interés y solvencia para llevar a cabo esta investigación.

A continuación se desarrolla el cuerpo de la tesis, el cual se ha organizado en distintas bolsas de conocimiento cuyo título no responderá al formato: Capítulo X, como sería previsible. En su lugar aparece la palabra Movimiento X.

La razón para esta elección es múltiple: en primer lugar está relacionado con la acepción que define al ‘movimiento’ como el nombre que reciben las distintas partes autónomas y potencialmente independientes, cada una con su compás y su velocidad de ejecución, de una composición musical. Aunque en nuestro caso no se trata de un trabajo musical, sí comparte la característica de englobar a secciones autónomas, cuyo formato no es lineal ni secuencial. En este sentido la analogía resulta adecuada, en tanto que los conceptos que se van, aludiendo algunos y desarrollando otros, vienen caracterizados por pertenecer a momentos temporales distintos, entre los que la dialéctica: actores – espacio – tiempo, adquiere especial importancia. La segunda razón está relacionada con la acepción de ‘movimiento’ más popular, que es la que implica cambio (de lugar, de posición, de estado, etc...) El ‘movimiento’ es el concepto común presente, de algún modo, en todos los objetos de investigación planteados: los habitares, el turismo, el andar, incluso

la percepción en tanto que apropiación. También, la experiencia o el deseo, tienen alguna componente relacionada con el movimiento en alguna parte de sus ciclos experienciales. En definitiva, constituye la condición *sin equa non* del proceso descrito en el trabajo.

El hecho de adoptar la palabra ‘movimiento’ para definir cada uno de los capítulos que componen este trabajo, nos permite redundar también en el carácter de ‘temporalidad’, que ya Heidegger o después Gadamer habían asociado a nuestra existencia, y que constitutivamente es tan importante en la experiencia turística, fundada, no sólo en los bienes materiales que consume, sino en el propio viaje como proceso de intercambio de ideas e imaginarios. Junto al carácter de ‘temporalidad’, el de ‘espacialidad’ sobre el que multitud de autores han aportado luz: Certeau, Soja, Foucault. Lefebvre... Así, se constituye un proceso temporal/espacial, una ‘heterotopía’ en la que el turista se apropia del territorio al usarlo y relacionarse con los habitantes del lugar, de manera que esa apropiación puede ser distinta cada vez que volviera a repetirse –independientemente del carácter de permanencia e invariabilidad del patrimonio local–.

Movimiento 1. Habitar. ¿Cómo es el espacio que habitamos? y ¿cómo es el individuo que lo habita? son las preguntas que trataremos de responder. Llegando desde lo genérico a lo particular, trataremos de recoger las características del espacio turístico de nuestro tiempo, espacio que muchos califican como líquido³⁰, tras un paso que ha supuesto su cambio de estado, a través de la licuefacción, y que ya venía siendo anunciado años atrás en los estudios turísticos. Algunos de ellos, tomarían como base las propuestas que Bauman³¹ hace a cerca de la Modernidad Líquida. Uno de esos enfoques que termina en la licuefacción del sector turístico, es el que lo relaciona con la filosofía 2.0 recogido en la tesis doctoral de William Secin³².

Pero no sólo la liquidez en tanto superación del espacio racional y cartesiano y, ni siquiera, del orgánico natural, sino que nuestro universo se ha visto estructurado por las imágenes hechas de sueños, deseos, utopías, heterotopías (en ocasiones)... que han provocado la pérdida de la identidad de nuestros espacios urbanos.

Ver el turismo como una herramienta de producción de identidades colectivas y de procesos de cambio y mutación, le hace convertirse en culpable de multitud de crímenes³³ acaecidos en nuestras metrópolis, pero también en la posible solución de muchos males modernos.

Acercarse al turismo a nivel genérico requiere hablar de espectacularización, tematización, museización, patrimonialización y un largo etcétera de dinámicas que, en el seno del capitalismo global, se ponen en marcha con el fin último de atraer flujos. En definitiva, el hecho turístico se encarga de enchufar la capa ‘espectacular’ del hojaldre en el que, metafóricamente, el arquitecto y profesor Carlos García Vázquez, disecciona la metrópolis contemporánea.

Descendiendo de nivel hasta lo concreto, nos centraremos en el proceso de construcción/adaptación/

³⁰ Ver: (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

³¹ (Bauman, 2002)

³² (William Secin, 2009)

³³ Nos referimos a crímenes, en el sentido que lo hace Benjamin, es decir, como irrupciones en la máquina de la metrópolis, que abren brechas donde anida lo desconocido, la duda, el abismo.

imposición que ha hecho que, nuestro terreno de estudio, sea lo que es actualmente. Cuales han sido las políticas seguidas en lo que a gestión de patrimonio, vivienda turística, políticas museísticas, imagen de marca de ciudad, centro histórico, política de fondos europeos, etc., se refiere.

La investigación muestra los cambios de narrativa que guían la evolución del espacio turístico al que se refiere, haciendo un breve recorrido por el periodo previo a la explosión del turismo de masas y centrándose con mayor detenimiento en la época que abarca el turismo de masas, de los 60 a la actualidad. A grandes rasgos podemos adelantar que estos cambios de narrativa reflejan las contradicciones entre identidad local e identidad global, entre la necesidad de diferenciarse y el verse abocado a cumplir unos estándares globales en la oferta, siguiendo unas dinámicas cuya inercia deja poca cabida a narrativas alternativas. Centrado en el aquí y el ahora, sin posibilidad de pensarse ni de proyectarse hacia el futuro, coartando cualquier posibilidad de invención individual o colectiva.

Para responder a aquella segunda pregunta, de ¿cómo es el individuo que lo habita?, nos apoyaremos en las disciplinas afines antropología, sociología³⁴ ... Y para perfilarlo, recurrimos al mundo de la filosofía, por un lado, volviéndonos a referir a la liquidez de Bauman³⁵, por otro a la filosofía zombi que desgrana Fernández Gonzalo³⁶. Todo ello nos ayudará a trazar una visión caleidoscópica del tipo de individuo que se desplaza por los espacios turísticos, sus anhelos, necesidades...

Hablar de las estructuras demográficas tradicionales sirve de poco en nuestro caso, así, tratamos al individuo en tanto que usuario –que no siempre habita los lugares que usa–, y habitante –que no siempre usa todos los lugares que le ofrece la ciudad–, que establece diferentes niveles de afecto con esos lugares y que, en nuestra particular época, se caracteriza por desarrollar sus habitares según modos de vida ‘en tránsito’. El ‘sujeto nómada’ de la filósofa Rossi Braidotti³⁷ que, al hablar de turismo, adopta una serie de perfiles que van desde el ‘habitante de la calle’, hasta el ‘turista tradicional’, pasando por el ‘residente tradicional’. Esta serie, nos ayuda a dejar atrás la reduccionista concepción dicotómica de turista y residente, que –aunque superada por la categoría del «post-turista de masas» con la que Urry³⁸ actualiza al «post-turista»³⁹–, procura el aislamiento del fenómeno turístico del resto de dinámicas que ocurren en la metrópolis.

En este sentido, el título del apartado: “los que vienen, los que se van, pero también los que se quedan”, resume con bastante claridad el conjunto de actores presentes en la escena urbana y su relación con el movimiento.

Una vez caracterizado el individuo, nos dedicaremos a indagar sobre el/los modo/os de percepción que se ponen en marcha en el proceso de encuentro con ese ‘otro’, otro lugar y otro individuo, que se vino buscando, [si es que esa fue verdaderamente la razón original], de manera planeada o no, pero con la mediación de alguno de los recursos que nos proporciona nuestra sociedad de la información. Esto no es tan inmediato en un espacio global en el que el turismo se ha convertido en algo tan ubicuo y fragmentado que su distinción con otros movimientos y motivaciones humanas se hace cada vez más borroso. De hecho, coincidimos

³⁴ Para discernir claramente entre antropología y sociología, recordamos que el principal punto de diferencia radica en el modo de aproximación al individuo. Mientras que la antropología tipifica a las personas en función de su papel social en: turista, anfitrión, indígena y huésped; la sociología se centra en los colectivos y los clasifica en función de su comportamiento, estructura y organización en: organizaciones, sociedades y masas.

³⁵ (Bauman, 2006)

³⁶ (Fernández Gonzalo, 2011)

³⁷ (Braidotti, 2000)

³⁸ (Urry, 1990)

³⁹ ‘Post-turista’ es una denominación que Maxine Feifer establecería en 1985. Si el post-turista tenía asumida la falta de autenticidad de alguno o del conjunto de los elementos que daban forma a la experiencia turística, el post-turista de masas da un paso más allá al relegar a un segundo plano la historia de cada destino/objeto turístico, en virtud de obtener experiencias placenteras diferentes. (Mantecón, 2008)

⁴⁰ (Maitland, 2007)

plenamente con el análisis que realiza el profesor y director del Centro para la Investigación Turística en la Universidad de Westminster de Londres, Robert Maitland⁴⁰, en el cual critica la conceptualización que se hace del turista como consumidor pasivo de un producto que la ciudad crea para él. Al respecto afirma que, no es una actividad desconectada, y que turismo y turista están completamente integrados en el modo en que muchas de las áreas de las ciudades evolucionan y cambian, quedando absolutamente integrado en el tejido arquitectónico y cultural. «Muchos turistas quedan conectados con una determinada ciudad a través de sus propios negocios, sus visitas a amigos o parientes, o simplemente como visitantes frecuentes que hacen un uso sofisticado de los recursos ofrecidos. Por lo que no está tan claro, incluso a priori, como deben ser diferenciados de otros usuarios de la ciudad. Sugeriría que podemos ver a “la clase consumidora cosmopolita”⁴¹ superpuesta con la “clase creativa”⁴², por lo que los turistas, junto con los residentes, impulsan el crecimiento de ciertas áreas que añaden a la ciudad amenidad, ampliando la gama de espacios creativos (Maitland, 2007, p. 73)». Incluso dará un paso más allá al proponer la mezcla de ambos términos generando la «clase creativa cosmopolita».

Movimiento 2. Andar. En este capítulo del trabajo se pretende la conquista de un aspecto particular del habitar, que es el ‘andar’, pero no de cualquier modo, como ya anunciábamos antes, sino desde su experiencia estética e interpelado por el concepto/herramienta del ‘mapa’.

Así enunciado, se intuye, que el primer paso consistirá en el acercamiento al modo en el cual se consume el espacio turístico desde la interacción directa cuerpo a cuerpo que nos proporciona el estar [andando] por dicho espacio, es decir, caracterizaremos el modo de percepción que se pone en marcha en esta interacción y qué entendemos por ese ‘andar en tanto que práctica estética’⁴³. Si el sujeto en movimiento, con el que inicialmente se vinculaba este particular estado de disfrute en el andar, era el ‘flâneur’ de Baudelaire, nosotros apelamos a una nueva categoría que bautizamos como ‘planeteur’. Se trata de un sujeto, cuya velocidad se desenvuelve a medio gas entre flanear y correr, y al que no le presuponemos tanta superficialidad como se le aplica al turista tradicionalmente, especialmente cuando sus experiencias están mediadas por la sociedad de la información. Este nuevo concepto nace también, en cierta medida, desde la nostalgia hacia el tiempo infinito que el flâneur concedía a sus agenciamientos y del cual reclamamos una parte para el sujeto en movimiento contemporáneo. La parte de tiempo justa, que le permitiera que su movimiento espacial provocara una cierta movilidad social, que nos dotara [a todos, en tanto sujetos en movimiento] culturalmente de una mayor ‘motilidad’.

Justamente se dedica un apartado en el que se apela a la superación del concepto de ‘movilidad’ en tanto que movimiento en los espacios reales o virtuales de personas y de objetos, por una ampliación⁴⁴ que recoge el sistema de potenciales caracterizados por intenciones, estrategias y elecciones, como constitutivos del concepto de movilidad. Lo que subyace a todo ello, es que el concepto de movilidad no sólo está vinculado

⁴¹ (Fainstein et al. 2003) citado en (Maitland, 2007)

⁴² (Florida, 2002) citado en (Maitland, 2007)

⁴³ (Careri, 2005)

⁴⁴ (Canzler ed alt., 2016)

con el espacio geográfico, sino también, y sobre todo, con el espacio social.

En toda esta andadura –por la cual nuestras sociedades occidentales se van haciendo cada vez más móviles–, nuestros pasos se ven acechados en continuación, por riadas de imágenes y representaciones –entre las cuales incluimos los mapas– que, en cierto modo, condicionan nuestra percepción y nuestros agenciamientos. Imágenes y representaciones de espacios, que se convierten en paisajes o no.

Reflexionar sobre la noción de paisaje se hace imperativo en este momento como aliciente, para (re) proponer más tarde, la (re)visualización de los paisajes latentes de nuestras metrópolis. La construcción social del paisaje de la que habla Nogué, no puede ser una demanda ajena al hecho turístico en tanto productor, o al menos, facilitador de las herramientas encargadas de visualizar los paisajes presentes y los futuros.

A este argumento se suma, la justificación de la profesora Estela Marine-Roig⁴⁵ de que, las imágenes son vehículos para las ‘narrativas turísticas’⁴⁶, que terminan por ser entendidas como elementos de identidad, asociando, además, el ligamen entre narrativa turística/imagen con los cambios en el modelo turístico/ destino en sí. El sociólogo, lingüista y etnólogo especialista en turismo Jean-Didier Urbain, también hace referencia al hecho de que el espacio sea representado, imaginado y transformado en signos de acuerdo con ciertas narrativas. Todo ello justifica que el análisis de la imagen turística mediante estudios evolutivos, en estrecha relación con su representación cartográfica, cobre aún mayor relevancia en el intento de construcción de ese relato, al que hacíamos referencia con anterioridad.

En definitiva, ese relato se compone de la concatenación de habitares. Habitares que dan lugar a las narrativas. Y que, además de las hegemónicas, son múltiples y muy variadas el conjunto de las que, en última instancia, encarnan el rostro de nuestras ciudades. Eso es lo que venimos a recordar cuando, enarbolando momentáneamente la bandera del activismo, trasladamos al lector a las particulares situaciones temporales, espaciales, conceptuales y estéticas de Claremont Road, el 15 M, el Campo de Cebada o Lagunillas. Se trata de dar cabida a las otras narrativas en el espacio turístico, no sólo por su demostrada capacidad de producción estética, de autogestión o gestión compartida, sino por derecho propio a un concepto de ciudad que, con el aumento de la velocidad, nos hemos ido dejando atrás. Y no sólo a las manifestaciones que ya se han producido, sino a las cientos de ellas que se encuentran latentes, invisibilizadas o que pugnan por salir a la luz de nuestras calles cada día, de la mano del artista que cada uno de nosotros lleva en su interior. Por lo que al mapa turístico se refiere, el acercamiento crítico al mismo, nos va a posibilitar el estudio identitario y representacional en el ser recorrido temporalmente. Como documentos de apoyo usaremos guías y folletería que, junto a los mapas turísticos, se constituyen en mediadores primeros entre destino y turista y, como apunta el profesor y sociólogo John Urry, claves direccionadoras de la ‘mirada’ del turista. Asumimos el argumento de los geógrafos y profesores Stephen P. Hanna and Vincent J. Del Casino, de que los mapas turísticos son la llave a través de la cual podemos construir un estudio crítico de las relaciones

⁴⁵ (Marine-Roig, 2011)

⁴⁶ «La narrativa turística es entendida como una estructura de significados y símbolos socialmente construida, como un ‘imaginario’ hacia el cual tanto las acciones como los comportamientos están referidos (Urbain, 1989) Las diferentes narrativas “coexisten en lugar de excluirse unas a otras en el imaginario del turismo” (Urbain, 1989). Estas estructuras semiológicas en el turismo adoptan la forma de expresiones particulares tales como las imágenes del turismo. De hecho, las imágenes son vehículos para las narrativas turísticas (Marine-Roig, 2011, p. 119)».

entre espacio, identidad y representación. De que el mapa es a la vez medio de comunicación y espejo de la realidad. Y que además, el mapa desvela simultáneamente realidades a menudo inconscientes, objetivadas a través de su construcción; y provoca nuevas formas de ver y/o mirar, lo cual constituye un modo estupendo para la reflexión, ya se produzca esta previa a la vivencia del espacio, o vista desde nuestra perspectiva de arquitectos, previa a la proyectación.

Como antesala, antes de acometer el estudio de los mapas turísticos, citamos a unos de los geógrafos sevillanos que más sabe de ellos, Juan Manuel Moreira Mandueño, y que nos aclara que en la historia no ha habido muchos grandes tipos de mapas ya que, como imagen de la sociedad, solo nacen tras una revolución profunda de la visión del mundo impuesta y fijada por dicho mapa durante mucho tiempo. Y que sin duda en nuestros días hemos alcanzado las condiciones que han dado lugar a esa nueva visión del mundo, que esta pugnando por ser representada espacialmente de manera apropiada. O ¿será que la representación apropiada sea capaz de redireccionar la visión del mundo?

Movimiento 3. (Re)presentar. El último apartado arranca desde la actual crisis de la (re) presentación, y su obligada alusión a Foucault, para instalarse en la particular representación desarrollada en los mapas.

A partir de la Segunda Guerra Mundial la cartografía experimenta un cambio significativo en reflejo del nuevo marco de libertad social y cultural de la civilización occidental, coincidiendo con la emergencia de las primeras formas del turismo de masas y con una fuerte explosión demográfica en todo el mundo. En este marco, los situacionistas franceses, ponen en tela de juicio la representación del mundo –descrito a su manera–, impuesta por el imperio occidental y, de manera subversiva, proponen la cotidianidad y la exaltación de la dimensión social del espacio.

Estos principios entre otros serían recogidos por el filósofo Henry Lefebvre en su libro “El derecho a la ciudad”, dando comienzo un periodo tremendamente productivo e increíblemente premonitorio. El pintor holandés Constant Nieuwenhuys en 1958 escribiría el libro “New Babylon: City for Another Life” en el cual confluyendo cartografía y turismo, se plantea el reto de imaginar y construir la ciudad/cultura del hombre ocioso y nómada, el ‘homo ludens’ –que el historiador Johan Huizinga, había teorizado veinte años antes–. A estos, se suman los mapas cognitivos del urbanista Kevyn Lynch en “La imagen de la ciudad”; las cartografías de lo cotidiano del arquitecto Robert Venturi; o lo los mapas psicogeográficos de los situacionistas. El trabajo de toda esta gente, como muy bien resume el profesor Tom Porter⁴⁷: «se tradujo en la visualización de información que antes se consideraba intangible o irrelevante» trasladando «el control de la información desde las bases del poder institucional a los intereses personales del individuo». En la actualidad, a pesar de los avances experimentados en las tecnologías con la aparición de los (SIG) se sigue representado el territorio en tanto que realidad física y geográfica, ignorando el espacio

⁴⁷ (Porter, 2004)

experimentado y vivido. Es decir, a pesar de los avances tecnológicos seguimos manejando la misma concepción cartográfica. En este sentido, Moreira Mandueño⁴⁸ nos propone la búsqueda de nuevas formas de representación espacio-temporal de la realidad que nos rodea, de manera que el relieve deje de ser algo estático para convertirse en algo dinámico, lo cual se nos antoja de unas posibilidades infinitas en un espacio tan cambiante diaria, estacional o anualmente como el turístico. Imaginemos un turista que pueda decidir al instante si ir a visitar un determinado lugar en función de que la asistencia sea elevada o no, un ciudadano que pudiera elegir ruta alternativa en función de que la afluencia en una determinada zona fuera muy numerosa, o elegir la playa a la que vamos a ir en función de estos datos. Y no sólo esto, si a los datos sobre los lugares tradicionales sumamos los generados in situ de manera informal, la matriz de posibilidades crece exponencialmente y el mapa se amplía de manera interesante. Lo que ello significaría para la gestión de los recursos y la capacidad de carga de los territorios. La capacidad de gestión de datos de las nuevas tecnologías a todas las escalas es de tal alcance que nos permitiría llegar a detalles hasta ahora inconcebibles. Y ello es sólo una de la infinidad de posibilidades.

Lo mismo ocurre con los elementos territoriales que se han venido representando en la cartografía tradicional. Los lentos procesos⁴⁹ de análisis, selección, simplificación en función de la escala y representación no han dado mucho margen de maniobra a la actualización de datos, proporcionando en demasiadas ocasiones una lectura demasiado simplista de aquellos lugares que tenían la suerte de ser elegidos para figurar en el mapa, y de los que no se dejaba ni siquiera intuir un ápice de su potencialidad. En esta línea Moreira Mandueño, puntualiza que «el mapa ha dejado de ser una mera representación de elementos territoriales seleccionados por un cartógrafo [...] ha dejado de ser un dibujo y se ha convertido en información espacial (Moreira Mandueño, 2001)» y exhorta a procurar la innovación conceptual del mapa⁵⁰, concebido hasta ahora como máxima expresión de las relaciones geográficas de un territorio. Confía en la convivencia armoniosa entre lo impreso y lo digital, a lo cual le pronostica unas cuantas décadas más, aunque evidencia las enormes posibilidades bajo las que los mapas electrónicos trabajan con la información espacial y la gestionan a la carta, y pronostica «una revolución conceptual que sustituirá el mapa por otras formas más expresivas de representar el territorio, adaptadas a las nuevas necesidades sociales». En este sentido es en el que trabaja el grupo investigador de la UMA: iHTT, autores del artículo: “Ensayos para un atlas de la Costa del Sol”⁵¹. No estamos del todo seguros de esa sustitución pronosticada por Moreira Mandueño, pero sí creemos en una potencialidad latente en los mapas al aplicarles la acepción deleuziana-guattariana que propone Pérez de Lama⁵². Ésta es la concepción del mapa como acción, por encima de la representación, como herramienta de conocimiento y de producción de lo real.

Es por ello que realizamos un alto en el camino para presentar los mapas del 15M, por operar en este sentido. En tanto herramienta de conocimiento –los ‘mapas del malestar’ a los que alude de Soto⁵³– y en tanto herramientas de producción de lo real –los ‘mapas de la potencia’ descritos por el mismo autor–.

⁴⁸ (Moreira Mandueño, 2001)

⁴⁹ Hasta hace poco se concebía que el decenio era un ciclo adecuado para actualizar los análisis territoriales (censos, vuelos aéreos, usos de suelo...) hoy los ritmos de alteración del territorio y de los usos del suelo han cambiado radicalmente.

⁵⁰ «El concepto tradicional del mapa va quedando obsoleto, no obstante, su alternativa, la información espacial, aún tiene límites imprecisos, que habrá que perfilar a través del ensayo de nuevas formas de representación del territorio. En este sentido, habría que dejar de pensar en el mapa como un documento para la edición y pensar en la información espacial como fuente y generadora de muy diversas y posibles formas de representación espacio-temporal de la realidad que nos rodea. Los mapas topográficos serían una, y es posible que no la más importante, de las formas de representar la información territorial». (Moreira Mandueño, 2001, p. 451)

A partir de todo lo anterior se termina el apartado proponiendo una acción conceptual que arranca con una cita de Jean Nouvel como declaración de intenciones:

«Queremos un espacio de tipo nuevo, que sea contemporáneamente todo y nada, que signifique lo menos posible en la expresión y lo máximo posible en la potencialidad, en sus mutaciones; un espacio que se presentará a todo lo que queramos con pocos medios».

(Jean Nouvel)⁵⁴

Nos servimos de la utopía de la Nueva Babilonia como modelo para proponer la nuestra. Una utopía en la que todas las narrativas tengan cabida a partir de la detección y visibilización de lo que denominamos ‘espacios de posibilidad’. Utopía gestionada y gestionable apelando a la participación de las comunidades en procesos de coproducción. Procesos que habilitan nuevas relaciones entre ciudadanos, técnicos, profesionales, constructores, instituciones, administraciones y procesos materiales, coproduciendo un ensamblaje productor de procesos que desarrollen la ciudad pero sin consumir más territorio, sino repensando y evolucionando sobre lo ya existente. Coproducción no sólo desde el consenso, sino también desde la diferencia. Apelando a la propuesta del arquitecto Carlos Hernández Pezzi, de que el ocio no debiera de tener un lugar específico como no lo tiene el consumo o el trabajo, somos capaces de ver la Nueva Babilonia de una manera más plausible, en tanto que resultado inevitable de unas nuevas dinámicas fruto de nuevas relaciones sociales. Proponiendo la implementación y el uso del ‘software informal’ sobre el ‘hardware completo’, con la creencia de que las ‘artes corruptas’⁵⁵ de las que habla el dramaturgo Tadeusz Kantor, pueden marcar la diferencia.

Nuevas estructuras que precisan ser representadas de forma distinta y (re)presentaciones que pueden generar nuevas estructuras. «La avispa se alimenta de la orquídea y ésta se reproduce gracias a la actividad de la primera; podríamos decir que constituyen, haciendo mapa, un intenso devenir común (Pérez de Lama, 2009, p. 128)».

Las conclusiones y posibles líneas de estudio futuras cerrarán el capítulo.

⁵¹ A modo de ensayos iniciales agrupan las cartografías en tres bloques: cartografías del espacio-tiempo (en las que relacionan el aeropuerto de Málaga según las conexiones directas que posibilitan los low cost con las principales ciudades de Europa y Marruecos), estudios de percepción de las principales arterias de comunicación (en los que teniendo en cuenta la velocidad destacan como conclusión el fuerte carácter antropizado y artificial de la zona) y cartografías de sol y agua (donde relacionan la proporción del territorio dedicada a los baños de sol y agua con la superficie de la playa). (Nogueira Bernárdez, et al., 2013)

⁵² (Pérez de Lama, 2009)

⁵³ (de Soto, 2014)

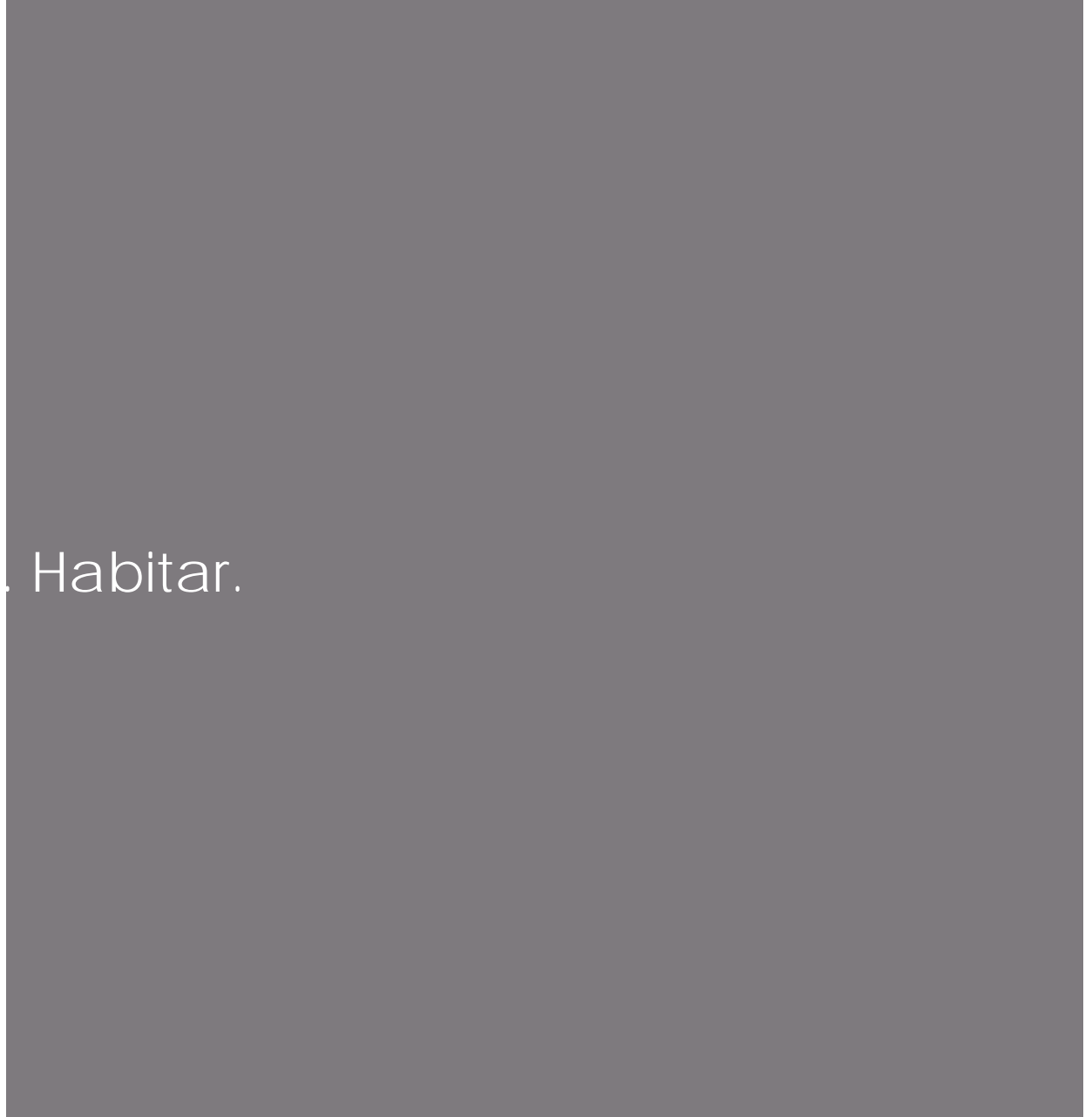
⁵⁴ Cita de Jean Nouvel recogida en el libro de Jacqueline Ceresoli de 2005, “La nuova scena urbana: Cittàstrattismo e urban-art”. Traducción propia.

⁵⁵ Kantor llamaba, «Artes Corruptas», en el sentido de contaminadas, indisciplinadas e híbridas.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Movimiento 1. Habitar.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1/ ESCENARIO.

1.1/ Características del Espacio Turístico.

En nuestras ciudades, querido extranjero, las hay móviles y sedentarias; las móviles, como por ejemplo ésta, en la que estamos ahora, están hechas como voy a deciros.

El arquitecto construye cada palacio, así como estáis viendo, con una madera muy ligera; coloca cuatro ruedas, en el espesor de los muros coloca diez grandes fuelles cuyos tubos pasan por una línea horizontal a través del último piso desde un molinete al otro, de manera que cuando se quiere arrastrar las ciudades a otro sitio (pues se les cambia de aire en todas las estaciones) cada uno despliega sobre uno de los lados de su casa anchas velas delante de los fuelles; luego habiendo tensado un muelle, para hacerlas moverse, sus casas en menos de ocho días, con los soplidos continuos que arrojan esos monstruos de viento, son llevadas, si se quiere, a más de cien leguas.”

(Cyrano de Bergerac, 1968)

En los albores del siglo XXI, ésta en la que estamos ahora, es la ciudad móvil, mudable, provisional, inestable en todos los sentidos y en permanente desasosiego. Los arquitectos construimos ya pocos palacios (no construimos casi nada en los últimos tiempos). Los pocos que logran poner nuevos cimientos lo hacen de llenos y vacíos que a nadie interesa caracterizar tipológicamente. Las distorsiones y confusiones de los tipos sobre el espacio urbano y de los espacios y los tipos, los llevan, cada vez más, a la insolidaridad entre piezas y espacios y a la degradación de ambos.

En estos espacios regenerados el fenómeno que mayormente interfiere su racionalidad es el turístico, que irrumpe con usos de ocio y consumo que provocan importantes cambios en el paisaje de las ciudades históricas, desarmando las débiles señas de identidad local al uso masivo de lenguajes, símbolos y usos que se consideran como ‘patrimonio’ globalizado, indiferenciado por definición.

Y como en este viaje imaginario de Cyrano de Bergerac, también ahora nos movemos en cada estación para cambiar de aires, tal vez un día sus casas aladas sean la realidad que nos ayude a conformar esos espacios flexibles, seguros, accesibles y en igualdad, que nuestra sociedad está pidiendo a gritos.

No en casas aladas pero en autobuses, trenes y aviones, sobre todo aviones, los desplazamientos generados por el turismo y los viajes de ocio configuran un sector de producción de una envergadura excepcional. El transporte y la movilidad se convierten en un elemento más del ocio, del turismo, del consumo y por consecuencia del trabajo, la economía y la vida.

Como dos trenes que, a toda máquina, van por sendas vías a confluir en un punto, nos enfrentamos a dos fenómenos titánicos del devenir social: la ciudad y el turismo. En su compleja realidad rizomática, generan un prisma de oportunidades que supera la, en sí complicada, transformación de un territorio con fines económicos; o la construcción/imposición del devenir de un lugar cuya memoria se manifiesta entretejida

con el desarrollo turístico.

Si en los años 80 el ‘no-lugar’ de Augé definía los paisajes híbridos del consumo, en el nuevo siglo son la imagen de la ciudad emergente: una síntesis entre la contaminación multiétnica, lugares de la diferencia resultado de un puzzle alejado de estereotipos fijos, escenarios de vida y de gente donde todo está en venta, sobre todo el espacio. También son escenarios de la catástrofe (sobre todo después del 11 de septiembre) que sobreviven y se regeneran en su caos evolutivo. En definitiva la ciudad es escenario, aquel donde todos los eventos y ninguno tienen lugar.⁵⁶

Ambos, ciudad y turismo son expedientes abiertos desde hace siglos. Así, podemos remontarnos a los ‘Essays’ de Francis Bacon entre 1597 y 1612 sobre el ‘Grand Tour’, o al ‘Planning the Grand Tour’, de Emil Brack (1860-1905), momento en el que el valor otorgado al reconocimiento de lo diferente –de ‘los otros’ como algo observable–, justifica el viaje como instancia iniciática que da acceso a la pertenencia a un grupo caracterizado, no sólo por su estatus económico, sino por la tenencia de conocimientos y experiencias muy determinadas, adquiridas solo en aquellos viajes.

También hay autores que se asoman aún más lejos en la línea temporal. «Lo que comienza siendo la actividad propia de un héroe (Alejandro Magno) se convierte en el objetivo de un grupo socialmente organizado (los cruzados), en la marca de prestigio de una clase social entera (el Grand Tour del Gentleman británico), y finalmente pasa a ser una experiencia universal (el turista) (MacCannell, 2003)».

Aunque en este sentido también ésta quien desecha esta forma de plantearse el turismo, por considerarla incompleta al no reconocer la acción de otros sujetos, e «independizarlo del contexto social concreto en el que el viaje con fines no laborales –el turismo– se lleva a cabo (Bertoncello, 2002)». Nosotros consideramos esta segunda formulación más acertada y más cercana a una comprensión global del fenómeno.

Sin duda, el momento en el que el fenómeno toma mayor profusión, corresponde a las últimas décadas y especialmente desde que las masas adquirieron un papel en el desarrollo turístico y, por ende, urbano. Será entonces cuando se configura la variante del turismo cuantitativamente más representativa, el ‘turismo de masas’. Sin duda, se trata de una práctica propia de ‘la modernidad’, como condición que agrupa un conjunto de valores e ideas que propician formas específicas de organización social, económica y política, consolidando una esfera de ocio opuesta al mundo del trabajo y consolidándose simultáneamente dos vertientes de la misma cuestión: «turismo como derecho y turismo como negocio».

(Bertoncello, 2002; Borja & Castells, 1997; Borja, 2003; Hall, 2002; Lasansky & McLaren, 2006; García Canclini, 2007). Distintas teorías se han ido sucediendo hasta llegar al momento en el que el modelo de turismo masivo caería en crisis, siendo su razón fundamental el hecho de que el modelo social que lo originó, entrara también en crisis. El profesor Rodolfo Bertoncello, advertiría de que «las razones de la crisis del turismo masivo han de buscarse en la crisis del modelo de sociedad que le dio origen, y en las transformaciones (económicas, sociales y culturales) que estaba atravesando (Bertoncello, 2002)». Serán



Figura 2. Emil Brack (1860-1905). *Planning the Grand Tour.*

⁵⁶ (Ceresoli, 2005)

esas transformaciones las que expliquen el nacimiento de las *nuevas modalidades turísticas*⁵⁷ responsables de la mutación del territorio del turismo masivo, al territorio en el que la diferenciación se maximiza. Si la ciudad moderna se había pensado desde la base de la ‘funcionalidad’, este será el punto de inflexión en el que la imagen de la ciudad postmoderna se pretende narrativa y se construye desde el ‘acontecimiento’. Consecuentemente la ciudad nueva contemporánea empezará a vivir de las transacciones y los intercambios simbólicos en lugar de la producción de bienes. Las funciones no tendrán transcripción formal en la arquitectura y los escenarios que se construyen no tienen voluntad de durabilidad, por el contrario requieren de la máxima flexibilidad que permita a los diferentes intereses de la masa su uso. La experiencia urbana no sólo se compone de piezas urbanas, sino que hay otra serie de elementos, equipamientos y artificios que organizan y estructuran la misma, y que se sitúan en el ámbito del ‘deseo’.

□ El deseo como nuevo motor de la vida

Como nos recuerda el arquitecto y profesor Eduardo Rojas Moyano⁵⁸, en su tesis doctoral: «el modelo de la ciudad de cultura de masas no es ya el racional o cartesiano, ni tampoco el orgánico natural, sino el onírico, de los sueños, el de un universo de imágenes hecho de sueños, deseos, mitos y recuerdos», que ha provocado la pérdida de la identidad de los espacios urbanos. Deleuze y Guattari, en su concepción de la realidad habitada como construcción cultural, posicionan el ‘deseo’ como motor de la vida, «como composición, como performance creativa, constructiva, singularizante, como motor de los devenires (Pérez de Lama, 2009)». Devenires múltiples, que compatibilizan lo común y lo singular, y que han sustituido la centralidad del ser.

En este sentido del ‘deseo’ como lo irreal o lo difícilmente alcanzable –el motor de la vida, como lo definen Deleuze y Guattari– nos encontramos con las ‘utopías’ de Foucault. Esos espacios análogos a lo real pero cuya perfección y control son totalmente irreales. Los ‘espacios otros’ son los espacios reales que pueden hallarse en el seno de una cultura y que encuentran representación simultánea a un tiempo y en el mismo lugar, «una suerte de espacios que están fuera de todos los espacios, aunque no obstante sea posible su localización». A éstos, Foucault los denomina ‘heterotopías’ por oposición a las ‘utopías’. Entre ambos sitúa una especie de experiencia mixta representada por el espejo⁵⁹.

Con respecto a las ‘heterotopías’, el profesor Michel Foucault hace dos grandes grupos, que aún sin ser absolutamente universales, nos ofrecen una buena descripción, que se nos antoja aplicable a los espacios que acogen la experiencia turística urbana. Por un lado están las ‘heterotopías de crisis’, es decir, esos lugares de algún modo vedados o reservados para individuos con unas determinadas condiciones (ancianos, adolescentes, embarazadas, niños, socios, etc.). Y por otro lado, las que él denomina ‘heterotopías de desviación’, es decir «aquellas que reciben a individuos cuyo comportamiento es considerado desviado en

⁵⁷ Caracterizadas por la multiplicación de las ofertas ante una multiplicidad de nichos de demanda; multiplicación de destinos turísticos que se articularán con los masivos tradicionales, y nuevas formas de uso y de representación tanto de los nuevos como de los tradicionales. «Los problemas de los destinos del turismo masivo (reales o no) aparecen como incentivos para dejar de frecuentarlos; la búsqueda de exclusividad, autenticidad, naturaleza virgen, y todos los atributos con los que se venden las nuevas ofertas van en consonancia con los valores e imágenes instalados en la sociedad, reforzando su consumo.» (Bertoncello, 2002, p. 45)

⁵⁸ (Rojas Moyano, 2010)

⁵⁹ «El espejo, a fin de cuentas, es una utopía, pues se trata del espacio vacío de espacio. En el espejo me veo allí donde no estoy, en un espacio irreal que se abre virtualmente tras la superficie, estoy allí, allí donde no estoy, una especie de sombra que me devuelve mi propia visibilidad, que me permite mirarme donde no está más que mi ausencia: utopía del espejo. Pero es igualmente una heterotopía, en la medida en que el espejo tiene una existencia real, y en la que produce, en el lugar que ocupo, una especie de efecto de rechazo: como consecuencia del espejo me descubro ausente del lugar porque me contemplo allí.» En Michel Foucault “Los espacios otros. Una reflexión sobre espacios donde las funciones y las percepciones se desvían en relación con los lugares donde la vida humana se desarrolla”.

relación con el medio o con la norma social».

Es la propia sociedad en su entorno cultural / temporal concreto, y en su hacer uso de dicho espacio, la que va a asignando interpretaciones a cada ‘heterotopía’. Y es el individuo en su condición de visitante extraordinario con sus necesidades, demandas y comportamientos concretos, por quien en última instancia se verifica la existencia de estos ‘espacios otros’ –insertados en el líquido amniótico del espacio turístico urbano–. Son los acontecimientos utópicos espacialmente inseridos, los que con sus normas, pautas, horarios, perfección y control (cámaras de vigilancia, guardias de seguridad) recrean de mil formas las dos partes del espejo.⁶⁰

¿Y lo otro? ¿Deberíamos, quizás, caracterizar a ese líquido amniótico según la definición de ‘espacio basura’ de Koolhaas, o la de ‘ciudad de aire acondicionado’ de Amendola, o sería una visión demasiado pesimista en tanto que reduccionista de la cuestión? Sea como fuere, y no lo vamos a abordar en este trabajo, somos conscientes de haber construido más que todas las generaciones anteriores juntas, de que la estrategia política territorial en demasiadas ocasiones se ha basado más en los beneficios económicos que deja el territorio, que en proponer soluciones que estratégicamente supongan una mejora en la sostenibilidad general.

Ni siquiera ‘lo sagrado’ escapa de su influencia, o ¿se tratará más bien de un desplazamiento del significante [o deberíamos decir del significado]⁶¹ al haberse convertido la visita turística en el ritual moderno? En todas partes del mundo templos de todas las religiones pasan a cumplir una función ‘turística’ en lugar / a la vez que, ‘religiosa’, adaptándose a los movimientos de los turistas.

□ Los albores de la expresión turística urbana

Evitando las dudas que sobre el turismo de masas han sido planteadas a lo largo de la historia con respecto a sus valores, su solidez económica o su capacidad de alienación social de las clases sociales más bajas, nos enfrentamos a su análisis como hecho consumado de consecuencias planetarias a muy distintos niveles y afectando a diferentes campos. Se le critica a la arquitectura ese cierto desinterés injustificado y sin cargo posible a ninguna de estas dudas, y se le reclama su responsabilidad respecto de la construcción del espacio turístico según criterios de sostenibilidad social, ambiental y económica.

Será en la segunda mitad del siglo XX cuando la ciudad y su expresión turística se concretan, concurren junto con los elementos constituyentes de la base ideológica y el consenso dominante. La actividad turística no sólo supondrá el contacto del hombre con el medio natural antropizado que le rodeaba, sino que supondrá una auténtica revolución a todos los niveles: social, económico, político, cultural, artístico, antropológico, territorial, paisajístico, tipológico. Todas ellas facetas, que de una manera integrada definen una ‘nueva categoría patrimonial’.⁶²

⁶⁰ García Moreno identifica en su comunicación “Patrimonializar el Turismo” tres dinámicas constatables en el territorio y constituyentes de lo que ellos denominan la ‘heterotopía de la contemporaneidad’ (mezcla de las ‘heterotopías’ de Foucault y ‘los niveles de mimo’ de Sloterdijk) que son: 1. La ‘reterritorialización’ como proceso de desplazamiento y ocupación discontinua de lugares ajenos. 2. La ‘hibridación’ mezcla del proceso homogeneizador y aculturador que traslada la globalidad, pero motivador del conocimiento del hombre por el hombre. 3. La ‘simbolización’ como deslizamiento cultural de determinados códigos y mensajes que han hecho mutar no sólo el territorio sino todo el universo cultural. (García Moreno, et al., 2010)

⁶¹ Explica (MacCannell, 1976) el principio de la arbitrariedad entre significante y significado, como una de las consecuencias del análisis de la atracción turística, la cual constituye sólo el corolario de un principio fundamental que es el de la «intercambiabilidad de significante y significado».

⁶² (García Moreno, et al., 2010)

Esta posibilidad de ‘vivir de otro modo’ aunque fuera de manera puntual, que posibilitaba la actividad turística, adquirirá dimensiones planetarias, cuando la cinematografía y la literatura de la época difunden los escenarios y modos de vida de los turistas que llegan desde todos los rincones y que se mezclan con aristócratas, políticos, reyes, artistas, etc., proclamando que “el turismo es un gran invento”.

Por esta misma época la arquitectura y urbanismo oficiales estaban centrados principalmente en la reconstrucción de la ciudad industrial, tratando de resolver el problema de la vivienda –según un proyecto de hábitat mínimo estándar–, programando la movilidad –según la lógica del coche privado–, aplicando el zonning –para la resolución de las incompatibilidades en la mezcla de usos–, sistematizando la programación de servicios y equipamientos, y dejando en manos de los inputs privados los problemas que planteaba el turismo y la nueva sociedad del consumo. Evidencia de esta falta de reflexión es la inexistencia de bibliografía de referencia, a excepción de algunos textos circunstanciales en revistas profesionales.⁶³

Así, la aproximación trasladada en un primer momento, está menos centrada en la cuestión arquitectónica del turismo y más respaldada por la interpretación sociológica y antropológica del mismo, recurriendo en todo momento a la dimensión espacial. Efectivamente en el análisis de la ciudad contemporánea, la arquitectura y los arquitectos somos sólo una parte del sistema. Sociólogos, psicólogos, geógrafos, antropólogos e incluso escritores, como Borges o Dickens, han hablado con profusión de la experiencia urbana. Y a todos ellos en colaboración, se les pudiera conminar en un esfuerzo colectivo que planteara estrategias que mejoran nuestro futuro.

De la producción de ambos elementos en conjunto: la ciudad y su expresión turística, fluyen los ‘imaginarios’ que los retroalimentan, configurando la sustancia que, con el pasar del tiempo, filtra sus consecuencias no sólo a la «argamasa socio-cultural en ebullición», sino que se extiende rizomáticamente por redes y pantallas. Indagar en esos ‘imaginarios’ atañe a las estructuras materiales y a la producción de significados con los que cada sociedad y cultura re-presenta sus contextos, realidades, prototipos y estereotipos que, aun sin ser mentira y ni tan siquiera comunes, sí que son incompletos. «Las ideas vertidas en el recipiente de decantación de los imaginarios en proceso»⁶⁴ se encuentran oscilando entre la correlación causa-efecto y la modelación-renovación con las que las que el filósofo y sociólogo Zygmunt Bauman (2003), simplifica la complejidad de las transformaciones contemporáneas.

Hay que cuidarse de decirles que a veces ciudades diferentes se suceden sobre el mismo suelo y bajo el mismo nombre, nacen y mueren sin haberse conocido, incomunicables entre sí. En ocasiones hasta los nombres de los habitantes permanecen iguales, y el acento de las voces, e incluso las facciones; pero los dioses que habitan bajo esos nombres y en esos lugares se han ido sin decir nada y en su sitio han anidado dioses extranjeros. Es inútil preguntarse si estos son mejores o peores que los antiguos, dado que no existe entre ellos ninguna relación, así como las viejas postales no representan a Maurilia como era, sino a otra ciudad que por casualidad se llamaba Maurilia como ésta.

(Calvino, 1998)

⁶³ En el libro “Turismo Líquido”, se describen los trabajos de vaciado de revistas que fueron llevados a cabo en el marco de su investigación y se enumeran los pocos textos en los que se logró encontrar alguna referencia a la cuestión arquitectónica del turismo en España, Italia y Francia (los otros dos países europeos en los que se produce un mayor desarrollo turístico). (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

⁶⁴ En relación con lo anterior, apunta el profesor Daniel Gonzalez-Romero, que: «el recuerdo se inicia en el deseo del ser turista y su ocupar lugar(es) donde se emplazan prácticas y repercusiones resultantes. Bajo esta lógica se encadena la producción de las infraestructuras para el turismo y sus efectos sobre la realización eco-ambiental y la inserción de la experiencia y memoria de lo turístico y las estructuras edificadas y ambientales (González-Romero, 2010, p. 9)».

El turismo, a la vez que actividad económica y cultural, constituye una herramienta de producción de identidades colectivas, creación de imágenes, percepción de espacios y lugares, generador de procesos de cambio/mutación «asociados a la producción de significados compartidos y emitidos para el consumo y su fusión en la memoria colectiva y el recuerdo individual (González-Romero, 2010)». Las ciudades que tras descubrir su particularidad se significan como instrumento o lugar del turismo se adaptan/(re)construyen/(re)habilitan/ modifican para el ‘consumo’ de una memoria expresamente preparada. En este proceso de mutación, deviene una simplificación en la que se desechan discursos alternativos que no se consideran útiles al fin principal, terminando por ser enterrados y/u olvidados. Se conforma así, la nueva Maurilia que termina por coincidir con la primera, casi exclusivamente en el nombre tras un proceso [más cercano a lo mecánico que a lo realmente social] perfectamente maleable, tanto cualitativa como cuantitativamente. Hablamos pues de la memoria, los espacios, el contexto, en definitiva los ‘imaginarios’, como un producto/mercancía más, sometido a la lógica y evolución del consumo cuyo desarrollo viene sometido y condicionado según las reglas que marca este último. La compra y uso de dicha ‘mercancía’ son a su vez considerados como ‘hechos sociales’ en tanto que, su marcha responde a la producción colectiva y que, aun siendo externos al individuo, son incorporados en sus acciones.

En este sentido, los profesores e investigadores Antonio Paolo Russo y Albert Arias Sans⁶⁵, definen dos dimensiones en el ‘consumo cultural del paisaje’: la dimensión ‘hardware-software’ y la dimensión ‘formal-informal’. En la primera el ‘hardware’ es lo físico, el soporte, las infraestructuras, los edificios, los espacios públicos, los medios de transporte; mientras que el ‘software’ está relacionado con lo intangible, los eventos, las actividades, la representación simbólica de los lugares. En la segunda dimensión lo ‘formal’ es entendido como la oferta institucional [hegemónica] de cultura y folklore, mientras que lo ‘informal’ correspondería a las manifestaciones artísticas individuales o colectivas no institucionalizadas [espontáneas, no dirigidas].

Podemos apelar a la ‘era neobarroca’⁶⁶ para caracterizar en último término a nuestro «estado de cosas» según «un barroquismo asfixiantes, recargado, amnésico, aprensivo, visual, individualizante y complejísimo que enmarca toda nuestra cultura de consumo, como etapa, por el momento, última, de un proceso que empezó justamente por lo contrario, por un canto a la simplicidad, a la funcionalidad y a los beneficios ahorrativos del industrialismo frente al ornamento superfluo (Alonso, 2005, p. 15)». Este estado quedo cimentado en el momento en que se pasó del estudio del hombre, en su calidad de productor, a su estudio como consumidor, en un espacio acotado de la vida social: el mercado. Y con ello, «de una ética del trabajo diseñada ideológicamente para estabilizar a las masas tradicionales en las fábricas, pasamos a una sociedad en la que se ha ido desplazando esta ética del trabajo por una estética del consumo (Alonso, 2005)». Al tiempo que, «de la relación entre naciones soberanas en sus límites, (...) pasamos a la conjunción y captura de los factores del desarrollo en la tentadora sombría fase de la globalización y la dominación del orden

⁶⁵ (Paolo Russo & Arias Sans, 2007)

⁶⁶ “La era neobarroca” es un libro de 1999 de Omar Calabrese en el que trata de definir el ‘gusto’ de nuestro tiempo, como la búsqueda de formas en la que se produce una pérdida de la integridad, de la globalidad, de la sistematización ordenada, a cambio de la inestabilidad, la polidimensionalidad, la mudabilidad.

social y político del poder trasnacional (González-Romero, 2010)».

La siguiente manifestación que confluye en la escena planteada hacia la mitad del siglo XX, gracias a la estructura del desarrollo económico vislumbrada, es la creencia de que el turismo direccionaría hacia la disminución de asimetrías entre los países, territorios, economías, etc., insertos en su mapa. De un modo u otro, habría que hacer todo lo necesario para figurar en dicho mapa ante la amenaza de toda privación de equidad, de previsible desaparición y olvido. El turismo se manifiesta así, como un desafío incluyente-excluyente cuya constatación intencional, acepta o aparta las contradicciones, sometiéndolas a revisión y encapsulándolas en el mejor de los casos. Se puede caracterizar esta manifestación a nivel espacial, según la inserción que propicia la transición de la modernidad, de la ‘ilusión’ y la ‘metáfora’ de la sociedad ‘líquida’ en sus escenarios, por contraposición con el modelo sólido de la sociedad que le dio vida en primera instancia, articulando los lugares que reconfigurarán el territorio desde los imaginarios asumidos⁶⁷. La alteridad del lugar viene alimentada por la formación de esa ‘vida líquida’ que se infiltra en las relaciones interpersonales. Queda constatada a través de la conexión de la experiencia, la influencia de las imágenes, las referencias publicitarias previas, capaces de mover y reformular cualquier relación espacio-temporal, y apoyada por la intervención del marketing que alimenta los imaginarios de encuentro, modelando la comprensión territorial de los espacios. «El simulacro conlleva la reducción del mundo sólido a la realización de la experiencia y de los imaginarios líquidos, que trazan una topografía reductivista espacial de los lugares y ciudades del turismo. En esta idealización se mueven lo que aquí denomino topografías del recuerdo y al mismo tiempo, las topologías de la memoria (González-Romero, 2010, p. 15)».

El espacio turístico se ve convertido en un ‘acto del deseo’⁶⁸ en el que «como objeto se infieren las prácticas del imaginario líquido, y se insertan los trozos del imaginario pretendido (González-Romero, 2010)», ese que generará los ‘espacios utopía’ de Foucault. Deviene ‘acto del deseo’ en tanto que la geografía viene cosificada como contenedor de comportamientos y prácticas generativas de la memoria colectiva del turismo, que dan significación al recuerdo del lugar y de los espacios.

A lo largo de la historia, el periodo posterior al Antiguo Régimen, dio paso a la consolidación de la ciudad industrial en la cual se inventaron o recrearon soluciones arquitectónicas para dar respuesta a las necesidades surgidas entonces. Infraestructuras de comunicación, del comercio, equipamientos docentes, sanitarios, administrativos, culturales, etc. En pocos años la arquitectura afrontó multitud de demandas a las cuales respondió con numerosas soluciones que conformaron el marco arquitectónico de nuestras ciudades.

A este puchero se agregó el fenómeno del turismo masivo casi un siglo más tarde, introduciendo nuevas demandas de naturaleza muy diversa y que a grandes rasgos podemos agrupar en tres⁶⁹. 1/ Naturaleza cultural. Cuyo antecedente claro era el Grand Tour y que se interesa fundamentalmente por la arquitectura arqueológica y la monumental. 2/ Naturaleza turística. Son las demandas que específicamente nacen en

⁶⁷ (González-Romero, 2010)

⁶⁸ (Schopenhauer, et al., 2009)

⁶⁹ Basado en la división de situaciones que usan (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013) para hablar del papel de la arquitectura en la configuración del espacio turístico.

los espacios con vocación claramente turística para dar servicio al visitante, alojamiento, distracción y entretenimiento. 3/Naturaleza paisajística. Se trata de las demandas que surgen en torno al espacio como soporte de la actividad turística.

En torno a cada uno de estos tres apartados se despliega un amplio conjunto de reflexiones algunas de las cuales se convertirán en teorías autónomas escapando su profundidad a nuestras consideraciones.

Con respecto a la primera cuestión, la ‘naturaleza cultural’ constituye una de las primeras razones que justifica la visita y que posibilita ese acercamiento a las raíces del lugar. Más tarde se caracterizará al turismo que gira en torno a esta naturaleza como ‘turismo cultural’⁷⁰, y aunque no existe una definición cerrada sobre el hecho –sino que depende del campo de conocimiento, organismo, autor, segmentos, perfiles...– se trata de un fenómeno en auge en los últimos tiempos. De la curiosidad generada, nacen la cuestión arqueológica, el coleccionismo, la política museística, o la de intervención patrimonial⁷¹.

La demanda de naturaleza turística es la que nace con la llegada del turismo de masas a la cual se responderá con la gestación de nuevos modelos, soluciones y tipologías que resuelven la necesidad de alojamiento masivo de características y requerimientos muy distintos a los que se habían exigido hasta el momento, en los que se mezcla la necesidad de descanso, diversión y disfrute de los recursos paisajístico del lugar⁷². Es decir, nacen en proximidad física con la tercera demanda en torno a la naturaleza paisajística.

Con respecto a las demandas de naturaleza paisajística que surgen con la llegada del turismo de masas, también surgen distintos estudios donde se profundiza según cada tipo de enclave. Los territorios se han venido especializando alrededor de entornos con un alto valor paisajístico y medioambiental. Así, podemos hablar del turismo natural (rural, ecoturismo, etc.), turismo de sol y playa, turismo de esquí, el turismo que gira en torno a los campos de golf, o el que lo hace en torno a los puertos y marinas turísticas⁷³, pero no sólo. Hablamos de la naturaleza paisajística de la demanda, como la que surge en torno al espacio en tanto que soporte del turismo, en tanto que escenario donde se desarrolla la actividad turística ya sea de manera exclusiva o no, lo cual traslada la demanda a cualquier espacio vacío (por contraposición con el construido de uso determinado) que dé soporte y servicio a la actividad turística (calles, plazas, áreas libres, vacíos urbanos) son espacios susceptibles de participar o haber participado de algún modo, en esta demanda de naturaleza paisajística. En demasiadas ocasiones el paisaje no es el atractivo principal, sino que se convierte en un escenario de tópicos, una oferta de arquetipos. Deja de estar relacionado con el territorio y se convierte en un lugar genérico para la desinhibición personal y la distracción. La ciudad turística se convierte en una simulación de sí misma más centrada en sus estereotipos que en su realidad⁷⁴. Ciertamente existen el turismo del espectáculo y la arquitectura de la simulación, aunque no es menos cierto que ambas disciplinas salen perdiendo. El primero como práctica para conocer al otro, disfrutando de su otredad; la segunda como disciplina (arte, ciencia y técnica) de construir el mundo.

En un primer momento «en las ciudades, el paisaje del turismo se midió en términos de ‘reconocimiento’ e

⁷⁰ «El turismo cultural comprende las actividades turísticas relacionadas a la vivencia del conjunto de elementos significativos del patrimonio histórico y cultural y de los eventos culturales, valorizando y promoviendo los bienes materiales e inmateriales de la cultura». (Brito, 2009)

⁷¹ Con respecto a las políticas de intervención patrimonial, Daniel Barrera Fernández, realiza su trabajo de tesis doctoral en el cual analiza en profundidad las distintas políticas de gestión patrimonial que se han venido aplicando a lo largo de la historia de manera comparativa en dos ciudades intermedias europeas: Plymouth y Málaga. Ver: (Barrera Fernández, 2014)

⁷² Del análisis de las soluciones nacidas para ofrecer dicha demanda nace el libro “Turismo Líquido” en el cual se estudian en profundidad las arquitecturas del turismo, responsables de uno de los cambios territoriales más importantes en la historia de la humanidad. (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

⁷³ Estas tres últimas cuestiones: golf, puertos y marinas también han sido analizados en “Turismo líquido”, poniendo de manifiesta la naturaleza artificiosa generacional de sus intervenciones y su necesaria reconsideración. Su expreso menosprecio hacia las condiciones originales impuestas por el lugar, la inexistencia adaptativa a ellas y su consecuente transformación en un paisaje de tópicos. Ver: (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

⁷⁴ «Los primeros signos de este

‘invención’: de reconocimiento de los valores culturales históricos y su explotación turística, o de invención y creación de nuevos valores, ya sea para el ocio y disfrute de los residentes, ya sea para atraer a visitantes y, con ello, ampliar las actividades económicas de la ciudad (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013, p. 16)». El debate de la ciudad en torno a la cuestión turística se limitaría a poner en valor los activos que posea o a inventarlos en su caso, así como a gestionar su aprovechamiento. En demasiadas ocasiones se trasladó a un segundo plano de la preocupación arquitectónica y urbanística, la gestión en torno a los procesos de interacción entre turista y residente, o las reflexiones acerca de la mezcla de usos y el uso compartido de la ciudad.

El turismo como ninguna otra actividad humana anterior, permitiría disfrutar de ese inmenso legado cultural histórico o de esos nuevos valores creados ex novo, manifestación de la evolución y creatividad de las sociedades, por muy remotas que estas se hallasen, gracias a la evolución tecnológica en el desarrollo de los transportes. El turismo acontece por los desplazamientos ejecutados por las personas entre su lugar de residencia y su destino.

Si el punto de partida definitivo que inicialmente posibilitaría esos desplazamientos fue el ferrocarril tras la Revolución Industrial, la siguiente vuelta de tuerca vendrá después de la Segunda Guerra Mundial cuando los modos de transporte en general sufrirán un avance sin precedentes abriendo el territorio al turismo de masas. Con la evolución de los distintos modos de transporte⁷⁵ en el tiempo acompañados de las mejoras en las infraestructuras, el mundo se pone al alcance de todos.

El automóvil se convierte en el medio de transporte básico, incrementándose el número de vehículos en Europa en un 72%, junto con los gastos en construcción de carreteras. El ‘autoturismo’, con el apoyo de la publicación de guías de viaje y señalización de rutas, caminos y parajes, desencadena la primera gran oleada del turismo de masas.⁷⁶

A ello le seguirán los autobuses panorámicos con asientos reclinables, servicio sanitario, televisión y aire acondicionado, las casas rodantes, los coches de alquiler, los hoteles de carretera, las áreas de acampada para autos, los taxis para turistas y posteriormente el ‘auto stop’. Muchas de estas modalidades encontrarán su evolución en nuestro tiempo con la estrategia de economía colaborativa equivalente. BlaBlaCar, Uber, etc., harán que el servicio de transporte se acomode al discurrir de los tiempos y a las nuevas exigencias en su demanda, a pesar de la fractura que pueda generar en el sistema que lideraba la transacción primigenia. La aviación sustituirá a los grandes navieros en el papel del transporte intercontinental de pasajeros. Aunque el papel decisivo en la configuración y uso del territorio será el nacimiento de los *low cost*, junto con el uso generalizado de internet para contratar los servicios turísticos, liberalizando el mercado y propiciando el crecimiento del ‘turismo residencial’.

cambio en el campo de la arquitectura se manifestaron en los años setenta, coincidiendo con el debate de la posmodernidad, al plantearse de nuevo la cuestión del “estilo” y la tematización de la oferta turística». Los textos de Venturi ‘Complexity and Contradiction in Architecture’ de 1996 y ‘Learning from Las Vegas’ de 1972 plantean la tematización como fórmula para afrontar las cuestiones simbólicas en el espacio turístico y abren el debate sobre la representatividad en arquitectura. «Si el turismo de masas a partir de finales del siglo XX es una simulación –la oferta del estereotipo–, el lugar deja de ser una razón para convertirse en un impedimento». (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013, pp. 31, 35)

⁷⁵ Ver: Quesada Castro, R. Elementos del Turismo. Costa Rica: EUNED, 2007.

⁷⁶ (Callizo Soneiro, 2014)

1.2/ Evolución y dimensión del Turismo de Masas en España.

En España, el punto de partida del desarrollo turístico de masas da comienzo en 1959 con el Plan de Estabilización Económica⁷⁷. Efectivamente el **primer período**, comprendido entre **1960 - 1973**, fue teorizado como el de «Desarrollo y Apertura Política» por el profesor Venancio Bote Gómez. «El desarrollo turístico en este periodo es un reflejo del carácter maximizador y fundamentalmente cuantitativo del crecimiento económico general. La Comisaría de Turismo del I Plan de desarrollo en 1963 formulaba como objetivo fundamental “conseguir el máximo de captación de turismo extranjero” (Bote Gómez, 1996, p. 10)». Y recuerda como el Informe del Banco Mundial a cerca del desarrollo económico en España de 1963 –ampliamente criticado por economistas y expertos–, lo trataba con cierta desconfianza, caracterizando su demanda de «coyuntural», «de moda» y «poco estable a largo plazo». Desde la Comisaría de Turismo, sin embargo, no dejaban de confiar en su contribución estratégica por considerarlo un método veloz de financiación exterior, aunque para algunos fuera un medio en lugar de un fin.

El **segundo período** es el que transcurre entre **1974 - 1982** calificado por el mismo autor como «período de crisis económica internacional y transición política». Caracterizado por la desconfianza y el frenazo en las «políticas de financiación y asistencia técnica internacional», así como en el sentimiento de estar pagando altos costes socioculturales y medio-ambientales a causa de la actividad turística centrada en el producto sol y playa y en maximizar las variables a corto plazo (número de turistas e ingresos en divisas). En este período, las inversiones extranjeras se concentrarán fundamentalmente en la segunda residencia.

Primer y segundo período se enmarcarían dentro del ‘período fordista’ del desarrollo turístico, caracterizado por la producción en masa de bienes, que siguen un mismo patrón de base fuertemente industrial. La oferta se centra en la reducción de los costes, la estandarización, la cantidad frente a la calidad, la poca especialización y el uso de métodos tradicionales.

El **tercer período** es del gobierno socialista: **1982 - 1995**. En este período, como nos apunta Bote Gómez, se empiezan a tomar conciencia de los límites y costes socioculturales y ecológicos, lo cual se empieza a manifestar en los desarrollos turísticos, centrándose la cuestión básica en su definición. La estrategia española se centrará en:

1. El desarrollo endógeno, cuyo objetivo es conseguir un desarrollo no dependiente y que gira en torno a las rehabilitaciones para el uso turístico de la arquitectura y las estrategias artesanales a pequeña escala.
2. La teoría del ajuste estructural, pasando de la postura previa de maximizar el número de

⁷⁷ «En 1956, se aprueba en España la primera legislación urbanística moderna, que contempla la ordenación integral del territorio. Esta ley entrará en conflicto, años más tarde, con la Ley sobre Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional de 1963, impulsada por Manuel Fraga Iribarne desde el Ministerio de Información y Turismo, que permitirá el desarrollo de grandes operaciones turísticas con independencia de lo que establezcan los planes urbanísticos en cada lugar (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013, p. 21)».

turistas extranjeros, a una posición defensiva que permita recuperar la competitividad perdida mediante la adaptación de la oferta a las nuevas exigencias de la demanda internacional.

3. La teoría del desarrollo turístico sostenible, que incide mayormente en los aspectos medioambientales, considerando total o parcialmente agotado el modelo del sol y playa.

4. La teoría de la convergencia, que despega con la idea de la necesaria inserción de las empresas turísticas españolas en el contexto internacional y europeo, previa modernización de su nivel tecnológico general, lo cual le permita participar de la incipiente sociedad de la información.

«Estas cuatro estrategias de desarrollo significan un abandono del “desarrollismo” de las décadas anteriores y el inicio de un cambio de rumbo hacia un desarrollo más cualitativo y responsable (Bote Gómez, 1995)». El cambio de paradigma dio comienzo con el proceso de revisión del planeamiento y con la aparición de figuras territoriales que tomaban como variables de la ecuación la capacidad de carga, el entorno medioambiental y la calidad turística. Se establecieron medidas de contención en el crecimiento restringiendo el desarrollo residencial y limitando la forma general y porcentual de estos.

A este periodo pertenece también la ola revisionista del funcionamiento de los centros históricos como espacios de memoria e identidad urbana.

En este período temporal se emplazan también los orígenes del marketing en nuestro país⁷⁸. En efecto el mercado turístico había venido disfrutando de una demanda que superaba a la oferta, con lo cual no se había hecho necesario.

Este tercer período se enmarcaría dentro del ‘período postfordista’ del desarrollo turístico, caracterizado por la búsqueda de la innovación como reacción ante la homogeneidad y estandarización ofertada en los períodos iniciales. Hay quien lo define también como el turismo de la globalización marcado por la introducción del concepto de desarrollo sostenible en tres vertientes: ambiental, económica y social.⁷⁹

El **cuarto período** vendría recogido en el período temporal que va de **1995-2008**. Este período, de tendencia inicial alcista y positiva, viene marcado por una serie de acontecimientos que tendrán gran impacto. Empezando con la transferencia de las competencias turísticas a las Comunidades Autónomas, conocedoras en profundidad de sus territorios, preocupadas por su dinamización e implicadas en mejoras relativas a equipamientos, comunicaciones, infraestructuras, etc. La escalada en la oferta de productos alternativos como el golf –especialmente en la zona anexa al litoral Mediterráneo–, la introducción de las nuevas TICs –internet y las redes sociales es el fenómeno más importante de la comunicación humana desde la invención de la imprenta–, las mejoras técnicas introducidas en la aviación comercial –con los *low cost* como producto estrella–, la consolidación del proceso de globalización planetario a niveles: económico, tecnológico, social y cultural, la creación de una Europa unida en lo económico y en lo monetario, la creación de una nueva generación de intermediarios turísticos con las agencias de viajes online. En medio

⁷⁸ (Bigné Alcañiz, 1996)

⁷⁹ Con respecto a la época que sigue posterior a esta, podemos hacer una clasificación en base a los hitos que (Bardolet Jané, 2014) menciona en su capítulo.

de este periodo, en 2001, tendrán lugar los acontecimientos del 11-S que, aunque no tendría repercusión directa e inmediata sobre el número de visitas internacionales que llegaron a España, se sumará con la crisis geopolítica vivida con la Guerra de Irak en 2003 y los atentados del 11-M en Madrid, que supondrán el fin del optimismo creando serios problemas para la industria turística.

En este periodo se desarrolla una segunda oleada de debates, que ahora más que en los centros históricos, se centrarían en la reconsideración de la producción arquitectónica masiva que se había venido produciendo a lo largo del siglo XX. Esta reflexión se produciría esencialmente en claves de identidad y de creatividad, y los destinos costeros –dada la trepidante actividad constructiva que habían registrado– centrarían gran parte del debate.

El **quinto período** vendrá marcado por la inercia pesimista del periodo anterior, que se establecerá con el inicio de la crisis económica en el mundo occidental en **2008**. Aunque no afectará a la motivación del viaje, se notará en el nivel de renta disponible del potencial turista y en el drástico descenso del turismo doméstico. Aun así, la potencial tendencia bajista no se constató tras el desvío de potenciales turistas tras la Primavera Árabe de 2010, beneficiándose España del desvío de turismo europeo a nuestras costas e islas. La revolución de la telefonía móvil con la aparición del *smartphone*, supuso un cambio de paradigma en el uso de internet al poder estar conectado en todo momento desde cualquier lugar, y aparecer un sinfín de aplicaciones que facilitan el viaje. Desde la perspectiva pública, el Gobierno de España pondría en marcha en 2009 el Plan Renove de Turismo, financiando, mediante ICO, proyectos destinados a mejorar infraestructuras y competitividad de los destinos; y lanzará el PNIT (Plan Nacional e Integral de Turismo) cuya primera fase inicia en 2008 y que supone un fuerte impulso, fundamentalmente a nivel de marketing. Según el estudio de la OMT (2015), España fue segundo en cuanto a ingresos por turismo a escala mundial en 2014, primero en Europa, con 65.000 millones de dólares, y tercero en llegadas, con 65 millones de visitantes que pernoctaron en el país. Estos números, especialmente el que se refiere a las llegadas, constituyen un claro indicador de la demanda turística y por tanto del estado de salud del sistema.

Pero no sólo nos interesa esta visión que relaciona directamente al turismo con la actividad económica y empresarial, sino la vertiente de la misma de influencia directa en la creación de ambientes habitables e intercambio de ‘modos de vida’. Incluso dando un paso más allá de esta conceptualización, nos interesa atender a la propuesta de valoración de todo este conjunto de prácticas culturales, objetos y ámbitos que son el resultado directo del fenómeno turístico, es decir, la ‘valoración patrimonial del turismo’⁸⁰ que propone en su estudio el profesor Alberto García Moreno⁸¹.

⁸⁰ «La ‘valoración patrimonial del turismo’, supondría que pasamos de centrarnos en los bienes materiales generados por el Turismo a lo largo de la historia, a una atención difusa depositada en la propia actividad turística, entendida como creación, acción y desarrollo humano y, por extensión, de la sociedad, entendida en sus múltiples dimensiones: como individuos que comparten un imaginario y un ámbito propio, como comunidad que gesta una sonoesfera, como grupo social que integra a la diversidad, como nación o como globalidad». (García Moreno, et al., 2010)

⁸¹ (García Moreno, et al., 2010)

1.3/ Evolución retrospectiva del fenómeno turístico en la Costa del Sol.

En el estudio evolutivo de la Costa del Sol nos parece necesario volver la vista hacia los orígenes mismos del fenómeno⁸², asentados halla por el final del s. XVIII cuando la ruta, tanto la marítima como la terrestre –que une la ciudad Cádiz con Málaga–, se convierte en una de las más transitadas de Andalucía. Será Málaga –como núcleo de mayor importancia–, la que en esos primeros momentos constituiría el nodo atractor de los intercambios que se desarrollarían, no apareciendo en el mapa el resto de los municipios que componen la Costa del Sol, como hoy la conocemos, hasta más tarde. Así, sería la N-340 la que se encargaría de vertebrar el sistema de núcleos turísticos de diferentes escalas que, mirando al mar, iniciarían un crecimiento urbano improvisado y de lenguaje propio del capitalismo incipiente, que daría origen a la Costa del Sol. Este tramo de la N-340 se convertiría en un ‘strip’⁸³ que aún hoy sigue siendo la espina dorsal de dicho territorio.

La condición de borde, de límite físico entre mar y montaña, la presencia de la infraestructura que va cosiendo a los distintos núcleos existentes, el boom turístico y las excepcionales condiciones climáticas de la zona –mantenidas gracias a la particular orografía–, generarán el caldo de cultivo donde se materializa esta particular ordenación lineal y asimétrica. Las altas y fugaces concentraciones de intereses desbordaron la capacidad de la ordenación territorial, siendo sustituida por una riada de decisiones que se producirían en función de cada oportunidad en concreto, sin tener demasiado o nada en cuenta su encaje y/o viabilidad territorial.

A pesar de que este cúmulo de circunstancias hacían presagiar que se produciría una absorción superficial de otros núcleos urbanos (Torremolinos, Benalmádena, Alhaurín de la Torre o el Rincón de la Victoria), debido a la propia extensión de la ciudad, no ha sido así. Francisco San Martín en su informe sobre “El sistema de comunicaciones de Málaga en el ámbito metropolitano” señala que Málaga constituye la «Ciudad Central» de la aglomeración y que se ha conformado una «estructura policéntrica de asentamientos, análoga a un modelo de Ciudad de ciudades, consecuencia de un desarrollo inmobiliario expansivo (1990-2007)»⁸⁴.

En la primera época a la que someramente nos vamos a asomar, la comprendida entre 1775 y 1833, los teatros y los paseos se convierten en escaparates de costumbres y quienes, una vez superados sus miedos alentados por historias de ladrones y bandoleros, decidieron perderse por la ciudad, descubrieron un lugar humilde que compartía sus espacios públicos con las élites, brindándoles otra perspectiva. Los paseos se construirán en cualquier ciudad, pueblo o aldea por pequeña que fuera, tratándose en muchas ocasiones de su espacio público más importante.

La apertura de calle Larios en 1891, nuevo eje de conexión entre el puerto y la plaza de la Constitución dotaría a la ciudadanía de Málaga de ese espacio representativo, que aunque al inicio fue compartido con

⁸² Rocío Orellana Plaza, (2013) realiza una particular retrospectiva de la historia del turismo en Andalucía a partir del estudio evolutivo del souvenir.

⁸³ Al respecto ver la tesis doctoral del profesor (Rojas Moyano, 2010) *Aprendiendo de la N-340. Una reflexión sobre la Arquitectura de la Cultura de Masas*.

⁸⁴ Esta circunstancia está cambiado junto con el desarrollo que se viene produciendo de las infraestructuras metropolitanas previstas en el POTAUM.

el automóvil [con aquellos primeros ejemplares que empezaban a circular], cumplía su función de espacio público representativo y lugar de encuentro de habitantes que independientemente de su estatus iban a pasear, de compras o simplemente a curiosear. Era el momento en que la ciudad histórica permitía ser leída a través de la superposición de los estratos culturales que se habían ido acumulando durante siglos. Su recorrido afianzaba los lazos emocionales que las personas construyen para con su entorno físico.

«Esos destellos con los que la aristocracia se asemejaba a todos sus iguales, no despertaron ningún interés ya que no dejaba de serles reconocible (...) Sin embargo, la mayoría de los viajeros destacaba que las gentes que discurrían por aquellas calles, paseos, iglesias y teatros, con sus atuendos y costumbres, eran portadores únicos de un estilo de vida que parecía haber desafiado al tiempo hasta entonces (...) Su principal atractivo radicaba en sus gentes (Orellana Plaza, 2013, p. 51)». Esto hizo que el espacio en general y determinados espacios en particular, donde se celebraban tertulias o fiestas privadas, se convirtieran en la mejor escena para contemplar a sus gentes. Allí se chocaron con la gran afición de las familias españolas de jugar a las cartas usando la baraja española, que sólo se comercializaba en España desde una fábrica malagueña; o un conjunto de bailes tradicionales, que sólo se podían disfrutar en fiestas privadas o en los entreactos del teatro.

En la rutina de una típica familia andaluza siempre se insertaba el momento del paseo, el cual se alejaba hasta la tarde, en primavera y verano, para disfrutar del frescor del atardecer o se adelantaba a la mañana en invierno cuando la oscuridad se prodigaba antes.

«En aquellas avenidas de chopos, alamedas, aloes o naranjos, se encontraban dando vueltas los sirvientes de las casas, aguadores, clérigos, los caballeros con sus damas, señoritas con sus doncellas y dueñas, o grupos de niños. Ya fuera en coche o a pie, paseaban con un aire distraído mientras conversaban lentamente y se exhibían ante los ojos de los que permanecían sentados contemplando aquella procesión humana».

(Orellana Plaza, 2013, p. 52)

Estas imágenes quedaron impresas en la retina de los visitantes, pero también fueron reproducidas, en lo que se convertiría en típico souvenir, los barros malagueños. A esto se unió la venta de mantones de manila, castañuelas, mantillas, abanicos, a lo que más tarde, en la segunda mitad del siglo XIX cuando la fotografía estaba plenamente extendida, se uniría las imágenes de vistas de las ciudades, monumentos, tipos y costumbres populares, que se difundirían a través de las tarjetas postales (1897). Este fue el germen que planteó una imagen unificada del territorio andaluz, y provocó inicialmente la seriación, la homogeneidad y el estereotipado en la oferta turística.

Las primeras arquitecturas del turismo nacen a finales del siglo XIX, derivadas de las teorías sanitarias e higienistas y del renacimiento de la cultura al cuerpo, tras el alejamiento de la naturaleza provocado por la ciudad industrial. Frente a ello, aristócratas y burgueses se alejan a los balnearios de las costas del Mediterráneo. La arquitectura del balneario, al igual que la del gran hotel, la ópera, las salas de baile o

los quioscos y pabellones, pondrá su mirada en el catálogo arquitectónico de la ciudad, imponiendo su grandilocuencia formal al entorno natural.

La ascensión de la clase burguesa fue decisiva para que se produjera el incremento de las aspiraciones culturales en una ciudad que carecía de equipamientos de esas características. De esta circunstancia nació la idea de la construcción de un edificio conectado con la idea del ocio, que sería el futuro teatro Cervantes, que se inaugura en 1870⁸⁵. Cuatro años más tarde, en 1874, se inaugura un nuevo edificio relacionado con el ocio, se trata de la Plaza de Toros de la Malagueta, que por sus dimensiones, localización y función constituirá uno de los hitos urbanos más importantes de la ciudad. A estos dos seguiría en 1880 un importante equipamiento comercial, el Mercado Central, y más tarde, a finales del XIX, derivado de la innovación tecnológica y preludio de la producción de masas, se construye el gran almacén Félix Sáenz, que sería uno de los pioneros en el territorio nacional. Todas estas piezas destacarían más por su condición de hitos arquitectónicos modernos que por sus niveles de uso, no siempre acordes con las dimensiones proyectadas.

En este período también aparece el diseño del frente marítimo a modo de salón urbano, donde aquellos paseos podían seguir teniendo lugar, pero esta vez en un entorno diverso, en los confines de la ciudad junto al mar. La estructura portuaria también experimentaría una nueva ampliación –prolongación del dique de levante y realización del de poniente, y los diques transversales de poniente y levante–, ampliación que configuraría la estructura del puerto durante prácticamente todo el siglo XX. Aunque, como nos recuerdan

Figura 3. Rafael de Lacour. “Almacenes Félix Sáenz”.



⁸⁵ Lo que terminaría siendo el Teatro Cervantes sustituiría a las disfuncionales estructuras del Teatro Principal, que hasta ese momento constituía el único equipamiento de la ciudad para tal fin, tras la desaparición pasto de las llamas del Teatro Príncipe Alfonso, más tarde Libertad, inaugurado nueve años atrás. (Sauret Guerrero, 1979)

los profesores Belén Zayas Fernández y Matías Mérida Rodríguez: «cada ampliación del puerto supone una dispersión de su capacidad referencial, cada vez más radicada en sus diferentes partes: farola, morro de levante o de poniente, muelle nuevo, etc. (Zayas Fernández & Mérida Rodríguez, 2004)».

El escritor griego Ouranos visitó Andalucía en numerosas ocasiones durante las primeras décadas del siglo XX, previos a la Guerra Civil, evocando el ser de «una tierra repleta de silencios llenos de aromas, de frescura de pozos, de sonidos traqueteantes y secos de castañuelas, de procesiones que pasean Vírgenes dulces, de “guitarra con cintas rosadas y melodías cuya pasión lame tu alma como una llama...”. Un mundo único, de remembranzas antiguas, en el que lo sublime convivía con la miseria, y que, como ocurre con todos los descubrimientos placenteros, guarecen en su belleza la amenaza de su inmediata caducidad (Orellana Plaza, 2013, p. 161)».

«Eso que termino llamándose “turismo” en Andalucía, en sus orígenes no sería más que un esfuerzo titánico realizado por los estratos más humildes como respuesta a una demanda que termino desbordada antes de concluir el siglo XIX, y de la que harían un nuevo medio de vida. A su sombra surgieron las academias de baile, las fiestas privadas con músicas populares y flamencas, los primeros cicerones, y un variopinto grupo de “conseguidores” capaces de poner ante la presencia del visitante todo lo que deseara (Orellana Plaza, 2013, p. 161)».

1.3.1/ Inicio del turismo de masas.

El paso del turismo aristocrático al turismo de masas no se produce hasta el periodo de entreguerras, cuando los trabajadores de los países más industrializados conquistan el derecho a vacaciones pagadas, que en España queda recogido por vez primera en la Constitución de 1931.

En estos momentos, en Málaga, se iniciarían importantes reformas urbanas con dos planes: las Grandes Reformas y Mejoras de Málaga en 1924 y el de Ensanche en el 29 que aunque apenas se ejecutó, los planes posteriores incorporarían sus líneas maestras, sirviendo de referencia en el desarrollo de la ciudad moderna. Será también en este momento cuando empiezan las labores de recuperación de la Alcazaba, hito paisajístico en los siglos anteriores⁸⁶. A medida que la reconstrucción avanza se convierte en un objetivo fundamental para la ciudad, al verse su posibilidad de explotación como reclamo turístico.

En la zona centro continuarían surgiendo edificios que se transformarían en referentes para la población por su función y/o su gran tamaño, es el caso del Málaga Cinema inaugurado en 1935, obra del gaditano Antonio Sánchez Esteve, que vendría a ampliar la oferta de ocio con la que en ese momento contaba la ciudad.⁸⁷

⁸⁶ Entonces sepultado entre 110 casas, 200 familias y 960 vecinos. «Torres Balbás impulsa las expropiaciones y excavaciones y afirma que “va a intentarse remontar el curso de los siglos borrando la labor de los últimos quinientos años; el resultado será convertir una parte de la ciudad hoy inmunda y miserable en un conjunto de muros y torres de extraordinario valor artístico y pintoresco” (Barrera Fernández, 2014, p. 495)».

Así llegamos hasta 1940, momento en que, tras la Guerra Civil y una serie de intentos fallidos, se crea el Ministerio de Información y Turismo que despliega una serie de campañas en las que se construye una imagen de España que «se revelaría constituida en gran parte por asuntos andaluces, disecados en sus valores sociales y lúdicos debido al paso inexorable del tiempo, lo que se traduciría en estampas cuajadas de artificios (Orellana Plaza, 2013)». En 1941 se inauguraría un equipamiento del que los malagueños se sentirían especialmente orgullosos, se trataba de su estadio de fútbol: el estadio de La Rosaleda. En 1945 la Dirección General de Turismo concederá una subvención para las obras de restauración de la Alcazaba, proponiéndose en ese momento la construcción del ascensor, se inicia la reforestación del monte Gibralfaro y se inicia la construcción de la Hostería, inaugurada en 1948, que hoy es el Parador Nacional. Durante la posguerra los trabajos de reconstrucción de la Alcazaba continúan con un simbolismo adicional, el de una España que recupera las ruinas y los monumentos de la patria, remontando la barbarie de la guerra.

La cuestión de la arquitectura turística en este momento se centraría en el alojamiento. Esos primeros hospedajes colectivos derivan del gran hotel urbano, apareciendo en los entornos de las estaciones de ferrocarril, los balnearios y los enclaves privilegiados. Arquitectura a medio camino entre el alojamiento y el hospital, disponiendo cada estancia de una terraza soleada donde poder tomar los baños de sol, alternando esta posición heliocéntrica con la que viene marcada por las vistas al mar.

Este boom turístico, que se produce entre la década de los 60 y la de los 80, provocará un voraz crecimiento de la capital en donde no todo será arquitectura turística. Se convertirá en el foco de atracción de todos los territorios adyacentes, que verían en el sector turístico una fuente inagotable de trabajo al que se podía aspirar sin necesidad de una formación específica. Así, durante estas dos décadas se produciría la casi duplicación de su población pasando de 267.000 a 503.000 habitantes, y la construcción de 95.000 viviendas⁸⁸, que hoy en día son consideradas obsoletas desde el punto de vista del ahorro y la eficiencia energética.

Entre los años 50 y 70 la intensa actividad inmobiliaria tendría consecuencias nefastas para el patrimonio edificado, al producirse la sustitución del caserío existente y la trama urbana en una gran porción de la ciudad histórica, que elevó la densidad a base de una gran permisividad en el aumento de las alturas⁸⁹.

El desarrollo turístico español en general y el de la Costa del Sol en particular, se produce sobre la base de modelos caducos y arquitectura heredada de ciudad balneario y ciudad jardín de baja densidad, que serán sustituidos posteriormente por bloques de apartamentos y hoteles, sin modificación urbanística que valga. En el estudio del geógrafo y profesor Alfredo Rubio Díaz, titulado “Málaga de Ciudad a Metrópolis” se recogen las alturas características de la ciudad de Málaga durante la Época Moderna. Lo cual nos permite hacernos una idea del enorme cambio al que fue sometido el paisaje urbano.

A partir de los años setenta el desarrollo turístico quedará en manos de promotores privados⁹⁰ desinteresados

⁸⁷ Cerraría sus puertas en 1974 siendo su solar destinado a bloques de oficinas. (Lara García, 2008)

⁸⁸ Dato procedente de la Agenda Local 21 de Málaga 2015 (Marín Cots (coord.), 2015)

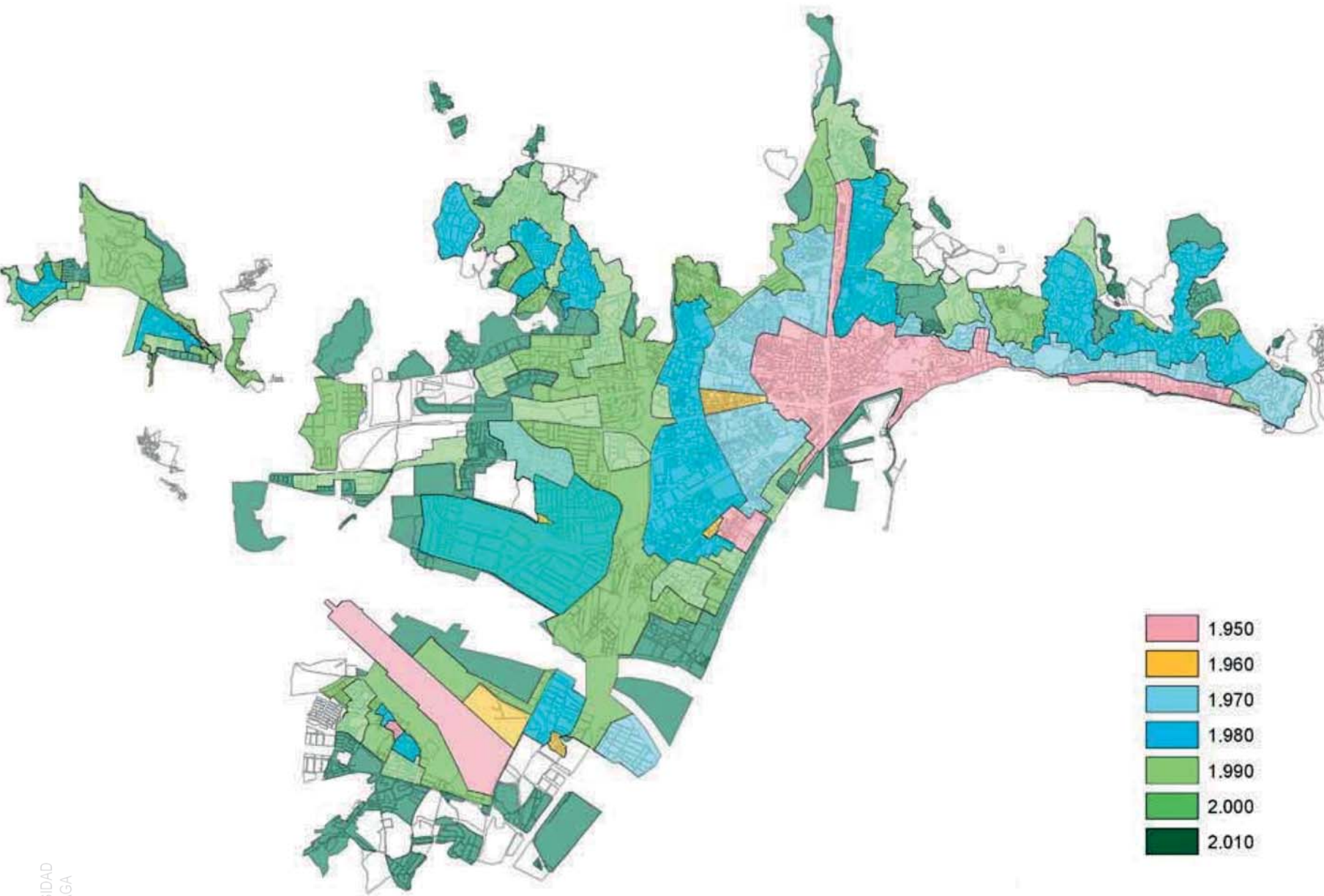


Figura 4. Evolución del suelo urbanizado de Málaga entre 1950 y 2010

en la prestación de servicios, basculando el mercado del ocio hacia la economía inmobiliaria de las segundas residencias. El Estado ofreció facilidades de inversión lo que haría que el fenómeno creciera exponencialmente. El activo turístico del sol y playa se sobrecarga y surge la necesidad de nuevos motores/equipamientos que marquen la diferencia: campos de golf, puertos deportivos... Desde el principio la Administración pública estuvo acompañando este desarrollo con la construcción de infraestructuras que mejoraran las comunicaciones y la accesibilidad en un principio.

En la segunda mitad del siglo XX, continuaron apareciendo en Málaga importantes hitos constituidos por equipamientos de diversa índole que se irán insertando en las nuevas zonas de expansión de la ciudad y que cumplirán la doble misión de servir de reclamo turístico y como motivo de orgullo para los ciudadanos. Se fundará también la Universidad de Málaga, cuya historia daría comienzo en 1968 produciéndose su fundación oficial en 1972 tras la agrupación de los centros ya existentes.

Continuando con el equipamiento de índole propiamente turística y con el atractivo principal centrado en el goce del mar, el sol y la playa, surgen nuevos equipamientos como el hotel Málaga Palacio en 1966, cuyas proporciones lo hacían entrar en clara competencia con un hito referencial de primer orden como era la Catedral; o el NH a la orilla del río que, entre arquitectura eclesiástica, llegó también a constituirse en hito referencial para la población. Junto con estos, y aprovechando el empuje que había traído el turismo de masas, también se construye otro importante hito comercial en 1979 que es el edificio del Corte Inglés, al cual seguirán en la época de los 90 el centro comercial Rosaleda y el centro comercial Larios. En estos momentos ya se empezaba a perfilar con claridad una oferta turística complementaria y hasta, en cierto modo alternativa, a la del sol y playa.

El equipamiento sanitario también es digno de mención entre las novedades de esta segunda parte del siglo XX, y no sólo los modernos y prestigiosos hospitales que se realizan en la ciudad como el Carlos Haya (1956), el Materno Infantil (1981) o el Clínico (1989), sino todos los que surgen salpicados por distintas zonas de la Costa del Sol con la intención de captar a otro tipo de turismo muy específico que es el ‘turismo de salud’.

Se inaugura el palacio de deportes J.M. Martín Carpena en 1999 (el más grande del sur de España tras la ampliación de 2010).

Entre 1971 y 1972, la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, con la colaboración de la Real Academia de Bellas Artes de San Telmo, de ámbito provincial, la Comisión Provincial de Monumentos y el Colegio de Arquitectos, realizaron un inventariado de los monumentos, conjuntos urbanos y parajes histórico-artísticos o pintorescos de la ciudad, merecedores de protección legal⁹¹. El acelerado desarrollo urbano, la des-regulación y la especulación que venían observando, les hacen temer por el futuro del paisaje urbano. Aunque paradójicamente lo peor estaba por venir 15 años más tarde, cuando la tasa de demoliciones anual de edificios con algún tipo de interés ubicados en el centro histórico, paso de rondar el

⁸⁹ El aumento de población debido al boom turístico de la Costa del Sol, la reindustrialización de la ciudad, la especulación sobre el suelo, unido a la falta de regulación y control favorable a los grandes promotores, provocó que en unos cuantos años la altura normal de Málaga de tres y cuatro plantas pasara a nueve y diez «en un proceso escalonado en que cada autorización se basaba en el antecedente de las transgresiones ya cometidas. El propio González Edo expresó que “la verticalidad es lo que ha llevado a Málaga a su total ruina urbanística” y confió en que los nuevos arquitectos cambiaran “los criterios existentes actualmente en que domina la especulación por otros criterios de más altura. Es decir: menos alturas de edificios y más alturas espirituales”». (Barrera Fernández, 2014, p. 500)

⁹⁰ Ver: González Edo, Fausto G. (22 de marzo de 1974) *La especulación destrozó Málaga*. Sol de España.

5,7% en el periodo 1970-1985, al 12,6% entre 1986-1999, alcanzando el máximo histórico en la primera década del siglo XXI, con un 17,2% entre 2000-2011.

En años posteriores, la administración entraría en la programación turística colaborando en tareas de saneamiento de playas, y a partir de los ochenta colaboraría con su rehabilitación y la construcción de paseos marítimos. A partir del último cuarto del siglo XX, también se convertiría en promotora de operaciones especiales como grandes parques temáticos, de controvertidos logros.

Sin duda, el modo de transporte que establece la base territorial del turismo de masas fue el ferrocarril. Aunque no nace con esa vocación, establece las condiciones para la creación de una red de centros turísticos litorales hasta entonces inaccesibles. Más tarde, el automóvil recupera el trazado de caminos y difumina la jerarquía impuesta por el ferrocarril. Pero la pieza definitiva que se encargará de poner a los territorios en el mapa turístico será el aeropuerto.

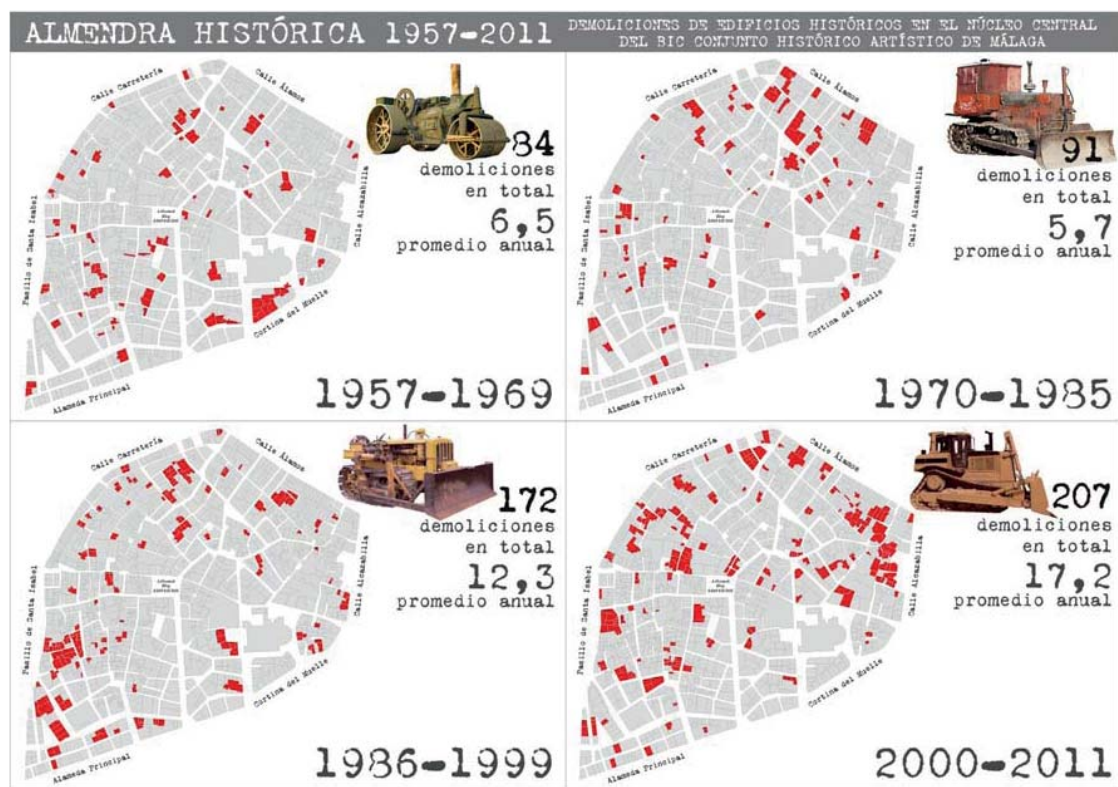


Figura 5. Antón Ozomek 2011. *Geografía del desastre. Una minuciosa descripción del expolio del centro de Málaga, que tiene más casas nuevas que históricas.*

⁹¹ Ver: Real Academia de Bellas Artes de San Fernando. *Cuestionario sobre los parajes, conjuntos y monumentos histórico- artísticos o pintorescos, que no teniendo la calificación de tales, merecen ser oficialmente protegidos.* Madrid; 1971.

1.3.2/ Dinámica transformadora: entre ‘piezas mínimas’ y grandes operaciones.

Ricard Pié y Carlos Rosa⁹², profundizan en su estudio sobre este tema, mediante lo que ellos denominan las ‘piezas mínimas del turismo’. Se trata de la unidad –de naturaleza turística– más pequeña del puzzle espacial, con capacidad colonizadora y transformadora del ecosistema donde es insertada, así como de sus equilibrios sociales, económicos y culturales. Estas unidades son agrupadas bajo dos categorías que son: alojamiento y equipamiento. Perteneciente a la primera categoría encontramos el hotel, y en el segundo grupo incluyen: la marina, el puerto deportivo, y el golf, adjudicándoles al parque temático y al casino un ámbito superior que queda fuera de su estudio. El mismo, es planteado como fórmula para evaluar los procesos fundacionales del turismo y su evolución.

El turismo urbano se basa en los elementos culturales y en su materialización en el paisaje urbano. Como tipología, tiene en España una larga trayectoria remontándose a los albores del turismo moderno. Así, Málaga, entre otras muchas ciudades españolas, se vislumbra como destino turístico de la mano de viajeros románticos para terminar de conformarse recibiendo importantes flujos de visitantes con el auge del turismo masivo de sol y playa. Pero no será hasta las últimas dos décadas, cuando se apuesta por la diversificación de la oferta turística, y la reconversión en ciudad turística⁹³, consolidándose el turismo urbano junto con otras tipologías dentro de dicha oferta.

Los aspectos que caracterizan la evolución de las estrategias de apoyo al turismo urbano han sido la realización de ‘grandes operaciones’ como: la programación de macro eventos de proyección nacional e internacional (caso del Festival de Cine de Málaga, cuya primera edición se celebró en 1998; o los varios intentos por conseguir la capitalidad cultural de la ciudad de Málaga); construcción de museos⁹⁴ (el primero de los cuales abriría sus puertas en el centro histórico en 1988, el Museo Casa Natal de Picasso, tras haber sido declarado cinco años antes Monumento Histórico Artístico); creación de un gran número de palacios de congresos asociados a las urbes de mayor peso específico –la Costa del Sol se había dotado de uno en Torremolinos y otro en Marbella en los inicios de la oleada turística, allá por 1968; aunque en 2003 Málaga decide también tener su espacio propio inaugurando el FYCMA⁹⁵–. En relación al tipo de desplazamiento que generan este tipo de equipamientos, los investigadores María García Hernández y Manuel de la calle Vaquero⁹⁶, añaden que los motivos laborales constituyen el segundo gran componente del turismo urbano, en especial en las ciudades de mayor tamaño y que, frente a los desplazamientos de ocio, aportan mayor gasto por visitante, no sufren de estacionalidad y generan imágenes externas altamente positivas para la ciudad. Si la ‘accesibilidad’ es una condición básica para cualquier destino turístico, para propiciar el desarrollo del turismo de negocios, lo es especialmente.

Por lo que respecta al ‘patrimonio histórico’, como se ha visto a lo largo del apartado, no constituyó un

⁹² (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)

⁹³ De las tres alternativas de reestructuración y reurbanización de los espacios turísticos maduros por los que según (Rovira Soto, 2008) han optado los distintos destinos españoles y que son: reconversión en ciudad turística, hiperespecialización turística y retorno a la identidad local, la Costa del Sol optó por el primero.

asunto prioritario en Málaga hasta bien entrado el siglo XX⁹⁷, a pesar de que otras ciudades habían ya focalizado buena parte de sus esfuerzos en este punto, estableciéndose en ellas una relación entre turismo cultural y turismo urbano muy estrecha.

Llegado el momento en el que el atractivo paisajístico se apaga como consecuencia de la sobrecarga, la degradación y el agotamiento, la industria del turismo se plantea la búsqueda de nuevos motores y/o equipamientos que supongan alternativas viables. Así surgen alternativas como los puertos deportivos, los parques temáticos o los campos de golf que –además de suponer nuevos reclamos para el turismo–, justificarían el nacimiento de negocios inmobiliarios asociados, para cuya financiación, el gobierno del Estado daría grandes facilidades.

1.3.3/ EL borde marítimo.

Los territorios irán descubriendo y haciendo uso, de las ventajas competitivas para atraer turistas que les proporciona el borde marítimo, con lo cual, irán apareciendo piezas turísticas alrededor de él. Es el caso del *pier*, de genealogía portuaria de pantalán de carga y descarga, que se convertirá en oferta lúdica en las zonas donde el baño no se presenta especialmente atractivo. Aunque de soluciones técnicas poco duraderas, se convertirá en el preludio en la búsqueda de las clases populares de atracciones que les permitieran alejarse de la extenuante jornada laboral⁹⁸.

El director del Observatorio de Medio Ambiente Urbano de Málaga y economista Pedro Marín Cots⁹⁹, recoge en el estudio de buenas prácticas que coordina, las tres fases temporales por las que pasa la renovación de los bordes marítimos europeos. Así, explica que durante la época inicial del turismo de masas (años 60-70) la tendencia era la sustitución completa de las actividades existentes por otras destinadas al ocio; en los 80 se incorporará el uso residencial con su matiz especulativo; en los 90 la renovación del borde marítimo entraría a formar parte de operaciones más amplias de regeneración urbana vinculadas con la celebración de grandes eventos (caso de Barcelona o Génova). En el cambio de siglo las ciudades portuarias ven en el borde marítimo la oportunidad de reforzar su propia identidad como estrategia de diferenciación, optando

⁹⁴ Málaga ha realizado una clara apuesta por la política museística, en su esfuerzo por reorientar el turismo tradicional de sol y playa hacia el turismo cultural, habiéndose convertido en una de las ciudades españolas con mayor densidad de museos en su casco antiguo. Con más de 36 museos, de los cuales «muchos de ellos no son exactamente lo que solemos entender por museo», según palabras del conservador de museos Manuel Ramos Lizana. La mayoría están ubicados en el casco Histórico y otros tantos en proyecto. Aunque toda la Costa del Sol (Este y Oeste) cuenta con este tipo de equipamientos en mayor o menor número. Desde el año 2000 han sido abiertos 27 museos en Málaga capital, muy probablemente alentados por el efecto Guggenheim, inaugurado un par de años atrás y por la aspiración a la capitalidad cultural europea 2016. Ni siquiera la crisis iniciada en 2008 provocó la parada de esta apuesta, que en todo caso, sólo fue ralentizada. Para más información sobre fechas de inauguración y previsiones futuras ver el artículo de WIKEPEDIA: “Anexo: Museos de Málaga” en https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Museos_de_M%C3%A1laga [último acceso: 18/07/2016]

⁹⁵ Esta tendencia se consolida como próspera y continúa con su apuesta. Así, en 2014 los antiguos cines Gran Marbella de Puerto Banús, se transforman en el Centro de convenciones TeatroGoya Marbella, en esa misma búsqueda de aprovisionamiento de equipamientos que atraigan al turismo de negocios.

⁹⁶ (García Hernández & De la calle Vaquero, 2014)

⁹⁷ Incluso alguna guía turística reflejaba

el desinterés patrimonial de la ciudad. «Esta ciudad, comercial por excelencia, ha visto desaparecer con indiferencia los monumentos que le legaron sus dominadores, las obras de los árabes y hasta los templos levantados por los que la repoblaron, pero tiene en cambio una animación indescriptible y no carece de edificios modernos dignos de la admiración del viajero, poseyendo la gloria de ser la ciudad andaluza en que la industria ha tenido mayor desarrollo». (Valverde y Álvarez, 1888)

⁹⁸ «Los Champs-Élysées de París, el Tivoli de Copenhagen, el Prater de Viena o la Coney Island de Nueva York serán los servicios que posteriormente, se extenderán a las primeras ciudades turísticas destinadas a la clase obrera, como Blackpool, y cincuenta años más tarde, a los parques temáticos, en sus diversas versiones (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013, p. 43)».

⁹⁹ (Marín Cots, et al., 2012)

¹⁰⁰ (Nebot Gómez de Salazar, 2013)

¹⁰¹ Ortiz de Villajos Carrera, (2010). *El puerto ciudadano*. Artículo online en www.malaga.hoy [último acceso: 11/05/2016] <http://www.malagahoy.es/articulo/opinion/644352/puerto-ciudadano/malaga.html>

por darle potencia a la pieza portuaria que mantiene su actividad básica y que se integra en la vida de la ciudad todo lo posible, publicitando las máximas de mínimo impacto ambiental de construcciones y actividad (caso de Hamburgo o Copenhague).

En Málaga el puerto había sido una pieza clave desde la época romana a escala del imperio –cuyos orígenes se remontaban prácticamente a los del nacimiento de la propia ciudad– constituyendo, junto con el Monte Gibralfaro, el principal referente paisajístico de la ciudad.

Su puerto ha venido siendo ampliado y modificado en su forma según las necesidades de cada época. En la última renovación se optó por el desarrollo de una marina de tercera generación. La operación consistió en la reconversión de gran parte de la marina existente.

Esta estrategia se ha venido repitiendo, con resultados parecidos, por muchos de los países europeos (Francia, Reino Unido e Italia) cuya tradición náutica les había llevado a proveerse de puertos que habían quedado obsoletos y no daban respuesta a ninguna de las necesidades de un gran puerto en la actualidad, lo que les llevaría a reconvertirse en puertos deportivos reordenando y/o ampliando sus instalaciones. Todas las actuaciones contribuirían a crear de algún modo una nueva área de centralidad en el territorio donde se insertarían, ofreciendo una nueva imagen de la ciudad receptora el general y del espacio donde se inserta en particular.¹⁰⁰

Aunque a nivel turístico/económico, en el puerto de Málaga, el objetivo principal era rentabilizar al máximo las instalaciones existentes, a nivel socio-cultural lo que se pretendía era reestablecer el contacto entre la ciudad y el mar, haciendo al ciudadano observador/participe de las actividades portuarias, y recuperando el puerto como espacio público para la ciudad. Las estrategias seguidas no fueron del gusto de todos, ni con respecto al patrimonio edificado, ni con respecto a la relación puerto/ciudad –difícil matrimonio al confluir distintos tipos de intereses/planificación territorial: portuaria y urbana–, lo que sí que se ha conseguido salvaguardar es el patrimonio móvil, los barcos, complemento que refuerza la identidad local de cara al local y al forastero. Así, siguen llegando a día de hoy a nuestras tierras «fenicios disfrazados de cruceristas del siglo XXI»¹⁰¹.

La última intervención que ha sufrido el muelle en el año 2011 también ha dejado algunos puntos no resueltos en este difícil matrimonio, como claramente se pone de manifiesto en el artículo de los profesores María José Andrade Marques y Alfonso Peralta¹⁰², de los cuales, quizás los más dolorosos sean: que se sigue sin producir la efectiva integración puerto-ciudad-mar, que la farola se ha quedado sin un espacio representativo de su importancia y significado en la vida de la ciudad. Por no hablar de los problemas no resueltos de tráfico en relación a los cruceros o la convivencia cruceros-contenedores. En su estudio también invitan a futuros proyectos en relación a otras partes del puerto –muelle 4– a tener ciertos puntos en cuenta a la hora de proyectar su futura transformación.

En junio de 2004, el mismo año de su botadura, atracaría por primera vez en Málaga el crucero Queen

Mary II, el barco más grande del mundo en ese momento (2.500 pasajeros). Aunque la ciudad había estado recibiendo cruceros desde 1994, concretamente este hecho configuro todo un acontecimiento urbano para el cual el ayuntamiento organizó un recorrido peatonal, conciertos de música y visitas a la casa natal de Picasso. Desde ese momento el turismo de cruceros ha supuesto el subsector turístico con una tasa media anual de crecimiento más rápida, siendo Málaga uno de los puertos de la zona litoral con mayores tasas de pasajeros de cruceros.¹⁰³

Los puertos, en tanto que pieza constitutiva del espacio turístico, encarnan la singular conexión entre el buque y el territorio visitado, en camino de ida y vuelta. Es decir, por un lado, el puerto constituye el espacio filtro, presentación entre el territorio y el mar, o podríamos decir entre el territorio y el anhelo, el sueño, el deseo. Deseo que nace, según el filósofo y sociólogo Jean Baudrillard¹⁰⁴, de la tendencia a la simulación propia de la sociedad de masas en respuesta a la falta de «esencias de hechos humanos» en la ciudad y a la nostalgia de sus habitantes de vivir lo real, el contacto con la naturaleza y su emoción en directo. «Deseo que no desea satisfacción, al contrario, el deseo desea deseo (Saarinen & Taylor, 1994)». La perspectiva de que el deseo se extinga debe ser la peor pesadilla de la industria del consumo, la cual se afana en que ello no ocurra no dando tregua al consumidor, siempre despierto, siempre alerta, en estado de perpetua excitación, constante suspicacia e insatisfacción permanente.

El transporte en crucero no tuvo un gran impacto territorial en Málaga pero marcó, y sigue marcando, el futuro turístico de nuestro destino y de otros. El crucero permitía llegar al corazón de la ciudad sin pisar la hospedería de mejor o peor calidad y convertía al turista en un observador sin riesgo de mancharse. En cualquier caso, supuso la necesidad de acometer obras de adecuación en la zona portuaria (creación de terminales de pasajeros, dotación de muelles para embarcaciones cada vez más grandes). Este nuevo flujo excursionista ha tenido impactos¹⁰⁵ muy distintos dependiendo de las ubicaciones y las características de los barcos que atracan. Independientemente de las repercusiones y externalidades generadas, por lo que respecta a los intereses implicados, tanto en lo que concierne a puertos, como a un amplio radio territorial accesible desde el puerto, se ha venido demostrando como un negocio altamente rentable, pero al que sin duda hay que poner límites para ‘no morir de éxito’.

¹⁰² (Andrade Marques & Peralta, 2015)

¹⁰³ (Esteve Pérez, 2014)

¹⁰⁴ (Baudrillard, 1993)

¹⁰⁵ Pensemos en el ultimátum lanzado por la UNESCO a Venecia en vista de las oleadas de turistas que desde hace tiempo inundan la ciudad, parte de las cuales proceden de los enormes cruceros que además afectan negativamente al entorno físico y medio ambiental. Ver: *Venecia muere de éxito* (Gomez Fuentes, Angel 16/07/2016) en http://www.abc.es/cultura/arte/abci-venecia-muere-exito-201607161227_noticia.html [último acceso: 21/08/2016].

1.3.4/ Costa del Sol, Costa del Golf.

Los campos de golf surgirán, entre otras piezas turísticas, como respuesta a la necesidad de usar parte del tiempo de descanso en actividades de ocio. Las grandes extensiones de terreno que ocupan y su repercusión han venido generando a lo largo del tiempo distintos debates. Especialmente desde que dejó de ser una inversión para recalificar el turismo y poner en valor las especiales características de una zona, mediante una actividad de relación directa con el paisaje y la naturaleza; para convertirse en una operación especulativa de «transposición caricaturizada del campo de golf (Joyanes Díaz, 2013)».

La difusión del interés por la actividad del golf se vería apoyada por la gran profusión que tomaron las teorías higienistas –que recomendaban las actividades al aire libre como tratamiento contra todo tipo de males físicos y espirituales–. Este mismo respeto por lo natural sería traspuesto directamente al diseño de los campos de golf, que buscarían el lugar y paisaje más adecuado a las necesidades del juego, procurando alterar lo menos posible las condiciones del lugar.

Luego, durante las décadas 20 y 30, la gran expansión del juego, coincidiría con la invención de nuevas técnicas de manipulación y modelación del terreno y la naturaleza, quedando atrás esta voluntad de preservación de las cualidades autóctonas. El campo de juego es convertido en un producto de consumo más, donde la artificialización, la repetición o el uso descontrolado del agua, darían origen a un prototipo capaz de colonizar cualquier fragmento de territorio, independientemente de sus cualidades y/o personalidad. Esta dinámica se dotará incluso de su propia marca ‘la Costa del Golf’.

La misma tendencia se retomaría tras la Primera Guerra Mundial convirtiéndose en una verdadera industria, en la que se buscaba amortizar a toda costa la ingente inversión necesaria para hacerla viable, por lo que surgirían las operaciones inmobiliarias asociadas, convirtiéndose en ocasiones en excusa para la especulación urbanística.

¹⁰⁶ La experiencia de Calle Larios fue fundamental para que el Ayuntamiento extendiera el proceso de peatonalización a otras calles del centro histórico, así se acometerían las obras de calle Granada, creando un eje peatonal entre plaza de la Marina y plaza de la Merced, calle Nueva y San Juan, plaza de las Flores, calle Strachan y calle La Bolsa, Alcazabilla, Madre de Dios, etc., así como otras intervenciones en los grandes espacios públicos centrales: colina de la Alcazaba, el paseo del Parque o el Puerto.

1.3.5/ El Centro Histórico, la creación de un Barrio de las Artes y la política de Fondos Europeos.

Sería en el año 2002, cuando las teorías de recuperación del espacio público sembradas por la urbanista Jane Jacobs y el filósofo Henri Lefebvre, allá por la década de los 70, se empezaran a materializar por nuestro país. Concretamente en Málaga, la Calle Larios pasaría a ser de dominio exclusivo del peatón, produciéndose un punto de inflexión en la recuperación del Centro Histórico de Málaga¹⁰⁶. Además de las intervenciones en el espacio urbano, se acometieron diversas rehabilitaciones de edificios antiguos

singulares para crear museos y teatros, todo ello en el marco estratégico de la municipalidad para optar a la capitalidad europea 2016. Este es el momento en el que, «la ciudad diversa, compacta y con predominio de la escala peatonal comenzó a recuperar la simbología perdida (Marín Cots, 2015)». A la vez que, paradójicamente fuera del centro histórico, los problemas de dispersión se seguirían ampliando considerablemente como consecuencia del boom inmobiliario¹⁰⁷. Tampoco las primeras actuaciones de índole más social¹⁰⁸ que perseguían reducir la marginalidad y mejorar la calidad de vida de los residentes en general tuvieron gran éxito.

La sociedad ha venido siendo indulgente con la aparición de barrios desfavorecidos siempre que no se constituyeran en germen exportable y quedaran relegados a lugares mal conectados y poco visibles, entre los restos obsoletos de la industria o el ferrocarril y los acosados bordes del espacio natural, lugares de máxima fragilidad física del territorio.

La coyuntura que favorecería la acometida de estos y otros proyectos de regeneración urbana, apoyados principalmente en el valor del patrimonio como recurso estético, estuvo en estrecha relación con la financiación recibida procedente de fondos europeos¹⁰⁹ como FEDER¹¹⁰, Urban¹¹¹ e Interreg. En la última década del siglo pasado el centro histórico padecía un periodo de abandono y despoblación muy agresivo que se empezaría a revertir a partir del año 2000, gracias a las reformas acometidas tras la llegada de dichos fondos.

Contemporáneamente, se inicia con el proyecto ‘Soho Málaga’, una iniciativa ciudadana¹¹³ denominada ‘Proyecto de Renovación Cultural, Comercial y Ciudadana del Ensanche de Heredia: Soho Málaga, el Barrio de las Artes’, que tomaría como modelos experiencias que se habían desarrollado en América 30 años atrás (SoHo de Nueva York o el Barrio comercial y de artesanos de Los Ángeles)¹¹⁴ y que también

acordó que las intervenciones futuras no sólo tuvieran en cuenta el aspecto del patrimonio arquitectónico y las infraestructuras físicas, sino también aspectos sociales relacionados con el empleo, la educación, la formación, la vivienda, la asistencia médica, etc. A pesar de esta declaración de intenciones el resultado general y perceptivo hasta el momento, es que han predominado las actuaciones sobre el soporte físico, quedando a un lado las de tipo social, y que sigue quedando pendiente una mayor cohesión social mediante la mezcla de distintas tipologías de vivienda y de residentes. Cuestión que en ciertos lugares se agrava debido a la sustitución de las viviendas residenciales por alquileres turísticos.

¹⁰⁹ La última concesión de los fondos europeos ha sido conocida hace poco tiempo. Ver: Jimenez, (2016) *La provincia de Málaga recibe 40 millones de la UE para obras y proyectos*. en Diariosur, 04/10/2016, artículo en línea <http://www.diariosur.es/malaga/201610/04/provincia-malaga-recibe-millones-20161004000232.html> [último acceso: 06/10/2016]

¹¹⁰ En torno al 30 - 40% del importe de las acciones subvencionadas por fondos FEDER se ha destinado a áreas urbanas y a intervenciones en el patrimonio inmueble. Comisión Europea. 1999. Estrategia Territorial Europea. Acordada en la reunión de Ministros responsables de Ordenación del Territorio. Postdam.

¹¹¹ A través del programa Urban se intervino entre 1995 y 2010 en 716 edificios y 87 comercios, se remodelaron además 34 calles y plazas y se dieron ayudas para rehabilitar 3.510 viviendas.

¹¹² Daniel Barrera, recoge en su tesis doctoral los datos poblacionales recogidos en la zona intramuros del centro histórico. En 1995 era de 6.208 habitantes frente a los 18.000 que se estimaban en 1960. (Barrera Fernández, 2014)

¹¹³ A raíz de estas actuaciones, impulsadas por la ciudadanía, irán surgiendo otras como la del Barrio Picasso en 2014 de la que hablaremos en páginas posteriores.

¹¹⁴ Los antecedentes de estas actuaciones hay que buscarlos en ejemplos como Montmartre y Greenwich Village desarrollados a principios de siglo. (Chapple, et al., 2010)

¹⁰⁷ «En la Costa del Sol hizo crecer las ciudades de forma considerable en poco tiempo en una espiral de creciente despilfarro e hiperconsumo de recursos naturales y paisajísticos no renovables» (Marín Cots, 2015)

¹⁰⁸ En los 90 se construiría la barriada de la Cruz Verde, que concentraba a población muy desfavorecida en viviendas de régimen especial, lo cual resulto en la creación de un gueto y la despoblación de las barriadas circundantes. A partir de esta experiencia se procuraría aprender del error y se

estaba sostenido por la concesión de fondos europeos. Con el tiempo daría sus frutos provocando la peatonalización de varias calles la reurbanización de la Plaza del poeta Alfonso Canales y el fomento de diversas actividades de índole artística: artes escénicas, teatro, fotografía, música (a través del “Soho Málaga Sound Festival”), mercadillos, talleres, etc. También se decidió hacer intervenciones de arte urbano para lo cual se eligieron a varios artistas de gran reconocimiento nacional e internacional como Faith 47, ROA, Sal East, D’Face u Obey, para que plasmasen sus obras en muros de inmuebles transformando el barrio en una gran galería de arte al aire libre. Básicamente esas fueron las estrategias de instalación de elementos atractores seguidas, que se veían reforzadas por la cercanía del Centro de Arte Contemporáneo de Málaga¹¹⁵, el Edificio de la Equitativa¹¹⁶, el Teatro Alameda¹¹⁷, la Iglesia Stella Maris¹¹⁸ o el Palacio de Trinidad Grund¹¹⁹. Así se conseguía insertar en el tejido del casco histórico a todo el ensanche de Heredia. Efectivamente el año 2003 supone un importante punto de inflexión, se inauguran el Museo Picasso y el Centro de Arte Contemporáneo. Y a partir del éxito mediático que rápidamente cosechará el Museo Picasso, se nutren las argumentaciones regeneracionistas del turismo malagueño, que sentarán las bases para los futuros proyectos. La pretensión era la de crear una fuerte infraestructura museística que compense la falta de notoriedad patrimonial de la ciudad de Málaga, especialmente castigada por las destrucciones de 1931 y por la especulación inmobiliaria de finales del siglo XX, de cara a la candidatura que la ciudad se planteaba presentar para la capitalidad cultural europea 2016¹²⁰. En este momento de euforia todas las administraciones deciden aportar su granito de arena en un ambiente caótico y desestructurado. El resultado de todo este discurso ha sido la conversión de Málaga en la ciudad española con más museos por habitantes.

Su implantación ha seguido un modelo muy atomizado, ubicados en edificaciones históricas sin posibilidades de crecimiento y sin salas para exposiciones temporales o actividades complementarias. Sin el peso específico o la espectacularidad suficiente para atraer suficientes visitantes, la mayoría de los cuales vienen para estancias cortas y con un par de hitos planteados para visitar. Tampoco poseen la dinámica propositiva que sería deseable (salvo alguna excepción) para atraer a los habitantes. El complejo museístico urbano supone un cambio relacional entre cultura y ciudad¹²¹. Siendo el museo el contenedor cultural por excelencia, que conquista calles, plazas y barrios, se convierte en pieza clave de su identidad programa cultural y marca. En este contexto acrítico, el experto en museología y director de diversos museos andaluces Manuel Ramos Lizana¹²², propone acudir a la necesaria voz de la «museología crítica

¹¹⁵ Antiguo mercado de mayoristas de Málaga reconvertido en 2003.

¹¹⁶ Emblemático edificio residencial y administrativo de 1956, que introduciría el modelo del rascacielos americano con variantes autóctonas.

¹¹⁷ Referente de ocio y cultura en Málaga desde 1961.

¹¹⁸ Edificio religioso cristiano del movimiento moderno 1961, cuyo interés arquitectónico lo llevó a ser incoada Bien de Interés Cultural.

¹¹⁹ Edificio del siglo XVIII que albergada a familias de la más alta clase social de Málaga recientemente rehabilitado.

¹²⁰ Los datos con respecto al impacto de la capitalidad cultural no están del todo claros, ya que el baile de cifras que se plantea entre unos autores y otros es significativo. En lo que sí parecen coincidir es en el hecho de que se tiende a exagerar el impacto positivo de la capitalidad cultural y que tras el paso de la misma todo vuelve a su ser anterior en el mejor de los escenarios (si no empeora). «Cuando una ciudad es designada Capital Europea de la Cultura sus pernoctaciones hoteleras se incrementan en un 50%, y al año siguiente el descenso se sitúa sólo entre un 4 y un 10%, aunque todo parece indicar que a la vuelta de dos o tres años el número de visitantes vuelve a ser el que era en los años previos a la designación» (Ramos Lizana, 2008, p. 53)

¹²¹ (Nikolic, 2012)

¹²² (Ramos Lizana, 2008)

que abogue por los valores educativos, de auténtica comunicación y transmisión de conocimiento e ideas, frente a las razones de la propaganda».

Sin intención de hacer demagogia ni antes ni ahora, diremos que el Museo Picasso fue el primero de una serie, pero incomparable en su función generadora de manifestaciones artísticas de distinta naturaleza. Antonio Soler¹²³ lo resumía en una frase muy acertada: «lo que podía haberse quedado en un panteón para la momia picassiana es ahora un pulmón que mete oxígeno en los bronquios de una Málaga, no hace tanto, asmática».

1.3.6/ Evolución del modelo turístico.

Los modelos turísticos de las ciudades en general, y de la ciudad de Málaga en particular, han ido pasando por distintos estadios o modas. Si el primer cambio lo constituyó el cambio del turismo Azul al Gris –dicho de otro modo, el paso del turismo de Sol y Playa al turismo Cultural de edificios Históricos y Museos–, la mutación posterior a esta será el ‘el paso del turismo cultural al turismo creativo’, en el que ante la pérdida de competitividad de los productos culturales ‘monumento’ y ‘arte’, la cultura toma protagonismo como ‘proceso’ y se intensifica la búsqueda de experiencias como turismo activo en el que el visitante participa –tanto desde la vivencia, como desde la elección del producto que satisface sus intereses–. Se trataba de un paso más en la economía postfordista, que centra la búsqueda en la creación de experiencias en lugar de productos.

Esta idea se basa en el surgimiento de la ‘clase creativa’, que argumentaría el geógrafo y economista Richard Florida, con incidencia en tres campos: talento, tecnología y tolerancia. Al respecto han surgido numerosos debates que ponen de manifiesto los puntos no resueltos por Florida, como por ejemplo¹²⁴ que atraer a la clase creativa no produce el paso automático a la ciudad creativa, que es necesaria la inclusión del resto de la sociedad no perteneciente a esa clase creativa, así como el posible impacto en otros aspectos como la industria, el empleo, el bienestar social, la educación, la sanidad o el medio ambiente.¹²⁵

En relación al ‘turismo creativo’, matiza Barrera Fernández que se trata de un turismo localizado en «la periferia del turismo cultural urbano» donde se incluyen, entre otros: creencias, cocina, diseño, medios de comunicación, diversidad cultural, arquitectura, vida nocturna, eventos, así como otros productos en afinidad con los nuevos modos de vida y los valores de los visitantes. Este ‘turismo creativo’ entiende la cultura como el conjunto de códigos de conducta propios de un determinado grupo social¹²⁶.

Si el final de siglo situó al turismo cultural como la solución a todos los problemas de agotamiento de modelos anteriores, el transcurrir del tiempo y la crisis actual han evidenciado que la creación de iconos en abierta competencia territorial, es una opción demasiado cara y difícil, ante lo cual el turismo creativo parecía venir al rescate. La creación de eventos, imágenes, etc., adquieren una potencialidad de atracción

¹²³ Soler, A. (2013). *Diez años de Picasso*. www.elmundo.es (09/11/2013) Archivo en línea <http://www.elmundo.es/andalucia/2013/11/09/527dffc863fd3dee3d8b4570.html> [último acceso: 19/10/2016]

¹²⁴ (Sasaki, 2010)

¹²⁵ Una ciudad que pretenda ser creativa tiene que cultivar y promover la creatividad, la tolerancia y la innovación en todos los aspectos de la vida, llegando en última instancia a encontrar soluciones para la exclusión social. «Basado en los análisis empíricos de Bologna y Kanazawa, “el modo cultural como modelo de producción” se define como un sistema equilibrado de producción y consumo cultural, que saque ventaja del capital cultural acumulado, así como del valor cultural en un sistema donde el consumo estimula la producción» (Sasaki, 2010, p. 4, traducción propia).

¹²⁶ «En la idea de cultura como proceso el protagonismo lo tiene el trabajo de artistas, actores, bailarines y cocineros. En la idea de cultura como producto el interés radica en los museos, equipamientos culturales y monumentos.» (Zukin, 1996)

que parecía adecuada, tanto para posicionar a nuevos destinos, como para proporcionar un aire renovado a los ya existentes. Si la creatividad se asocia con el dinamismo y el cambio, la cultura lo hace con la tradición y la permanencia, siendo capaces ambas, por lo que se intuye a priori, de lograr una estupenda armonía. Este discurso tuvo la complicidad de los sectores culturales, cada uno de los cuales fue reclamando – llegado el momento– su trozo de pastel. Por eso mismo, junto a otros despropósitos, años más tarde, será el propio Florida¹²⁷ quien se retracta de lo que había dicho anteriormente, tras constatar que su modelo generaba más desigualdad que oportunidades, además de llevar aparejada la capacidad para acelerar el proceso gentrificador que, por fases, hace que los artistas se trasladen a los barrios decadentes, luego los negocios que se ponen de moda y por último los residentes acomodados¹²⁸.

Probablemente parte del problema deriva de que los límites entre el ‘turismo creativo’ y la ‘tematización’ no están del todo claros. Y aunque la doctrina patrimonial y turística internacional, la legislación andaluza y las ordenanzas municipales la rechazan de manera expresa, hemos venido viendo como las diversas estrategias que se han ido sucediendo en la promoción de la ciudad histórica han girado en torno a distintos temas que de uno u otro modo terminan por reducir la cultura al espectáculo: ‘Picasso’¹²⁹, el ‘Festival de Cine’, la candidatura a ‘Capital Europea de la Cultura 2016’. Aunque desde que en 2003 diera comienzo el proceso de la picassización de la ciudad [como lo denomina López Cuenca] todos los demás eventos culturales acuden recurrentemente a la figura de Picasso para, a través de ella, vincularse indefectiblemente a Málaga. Curiosamente, a pesar de esta gigantesca campaña el día a día de la ciudad «da muestra de la débil identificación real de la ciudadanía con el pintor (Barrera Fernández, 2014)». El problema de la tematización/creación de marca radica en la manipulación de los discursos y narrativas que se lleva a cabo en el proceso. La antropóloga Yolanda Ferruelo Magán lo explica muy bien: «(...)los referentes activados y los significados conferidos no responden ya a los diversos nosotros del nosotros que puedan representar las distintas versiones ideológicas de la identidad, sino al (sin los) nosotros de los otros, es decir, a la imagen externa y a menudo estereotipada que se tiene de la identidad de los protagonistas (Ferruelo Magán, 2006, p. 88)». Vendedores de almendras, biznagueros o coches de caballos, se convierten en personajes que representan su papel, correctamente ataviados, en el escenario de las calles del centro histórico donde la recreación de un ambiente cultural rebosante, se complementa con la amplia oferta de museos. Se matiza en feria donde queda prohibida la reproducción de música que no sean rumbas, sevillanas o malagueñas, y se fomentan las pandas de verdiales y las peñas flamencas. El turismo se apropia de las manifestaciones culturales y folclóricas llegando a exigir al pueblo que no se muestre como es, sino según la imagen que se tiene de él.¹³⁰

¹²⁷ Florida, R. (2013) *More losers than winners in America's New Economic Geography*. (30-01-2013). www.citylab.com Recurso en línea: <http://www.citylab.com/work/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/> [último acceso: 20/09/2016]

¹²⁸ (Pratt, 2011)

¹²⁹ Sobre este tema el artista Rogelio López Cuenca ha realizado numerosos trabajos. Su preocupación general la podemos resumir en la siguiente pregunta inspirada en la película de James Ivory: ¿hay posibilidad de vida –inteligente, hay que puntualizar– después de Picasso?, ¿qué arte y qué cultura podemos proponer en este contexto? Situado el inicio del proceso de lo que él llama la picassización de Málaga, y la malagueñización de Picasso en 2003, ambas asunciones ficticias con una base de desarrollo real enorme especialmente en lo que se refiere al marketing (souvenir, agencias de viajes, etc.). Para más información consultar el artículo de la Fundación Arte y Mecenazgo. En línea <http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2015/01/20111031-Lopez-Cuenca-repercusion-prensa-completo.pdf> [último acceso: 07/10/2016] y la publicación “Ciudad Picasso”.

1.4/ El espacio social en la ciudad del espectáculo.

Para tratar de conceptualizar nuestro escenario particular, empezamos desde lo global acudiendo, como no podía ser de otro modo, al concepto de «sociedad red» del sociólogo y economista Manuel Castells, que desde que lo acuñara en 1996 se ha visto complementado y perfilado por otros como el de «sociedad líquida» de Bauman, el de «capitalismo flexible» del sociólogo Richard Sennet, o la «sociedad riesgo» del también sociólogo Ulrich Beck. Con respecto a la interacción entre espacio y sociedad ya esbozamos antes –recurriendo al concepto del ‘tercerespacio’ de Soja, y parafraseando a Almirón¹³¹– que: «los lugares del turismo son más que simples ámbitos de interacción y acción social; en los lugares lo percibido, lo concebido y lo vivido adquieren cierta coherencia estructurada y estructurante (Almirón, 2004)».

Desde finales de siglo Harvey, Jameson y más tarde Bertoncello, vienen denunciando los profundos cuestionamientos que sufren las sociedades en términos de ideas, representaciones, grandes narrativas, ideologías, ciencia y formas de aprehender lo real –semilla, en muchos casos, de fragmentación y exclusión social–. Primacía de lo individual por encima de la querencia o pertenencia grupal. Y todo en un escenario de realidad espectacularizada, de difuminación de los límites entre realidad y ficción, y de desjerarquización de los discursos.

La socióloga María Ángeles Durán Herás inquiría: «la ciudad es un señuelo, una oferta permanente de identidades, una invitación a la fusión: pero ¿fusión de qué, a costa de qué? (Durán Heras, 2008)». La ciudad, y concretamente el espacio turístico, es un espacio espectacularizado, especialmente aquellos lugares de imagen inconfundible, nos transportan al teatro, al museo. Con ellas hay quien usa el calificativo de *esquisite corpses* (cadáveres exquisitos). Luego vienen los actores, unos pocos, la mayoría son figurantes o ni siquiera eso. La imagen de nuestras ciudades es la imagen de su marca, de sus lugares turistizados o de sus fiestas.

La socióloga Sharon Zukin¹³² también habla de un proceso de ‘iconización’, de proliferación de referencias simbólicas en el paisaje urbano, donde la cultura actúa como sistema de producción de símbolos, cuya misión es la de añadir connotaciones positivas a la imagen general de la ciudad. «En fechas señaladas el teatro toma corporeidad. Deja de ser solamente un lenguaje de signos arquitectónicos, o ese nivel intermedio que es la ciudad argumentada para los espectáculos de luz y sonido, y se hace representación pura en la fiesta o en la chirigota. (...) Hay que elegir entre el desgaste producido por el exceso de exhibición, de publicidad, y el que deriva del confinamiento y la falta de aparición en el espacio público»¹³³.

En definitiva todos estos conceptos definen un escenario fluido, flexible, fragmentado y voluble, donde el decorado va cambiando más o menos en función de modas o de cumplimiento de objetivos, en el que las verdades han dejado de ser absolutas y la incertidumbre es constante, donde las instituciones han dejado de

¹³⁰ (Ferruelo Magán, 2006)

¹³¹ En este trabajo Almirón recurre a autores como Soja, Lefebvre, Giddens, Pred o Agnew para revisar conceptos como el de ‘espacio’, ‘prácticas sociales’ o ‘lugar’ que considera relevantes para (dice ella) «comprender e interpretar en forma sustantiva y compleja el fenómeno del turismo».

¹³² (Zukin, 1996)

ocupar una posición central y se ha instalado el individualismo hiperconectado gracias a la red. Esta hiper conexión está generando en continuación, nuevas dinámicas impensables hasta el momento, transformando la sociedad en una estructura más próxima a la ‘Teoría del Caos’ que a la ciencia tradicional. Así, la sociedad red no se fundamenta en las TIC, sino en las conexiones que se establecen entre los actores, constituyendo internet su plataforma y su espacio relacional. Es en este líquido amniótico donde se expande la filosofía 2.0¹³⁴, el conocimiento compartido apoyado por el creative commons y los modelos abiertos¹³⁵. Basándose en todo lo anterior, el profesor Eduardo William Secin¹³⁶, propone su ‘modelo de la abundancia e innovación’ como método de aproximación a cualquier transformación que pudiera requerir algún ámbito de la sociedad red y al ámbito turístico en concreto, generando lo que él denomina «Turismo Red» o «Turismo Líquido». De nuevo lo más importante de esta aportación vuelve a ser su capacidad de generar nuevas lógicas relacionales, que superan a las lógicas clasificatorias –imperantes en el estudio de las ciencias de la naturaleza–. Así, en este ecosistema llamado ‘turismo red’ propone analizar los flujos como flujos de relaciones de conocimiento, y no los flujos de los viajes, por ser los primeros los que estructuran las dinámicas del ecosistema. Este punto nos parece fundamental.

Los nuevos agentes en la cadena de valor de este modelo son: el ‘proKsumidor’ que integra las funciones tradicionales de: productor, bróker y consumidor; y el ‘proker’ que integra las de productor y bróker. De cualquier modo, y para validar estas nuevas figuras, cuando el consumidor es también bróker y/o productor, será muy importante que el marcador que él proporcione esté integrado en un ritual colectivo, o que haya algún modo de conectar el propio marcador a una vista que ya hubiera sido marcada por otros. Se asume una gran responsabilidad con esta tarea, ya que ningún detalle que se advierta desde ese lugar privilegiado pasará desapercibido, constituyendo un componente *ad hoc* de la experiencia turística en relación a la fuente. Aunque, como expone MacCannell: «en la actualidad resulta cada vez más difícil ser guía en el circuito humano y planificar un itinerario interesante. A cada lado que miramos vemos el rostro sonriente del ratón Mickey y otros sustitutos artificiales de la experiencia turística, estratégicamente situados para tapar lo insulso, el despilfarro y la explotación (MacCannell, 2003, p. 253)».

Nos interesa ahora añadir a todas las conceptualizaciones anteriores una nueva reflexión y es la que el poeta y filólogo Jorge Fernández Gonzalo, hace acerca del mito del zombi¹³⁷ en tanto que concepto filosófico capaz de representar, por un lado, a nosotros mismos, en tanto que seres contruidos en espacios alienados, en mundos mediáticos, en Internet, redes sociales... –mundos artificiales todos ellos, en los que tenemos que construirnos–. Por otro lado, capaz de representar también a los cuerpos/territorios que habitamos llenos de mordeduras, zonas enfermas, descosidas, deshilachadas o incompletas¹³⁸. Y aunque nuestras sociedades del espectáculo traten a marchas forzadas de maquillar todas esas zonas del cuerpo zombi consideradas inasumibles por el motivo que sea, la propia dinámica de mercantilización agresiva y de consumo irracional, redundante en la enfermedad e incluso provoca la extensión de la plaga, convertida en

¹³³ Al hilo de lo anterior, Durán Heras continúa, haciéndose las siguientes preguntas: «si la memoria urbana es parte de la identidad colectiva, y si la identidad colectiva es el terreno del que emergen las identidades privadas: ¿cómo podrá afirmarse la identidad y la memoria de quien no ocupa lugar en la escena, en la representación? ¿qué formas de identidad propician las ausencias, las posiciones vicarias o derivadas, adorativas incluso de las identidades ajenas? (Durán Heras, 2008, p. 55)»

¹³⁴ Esta filosofía tiene origen en el concepto de la web 2.0 o web social, creada en 2003. Se trata de una plataforma colaborativa, donde los usuarios interactúan creando contenido, pasando de ser usuarios pasivos a activos y dejando su colaboración de ser voluntaria para ser necesaria.

¹³⁵ Una trasposición de los programas de código abierto y que son aquellos que toman el conocimiento como fuente de la ventaja competitiva del sector en que se aplique el concepto.

¹³⁶ (William Secin, 2009)

¹³⁷ (Fernández Gonzalo, 2011)

pandemia¹³⁹. Y es que, como afirma Fernández Gonzalo, incluso nuestros momentos de ocio y tiempos de tregua «se han reintegrado masivamente en la corriente de intercambio capitalista. Ahora no trabajar nos envía directamente al consumo y a la mercadotecnia de lujo, el despilfarro efímero y las lógicas del gasto. (...) descansar ya no significa “no hacer nada”, sino “consumir” dilapidar el dinero acumulado durante los tiempos de trabajo (Fernández Gonzalo, 2011, p. 33)». Esto es así solamente gracias a la organización de la máquina capitalista que gracias a la publicidad y a ciertos mecanismos de perpetuación de producción y de sus condiciones, «se encarga de asegurar la zombificación¹⁴⁰ de sujetos y su vínculo irremisible con el consumismo». Consumismo de lo efímero, de lo transitorio, directamente «se consume el residuo» dice Fernández Gonzalo.

1.4.1/ El papel de la cultura y sus contenedores.

Para salvar esta situación viene la cultura¹⁴¹, y más aún desde que el derecho a la cultura se convirtiera en un ‘derecho constitucional’. Las instituciones culturales recogen este *input* y le dan salida a través de la creación de pequeños o grandes, muchos o pocos, contenedores¹⁴² de cultura, a través de los que acceder a ella. Al respecto, el profesor Franco Bianchini¹⁴³, venía ya advirtiendo desde antes de que se produjera la última gran explosión en la construcción de estos contenedores que: «la contribución más importante que han hecho las políticas culturales a la regeneración de las ciudades ha consistido en la creación de imágenes urbanas capaces de atraer visitantes». Es decir, que su objetivo cultural ni de lejos había sido satisfecho. También es muy interesante la reflexión que hace Ramos Lizana acerca de la repercusión mediática de todo lo que tiene que ver con la cultura: «La cultura es tratada por los medios de comunicación, sencillamente,

que consiente en un capitalismo dionisiaco, de bienes de consumo inútiles, tecnología de ocio regulada y espacios hipercodificados». (Fernández Gonzalo, 2011, p. 35)

¹⁴¹ «La cultura es un resultado, pero también es una mediación; es el conjunto de mecanismos de defensa del yo ante la entrada violenta al mundo por el nacimiento y a la paulatina estructuración psíquica, con la adquisición del lenguaje (Lamas, 1999)».

¹⁴² Branzi, A. y Chalmers, A. (2007) analizan en su libro “Spazi della cultura, cultura degli spazi: nuovi luoghi di produzione e consumo della cultura contemporanea” como son especialmente estos espacios destinados a la producción y al consumo de la cultura los que están sufriendo un retardo mayor respecto a las lógicas de producción social de la cultura y de la innovación como parte significativa de la economía social, con las cuales se está desarrollando la cultura en el siglo XXI.

¹⁴³ (Bianchini, 1999)

¹³⁸ «(...) con zonas expuestas a la mirada y vacíos que nos entregan la visibilidad del fondo, agujeros a través de los cuales pensar, escribir, decir aquello que los grandes relatos de la filosofía habían ocultado hasta hace muy pocos años». (Fernández Gonzalo, 2011)

¹³⁹ (Guerra de Hoyos, et al., 2011)

¹⁴⁰ «(...) el caso es tener algo que hacer en estas subciudades [espacios públicos sustituidos por el simulacro de las ciudades-mall]. Y algo que consumir, siempre de manera indiscriminada, en masa y por propagación constante. El zombi representa en este punto la brutalidad de la estructura económica

como una niña mimada de la que se esperan notables efectos redentores. Y es que la cultura es un ámbito de actuación política en el que con la menor inversión económica se garantiza la máxima repercusión mediática (Ramos Lizana, 2008, p. 49)». A ello se une el consenso sobre las bondades de la cultura y de los bienes integrantes del Patrimonio Histórico, a lo cual, el mismo Ramos Lizana, le pone el matiz negativo desde el punto de la falta de crítica general. Es decir, no se realizan críticas como las de las películas, los libros o la gastronomía, y apunta a que, en el mejor de los casos, la crítica alcanza sólo al contenedor conforme a su dimensión arquitectónica. A ello se une el hecho de que la idea de ‘accesibilidad’ se contamina en el momento en que se descubre que la cultura es un producto más con el que poder comerciar, y es en este devenir recurso cuando el acceso se descuida. Desde entonces hemos visto como, el acceso se va estrechando, porque, paradójicamente y a pesar de ser un derecho constitucional, también se convierte en una actividad económica disneylandizada en la ciudad del espectáculo, [¡no hay escapatoria!]. Merece la pena hacer alusión al museo como paradigma de este contenedor cultural, al respecto del cual destacamos la siguiente reflexión: «Un museo se hace para desarrollar la ciudad. El museo se convierte en expositor de sí mismo, su contenido es una aspiración estratégica. A la primera implantación se condicionan otras, subordinadas. El espacio dominado remite, pues, a una tipología inexistente. A continuación el tipo y el espacio se confunden y su periodo de vida se diluye. Es el plazo en que revierte la amortización de la inversión en imagen. El resto es un decorado (Hernandez Pezzi, 1998, p. 237)». El museo constituye la perpetuación interior de la cultura del espectáculo en desarrollo, fuera de él. Y preconiza en su interior la misma dinámica de consumo respecto a las huellas del pasado, que se hace en el exterior. Estas huellas del pasado son solidificadas en una imagen única, de una integridad que jamás fue tal, se fusiona el espacio geográfico con el tiempo histórico, quedando borrado el carácter exclusivo del lugar y del contexto.

Por otro lado está la voluntad de ‘museizar’ distintas formas de vida/sociedades, tanto de la industria turística como de la conservación histórica –para ensanchar la brecha pasado/presente–, siendo la ‘contemplación’ el ritual llevado a cabo en honor a esa diferenciación, unificando y reforzando el sentido del tiempo presente. Ahora bien, la cualidad geográfica e histórica de las cosas se ha desdibujado de una manera tal que resulta difícil distinguir el ‘mito’¹⁴⁴ en el conjunto del paisaje.

No se plantean en ningún momento, salvo raras y aisladas iniciativas, otras formas más complejas/completas, más de nuestra época, de acceso a la cultura¹⁴⁵, su verdadera democratización. El hecho de no

¹⁴⁴ «El ‘mito’ está constituido por la pérdida de la cualidad histórica de las cosas. La pérdida de la cualidad geográfica de las cosas es igualmente importante en la conformación del mito. Cuanto mayor es la separación entre acontecimientos y geografía que los constituye, más poderosos son los mitos y más fuertes son los tópicos» (Sorkin, 2004, p. 87)

¹⁴⁵ Basta recordar la existencia del día de

los museos, como llamada de atención dirigida a superar el estigma de que los museos pertenecen solamente a cierto tipo de personas, junto a la percepción de mucha gente de que es necesaria una especialización o un conocimiento particular para adquirir el derecho a entrar en ellos. En el artículo de Jessica Leigh Hester, se pone de relieve que, aunque se vienen ensayando diferentes formas de proporcionar un acceso más democrático a la cultura que contienen los museos, ninguna de las que recoge se evidencia como solución. Ni la bajada del precio de las entradas, ni la existencia de días de acceso gratis, ni la presencia de las instituciones museísticas en la red (respecto a lo cual la community manager del Metropolitan Museum of Art, Kimberly Drew, informa de que «sólo un tercio de sus ‘likes’ en Facebook provienen de gente original de Estados Unidos, y aun el porcentaje es menor al hablar de los neoyorquinos») se muestran como soluciones efectivas. Ver: Leigh Hester, (2016). *Why Free Museums Matter*. www.citylab.com (23/09/2016) recurso en línea http://www.citylab.com/navigator/2016/09/why-free-museums-matter/501386/?utm_source=n1_link1_092316 [último acceso: 24/09/2016]

poner en valor la labor educativa, de comunicación y de transmisión del conocimiento, configura un acceso bastante pasivo y elitista a la cultura. Prima la excelencia formal, sobre la expresión. Se crea acceso a una narrativa hegemónica que, en el mejor de los casos, se integra dentro de la identidad, y en el peor no interesa a nadie. El antropólogo francés François Laplantine, hacía una puntualización que nos parece interesante destacar y es que «los materiales culturales son despojos de su contenido cultural (Laplantine, 1979)», lo cual, sigue estando vigente y tiene que ver con desplazar los contenidos culturales hacia referencias míticas no controladas suficientemente.

El *súmmum* de esta situación de prostitución cultural llega con la concurrencia para optar a la capitalidad cultural. Seguramente las iniciativas de este tipo, donde se crean atracciones y se mejora la calidad ambiental redundan en beneficio de todos, propios y ajenos, pero en demasiadas ocasiones ello se realiza a través de proyectos emblemáticos de arquitectura espectacular y costes astronómicos, despreocupados por el programa y empeñados en las pieles de las fachadas y en la manipulación artística de la forma de manera casi egótica. Intervenciones que sólo operan a nivel superficial, quedando totalmente vacías de significado. En opinión de Hernández Pezzi¹⁴⁶, tras ello se esconde el ‘miedo’ a perder el papel hegemónico en la definición cultural de lo que sucede. El miedo a quedarse desenganchado de la Red Global que conforma el turismo, en definitiva, el miedo al descenso de beneficios. Aunque los estudios demuestran que la celebración de estos grandes eventos culturales [para los cuales siempre es posible encontrar una excusa] no tienen un impacto económico inmediato y ni tan siquiera importante, parece que la repercusión, aunque sea difusa en la marca urbana, que pasa a asociarse con la cultura, hace que el esfuerzo titánico valga la pena¹⁴⁷.

Esta misma lógica arrastra a la noción de ‘monumentalidad’, que se ve metamorfoseada en icono identificador del espacio turístico, con lo que ello conlleva. En efecto, «la masificación del turismo es condición del hiperprotagonismo de los monumentos, que dejan de ser referencias culturales para convertirse en partes efímeras del subconsciente colectivo, que les atribuye un valor instrumental, más de intercambio comunicacional que de disfrute cultural (Hernandez Pezzi, 1998, p. 246)». El ‘monumento’ no es más un emblema fijado en la memoria colectiva, sino un artificio atractor de flujos y configurador del escenario de la cultura del espectáculo, catalizador efímero sin valor referencial sobre el que, no gravita más el discurso de conservación o cambio sino «el de manipulación–distorsión o inutilidad–abandono (Hernández Pezzi, 1998)», al que añadimos el de reciclado–desecho. Esta es la misma ‘monumentalidad’ que está ahora en los nuevos iconos generados por la cultura del espectáculo, representativos de las vertiginosas dinámicas de movilidad y cambio tras cuya piel solo se producen relaciones efímeras y superficiales.¹⁴⁸

¹⁴⁶ (Hernandez Pezzi, 1998)

¹⁴⁷ Según el análisis que (Calle Vaquero, 2006) hace de los grandes eventos, estos solo desencadenan flujos turísticos significativos y efectos económicos directos en ciudades-sede en raras ocasiones y en localidades de menor entidad demográfica». A lo cual se une la capacidad que tenga el evento en cuestión, de ser «proyectado de manera callejera»; Ramos Lizana pone el ejemplo del Fringe del Festival de Edimburgo que con su oferta alternativa a la programación oficial llegó a contar con 2.100 eventos y una audiencia superior a 1.300.000 espectadores adquiriendo verdadera repercusión económica.

¹⁴⁸ El primero en interesarse por la tendencia a la simulación característica de la cultura de masas fue Baudrillard en su *L'Échange symbolique et la mort*, (1976); o *Cultura y Simulacro*, (1978). Tendencia que, como dice en su último libro *¿Por qué todo no ha desaparecido aún?* (2010), ha adquirido valores universales.

1.5/ Hecho patrimonial: marca cultural o cultura de las marcas.

El objetivo de este apartado y de la comunicación que le dio nombre originalmente¹⁴⁹, era el análisis del hecho patrimonial como producto de la industria turística –principal promotora de la ciudad del espectáculo–, de cómo las prácticas en relación al mismo, la aficción en los modos de acercamiento y aprehensión de la sociedad en general con respecto al patrimonio, son parte fundamental inserta en la dinámica de la invención del futuro llevada a cabo por las ciudades, en la búsqueda de un lugar en el ranking.

Aceptando el surgimiento del concepto de ‘patrimonio cultural’ como realidad social, en la segunda mitad del siglo XX –donde lo ubica argumentadamente¹⁵⁰ el sociólogo Daniel Muriel–, podríamos pensar que su nacimiento mismo marcaría el inicio de su proceso de decadencia. El concepto de bien cultural sería formulado inicialmente en 1954 durante la Convención de la Haya, viniendo consolidado en los 70, cuando la legislación italiana (Comisión Franceschini) acuñan el término ‘beni culturali’, que designa el derecho público y democrático a su disfrute, independientemente de su titularidad. El creciente interés turístico por el patrimonio cultural, iría de la mano de la creación de normas para su vigilancia, preservación y desarrollo.

Efectivamente, la ciudad como bien cultural se convertía en derecho público y comunitario que la masa ejerce en ‘multitud’. Pero también es esa misma masa la que se encarga de difuminar la ‘huella’ de cada uno en la gran ciudad. La ‘huella’ como marca o seña de identidad y la ‘huella’ como traza del criminal. Lo masivo se convertía en experiencia, en nuevo modo de existencia de ‘lo popular’ y ‘lo popular’ en cultura subalterna dominada.

Este modo de acercamiento y aprehensión ha provocado una aculturación pasiva y acrítica general que hace al visitante acercarse a los hitos que le son propuestos con la única intención de coleccionarlos en su memoria sin de muchos megapíxeles.

El público empezó a interesarse en el patrimonio de forma masiva, cuando el gran proyecto de ‘democratización del saber’ tomo forma, gracias a las tres revoluciones tecnológicas del siglo xx (la radio, la televisión e internet). Ello, junto con el desarrollo de la sociedad del ocio y del turismo cultural, está en el origen de la expansión más significativa del público interesado en el patrimonio y los valores artísticos. La cultura, perdía así, su carácter de realización personal para transformarse en ‘empresa’ y acto seguido en ‘industria’, cristalizando primero en los museos y posteriormente en los monumentos¹⁵¹. Esto provoca la metamorfosis de su valor de uso directamente en valor de intercambio.

Si bien, los museos son considerados por sus conservadores más optimistas como herramientas importantes de resocialización, modernización y reafirmación de los valores modernos, dice MacCannell, que la única

¹⁴⁹ En el año 2010 la autora presentó una comunicación para el XIII Seminario de Bienes Culturales: MARCA + ARQUITECTURA con este título en la cual se destinaba una mirada específica al hecho patrimonial que consideramos de interés recuperar en este momento.

¹⁵⁰ Aunque de manera tradicional el origen del patrimonio cultural tiende a ser vinculado con la Revolución Francesa; con la tradición romántica que le sucede en el siglo XIX; o como algo intemporal, como postulan algunos otros autores; Muriel lo teoriza como realidad que emerge en condiciones de post o tardo modernidad, a partir de la segunda mitad del siglo XX. (Muriel, 2016)

¹⁵¹ Los símbolos del pasado se coleccionan en museos cuando son lo suficientemente pequeños, o se dejan al aire libre en caso contrario y se denominan monumentos, siendo a través de ambos como el presente enmarca su historia. (MacCannell, 2003)

función que personalmente es capaz de reconocerle sin lugar a dudas, es la de formar parte del complejo cultural moderno. Ello, sin desmerecer alguno de los experimentos que tuvieron lugar en los museos para la modernización de las sociedades.

Y es que, como apunta el urbanista Marcelo Brito, el turismo es de por sí «una actividad cultural de expresión económica y manifiesta un *modus vivendi* de una determinada sociedad. (...) El Turismo, como la Historia, es una construcción en que ambos (turismo e historia) organizan un sistema de significados para las manifestaciones culturales (Brito, 2009, p. 35)».

Al final el resultado es el de una serie de productos culturales, llámense patrimonio, monumento, o centro histórico, dispuestos en un catálogo, y fabricado, embalados y difundidos con vistas a su consumo. Esta dinámica es otra más que, en la ciudad del espectáculo, responde a esa necesidad imperiosa de dotar a los espacios de capacidad de atracción de flujos, que los consolide como nodos de importancia en el ‘espacio de los flujos’. Se adapta el espacio urbano a los consumidores potenciales. Las estrategias usadas pueden dar resultados positivos o negativos, pero no aseguran nada. En general esta política urbana se torna en puro marketing, alcanzando a muchos ámbitos, y convirtiéndose en “mercancía (producto a vender), empresa (por su modo de gestión) y patria (por la creación de sentido de pertenencia y de patriotismo de ciudad)”.¹⁵²

Esa serie de productos que vienen seleccionados y puestos en el catálogo, implica un uso político del patrimonio que legitima una narrativa o una realidad social específica, que es relevante para el turista. En este punto los profesores Yaniv Poria y Gregory Ashworth¹⁵³, distinguen entre conservación y patrimonialización, de manera que mientras la primera busca proteger el pasado, la segunda elige para la ocasión o inventa, en su caso. De aquí deriva la necesidad de reinventar los productos patrimoniales una y otra vez, porque el producto turístico es caduco por naturaleza.

Estas dinámicas se concentran de manera especial en los centros históricos de las ciudades, como contenedores primarios del hecho patrimonial. En demasiadas ocasiones en las actuaciones que se programan, resulta privilegiado el binomio histórico-turístico frente a lo social, activándose procesos varios, por lo cuales se desvincula el centro histórico del resto de la estructura de la ciudad, convirtiéndose en un cuerpo inerte, sin alma. Un espacio imaginado para el placer, donde la vida cotidiana parece haber quedado congelada, para ponerse al servicio de las estructuras del ocio. En efecto las intervenciones sobre los centros históricos no sólo tienen connotaciones medioambientales, sino sociales, culturales, espaciales y territoriales. Los intereses de la economía urbana en ocasiones hacen incierto el destino del mismo. Los centros históricos, regenerados para atraer turistas terminan pareciéndose todos entre sí, tienen aspecto de espacio escénico, monofuncional. Los profesores Marién André, Isabel Cortés y Jordi López¹⁵⁴ advierten, de que la conversión de ciertos elementos culturales en productos turísticos puede conllevar su pérdida de significado, simplificación y banalización. La digestión previa realizada del producto para ponerlo en el

¹⁵² En este sentido el profesor Pérez Humanes, relaciona los conceptos “esfera pública, imagen y comunicación”, siempre en continuo cambio y transformación, como los causantes de la aceptación acrítica e impermeable de esta nueva imagen renovada de los espacios.

¹⁵³ (Poria & Ashworth, 2009)

¹⁵⁴ (André, et al., 2003)

mercado, en la manera más sencilla posible, provoca su licuefacción y desaparición en el fluido del espacio turístico.

A esto añade MacCannell que «los museos, monumentos, parques y restauraciones de la sociedad moderna indican que la escenificación de la alteridad y de la organización de elementos dispares en colecciones y representaciones en un único diseño de cuño moderno, (...) convierten la historia, la naturaleza y las sociedades tradicionales en meros aspectos de la diferenciación estructural del mundo moderno: ni siquiera en aspectos privilegiados, o por lo menos más privilegiados que las demás atracciones (MacCannell, 2003, pp. 112, 113)».

Pero el hecho patrimonial también tiene una parte móvil compuesta por su diversidad de pensamiento, cultura, tradiciones y aspiraciones sociales presentes y futuras, que contiene, junto con la inmóvil (territorio y arte), un valor patrimonial trascendental para la raza humana, amenazado por la mercantilización provocada por la industria turística globalizada. Naturaleza, cultura e historia son las tres instancias fundamentales de anclaje de la identidad y del patrimonio regional, enfrentadas con amenazas, desafíos y oportunidades.

1.6/ Variaciones sobre un parque temático.

«Ahora son los nuevos parques temáticos los que nos visitan a nosotros, donde quiera que estemos: la desaparición de lo real ya no se esconde de forma reveladora».

(Sorkin, 2004, p. 141)

¹⁵⁵ «(...) Es cierto que ha tenido sus mejoras, pero también se ha transformado la identidad del pueblo de Sevilla, y se han transformado las relaciones y los comportamientos de todos los sevillanos. Los sevillanos que han nacido después de la Expo del 92 y aquellos que la visitaron de pequeños tienen una mentalidad completamente diferente, se comportan de manera diferente a los que habíamos vivido la otra ciudad. En la ciudad las condiciones políticas y sociales son importantísimas pero las condiciones materiales también». Pérez Humanes en (Guerra de Hoyos, et al., 2011)

Con este título hacemos alusión directa al libro del mismo título que Michael Sorkin escribiría en 2004, para poner de manifiesto la manipulación que han sufrido nuestros espacios, con el parque temático como paradigma de la organización y el control, donde la idea de interacción social casi molesta al objetivo. Y es que, como dice Mariano Pérez Humanes, «unas decisiones estructurales pueden cambiar drásticamente las condiciones de nuestras vidas»¹⁵⁵. Añadido a lo cual, encontramos que la quinta esencia de esos parques temáticos es que no son paisajes para el ocio, sino para el consumo.

Si bien no es posible crear un lugar, por la dificultad que entraña reproducir las relaciones sociales y culturales que lo caracterizan y que sólo el tiempo y la historia pueden generar; su imagen si puede ser reproducida, simulada o replicada. Justo esta es la estrategia de los parques temáticos y de ocio. «Entendiendo el paisaje como la resultante del lugar, como la traducción de las relaciones sociales y culturales que dan forma al locus, el paisaje no puede ser creado, sino únicamente recreado. (...) Más todavía: si el paisaje se reduce a su imagen, a su contenido visual, entonces, repitiendo las palabras de Solà-Morales, el paisaje es reproducible, con toda clase de mecanismos, hasta el punto de que el paisaje, los paisajes, dejan de estar

vinculados a un lugar o lugares específicos y fluyen, de forma errática, a lo largo y ancho del planeta. En otras palabras, el paisaje, los paisajes, una vez simplificados a través de su imagen, no sólo pueden ser recreados sino también creados (Muñoz Ramírez, 2007, pp. 296, 297)».

A nivel funcional, estético y social el crecimiento del turismo urbano, se convierte en un vector de reconfiguración de espacios urbanos. «El desarrollo del turismo tiende a adoptar la forma de las zonas que están planeadas para el turismo (Judd and Fainstein, 1999) en los cuales se implementan una amplia gama de nuevas atracciones para atraer visitantes (Maitland, 2007)». El uso turístico del espacio tiene una clara afección en determinados sectores de la ciudad en los que se evidencian procesos de mutación del paisaje tradicional, que pasan por la turistización, masificación e incluso la banalización, o ‘urbanalización’¹⁵⁶, para terminar convertidos en ocasiones en ‘espacios zombies’¹⁵⁷. El proceso de conversión de las ciudades, en la mayoría de los casos, se hace por y para el turismo, se basa en desarrollos planeados y destinados a atraer visitantes a las zonas turísticas. Por lo general se presta poca atención a cómo esos desarrollos entran en acuerdo con procesos de desarrollo de la ciudad más profundos.

Efectivamente, en estos espacios se producen potentes procesos de mutación que transforman los espacios tradicionales de manera radical (uso, aspecto, cualidades, capacidad socializadora). El cambio espacial más inmediato es la concentración en esos lugares, de infinidad de negocios orientados al turismo (recuerdos, ropa, comida rápida). Muchos de ellos franquicias que desplazan a los negocios tradicionales y que homogenizan el paisaje de todas nuestras ciudades. Al respecto es muy ilustrativo el artículo¹⁵⁸ de Anzilotti titulado “What shopping local really means for cities”, en el cual se destacan aspectos tipo: cómo el sistema de locales existente en las calles comerciales constituyen la cara pública de las comunidades y son esenciales para el carácter de la ciudad; cómo, a pesar de su especificidad local, estas calles reflejan la globalización al mantener el equilibrio entre vecinos y extranjeros; cómo los propietarios de esos locales se convierten en pilares de dichas comunidades, dada la cantidad de tiempo que pasan allí a diario, etc. También dan algunas claves sobre la dinámica que, según los autores del estudio, habría de seguirse para preservar el carácter comercial de estas calles, las cuales no pasan por la embalsamación, ya que las ciudades deben ser ante todo funcionales y las calles deben responder a eso.

Estos procesos se ven reforzados por las operaciones de peatonalización, independientemente de las virtudes de la operación en sí, entre las que destaca la conquista del espacio social por excelencia, de su espacialidad. Aunque todas las virtudes llevadas al extremo terminan convirtiéndose en debilidades¹⁵⁹.

que siguen funcionando con las desfiguraciones producidas por las voluntades de muchas personas o instituciones que quisieron darle una vida configurada a su propia imagen. La vida actual en estos lugares poco tiene que ver con alguna de las previamente imaginadas.» Recurso online www.idensitat.net [último acceso: 14/09/2016]

¹⁵⁸ Anzilotti, (2016). *What shopping local really means for cities*. En CITYLAB 06/10/2016, recurso en línea <http://www.citylab.com/cityfixer/2016/10/the-role-of-local-shopping-streets/503027/> [último acceso: 07/10/2016] basado en el libro “Global cities, local streets: everyday diversity from New York to Shanghai”. De (Zukin et al., 2016)

¹⁵⁹ En el Análisis DAFO de la Agenda Local 21 se enumeran como debilidades, entre otras: «1. En la Ciudad Antigua el éxito de la recuperación integrada de sus calles, plazas, patrimonio arquitectónico y cultural, así como de su actividad económica, está rompiendo el equilibrio o la capacidad de carga entre visitantes y residentes. 2. Pérdida

¹⁵⁶ «La ‘urbanalización’ no significa tanto la homogenización de los espacios urbanos, de las ciudades, sino más bien, y por encima de todo, el dominio absoluto de lo común (Muñoz Ramírez, 2007)».

¹⁵⁷ Filosofía zombi es un libro de (Fernandez Gonzalo, 2011) en el que utilizando la analogía con el zombi como muerto viviente caracteriza a las sociedades de control y las tecnologías de mediación que nos separan del acontecimiento de lo real. En esta línea, los espacio zombies son esos espacios que tratan de ser «revividos por la confluencia de múltiples proyectos, muchos de ellos no finalizados o abortados por otros proyectos, otras políticas, otros intereses económicos, otras circunstancias externas de índole global; dibujan bastos paisajes urbanos

Valorar la potencial pérdida del carácter propio de una zona, frente a la llegada de mejoras relacionadas con el disfrute y el tiempo libre, es difícil. Seguramente Sorkin tiene razón cuando afirma que «la revitalización comercial, la conservación histórica, el turismo y el arte de la simulación no se pueden combinar tan fácilmente. Cuando las fuerzas modernizadoras toman el empuje, el acento en la conservación histórica suele quedar en segundo plano (Sorkin, 2004)». Los procesos de gentrificación¹⁶⁰ transforman las áreas donde tienen lugar y construyen estéticas y atractivos que son valorados por usuarios de la ciudad con gustos similares, que según Maitland son los miembros de lo que él denomina la ‘clase creativa cosmopolita’¹⁶¹. A esta clase pertenecen tanto locales como visitantes y en el encuentro de ambos se refuerza el sentido de su opción. Dice Maitland que para el visitante, la presencia del ‘local cosmopolita/creativo’ perfila el tipo de área donde el primero querrá pasar, al menos, parte del tiempo que dure su visita; mientras que para el ‘local cosmopolita/creativo’ la presencia del visitante añade carácter cosmopolita, reafirmando en su elección. También define lo que, por el momento, ambos consideran importante de esas zonas como una mezcla de: valores estéticos, patrimonio heredado, arte, actividades culturales, variedad en la oferta de bares, restaurantes y tiendas. Todo ello ofrece un nivel atractivo de opciones para la ‘clase creativa cosmopolita’, ya sean turistas, trabajadores o residentes. En este sentido se produce un efecto curioso y es que el visitante se convierte en prescriptor. Sus recomendaciones en foros y redes sociales dan credibilidad y confianza a visitantes potenciales, facilitando alternativas al consumidor que busca productos alternativos y/o más auténticos.

Todo ello coincide con lo que Florida definía como atractivo para su ‘clase creativa’: qué hay, quién y qué sucede, combinado con la alta calidad ambiental de las áreas y la existencia de algún tipo de oferta de actividades recreativas. Todo ello lleva a Maitland a plantear que «el conflicto no se genera entre visitantes y locales sino entre la clase creativa cosmopolita dominante y la población local pobre que ve estas áreas transformadas (Maitland, 2007)». De este modo, el turismo creativo también puede ser visto como fuente de exclusión social, «exaltando la ideología y la cultura de un grupo dominante frente a la exclusión de otros (Prentice & Andersen, 2007)».

A los visitantes se les ve como ‘consumidores pasivos’ del producto preparado para ellos por la ciudad. Dicho producto se basa en los ‘modelos de éxito’ investigados previamente en otros lugares, que se toman prestados y que se trasladan sin ninguna revisión crítica que permita adaptarlos a la idiosincrasia y especificidad del nuevo sitio. Ello, irónicamente, conduce a la ‘estandarización’ de los espacios turísticos

de población en la Ciudad Antigua, motivada principalmente por la incomodidad que a veces supone vivir en el centro, sobre todo para familias jóvenes con niños. 3. El éxito del valor de uso de la ciudad antigua recuperada, extensible al Soho-Barrio de las Artes, conlleva aparejado un aumento del valor de cambio, de forma que las rentas suben, y los comercios tradicionales desaparecen. 4. Ocupación excesiva de espacios públicos por mesas y sillas, especialmente en la Ciudad Antigua. (Marín Cots (coord.), 2015, p. 67)»

¹⁶⁰ Maitland apunta que la gentrificación ha venido formando parte de un proceso por el cual las ciudades se han visto

obligadas a transformarse para satisfacer las necesidades de los grupos dominantes (que pueden diferir de las del resto de residentes), en un entorno de rápidos cambios económicos y sociales. Son distintos los *inputs* que originan dinámicas de gentrificación no estando asociados únicamente a los cambios en el tejido urbano, sino también a los cambios y mejoras en el transporte urbano, como muestran algunos estudios entre el acceso al transporte y los procesos de gentrificación: Misra, Tanvi. (2016). *Así se está gentrificando Los Ángeles*. en CITYLABLATINO. Artículo online: <http://www.univision.com/noticias/citylab-vivienda/asi-se-esta-gentrificando-los-angeles>, [último acceso: 04/10/2016]

¹⁶¹ Esa que prefiere crear sus propias experiencias utilizando la materia prima que la ciudad les suministra.

–Dennis Judd, (2003)–, o la ‘MacDonalización’ que vaticinaba el sociólogo George Ritzer, (1996). Estas estrategias conducen a una simplificación peligrosa, especialmente en lo que respecta a funciones y a hábitats que pueden hacer que las ciudades sean menos resilientes ante cambios globales o nuevas posturas culturales. Otra consecuencia es el hecho de que las ciudades empiecen a parecerse demasiado unas a otras en términos de paisaje urbano, atmosfera, estilos de vida, imágenes, incluso en sus paisajes sonoros.¹⁶²

Las fronteras del turismo son las mismas que las de la consciencia moderna, establecidas más allá de las fronteras de la sociedad existente. A pesar de su capacidad aventurera, los turistas nunca son del todo independientes de una disposición social merced a la cual el anfitrión organiza/facilita parte de las experiencias del huésped, lo cual sí podría suponer una cierta barrera si no fuera porque esta disposición se encuentra en todas partes. «Es una característica interesante del mundo turístico el hecho de que los turistas creen que éste no tiene fin, que siempre hay alguna nueva frontera (MacCannell, 2003)» por superar.

La aspiración última en ese intercambio de creencias con origen en el paraíso bíblico es el ‘paraíso terrenal’ alcanzable a través del turismo. MacCannell define el «paraíso» como una especie tradicional de comunidad turística, ubicada fuera de los límites de la sociedad industrial urbana o de la sociedad campesina, alejado de nuestro mundo rutinario y prosaico. Es el lugar donde se encuentran los exponentes más influyentes de la sociedad. En este sentido se detecta un «retorno de la sociedad moderna a la naturaleza tan unidimensional como lo era el desarrollo previo en dirección opuesta, según la hipótesis de Redfield (MacCannell, 2003)». Aunque el paraíso así definido no se presupone igual de paradisiaco para todos. Habría quien considerara que las comodidades ofrecidas son «para turistas», buscando fervorosamente¹⁶³ trascenderlas en busca de otras delicias no desarrolladas. Este tipo de conciencia de la crítica o de la trasgresión, parece enrocarse aquí en la definición del ‘sujeto nómada’ de Braidotti, como aquel que se resiste a establecerse en los modos socialmente codificados de pensamiento y conducta.

□ La ciudad como marca.

El marketing urbano, encargado de promocionar las ciudades en el exterior y posicionarlas en el sistema global de ciudades, lo hace siguiendo la estrategia de crear una ‘marca’, difunde una nueva imagen de la ciudad que debe ser asociada con valores ya aceptados socialmente, ello permite venderla a turistas, residentes e inversores, pero a cambio se desposee a la ciudadanía de esa cultura. Las marcas otorgan cierto orden y coherencia a la realidad multiforme de la ciudad, haciendo más fácil su lectura, por ello mismo son reduccionistas, eligen un puñado de aspectos con los que diseñan logos y lemas. Con ello se invisibilizan todas las otras narrativas y posibilidades de ser, que presentan otros grupos de ciudadanos y otras partes de la ciudad, siguiendo una estrategia direccional para desviar la atención hacia centros urbanos, espacios emblemáticos o grandes eventos, dejando de lado problemas estructurales de la población o políticas

¹⁶² Véase: (Paolo Russo & Arias Sans, 2007)

¹⁶³ «El fervor que se oculta tras el esfuerzo del turista por trascender las estructuras sociales existentes es comparable a cualquier otra forma de fervor (MacCannell, 2003)».

sociales y de cohesión.

Es la ‘ciudad dual’ de García Vázquez. Espacio para la desigualdad, la segregación y el conflicto, con apariencia deslumbrante de luces y colores.

Lo mismo ocurre cuando de lo que se trata es de ‘tematizar’ un espacio determinado, adecuándolo a una línea argumental concreta, y no la ciudad entera. Esta estrategia representa una manifestación clara de esa dualidad realidad/representación mediante su inclusión en la lógica del ‘parque temático’¹⁶⁴. Francesc Muñoz define el concepto de ‘tematización’ como la exportación al territorio urbano de espacialidades y temporalidades características de los contenedores de ocio y consumo especializado, tales como centros comerciales, multicines o parques temáticos. Es decir, la misma lógica que rige los itinerarios en el espacio y el uso del tiempo en estos contenedores comerciales y de ocio, se exportan a la ciudad real, transformando sus lugares tradicionales según dicho modelo. De manera que, más que para ser habitados diariamente, se configuran en espacios urbanos diseñados para ser visitados intensivamente a tiempo parcial.

En resumen...

Después de todas estas reflexiones sin duda cabe la siguiente pregunta: ¿el turismo es bueno o es malo? Este estudio no pretende vincularse ni con el enfoque positivo de los estudios territoriales del turismo que se centra en las virtudes y potencialidades de desarrollo, ni en las negativas que destacan sus impactos negativos para los lugares del turismo; sino avanzar más allá de ambas, en tanto que realidades constatadas. Para situarnos en este sendero, es importante entender que el espacio turístico es el resultado de una dinámica social¹⁶⁵, en la que ambas dimensiones –la espacial y la social– se retroalimentan mutuamente. Coincidimos con Bertonecello y Almirón, en que es necesario conceptualizar el espacio como ‘espacialidad social’, siendo espacio y tiempo¹⁶⁶ constitutivos de lo social.

Las cosas no siempre son tan inmediatas como sostenía Baudelaire, para quien la forma física de la ciudad cambia de manera previa el alma de su gente. En opinión de Giandomenico Amendola, «el alma parece estar cambiando mucho más rápidamente que el espacio construido de la ciudad (Amendola, 2000)».

Entonces ¿qué hace que un lugar se convierta en turístico? Bertonecello afirma que los atractivos turísticos que hacen que un lugar se constituya como tal, no son atractivos absolutos, sino que son construidos en términos relacionales con las sociedades de origen de los turistas. Urry llama ‘reflexividad turística’¹⁶⁷ a esta capacidad de los lugares de controlar, evaluar y desarrollar su potencial turístico y lo atribuye, entre otras causas, a la proliferación y distribución de los estudios turísticos, así como al nacimiento de multitud de empresas y asesorías. MacCannell, remonta su origen a un momento anterior, en el cual ni siquiera la publicidad tuvo nada que ver, sino que corresponde a un momento y a un «lugar de una relación humana

¹⁶⁴ Jose Antonio Donaire en su artículo *Tematización* señala que «la disposición de estos nuevos espacios temáticos modifica la lógica de las formas turísticas tradicionales en cuatro sentidos: celebración de la inautenticidad, creación de espacios al margen, la concepción integral y la pérdida de las fronteras entre espacio público y espacio privado. En efecto la tematización de los lugares representa la más clara expresión de la tensión existente entre realidad y representación, o bien del sometimiento de determinadas identidades territoriales a un conjunto de concretos intereses comerciales». Artículo en línea <http://clan-destinos.com/2009/03/20/tematizacion> [último acceso: 09/02/2012]

¹⁶⁵ Dinámica social que, como precisa Bertonecello, «tiene en su núcleo la valorización de la diferenciación de lugares en el marco de una definición y construcción territorial (Bertonecello, 2002)» de ese territorio turístico en el cual, socialmente, se articulan distintos lugares. Estos distintos lugares tienen que ver con los territorios de origen y de destino y con las dimensiones materiales y subjetivas de cada uno de ellos.

¹⁶⁶ La sociedad actúa en un espacio, lo incorpora en su dinámica, y al tiempo que lo transforma se transforma a sí misma. (Soja & Ribeiro, 1993) Se genera así una dialéctica entre espacio, tiempo y ser social, de donde nace una nueva manera de comprender la espacialidad a la que Soja denominará ‘Tercerespacio’.

¹⁶⁸ «Hay evidencias numerosas de que esto es así, de que la publicidad convence a cualquiera de consumir cualquier cosa.

entre individuos con ideas dispares, el lugar de un urgente deseo de compartir: una relación estrecha entre un desconocido y otro, o una generación y otra, a través del elemento local. El momento en el que se manifiesta ese...: “tienes que ver esto”, o “prueba esto”, o “siente esto”, es el que da origen a la relación turística que también es la base de un cierto tipo de solidaridad humana (MacCannell, 2003, p. 261)».

Hoy este proceso de construcción de relaciones se ha despersonalizado y automatizado en las atracciones comercializadas, donde los agentes económicos y el funcionamiento de nuestra ‘sociedad red’ tienen un papel crucial. Es por eso que dice MacCannell que las relaciones que se establecen de esta última forma «son poderosas y están muertas» desde su nacimiento. Por ello, «lo turístico» se encuadra dentro del marco de la ‘liquidez’ de Bauman, ya que siempre «está siendo sustituido por nuevas cosas como causa, origen y potencial. Lo único que necesita es cariño y preocupación hacia otra persona y hacia un objeto, que es honrado y compartido pero nunca poseído por completo (MacCannell, 2003)».

Al respecto MacCannell también plantea que, las atracciones turísticas no son ninguna colección de representaciones materiales elegidas al azar, y que en su aparición en los itinerarios, ejercen un derecho moral sobre el turista que a su vez lo dota de universalidad, constituyendo «la base de un sistema general de clasificación de elementos sociales producidos sin esfuerzo consciente (MacCannell, 2003)».

Hay otro tipo de relación que constituye a un lugar como turístico y es la que se establece entre su representación [campo donde los mapas juegan un papel crucial], y el lugar en sí. El sociólogo Rob Shields¹⁶⁹ argumenta que las prácticas del turismo fluctúan entre los espacios: representacional, interpretativo y experiencial, localizados en algún lugar entre la mirada del turista, los paisajes materiales del turismo y los símbolos y representaciones del turismo. Efectivamente, la representación es necesaria, pero no suficiente. Los lugares turísticos lo son, entre otras cosas, por la presencia corporal de turistas, trabajadores y ciudadanos.

¿Será el modelo creativo el futuro? Parece que como está planteado, no del todo. En este sentido, el investigador y agitador cultural Jaron Rowan¹⁷⁰, propone el enfretamiento a las ‘ruinas de la ciudad creativa’, ciudad de grandes contenedores y recursos infrautilizados. Ya que no en todos los casos la ruina está igual de avanzada, lo cual nos prevé de tiempo para invertir el proceso. Aquellos sectores culturales que pedían a voces esos espacios terminaron siendo desbordados. La cultura se puede pensar mucho más allá de esos interlocutores y sectores culturales. Para ello Rowan conmina a dejarla en manos de los ciudadanos, los cuales deben tener su opinión y su empoderamiento para ser capaces de expresarla, se trata de permitir un acceso productivo a la cultura. La ciudadanía necesita generar, colaborativa y colectivamente, su identidad propia, esa que queda oculta por la ‘marca’. Se trata de volver a pensar la cultura como proceso y no como producto. El fantasma que siempre está al acecho es, que la semilla del consumismo se instale y lo termine colonizando todo. Pero ni siquiera eso nos debe alejar del principio básico del producto cultural en tanto que expresión característica de un determinado grupo social. Las industrias creativas que buscan su nicho

Desde esta perspectiva, podría pensarse que un destino o un atractivo turístico es, en rigor, un mero producto de consumo, una especie de puesta en escena para un público de usuarios cuyos gustos se conocen y cuya satisfacción produce beneficios. Si esto es así, los discursos sobre atractivos potenciales, autenticidad de la práctica turística, integración de los pueblos, entre otros, quedan fuertemente cuestionados, y como mínimo merecen ser repensados.» (Bertoncello, 2002, p. 43)

¹⁷⁰ www.demasiadosuperavit.net Jaron Rowan. Participante en las jornadas de pensamiento crítico tituladas “La Ciudad Demudad” realizadas en la térmica a principio de 2016 dentro de la mesa redonda titulada *Arte y Cultura en la Ciudad*. 11/02/2016 www.laciudaddemudada.net

¹⁷¹ (Kavaratzis & Ashworth, 2008) identifica seis aspectos para el futuro del marketing urbano además del mencionado: 1. Necesidad de entendimiento colectivo del marketing urbano antes de su desarrollo. 2. Destaca la importancia de la cooperación y coordinación entre todas las actividades implicadas. 3. Desarrollar el marketing como proceso y no como conjunto de acciones inconexas y esporádicas. 4. Implicar mucho más a las comunidades locales, integrando sus necesidades en todas las fases. 5. Valorar las ventajas competitivas locales. 5. Incluir las fases de control y evaluación en todos los programas de marketing.

¹⁷² Los Sims es una serie de videojuegos de simulación social y estrategia.

¹⁷³ En su artículo pone de relieve la importancia que ha adquirido, a partir de los programas de intercambio universitario promovidos por la UE, la movilidad y las estancias en el extranjero, el fracaso del modelo del campus y el aumento de la importancia de ciertas ciudades como focos de atracción para estudiantes universitarios. También advierte de la débil situación de los estudiantes respecto a los regímenes de propiedad urbana, así como del riesgo de que las comunidades estudiantiles se conviertan en migratorias eternamente, produciendo un patrón inestable en el paisaje creativo, en el cual están involucrados como ‘productores’, ‘mediadores’ y ‘consumidores’. (Paolo Russo & Arias Sans, 2007)

¹⁷⁴ Aunque el calificativo ‘sostenible’

para conseguir beneficio económico existirán, y es bueno que lo hagan, pero lo que es aún más interesante es que ambas busquen su manera de coexistir, aunque sea desde la coexistencia, y que difuminen sus aristas de encuentro. Se trata de entender el ‘marketing urbano’¹⁷¹ como algo más que la promoción turística. Ante esto Rowan propone el ‘procomun’ no como un todo, ni como la solución, sino como la pregunta...

Al hilo de lo dicho, nos parece interesante resaltar dos perspectivas alternativas, de entre otras posibles. Podemos pensar ¿alternativas a qué? Ante lo cual creemos que el punto de comparación lo da el posicionamiento hegemónico que ha confundido la creatividad con el teatro, con el simulacro, con la ciudad de los Sims¹⁷².

El primer estudio del que hablaremos, como ilustrador de la primera de estas alternativas es el de Paolo Russo y Arias Sans (2007). En él destacan el incremento de la importancia que ha cobrado la vida estudiantil¹⁷³ respecto a la competitividad turística de las ciudades, a través de la generación de un paisaje creativo, que podría representar una alternativa válida para «visitantes sofisticados», [podríamos pensar en esos que pertenecen a la ‘clase social cosmopolita’ de Maitland, por tanto, no sólo pensaríamos en visitantes, sino también en locales] deseosos de escapar del consumo en serie de la cultura y de las imágenes urbanas cliché. Al respecto, Florida también se refiere a los jóvenes con educación superior como columna vertebral de la ‘clase creativa’. Entre ellos se genera un entorno donde los estilos de vida, las redes sociales y la fluidez de circulación de la información en general fomentan el crecimiento de economías competitivas y sostenibles¹⁷⁴.

El siguiente estudio que podría figurar como alternativa, es el del grupo de investigadores: Stephen Hodes, Jacques Vork y Roos Gerritsma (2007), en el cual se investiga la conexión entre Amsterdam como un destino gay y Amsterdam como ciudad creativa. Para ello se basan en uno de los tres pilares que Florida se teoriza para las ciudades creativas que es la ‘tolerancia’. El estudio revela que más del 60% de la población gay residente tiene la percepción de que la apertura y la tolerancia hacia la comunidad gay han disminuido, todo lo contrario a la percepción que tienen las comunidades de gays que vienen como turistas. Esta percepción es argumentada como proveniente del aumento de fundamentalismos religiosos, vistos como una amenaza para las comunidades de gays. En resumen, lo que pretende demostrar esta investigación es que la tolerancia y la apertura son condiciones esenciales para el desarrollo de las ciudades creativas. Junto con la tecnología y la innovación, estos dos factores aseguran que los talentos creativos pueden intercambiar ideas con total libertad. No se trata solo de las comunidades gays sino de la interacción entre culturas, disciplinas, conceptos, que dan fruto en la creación de nuevas ideas. Las comunidades gays sirven sólo para dar la magnitud de en qué grado esto puede ocurrir.

El problema de los enfoques que se vienen aplicando, es que fijan el objetivo último en la rentabilidad de la inversión traducida en el aumento de turistas e inversores, pasando por alto alguna de las capas que deben estar involucradas en los distintos proyectos para que estos puedan dar su fruto / rentabilidad.

En el artículo “Rethinking Urban Creativity”¹⁷⁵, sus autores ponen de relieve la necesidad de que las nuevas ideas transiten permanentemente entre tres diferentes capas de la ciudad que ellos llama: ‘underground’ correspondiente a la capa creativa, ‘upperground’ es el nivel de las instituciones o firmas que trasladan las ideas al mercado, y la ‘middleground’ que es la masa de colectivos o comunidades entre los que se habilita la transmisión de conocimiento que precede a la creatividad y la innovación. Esta masa posee un peso específico clave en las áreas creativas de la ciudad para conseguir esa creatividad cultural. El modo de involucrarla es que lo consideren como algo suyo, como expresión propia, que se generan bienes y servicios basados en la propia cultura, arraigados en el territorio, la historia y el saber hacer local. Esto aumenta el sentido de pertenencia al lugar, en oposición a la tendente homogeneización espacial y cultural comentada con anterioridad. Todos nosotros podemos ser creadores ahora. Barrera Fernández añade a esto la afirmación de que «un rediseño sin implicación ciudadana generará una identidad impuesta (Barrera Fernández, 2014)». En este sentido comentaremos más adelante como se gestionó de cara a la ciudadanía y a los visitantes, la reconstrucción de Berlín tras la caída del muro en 1990.

Dicho esto podríamos pensar, que lo adecuado a la hora de enfrentar un proyecto de renovación urbana, sería ignorar el papel de los visitantes y tener solamente en cuenta el de los residentes con lo esperanza de que lo que es bueno para los segundos lo sea también para los primeros. Al respecto John Hannigan (2004), advierte de la necesidad de conducir por el mismo camino al turismo con otros tipos de impulsos de desarrollo, y considerar las demandas de los visitantes junto con las de todos los demás usuarios de la ciudad.

Richards y Wilson (2007), llevan esta misma reflexión al campo del turismo y del marketing urbano y advierten que planear en exceso en términos de producción de la marca y los distintos itinerarios es contraproducente, ya que ello tiende a aniquilar la experiencia siendo anti creativa. Frente a los turistas que contratan un paquete turístico donde todo está programado, están los visitantes que organizan por sí mismos la experiencia, dejando lugar al riesgo, el comportamiento espontáneo¹⁷⁶.

Terminamos este apartado con una provocativa cita de Sorkin: «si a la cultura se la está “Disneyficando” (¡no hay duda de ello!), el único autentico camino que nos conduce hasta ella es precisamente este: subirse a una atracción (Sorkin, 2004)».

proviene del siglo pasado y en la mayoría de los casos se usa como adjetivación difusa e inconcreta, queremos explicar que la sostenibilidad no la entendemos como una serie de recetas mágicas válidas para todos, sino que deriva de un estudio concienzudo de cada caso en particular que deriva en el entendimiento de que no todo vale. De esta especificidad que deriva de la búsqueda inicial de sostenibilidad se obtiene en última término la ‘competitividad’.

¹⁷⁵ (Cohedent, et al., 2011)

¹⁷⁶ «(...)el primer paso para el turismo creativo: si se planea todo, si se destrozan los espacios intermedios, también se destroza parte de la energía que ofrece el pulso de la ciudad... es necesario crear espacios donde las cosas puedan ser más anárquicas y desorganizadas, de otro modo todo se convierte en un centro comercial.» (Walberg, 2006) citado en (Graeme, 2007, pp. 70,71)

2/ ACTORES.

2.1/ De la relación de los actores con la escena.

« (...) Más allá de la expansión espacial de las ciudades, más allá de la movilidad de sus habitantes, el ciudadano tiene una experiencia particular del tiempo: la experiencia de un vacío hundido en el presente de la condición urbana y que lo hace comunicar no sólo con el pasado de la ciudad a través de su mitología y de su patrimonio, sino también con un futuro imaginario. Porque la indiferencia a los determinantes de la extensión, a sus distancias y sus compartimentaciones, así como la sumisión de la movilidad a una lógica de los intercambios centralizada y controlada, han hecho que el espacio perdiera gran parte de su sentido en tanto que fundamento de los “asentamientos humanos”(...)».

(Attali, 2000)

«Los órdenes vitales individuales y sociales, objetivos e históricos, encuentran su ejemplo esquemático abstracto en la simplicidad o la complicación del ritmo, en la longitud o brevedad de sus períodos aislados y en sus regularidades, interrupciones o incluso, en su inexistencia; sin embargo, el desencadenamiento tardo moderno de esa fuerza prometeica y fáustica que es la aceleración social produce un nuevo tiempo social, podemos decir un contratiempo, una quiebra del ritmo, una arritmia, una continuidad ininterrumpida que, a través del incremento exponencial de la velocidad, pretende que el presente se transforme en eternidad. (...) Aspectos constitutivos del proceso de modernización de las sociedades, (...) como la individualización de los estilos de vida, la racionalización de la cultura, la diferenciación funcional de las tareas y ocupaciones y la domesticación instrumental de la naturaleza, no se pueden entender sin un cambio fundamental en las estructuras del tiempo que rigen los diversos ritmos sociales (...)»

(Berriain, 2008)

«(...) A una producción racionalizada, tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular, corresponde otra producción, calificada de “consumo”: esta es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante(...) La presencia y la circulación de una representación (...) para nada indican lo que esa representación es para los usuarios. Hace falta analizar su manipulación por parte de los practicantes que no son sus fabricantes. Solamente entonces se puede apreciar la diferencia o la similitud que se esconde entre la producción de la imagen y la producción secundaria que se esconde detrás de los procesos de su utilización (...) Las prácticas cotidianas de los consumidores, son de tipo táctico. Habitar, circular, hablar, leer, caminar o cocinar, todas estas actividades parecen corresponder a las características de astucias y sorpresas tácticas: buenas pasadas del “débil” en el orden construido por el “fuerte”, arte de hacer jugadas en el campo del otro, astucia de cazadores, capacidades maniobreras y polimorfismo, hallazgos jubilosos, poéticos y guerreros. Tal vez respondan a un arte sin edad, que no sólo ha atravesado las instituciones de los órdenes sociopolíticos sucesivos, sino que se eleva más alto que nuestras historias y une extrañas solidaridades sin llegar a las fronteras de la humanidad (...)».

(Certeau, 1990)

El ritmo implantado en la sociedad actual, en la que la prisa en la carrera por llegar, ha relegado nuestra cotidianidad al frenético paso por el camino que llega al remanso de la inactividad o incluso de la vagancia, convierte a la naturaleza (montañas, valles, y sobre todo playas) en lugares idóneos para el sosiego y el restablecimiento de cuerpo y mente. En nuestras latitudes esa ‘naturaleza’ consiste en una serie de ambientes manipulados y maquillados listos para ser consumidos, simulando ambientes en los que el turista se puede insertar pacífica y casi virginalmente, quedando, idealmente, ‘inmutable’ tras su ida.

El orden económico imperante ha dispuesto su producción y venta mediante imágenes idílicas que, en demasiadas ocasiones, difieren de la realidad encontrada y, por tanto, del uso y la apropiación que se puede ejercer entorno a la misma. En un espacio y un uso del tiempo que se homogeneiza y se extiende, estas ‘tácticas’ de apropiación son alejadas de las comunidades tradicionales que circunscriben su funcionamiento. La maquinaria internacional de persuasión comercial es increíblemente poderosa, nuestras ciudades están plagadas de carteles, la publicidad domina las industrias culturales: el libro, la radio, la televisión e incluso el cine, estableciéndose, como afirma el pensador Dominique Wolton, un lazo muy fuerte entre cultura, comunicación e identidad¹⁷⁷. Pero la ‘identidad social’ siempre es un proyecto en construcción en el que: «las identidades se van metamorfoseando, esto es, van cambiando permanentemente. Parte de lo antiguo es recuperado y, al mismo tiempo, transformado. Es por ello que nunca se puede afirmar la existencia de una identidad social. Siempre la identidad es un proyecto»¹⁷⁸. Proyecto en el cual la globalización nos da los instrumentos¹⁷⁹, pero las distintas comunidades somos las encargadas de dotarlo de sentido, del sentido particular que tenga para cada una.

La ‘tecnología’, tras haber transformado todos los procesos de nuestra vida, se afana hoy en hacer lo mismo con nuestro hábitat, surgiendo ante esto dos respuestas: la que intenta preservar el paisaje heredado y la que dota a toda actuación de su sitio, conectándola con el resto de elementos del sistema e incluyéndola dentro de un proyecto global. Así, el filósofo Felix Duque (2008), habla de tres planos en los que la naturaleza se encuentra estratificada i) el de una «socionaturaleza» en la que todavía las energías son libres ii) el de una «naturaleza socializada» que ha integrado en su seno la producción, almacenamiento y distribución de energías: el «estadio mecanoindustrial» iii) y el de una «tecnosociedad naturalizada» que tiende a la transformación completa del paisaje en dos direcciones: la «reconstrucción imaginaria del pasado» y la «invención fantástica del futuro», quedando el presente fuera de juego en ambos casos. Todas las intervenciones del hombre en la naturaleza a través de la técnica, consisten en una rectificación de lo naturalmente dado para poner orden y concierto, el hombre como colaborador y perfeccionador de “la obra divina”.

Por otro lado, la operación minuciosa de la técnica sirve de modelo para la operación minuciosa de lo social. El mismo modelo de infalibilidad programática de ‘seguridad’ y de ‘disuasión’ máximas, es el que rige hoy el campo de lo social¹⁸⁰. Nada se deja al azar, ésta es la socialización que se inició hace siglos,

¹⁷⁷ A la cultura, la identidad y la comunicación (Wolton, 2007) las llama «la triada infernal» y dice que definen el éxito o fracaso del proceso de cohabitación entre lo global y lo local en su expresión intermedia que es la ‘identidad nacional’. Hoy en día el lazo entre cultura y comunicación es increíblemente fuerte y tienen un objetivo común que es la defensa de la identidad. Dice Wolton, que o entendemos eso o todo estalla.

¹⁷⁸ Robert Castel citado en (Bengoa, 2007)

¹⁷⁹ Como recuerda (Bengoa, 2007) «el mercado no es un redistribuidor de sentidos, sólo de bienes. Puede dar sentido el consumir cuando no se tiene acceso a los mercados pero, al llegar a un cierto punto, se produce una evidente saturación una cierta ‘obesidad’».

¹⁸⁰ (Baudrillard, 1993)

entrando hoy en su fase acelerada.

«Disuasión generalizada de todo azar, de todo accidente, de toda transversalidad, de toda finalidad, de toda contradicción, ruptura o complejidad, en una socialidad irradiada por la norma, volcada en la transparencia de señales de los mecanismos de información (Baudrillard, 1993)».

Esa «aceleración social», provocada por el capitalismo (que conecta productividad con velocidad), que penetra todos los usos del tiempo moderno es la característica de la sociedad de nuestra época. El sociólogo Josetxo Beriain define, la aceleración social como un «incremento de las tasas de caída de la fiabilidad de las experiencias pasadas y de las expectativas futuras, por la contracción de los lapsos de tiempo definibles como ‘presente’ (Beriain, 2008)». A pesar de eso, existen importantes “islas de des-aceleración” dentro de nuestras sociedades modernas (atascos de tráfico, tránsitos en los aeropuertos o las ansiadas vacaciones). La «aceleración tecnológica» comporta una reducción del tiempo empleado en las distintas tareas realizadas, lo que significaría que el tiempo de ocio se convierta en abundante. En cambio, la tasa de crecimiento de acciones y procesos que consumen tiempo está por encima de la tasa de aceleración tecnológica.

Por otro lado, el horizonte histórico del ‘reino de los cielos’ ha perdido ante nuestros ojos la trascendencia salvífica, fortaleciendo la inmanencia. La vida realizada ya no supone una vida superior esperándonos después de la muerte sino que consiste en realizar cuantas más cosas mejor del vasto horizonte que nos ofrece el mundo, entre ellas, el ‘paraíso terrenal’ que invoca MacCannell.

Visitar el mayor número de lugares posibles, realizar cuantas actividades y experiencias extra-ordinarias podamos. Esto es sinónimo de una vida plena. Este frenesí nos aboca a aumentar la velocidad del ritmo de vida, incluso en aquel remanso de inactividad que decíamos, por contra al ritmo de trabajo cotidiano. Incluso cuando estamos de vacaciones y viajamos tratamos de visitar todos los lugares posibles en el poco tiempo del que disponemos, siguiendo horarios, en ocasiones, más estrictos que los laborales. La aceleración también invade nuestro tiempo para el ocio. La pretensión es poder experimentar lo más posible en el menor tiempo posible. La administración del tiempo libre se convierte en una expectativa de salvación ante el miedo de perder algo. Como afirma Beriain en términos de Goethe, «al final dependemos de creaciones manufacturadas por nosotros mismos: cuanto más desarrollado es un país, menos tiempo libre tiene (Beriain, 2008)».

La industria massmediática del entretenimiento, está procediendo a cambiar nuestro medio en un ambiente escenográfico puesto al servicio de tours y catálogos de viaje. Excavaciones integradas física o virtualmente en la ciudad, vetustos cascos históricos aletargados o reconstruidos según la demanda turística, museos escasamente visitados, y multitud de parques temáticos que alejan momentáneamente al turista de su cotidianeidad, generan una megaestructura que recorre la ciudad y que como ella misma tiene tendencia a seguir creciendo tipo mancha de aceite, haciendo esta red lo más amplia posible en modo de generar un nodo que destaque sobremanera en el sistema teatral global.

2.2/ Los Actores Turísticos. Estado de la Cuestión.

Si retrocedemos en la línea temporal, lo primero que nos viene a la mente es la forma en que se ha ido complejizando la escena desde que los primeros viajeros se embarcaran en sus aventuras personales en busca de nuevos escenarios que experimentar –se convirtieron en público excepcional de aquellos que simplemente continuaban con sus vidas–. Hasta nuestros días en que: políticos, técnicos municipales, promotores, comerciantes, hosteleros, académicos, además de la ciudadanía, tienen un papel activo e intercambiable en la escena turística, ya sea como público¹⁸¹ o como actores. Cualquier tipo de trabajo en la escena pública puede convertirse en atracción turística, basta con que provoque extrañamiento y atracción, o con que haya «gente mirando» (MacCannell).

Hablar de las ‘estructuras demográficas tradicionales’ nos sirve de poco cuando el dato se refiere a las ciudades y espacios turísticos. En ellos la variedad de situaciones es tal que convendría pensar en otros índices que nos suministraran datos adicionales de más utilidad. Por un lado la reivindicación de las ‘identidades locales’ a nivel de distrito, barrio o comunidad sugieren esa nueva demografía en la que la diferencia no viene marcada por sexo, edades, ni siquiera por situación laboral. Es la sociedad del mestizaje en la cual cuanta más mezcla existe, más se acentúa la diferencia, ya sea individual o de grupos. Es entonces cuando surgen los problemas sectoriales o grupales, como búsquedas angustiadas de su identidad local, en rechazo a los paradigmas tecnológicos y/o económicos hegemónicos concentrados en el espacio de los flujos. Aunque el resultado sigue siendo que esos grupos marginales no logran acceder a su condición de ciudadanía, no se sienten representados y se produce una decantación que los separa en estratos sociales, lo cual tiene una traducción paulatina a nivel de discontinuidades en el espacio.

Según el enfoque de nuestro estudio, probablemente nos resulte de mayor utilidad hablar de ‘usuarios’ de la ciudad en general, aunque desde el mismo comienzo el abanico se muestre inabarcable.

Los ‘usuarios’ no siempre habitan la ciudad, y sus habitantes no siempre hacen uso de lo que la ciudad ofrece. Hay usuarios regulares y de paso, ocupantes y okupas, propietarios, dueños a los que Durán Heras (2008), añade todas las derivaciones del ex - pre - post (los que son, han sido y serán). La identificación espacial que todos ellos hacen con los espacios van más allá de las puramente administrativas (lugar de nacimiento, residencia, ciudadanía, etc.) y tiene más de afectiva o psicológica. Los ‘afectos’ a la ciudad no son homogéneos, ni en lo que se refiere a los usuarios ni en lo que respecta a las distintas partes y/o aspectos de la ciudad. Durán también habla de que los afectos amor-odio principales se complementan con otros como la tranquilidad, el miedo, el placer, el desagrado, la excitación, la esperanza, etc., en los cuales no está implicado el grado de relación con la ciudad del usuario.

También explica Durán, que para que surja el ‘deseo’ o la necesidad de partir hacia un lugar ajeno basta

¹⁸¹ Dice (MacCannell, 1976) que «el convertirse en público para casi todas las actividades –un proceso que hace a todos los hombres iguales frente a la atracción– constituye una parte necesaria de la integridad del mundo social moderno».

con un poco de conocimiento y mucho de ignorancia, no siendo la atracción lo único que moviliza la acción, sino también el odio o la desesperación ante lo próximo. En este sentido se perciben estrechas relaciones entre el turismo y los fenómenos migratorios que, como advierte el sociólogo y analista Rober Lanquar, es necesario comprender. «La movilidad geográfica tiene un significado social¹⁸² que no puede ser separada del ámbito del trabajo ni de la vida cotidiana, si bien admitiendo que responde a motivaciones diferentes en esos ámbitos». La relativa¹⁸³ facilidad de desplazamiento y comunicación crea nuevos tipos de relación con los lugares, caracterizada por la simultaneidad, la movilidad, la fragmentación, la heterogeneidad y la incertidumbre. Durán lo describe como un nuevo tipo de ‘nomadismo’ y ‘utopismo’, en el cual la simultaneidad de relación se superpone a las grandes distancias físicas. Así, plantea que frente a la identificación espacial tradicional, surge una nueva forma de identificación más multilocal, depositada sucesiva o simultáneamente en varios lugares, combinando lugar de residencia, región, país, etc., y acercándose más a la definición de ‘sujeto nómada’ de Braidotti. Lo que –Matthew Fforde, (2005)– llamó ‘des-socialización’ o –Anthony Giddens (1990)– des-arraigamiento. La escritora Gertrude Stein matiza que «es muy bueno tener raíces, mientras uno pueda llevarlas consigo».

El, cada vez más extendido, hábito de pasar fuera de la vivienda principal muchos días al año, por el motivo que sea (laboral, vacacional, etc.) genera nuevos tipos de identidad espacial con nuevas y distintas organizaciones espacio-temporales. Esa posición central del consumo en la vida de los individuos, que marca la reorientación hacia el sector terciario de los usuarios de la ciudad en general, esa curiosidad hacia lo nuevo en nuestros hábitats en constante mutación, la disponibilidad a la sorpresa y a realizar experiencias distintas, son actitudes que caracterizan la nueva relación de la gente y del contexto urbano en el que se encuentra, independientemente del tipo de uso que haga de él. Esto es lo que lleva a Amendola a afirmar que «cualquiera puede volverse un turista en su propia ciudad (Amendola, 2000)».

Es la calle el espacio de ‘encuentro’ con esas otras formas de organización por antonomasia, aun habiendo perdido gran parte de sus funciones informativas, simbólicas, de esparcimiento o de comercio; aunque se pretenda sustituir por las autovías o autopistas de la información, a pesar de todos los efectos segregadores o discriminatorios de sexo o cualquier otra condición, de la falta de seguridad o del exceso de control, no hay un mecanismo relacional de mayor valor que la calle.

La ciudad no es un concepto, es ‘realidad sensible’ construida cada día mediante oficios y relaciones. Relaciones adecuadas y formas de habitar dependientes de las características de cada espacio, al menos de forma ideal, diversidad de espacios que da riqueza, pero también complejidad. Pero ese ideal no lo es para todos, la ciudad genera contradicciones y condiciones no equitativas de vida, trabajo y relaciones.

El proceso de urbanización de la vida que solidificó en un sofisticado sedentarismo, no ha traído consigo la eliminación de la alternativa nómada como posibilidad de vivir en el mundo. La ciudad que tradicionalmente se constituyó como forma de asentamiento, pertenencia y permanencia cuenta con una población sin arraigo

¹⁸² El significado extremo se adquiere en sociedades tan desfavorecidas para las que la movilidad geográfica se convierte en su única vía de escape. La antigua Ministra de Turismo de Malí, Aminata Traoré señalaba que «emigrar se convierte en el único proyecto de sociedad para los habitantes de Sahel». En (Lanquar, 2007)

¹⁸³ Con el término ‘relativa’ aludimos a esas fronteras aún existentes con otros países u otras derivadas de sentimientos nacionalistas o culturales. A la disparidad global existente entre la capacidad y la libertad de movimiento, o entre el acceso y uso de las telecomunicaciones. La principal paradoja es que este mundo crea, al igual que la ciudad postmoderna, un espacio virtual de islas separadas entre sí, al que sólo tienen acceso los que tienen capacidad de conexión. A los que no pueden o no saben navegar no les vale la metáfora del archipiélago. A la pobreza de ‘capacidad’, se añade la de ‘movilidad’ que se resume en pobreza de ‘acceso’, base de la discriminación urbana.

ni pertenencia a ella, trashumante, nómada. En este caso nos referimos por un lado, a los «habitantes de la calle», como esa población excluida del mundo ‘formal’, encarnación de la ‘ciudad dual’ «evidencia dolorosa de una sociedad inequitativa, desigual, injusta, pero que a su vez, se muestra como un grito insistente de rebeldía, desacuerdo, desaprobación frente a muchas prácticas y realidades sociales que deben confrontar (Correa A. & Zapata, 2015)». Población de la que nuestra realidad posmoderna se ocupa más bien poco, eclipsada por las vivencias de los globales, extraterritoriales y trotamundos.

Por otro, también nos referimos a todos esos habitantes temporales, usuarios intermitentes, turistas o viajeros, cuyas convenciones, costumbres o normas sociales no siempre están de acuerdo con las nuestras, o sí. Los patrones de dispersión de estos grupos no suelen coincidir en el espacio de manera premeditada, de manera que los primeros son expulsados de los lugares donde gustan de ir los segundos. Mientras que el primero viaja porque «no tiene otra elección soportable», el segundo lo hace porque el mundo a su alcance (que es todo) le resulta «irresistiblemente atractivo». Apunta Bauman (1999), que de los «vagabundos» o ‘habitantes de la calle’ –como los hemos llamado aquí–, se podría decir que son «turistas involuntarios». Para el resto de los habitantes de la ciudad, [esos que sí encajan de algún modo con el canon] ambos grupos son como ‘los balizadores del desierto’¹⁸⁴, están en algún lugar tratando de descubrir el confín del desierto mientras no los vemos, hasta que hacen su aparición, causando sentimientos que van desde la curiosidad, el recelo o el asco, al miedo.

MacCannell ya argumentó que los turistas habían generado una nueva clase ociosa, pero ¿cabría preguntarse si turistas y habitantes de la calle (salvando las diferencias) son los sustitutos de los guerreros y sacerdotes de Veblen¹⁸⁵, conformando una nueva clase ociosa, al menos con carácter temporal? Bauman nos da la respuesta: «en la sociedad viajera, turismo y vagancia son las dos caras de la misma moneda. (...) La línea divisoria entre ellos es tenue y no siempre nítida; es fácil cruzarla sin darse cuenta (Bauman, 1999)».

2.2.1/ Modos de vida en tránsito.

El escenario demográfico que se nos plantea en la actualidad es el de un conglomerado disperso, áspero y lleno de tensiones, de pieles físicas y circuitos invisibles. Las redes agrupan perfiles relacionales y de actividad de un poder adquisitivo y cultural muy alto y muy disperso.

Hace bastante poco que el binomio residente/turista lograba explicar algunas de las dinámicas que se producían en la ciudad, en la cual, a nivel espacial, también podíamos hablar de espacios turísticos y espacios no turísticos¹⁸⁶. Posteriormente, la multiplicación e hibridación de las formas de vida, ha empezado a colmar los intersticios con nuevas figuras, ninguna de las cuales pertenece a las categorías anteriores. Ahora que la movilidad del hombre se vuelve permanente, que ya no es suficiente con moverse sólo una vez, sino que hay que estar moviéndose todo el tiempo, se necesita crear constantemente, reformar lo

¹⁸ “Los Balizadores del Desierto” es una película del director tunecino Nacer Khemir de 1984, en la que se describe la vida de un pueblo perdido en el desierto, al que llega un maestro y donde sólo viven mujeres, ancianos y niños. Los hombres son víctimas de un maleficio y andan vagando por el desierto, tratando de descubrir sus límites y de vez en cuando hacen su aparición causando el evento más importante de la monótona vida de todos allí.

¹⁸⁵ Veblen, T.; Mellizo, C. (prólogo y traducción) (2004, 1ª edit. 1963) Teoría de la clase ociosa. Madrid: Alianza Editorial.

¹⁸⁶ Quaglieri Dominguez y Paolo Russo (2010) argumentan en su artículo la paulatina desaparición de esta dualidad típica de las modernas concepciones de la geografía del turismo, que ha pasado a «un *continuum* de inscripciones y significaciones subjetivas del paisaje urbano por parte de un abanico potencialmente muy vasto de “usuarios urbanos”» que entrelazan relaciones de calidad diferente con el tejido urbano, logrando que el turismo no sea una capa más de la ciudad hojaldre «sino que se integra en – y pone en movimiento – la ciudad “sedentaria”»

reformado, correr cada vez más deprisa. Aquí el ‘sujeto nómada’ de Braidotti no sólo supone la superación de las concepciones dualistas, como es el caso del binomio anterior y el planteamiento de la posibilidad de sujetos descentrados, no unívocos y pivotantes, sino que además adquiere una acepción adicional al añadirsele esa tendencia al desplazamiento compulsivo. Aunque la globalización no afecta a todo el mundo por igual.

Por un lado, las ‘bolsas de marginalidad’ que quedan en los intersticios de la red han pasado –a un ritmo vertiginoso con esta crisis que vivimos– de afectar a los sectores de los invisibles y excluidos, a alcanzar a las zonas de clase media, a las que la pérdida de empleo les ha supuesto la exclusión de los sistemas de bienestar e incluso la salida de sus lugares residenciales familiares originales. También han producido una turbulencia social las crisis de refugiados, las migraciones voluntarias u obligadas, en todas direcciones. Periferias de periferia que eclosionan en nuevas degradaciones sociales. Población joven que no conoce apenas la ciudad central, semiexcluidos de la carta de ciudadanía. Los emigrantes ya no son una categoría aislada, sino una reserva de fuerza laboral emplazada en áreas metropolitanas con idiosincrasia propia que vuelven a quedar vacías ahora que nadie necesita de ella. Los grupos marginales afectados por drogas o delincuencia tienden a conformar tribus a semejanza de las ocasionalmente cohesionadas por conciertos o fútbol. Pero, a diferencia de generaciones anteriores, muy pocos defienden su aislamiento, sino que buscan expresarse pacífica o violentamente en el marco urbano que consideran suyo, o al menos, violable circunstancialmente por ellos. También han sufrido una aceleración transformadora los grupos sociales que reniegan de sus raíces o perspectivas parentales para atribuirse un papel secundario marginal de todos los procesos de producción, ajeno a cualquier interés por la formación, porque ya no asegura empleo.

Por otro lado, aunque el viaje se ha convertido en un aspecto totalmente integrado en nuestra cultura del bienestar –dejando de constituir un hecho excepcional–, no dejamos de percibir la disparidad global que existe en la libertad de movimiento tanto fuera como dentro de los países y estados, dependiendo del poder del estado y el acceso al capital¹⁸⁷. No hay más que pensar en las restricciones de entrada, los registros interminables en los aeropuertos, los grupos desatendidos; cuestiones que contrastan con la élite global que viaja libremente, vive una vida de consumo y está en la búsqueda continua de reinventarse a sí misma. Y es que las palabras de Adler¹⁸⁸ siguen teniendo vigencia absoluta: «la libertad de movimiento nunca ha alcanzado el estatus de derecho humano reconocido universalmente». E incluso, como dice Bauman, «podría considerarse la metáfora de una nueva estratificación emergente», ya que el acceso a la movilidad global se ha convertido en el más elevado de todos los factores de estratificación. Mientras que algunos gozamos de libertad de movimiento sin papeles, a otros no les está permitido permanecer en un lugar por esa misma razón.

En el siguiente mapa se muestra los territorios redimensionados en función de la cantidad de turistas que produce cada uno. Aunque la información no está actualizada, hemos decidido mostrar esta representación

¹⁸⁷ De ello tratan Bianchi, R. y Stephenson, M., (2014) en su libro *Tourism and Citizenship: Rights, Freedoms and Responsibilities in the Global Order* (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility). Resaltan las fuerzas de la globalización neoliberal económica, frente a la Resistencia social como área clave de tensión en la próxima era. Ante ello responden enfatizando la ética del turismo como motor de la ciudadanía global. Ello pasa por institucionalizar un sentido de normas compartidas, unas obligaciones recíprocas y unos lazos de solidaridad reforzados.

¹⁸⁸ Adler, J. (1985) *Youth on the road: reflections on the story of tramping*. *Annals of Tourism Research*, 12(3), pp. 335-354

por su gran simplicidad y concisión visual para entender el fenómeno en un solo vistazo.

El fenómeno turístico registró en 2003, 665 millones de viajes –en estos viajes se incluían tanto los desplazamientos fronterizos, como los vuelos transoceánicos–. La mayor tasa provenía principalmente del Oeste de Europa, Norte América y Europa del Este. La menor cantidad venían del Centro de África, el Sureste de África, y el Sur de Asia. Como promedio, se obtuvo en el estudio un intervalo que se movía entre las 3,66 veces/año que se desplazan los residentes de Antigua y Barbuda y los 0,0002 veces/año que lo hacen los habitantes angoleños. Menos del 0,02% de la población angoleña viaja al extranjero por turismo en 2003.

Como complementario a este mapa tenemos el de los destinos, es decir, cuáles fueron los destinos que recibieron a más turistas en el mismo periodo. Donde España destaca como la tercera potencia mundial en ingreso de divisas y la segunda (tanto a nivel mundial como europeo) por número de visitantes.

Actualmente en la sociología se sigue en torno a los debates que tratan de definir la era «pos» posicionándose entre la definición de un «nuevo turista» con nuevas exigencias y demandas que producen la superación del anodino «hombre-masa» fordista; y los que no ven más que un proceso de maquillado sobre actitudes propias de etapas pasadas.

Varias son las organizaciones y autores que han tratado de atajar el problema de definición del ‘turista’ a lo largo del tiempo. Para ello se han seguido distintas teorías, desde establecer la dicotomía turista – visitante (OMT) donde el factor diferenciador es el tiempo de permanencia de la persona trasladada «a un país distinto del suyo» [no se tiene en cuenta los traslados dentro del mismo país ni su motivación]. Cuando se analizan los sistemas de motivaciones, se hace necesario la aplicación de esquemas flexibles, ya que entre un extremo –donde podemos colocar las migraciones por supervivencia–, y el opuesto –el viaje voluntario vacacional–, se encuentran infinidad de situaciones intermedias. En efecto, «la distinción dicotómica entre el espacio sociotemporal de la vida cotidiana y el de la vida turística hace tiempo que ha perdido capacidad para explicar la realidad social ligada a la dinámica turística (Mantecón, 2008)».

Urry (2002) añade a lo anterior, que la búsqueda de la autenticidad¹⁸⁹ tampoco es factor de motivación, ni de organización válido de la actividad turística. Situación que Martin Feifer resumiría en 1985, construyendo la categoría del ‘post-turista’ – aquel que asume y acepta la falta de autenticidad–, siempre que logre alcanzar sentimientos y vivir experiencias placenteras y a ser posible diferentes¹⁹⁰, a las que hay que dotar de un marco de seguridad¹⁹¹, que alejen lo más posible situaciones imprevisibles o indeseadas.

No es sólo la falta de autenticidad la que no se cuestiona, es que hemos logrado, institucionalizar la «espuriedad en los valores y en la cultura material de áreas enteras de la sociedad (MacCannell, 2003)». E incluso que la pretensión y la chabacanería a que ello da lugar, generan la creencia de que en otro lugar, distinto del aquí y ahora, existe una sociedad genuina. Puesto que los elementos pueden ser comprados y vendidos por todo el mundo, es el «reino de lo comercial» el que establece la línea divisoria entre lo

genuino y lo espurio. La mediación de la comercialización en la visita turística no implica necesariamente que no pueda existir un encuentro «puro», afirma MacCannell, entre el turista y la atracción. [Nunca olvidaré la primera vez que vi el Panteón de Roma, o las pirámides de Egipto, me cayeron lágrimas de emoción].

La mayoría de los estudios localizados tienen que ver con la afección espacial del fenómeno turístico en la ciudad, pero hay muy pocos que se centren en la ‘experiencia de los visitantes’. Stephen Page advierte, que «la experiencia turística del turismo urbano... es un fenómeno complejo, un estado de ánimo, un modo de ser, y sobre todo, más complejo para los investigadores que un simple conjunto de construcciones que puedan ser medidas, cuantificadas y analizadas cuantitativamente (Page, 2002)». Abundan más los estudios sobre la producción de espacios que sobre su consumo, sobre el punto de vista del productor, más que sobre el del consumidor. Eugenia Wickens redonda en esta idea al afirmar que, todos esos «intentos que se han realizado por subdividir a los turistas según una serie de tipologías... descuidan las opiniones de los propios turistas (Wickens, 2002)». «Los visitantes y sus percepciones no pueden ser acomodados dentro de una simple clasificación tipológica (Maitland, 2007)».

Adrian Franklin, advierte de que la gente ha adquirido nuevas competencias y habilidades que le permite interpretar mejor lo que ven. Estas nuevas competencias les posibilitan la interpretación de signos y marcas, que les permiten reconocer y navegar por distintas áreas, incluso por las que no han sido diseñadas como zonas turísticas o no se encuentran dentro de los itinerarios oficiales. Paolo Russo y Quaglieri Dominguez (2010), hablan de una cotidianeidad caracterizada por la adhesión a modelos culturales de dos tipos: ‘específicos’ y ‘globales’. Son estos segundos lo que le confieren al individuo un perfil cosmopolita que le permite desarrollar una rápida aclimatación en cualquier contexto urbano globalizado donde, prescindiendo o no de los filtros que establece la industria turística, pueda moverse con familiaridad por cualquier espacio. Es en estas afirmaciones donde Maitland encontraría la justificación de que las necesidades y demandas del turista se superponen con las del resto de usuarios de la ciudad, y es en ellas también donde se encuentra la conexión entre el turismo y los otros motores de desarrollo de las ciudades. Cada vez más, las teorías que enfatizaban el importante rol de la inversión en infraestructuras, están siendo sustituidas por las que resaltan el papel del capital humano de calidad. Sigue siendo crucial, obviamente, tener buen transporte público, buena arquitectura, galerías de artes, bares, restaurantes, etc.

Florida afirma que la gente no ve el lugar donde vive únicamente como lugar de trabajo separado de los lugares que visitará en sus momentos de ocio o en sus vacaciones. Sino que lo que se busca son espacios de alta calidad en tres dimensiones: qué hay, quién y qué sucede. El comportamiento de un residente en su tiempo libre es bastante parecido al del turista¹⁹². Hoy más que nunca, cuando la deslocalización del trabajo es un hecho consumado, esta afirmación cobra un sentido completo en tanto que las personas son capaces de analizar y decidir en base a ello, cuál será su lugar de residencia.

¹⁸⁹ «La experiencia turística que proviene del escenario turístico está basada en la no autenticidad, y como tal resulta superficial (...). Resulta moralmente inferior a la simple experiencia. Una mera experiencia puede mistificarse, pero una experiencia turística está siempre mistificada. Además, la mentira contenida en la experiencia turística se presenta a sí misma como una revelación verdadera, como el vehículo que transporta al espectador detrás de los falsos frentes y se adentra en la realidad». (MacCannell, 2003, p. 136)

¹⁹⁰ (Cohen, 2005)

¹⁹¹ (Sorkin, 2004)

De cualquier modo, la diversificación de los tipos de turistas, provoca distintas pautas de interacción entre anfitriones e invitados que van, desde el extremo positivo –que consiste en la total inmersión en la vida de la sociedad receptora, [corresponde a la parte del ‘residente’ en el binomio inicial]–, hasta el extremo negativo –reflejado en los llamados guetos [que podríamos hacer corresponder con el ‘turista’, segunda parte de ese mismo binomio]–. Paolo Russo y Quagliari Dominguez pretenden dibujar en su artículo, un mapa de los «nuevos usuarios urbanos» de modo, dicen ellos, que en su capacidad de tejer relaciones con otros grupos, se haga patente la potencialidad de «desvincular el paisaje turístico de los elementos de inmovilidad, segregación y emulación, que los condenan a ser cuerpos ajenos en el tejido social de la ciudad (Quagliari Dominguez & Paolo Russo, 2010)».

Hemos de tener presente que la penetración de las fuerzas de mercado en este tejido social alimentan, un nuevo ‘individualismo’¹⁹³, que constituye «la promoción de una cultura cada vez más privatizada que lleva a considerar las oportunidades y las responsabilidades en términos individualistas (Quagliari Dominguez & Paolo Russo, 2010)». Ello termina, en la «construcción de la propia vida (Beck, 2008)».

¹⁹² Según los análisis de (Burtenshaw, et al., 1991) y (Maitland, 2010) comparten tiendas, restaurantes, atracciones culturales y de ocio y medios de transporte.

¹⁹³ (Elliot & Lemert, 2007)

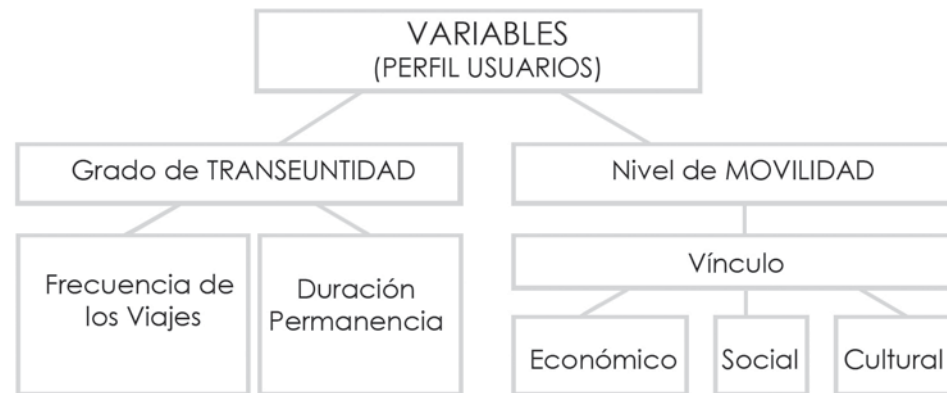
2.2.2/ Usuarios urbanos: los que vienen y los que se van, pero también los que se quedan.

Maitland (2010), será uno de los primeros en advertir que para comprender la interacción entre ciudad y usuarios no resulta útil distinguir turistas de residentes en términos de distancia o tiempo de estancia y que en lugar de ello se debería pensar en grupos de usuarios con distintas exigencias y comportamientos. Será en este mismo año, cuando Paolo Russo y Quagliari Dominguez publican su propuesta de análisis en el que perfilan una serie de figuras bajo las que engloban a la mayor parte de los usuarios de la ciudad. En su análisis echamos de menos la presencia de los ‘habitantes de la calle’ y de los ‘turistas residenciales’, para así completar el panorama de actores que se nos presenta en nuestras ciudades a nivel de convivencia y significación propia en relación al ‘otro’.

□ Análisis de usuarios urbanos:

En función de las variables de la siguiente figura, los autores anteriores establecen una serie de perfiles de los usuarios urbanos que van desde el ‘residente tradicional’ al ‘turista tradicional’. Al respecto consideramos que el intervalo que describa los modos de vida en tránsito se debería mover entre el ‘habitante de la calle’ y el ‘turista tradicional’, por constituir el primero el ‘otro yo’ del segundo. Decía Bauman (1999), que ambos son consumidores, pero que el primero es un «consumidor defectuoso» por no colaborar en el movimiento de la rueda de nuestra sociedad del consumo.

Figura 6. Esquema de las variables en las que se basa la metodología de Quagliari Domínguez y Paolo Russo.



‘residente tradicional’ «Es el vecino de toda la vida» que cuando viaja «se convierte en turista tradicional». Aquel que mantiene una fuerte vinculación con su contexto social y espacial basada en

la proximidad. La penetración de la cultura global en su formación es bastante escasa, vive según una cultura específica producto de la cotidianeidad repetida y sedimentada a lo largo del tiempo, sin cambios significativos. Su relación con el viaje queda en lo extraordinario y su experiencia turística viene mediada por la industria del ocio.

‘nuevo inmigrante tradicional’ Primera generación de individuos que llegan, por lo general, procedentes de países del tercer mundo, por razones económicas, guerras, etc. Se caracterizan por un gran arraigo con su lugar de procedencia que tratan de compatibilizar con una nueva vinculación territorial con su nuevo destino, y que se verá desequilibrada de algún modo según donde residan sus familiares directos. Su integración suele ser complicada. Su relación con el viaje es muy ocasional y se limita a los movimientos que van desde su nueva residencia a su lugar de origen.

‘autóctono cosmopolita’ Esta figura suele tener una relación cultural e identitaria con la ciudad hibridada con la meta-cultura global. Su formación socio-cultural suele haber coincidido con la aceleración del fenómeno de la globalización y de la afirmación de la sociedad individualista. Su sistema general de vínculos presenta gran flexibilidad y su potencialidad en términos de movilidad es muy alto. Han crecido en paralelo a la reconversión del sistema económico de la ciudad hacia el sector terciario, con lo cual su capacidad adaptativa ante los cambios está muy entrenada.

‘nuevo residente’ A diferencia del inmigrante tradicional, las motivaciones que movilizan el deseo de viajar de este perfil vienen a posteriori de un proceso de selección entre una serie de alternativas que coinciden en algún punto o en muchos con lo que se busca / necesita en un momento de la vida determinado (idioma, trabajo, estudios, entorno adecuado, etc.). Se trata de satisfacer esa serie de puntos –que Florida enumeraba–, al menos en un momento concreto de la vida, con unas circunstancias determinadas, que puede o no prolongarse. Su relación con el viaje es fluida ya sea para enfrentar nuevos cambios por periodos largos o para cortas estancias turísticas.

‘trabajador suburbano (commuter)’ A esta figura se asocia la formación de la metrópolis de ‘primera generación’ y el tejido del entramado urbano estructurado por los flujos de movilidad suburbana. La relación que mantiene con la ciudad se manifiesta casi exclusivamente desde el ámbito de lo laboral y los desplazamientos para hacer uso de la oferta de ocio dependen del grado de proximidad y accesibilidad, traducido en términos de coste económico y temporal.

‘turista tradicional’ «Típico producto de la industria turística de masas» derivada del desplazamiento ocasional del residente tradicional de su entorno cotidiano. Sus experiencias están siempre filtradas¹⁹⁴ por

¹⁹⁴ «Cuanto menor es la preparación cultural, más estrechas serán las mallas del filtro y más limitado el contacto directo con las texturas del territorio y sus habitantes (Quaglieri Dominguez & Paolo Russo, 2010)».

la industria turística, la guía oficial o el paquete turístico están siempre presentes en sus desplazamientos, en un intento por evitar cualquier esfuerzo, coste o choque indeseado. El ámbito espacial en el cual se desarrolla su experiencia turística es el comprendido en el mapa que propone la guía, donde el «"cultivo" turístico se impone sobre cualquier otro uso del espacio urbano y sus límites se identifican claramente».

‘nuevo turista cultural’

En esta figura los valores de vinculación al territorio de procedencia son menores que en el caso del autóctono cosmopolita, aunque sus potencialidades en términos de movilidad se acercan bastante. A nivel cultural difiere del turista tradicional, al tener totalmente integrados los modelos culturales globales. Son lo que Maitland (2007), llama «expertos consumidores de ciudad», capaces de saltarse cualquier filtro que la industria turística hubiera colocado y organizar a su antojo su experiencia turística. Su comportamiento espacial es menos homogéneo y nada previsible, dibujando trayectorias personalizadas por cualquier sector de la ciudad, por espacios que Paolo Russo y Quaglieri Dominguez, proponen llamar «post-turísticos».

‘turista de negocios’

La diferencia de este perfil con el anterior no es tan grande, salvo porque la motivación principal del viaje es la laboral, con lo cual a nivel espacial la movilidad en el espacio urbano se desenvuelve por espacios que no coinciden con los circuitos turísticos, aunque eventualmente puedan cruzarse, especialmente en el tiempo residual. Los estadios suelen ser más cortos y el viaje más frecuente. Esta figura, al igual que el turista cultural, también suele ser cosmopolita y experto consumidor de ciudad.

‘post-bohemio’

Esta figura no representa ningún tipo de contracultura consciente sino, como Paolo Russo y Quaglieri Dominguez explican en su estudio, una adhesión temporal a un estilo de vida provisional, caracterizado por la ubicación central del ser y, periférica de las pertenencias, a partir de una actitud hedonista construida sobre un principio de escasez que le permite disfrutar de la vida sin inhibiciones, regido por un principio de libertad respecto a la posibilidad de seguir sus propios intereses e inclinaciones. Esta temporalidad de su situación le hace establecer las conexiones necesarias que le hacen sobrevivir, pero sin aceptar del todo los límites de una identidad fija. En relación a la experiencia turística, probablemente sea esta figura, la única que genere un acercamiento ‘corporal’ con la misma, absorbiendo la atmosfera urbana e interactuando con el entorno. «Para el post-bohemio, la experiencia turística se vuelve, así, en representación del propio estilo de vida urbano, en manifestación libre, cuando no enfatización, de la propia identidad, de lo que es o de lo que aspira a ser. (...)La fascinación de los post-bohemios hacia la gran ciudad reside también en la heterogeneidad de las dinámicas que se dan en ella y en la posibilidad de realizar un “zapping cultural” (Minca, 1996) que permite a los usuarios urbanos diseñar una ciudad à la carte (Quaglieri Dominguez & Paolo Russo, 2010)». Con respecto a la puesta en escena que hace el post-

bohemio de su estilo de vida, se le atribuye la capacidad de configurar una relación circular entre entorno urbano y turista que contribuye a un constante proceso de re-significación y consumo en un proceso de construcción social originado gracias a la «co-presencia» de los diferentes actores y de su interacción. Esto le lleva a desarrollar un sentido agudo del territorio, sin sentirlo como una posesión. Probablemente la figura del post-bohemio sea la que alcance una cota mayor de ‘nomadismo’, de todas las que habitan la escena urbana. La fluidez de su estilo de vida no consiste en no atender a fronteras sino en ser plenamente consciente de la no fijación de límites.

Este particular proceso de interacción espacial del post-bohemio con su entorno, está en la misma línea del que describían Paolo Russo y Arias Sans, para su caso de estudio del papel de los estudiantes en Venecia. Además de estas categorías hay quien añade otras, es el caso del ‘turista creativo’ el cual Barrera Fernández diferencia del ‘turista cultural’, como aquel que tiene una propensión mayor que el segundo a repetir su visita a la misma ciudad siempre que la oferta incluya alguna novedad. También en su definición añade la necesidad de estimular los cinco sentidos, no sólo el de la vista. Por lo que respecta a nuestro criterio ambos pueden ser encuadrados bajo el perfil del ‘turista cultural’, el cual, según la definición que aquí se muestra, no sólo está interesado por la oferta patrimonial-histórica.

Además de estos grupos, Paolo Russo y Quaglieri Dominguez hablan de otros sub-grupos que pueden pertenecer a alguno de los anteriores o no y que son las denominadas ‘**tribus urbanas**’. Miembros de una sub-cultura representada por un conjunto de comportamientos distintos, un canon estético propio y/o un consumo cultural y de ocio determinado de tipo a-geográfico que, en cambio, a nivel local, suelen manifestarse en lugares muy determinados. A propósito de estos grupos, se refieren también al caso del turismo gay, como grupo con unas preferencias concretas y unas manifestaciones espaciales muy determinadas.

Con respecto a las dinámicas relacionales entre los distintos grupos la figura que más choca con el resto de los perfiles es la del ‘residente tradicional’. Son ellos los que sienten la existencia de una verdadera competición por el acceso a la vivienda, por el uso del espacio público, o por la necesidad de un mayor orden y respeto de las normas y horarios que observan con bastante escrúpulo los residentes a diferencia del resto de grupos. Hay ciertos espacios, a los que Paolo Russo y Quaglieri Dominguez se refieren con el nombre de ‘post-turísticos’ en los que los distintos actores coinciden en determinados momentos bajo las mismas prácticas urbanas. En esos momentos convergen intereses gracias a los contenidos de ciertas actividades relativas al tiempo de ocio, que favorecen el encuentro de las distintas figuras en el mismo entorno espacial y el desarrollo de esas dinámicas relacionales. En este sentido, la playa se presenta como el escenario paradigmático de esta interacción.

□ Los que se quedan...

Las otras dos figuras de la escena urbana que echábamos de menos son: los ‘turistas residenciales’ y los ‘habitantes de la calle’. Dos figuras que a priori no tienen nada en común, salvo el sentimiento de rechazo inicial que pudieran generar en las sociedades anfitrionas y principalmente entre los residentes tradicionales y su patente condición de ‘nómadas’ [con matices].

Aunque para Bauman la metáfora del nómada no es aplicable «en nuestros tiempos», ya que según él, el nómada se mueve entre los espacios de forma regular. Para nosotros esta regularidad sí que es asociable a las prácticas de los grupos anteriores. En el caso del turista –aunque a nivel de determinación política los espacios por los que discurren sus experiencias sean distintos– a nivel experiencial son siempre ‘espacios turísticos’ y su modo de vivirlos va a venir estructurado de forma similar en todos los casos. En el caso del ‘habitante de la calle’ –peregrino sin destino–, ocurre algo similar. Aunque para él, el sentido de nómada adquiere aún más acepciones.

Ese sentimiento de rechazo inicial, deriva del hecho de que tanto el ‘habitante de la calle’ como el ‘turista’ (sea residencial o no) se mueven por el espacio de otras personas, y se agrava en el caso del ‘turista residencial’ por hacer uso de unos servicios para los cuales, se le presupone, no haber contribuido –con lo cual se apropia de un derecho que no ha adquirido previamente–. Aunque en ambos casos se establece una gran diferencia entre la proximidad física y la moral y dados unos determinados parámetros de adaptación, ese rechazo inicial sólo puede ir a mejor en el caso del ‘turista residencial’, mientras que el ‘habitante de la calle’ nunca es bienvenido en ninguna parte.

Mientras que el nomadismo del ‘habitante de la calle’ viene motivado por su carencia de hogar y porque el mundo a su alcance es insoportablemente inhóspito, el del ‘turista residencial’ se deriva de su capacidad de recrear su propio hogar en cualquier parte que ofrezca nuevas oportunidades desconocidas y atractivas. Ambas figuras pertenecen a lados opuestos de la jerarquía emergente de la movilidad, por lo cual aplicar el término nómada a ambos sin ningún matiz al respecto sería tremendamente injusto. Mientras que el ‘turista residencial’ tiene el mundo entero para deambular [nómada global], el habitante de la calle tiene un espacio real limitado a donde sus pies sean capaz de llevarle [nómada local]. Ni siquiera la conquista del espacio virtual le está permitida.

‘turista residencial’ En lo que a dar una definición del ‘turista residencial’ se refiere, en el estudio de Mantecón (2008), se aclaran algunas dimensiones de un fenómeno y de una figura difícil de delimitar. Pero ni la dimensión espacio-temporal, ni el sistema de motivaciones que deciden en última instancia la movilidad resultan suficientes para distinguir el turismo residencial de otras formas distintas de migración. Con lo cual bien podría ser encuadrado dentro del perfil del ‘nuevo inmigrante tradicional’,

con el cual la diferencia radical que se establece es el país de procedencia y la motivación. Obviamente su estatus económico también define unas pautas de comportamiento y una relación con el viaje distinto en ambos casos. Es por ello que mantenemos esta figura como una más, adicional al sistema de perfiles que plantean Paolo Russo y Quaglieri Dominguez.

Raya Mellado y Benítez Rochel, (2002) concretan del ‘turista residencial’ que:

- es una persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual.
- presenta una estancia en el destino turístico en general, inferior a 12 meses consecutivos, [aunque más larga que otros perfiles turísticos].
- el motivo principal de la visita suele ser distinto al de ejercer una actividad remunerada en el destino turístico, [aunque no siempre], predominando como motivo de la visita el ocio, recreo, vacacional y la búsqueda de una cierta calidad de vida.
- son visitantes que permanecen generalmente en un medio de alojamiento privado en el lugar del destino turístico.¹⁹⁵

En su estudio Mantecón, trata de objetivar cualitativamente la percepción que sobre el ‘turista residencial’ tiene el ‘residente tradicional’, partiendo de esa misma concepción del turismo como fenómeno que altera los marcos de referencia de las poblaciones ‘anfitrionas’, al agrupar en un mismo lugar social a «diferentes actores sociales». Comienza esgrimiendo como argumento negativo subyacente «la confusión histórica entre desarrollo turístico y desarrollo inmobiliario y la consecuente instrumentalización inmobiliaria de la actividad turística por parte de unas élites de empresarios y políticos (Mantecon, 2008) ». Estos procesos, que afectan profundamente a la actividad económica, se entremezclan con las dinámicas asociadas a las formas migratorias y de residencialidad que han emergido durante las últimas décadas en las sociedades avanzadas, que provocan unos impactos territoriales y sociales diversos.

En lo que a las aspiraciones del ‘turista residencial’ se refiere, a quien piensa que lo que busca es «revestir la autenticidad de normalidad, huyendo de la autenticidad mercadotécnicamente escenificada que se ofrece al turista tradicional (Gustafson, 2002)», se trata de introducir en el discurrir de sus vida una discontinuidad geográfica pero que no altere el plano psicosocial de su identidad.

‘habitante de la calle’ Aunque en principio pudiéramos pensar que los ‘habitantes de la calle’ sólo aparecen como figurantes en un estudio de este tipo, y a pesar de los esfuerzos, al menos en papel, de políticos y otros actores urbanos por eliminar su presencia, especialmente en zonas representativas de nuestras ciudades [donde hay que aparentar]. Pareciera que esta figura aparece adrede para darnos el contrapunto de ese sistema de moralidad de «estar dentro del grupo (MacCannell, 2003)». Sistema de moralidad construido sobre la base de oposición binaria: «el de adentro contra el de afuera, nosotros contra ellos, (...) nosotros somos buenos – ellos son malos». Y ello a pesar de que, como dice MacCannell,

¹⁹⁵ A tener en cuenta, la experiencia cotidiana de cada persona y las estrategias que emplea para enfrentarse a las diferencias socioculturales. (Müller, ed alt., 2004)

¹⁹⁶ (Bauman, 1999)

hoy en día no está tan claro quienes forman ese nosotros y quienes son ellos, ya que nuestra consciencia moderna nos obliga a explorar más allá de las fronteras del prejuicio y la intolerancia. Ellos constituyen la advertencia, la muestra viviente de la alternativa, el significado de estar fuera, de vivir una vida sin atracción o incluso sin viabilidad. Su proyecto de vida fracasado bajo mínimos de pura supervivencia alcanza el máximo estatus de oposición con el nuestro. Gozan de todo el tiempo del mundo, un tiempo donde no tiene cabida el estrés, pero donde nunca pasa nada, ni lo controlan ni son controlados por él, sólo pueden matar el tiempo a la espera de que éste los mate lentamente¹⁹⁶. Constituyen la parte trasera de nuestras escenas, esa que tratamos de limpiar para que aparezca lo más reluciente posible, pero donde quizá también interese dejar algo de suciedad para que esa trasera, convertida en nuevo escenario, esté dotada de autenticidad. Para el turista la exhibición de esas partes traseras constituye un aspecto más de su experiencia turística, lo que allí se desarrolla no es más que otro espectáculo. «Cuanto peor es la suerte del vagabundo, más agradable es la sensación de ser turista. Si no hubiera vagabundos, los turistas tendrían que inventarlos... (Bauman, 1999)».

A esta percepción sobre el concepto del ‘habitante de la calle’ podemos asociar alguna de las acepciones que Fernández Gonzalo vincula en su teoría en torno al ‘zombi’. A nivel antropológico el concepto del zombi «representa una no-construcción en el otro, la falta de otredad a que se encamina el sujeto de las sociedades tardo capitalistas». Es siempre el alienado, el extranjero, el que trae con él, el miedo a lo que procede de fuera. Un miedo real, físico, ante la amenaza material y opresiva de la masa descontrolada, a la plaga. «Miedo individual y colectivo, miedo a la colectividad, a perder toda idea de sujeto y mezclarse con la masa. (...) Su iconografía pertenece a nuestra cultura postmoderna porque representa el pánico ante las grandes sociedades, a las estrategias globalizadoras que poco a poco alteran los regímenes de asociación y pertenencia al entorno social en el que vivimos (Fernández Gonzalo, 2011, p. 24) ».

«En las grandes concentraciones urbanas en donde el otro no es vecino sino motivo de alerta, la simbología del zombi constituye esa humanidad desconocedora de sí misma, errante, peligrosa. La paranoia rige la lógica de las sociedades actuales. El zombi es el otro que me devuelve mi reflejo, un reflejo empantanado por la degradación de la carne. (...) La invasión zombi no representa tanto el miedo a lo ajeno como un miedo global, miedo a que la humanidad alcance el punto en que se haga toda ella una y no pueda soportarlo. (...) El zombi nunca es sólo el otro terrible del que hay que huir, es el yo, es mi yo reflejado, el doble oscuro, (...) un infecto Narciso que refleja mis propios temores, de los que no podré escapar nunca, porque no puedo parar la infección, el maleficio, la plaga que me habita (Fernández Gonzalo, 2011, pp. 24, 25)». El ‘habitante de la calle’ como el ‘zombi’ es el otro yo del ‘turista’, la línea divisoria es tan difuminada que impide descubrir exactamente donde el retrato se convierte en caricatura.

Toda esta reflexión nos traslada a otro escenario, el de las crisis de refugiados que estamos viviendo en los últimos tiempos, que también se terminan por convertir en ‘habitantes de la calle’. Esto mismo lo predecía

Bauman no hace mucho, «la aclamada ‘globalización’ está estructurada para satisfacer los sueños y deseos de los turistas. Su efecto secundario –un efecto colateral, pero inevitable– es la transformación de muchos más en vagabundos. Éstos son viajeros a los que se les niega el derecho de transformarse en turistas. No se les permite quedarse quietos (no hay lugar que garantice su permanencia, el fin de la movilidad indeseable) ni buscar un lugar mejor (Bauman, 1999, p. 126)». En este escenario percibimos a las masas como víctimas inocentes de una situación sobrevenida por circunstancias ajenas y superiores a ellos, al tiempo que nos vemos reflejados. Y contradictoriamente los sentimos como amenaza latente en ese miedo al otro, al enfermo, al terrorista, al delincuente, en que se ha convertido todo aquel que no venga bien vestido [a nuestra imagen y semejanza] y con una cartera repleta de dinero que vaya derrochando a su paso; aunque en ocasiones, ni tan siquiera esa cartera, sirva como salvoconducto.

Esto tiene mucho que ver también con el tema de la ‘frontera’ tal y como lo enfrenta Sorkin, es decir, como «la semiótica de la nueva ciudad, por la cual la frontera es tanto un estilo como un lugar y que conlleva una importante carga ideológica. La frontera es la enfermedad por la cual sentimos a ‘los otros’ como amenaza y su principal consecuencia es «el adiestramiento de la ciudad salvaje»¹⁹⁷. «Luz verde para los turistas, luz roja para los vagabundos. (...) no hay turistas sin vagabundos, y aquellos no pueden desplazarse en libertad sin sujetar a estos... (Bauman, 1999, p. 127)».

Ese miedo, entendido como miedo que nos obnubila la capacidad de raciocinio, trae aparejado la ‘espectacularidad’ que produce el horror, mezcla de fascinación y delirio, dependiendo del lado desde el que se perciba; especialmente cuando lo referimos al matiz que destaca Fernández Gonzalo, «no a la grandeza o magnitud del hecho, sino a la capacidad de producir imágenes de gran densidad semiótica». Situaciones que no tienen correspondencia con discurso ni con imagen cotidiana alguna, para las que ni siquiera tenemos un lenguaje. No olvidemos que el miedo es uno de los sentimientos que más humanamente nos define, a pesar de que el poder se haya ocupado de ocultarlo e instrumentalizarlo no siempre con buenos propósitos. Aunque al ‘habitante de la calle’ no se le teme por lo que es, sino porque podemos terminar convertidos en él.

Finalmente, la falta de diferencia sustancial entre los dos extremos del intervalo –el ejemplar sano, frente al defectuoso, al mutante–; el creciente ‘nomadismo’ que caracteriza al sujeto contemporáneo en general; el poder de inserción y de estructuración de la economía transformada en industria turística; la omnipresencia del souvenir en particular y lo simbólico espurio en general, en nuestra vida cotidiana; o la movilidad, voluntaria u obligada ‘turista involuntario’, literal o simulada a través de las pantallas de las nuevas tecnologías –pantallas que originan la formación de una nueva figura, ‘el turista inmóvil’ que está en movimiento aunque físicamente permanezca en reposo–; ha llevado a diversos autores empezando por MacCannell a proclamar que ‘*todos somos turistas*’¹⁹⁸. La afirmación de MacCannell de que «hoy en día las atracciones se cruzan con el turista a mitad de camino» no hace más que reafirmar esa proclamación. A

¹⁹⁷ «El tema de la frontera hace que la ciudad pueda ser explicada en los mismos términos que las viejas ideologías. A medida que el aburguesamiento destruye las comunidades obreras, obliga a desplazarse a las familias pobres y transforma barrios enteros en enclaves burgueses, la ideología de la frontera racionaliza la diferenciación y la exclusión social como algo natural e inevitable. Cuando define a los pobres y a la clase obrera como ‘incivilizados’, situados en el lado equivocado de una línea divisoria heroica, como salvajes y comunistas, la ideología de la frontera está justificando el monstruoso incivismo del corazón de la ciudad (Sorkin, 2004, p. 92) ».

¹⁹⁸ Basándose en estas afirmaciones Ramos Lizana (2012), proclama el ‘fin del turismo’.

mitad del camino y en ocasiones mucho antes del inicio, si es que alguna vez acabó. Donde quiera que nos encontremos en un momento dado no nos es posible ignorar que podríamos estar en otro lado. «La idea del “estado de reposo”, la inmovilidad, sólo tiene sentido en un mundo que permanece inmóvil o al que puede atribuirse ese estado; en un lugar con muros sólidos, caminos rígidos y carteles lo suficientemente firmes para oxidarse. Uno no puede quedarse quieto en la arena movediza. Tampoco puede hacerlo en nuestro mundo moderno tardío o posmoderno, cuyos puntos de referencia están montados sobre ruedas y tienen la irritante costumbre de desaparecer sin darnos tiempo de leer las instrucciones, digerirlas y aplicarlas (Bauman, 1999, p. 104)».

□ Los ‘habitantes del spa’

En el trabajo fin de master de la autora¹⁹⁹ se proponía una metáfora para describir la constante estrategia que lleva a cabo el capitalismo global de invención de nuevas alternativas que ofrecer a la ‘élite’, esa que de algún modo necesita diferenciarse del resto y lo hace, a través del uso del lujo y la ostentación. Estas estrategias son las que se recogen en el trasfondo de una reflexión que en su momento se tituló: ‘de la playa al spa’, y se justificaba según esa necesidad de ofrecer un nuevo producto a esa élite primera, usuaria de la playa –que se sintió desplazada de las playas y los balnearios cuando las vacaciones se institucionalizaron y se empezaron a llenar de masas ingentes de turistas–. Con el sustantivo ‘spa’ nos referimos a ese espacio alternativo donde se ofrecen unos servicios concretos, relacionados con el bienestar, el culto al cuerpo, ese espacio turístico privatizado mediante el sistema de producción de emociones narcisistas. En él se crean una serie de barreras económicas y psicológicas, aunque también físicas, en los que la realidad sólo interesa cuando deja de serlo, para permitirnos crear nuestra propia realidad y sumergirnos en un mundo distinto. Son espacios blindados, fabricados y mercantilizados para la élite [es la única que se puede permitir pagar su entrada] y se genera toda una red de espacios servidores a estos, con las mismas características de exclusividad. Se genera la ilusión de «singularidad», donde se generaliza el elitismo y la superioridad. Aunque en ocasiones lo que se genera alrededor son verdaderos guetos, que constituyen la expresión de la elitización del espacio turístico. La fuerza de la exclusividad y el lujo ha hecho de la trascendencia de lo banal un comercio, de lo prodigioso un negocio. En este plano la división es el mecanismo de poder que articula las relaciones sociales, la estratificación impone el dominio de unos sobre otros.

El ‘habitante del spa’ es esa figura que se considera a sí misma como minoría elegida, consciente, exclusiva, para quien la realidad no tiene mayor repercusión porque siempre tiene el dinero suficiente para comprarla e inventarla a su antojo. Aquella para quien el lujo y la ostentación forman parte de su cotidianeidad y que solo se rompe por el insultante derroche que tiene lugar en sus momentos de ocio, donde se hace gala de irreverente libertad. Se proporcionan a sí mismos dosis definidas de cultura operística, literaria o

¹⁹⁹ (Reina Gutiérrez, 2009)

vacacional, para mantener su ilusión de minoría ilustrada. Hacen gala de una capacidad de ‘movilidad’ sin precedentes en la cual no tienen cabida los *low cost* [esos son para la plebe, menos mal que pueden elegir viajar en primera]. La división de viajeros en la categoría de turistas y priority / business les reafirma en su papel, pero incluso para esto existen ya alternativas que superan los estándares muy, muy por encima. En este caso deja de importar el destino y el verdadero acontecimiento exclusivo es el viaje. ¿Cómo prosigue un viaje que ha iniciado así? [Lo mismo este podría convertirse en el nuevo proyecto de algún antropólogo loco y rico que decida seguir a un ‘viajero’, si es que todavía ninguno se lo ha planteado].

En resumen, el panorama general de actores quedaría:



Panorama en el cual el ‘habitante del spa’ queda fuera y muy alejado del círculo en el que se mueven las restantes figuras.

3/ HORIZONTE...

3.1/... o más allá

El futuro del turismo, en nuestro contexto de globalización, se juega en el campo del reconocimiento del lugar y se gana mediante la explotación de sus diferencias, ante lo cual la arquitectura debe participar asumiendo que no hay turismo sin diferencia, ni arquitectura sin lugar.

Los retos son decisivos, partiendo de la gran competitividad existente entre los distintos destinos, la necesidad de ofrecer la máxima calidad ante las exigencias del nuevo perfil de los actores, el futuro incierto que plantea el cambio climático, o la infinidad de puertas que las nuevas tecnologías van proporcionando. Ante estos problemas la respuesta sigue siendo la misma que se experimentó al principio del fenómeno, ‘reconocimiento’ e ‘invención’. ‘Reconocimiento’ de la oferta existente, la cual trata, a marchas forzadas, de recalificarse y adaptarse para satisfacer las nuevas demandas. E ‘invención’ o mejor dicho re-invención –ya que este proceso nace de una invención previa–, no sólo de las grandes ciudades turísticas (con el empuje de las multinacionales de la comunicación y el marketing), sino de cualquier destino que, tras un amplio recorrido, haya alcanzado su madurez, y apueste por seguir en el mapa mediante la renovación/ invención de sus atractivos turísticos, que en definitiva, configuran su paisaje.

A pesar del amplio espectro de expectativas que se ha venido generando, el turismo de sol y playa sigue siendo predominante y aunque las respuestas han venido siendo las que acabamos de ver, también están los casos de quienes han apostado por el patrón diametralmente opuesto al turismo responsable, teniendo a Dubai como máximo exponente del modelo neoliberal de la economía globalizada, con la invención/ creación de su paraíso de primer orden particular.

Otra tendencia internacional usada para complementar la agotada oferta de los destinos de sol y playa, ha sido, como ya veíamos, la reinención de nuevos paisajes apoyados en arquitecturas icónicas/ objetos, como nuevo reclamo turístico. Arquitecturas museísticas tan espectaculares o más que su propio contenido, responsables de un nuevo peregrinaje urbano y de una nueva economía, al constituirse en meca del consumo cultural globalizado. O recreaciones de escenarios ya existentes literal/burdamente copiados en ubicaciones descontextualizadas –llevado al límite de la descontextualización por la factoría Disney–. Dinámicas estas, que construyen una subrealidad tildada por el convencionalismo y la banalidad.

Nos interesa recordar alguna de las reflexiones que sobre el ‘espacio basura’ hizo Rem Koolhaas, ya que describen a la perfección el exceso de interés que se ha puesto sobre el espacio construido y el olvido e indiferencia sobre el espacio en sí²⁰⁰. Dejando de lado que este último –mostrando su lado más benevolente en nuestras latitudes– nos da el privilegio de realizarnos/disfrutarnos como grupo/sociedad, bajo el cielo azul o la noche estrellada.

²⁰⁰ (Amendola, 2000) lo llama «la ciudad de aire acondicionado».

« (...) Como cuesta dinero, y ya no es gratis, el espacio acondicionado se convierte inevitablemente en espacio condicional, y más tarde o más temprano todo espacio condicional se convierte en espacio basura. Al pensar en el espacio, sólo hemos prestado atención a sus contenedores. Como si el espacio en sí mismo fuese invisible, toda la teoría de la producción de espacio está basada en una preocupación obsesiva por su opuesto: por la sustancia y los objetos, es decir, por la arquitectura. Los arquitectos nunca han podido explicar el espacio y el espacio basura es el castigo que hemos recibido por sus mistificaciones.

Reemplaza la jerarquía por la acumulación y la composición por la adición. Más y más, más es más. El espacio basura está verde y maduro a la vez, es un colosal manto de seguridad que cubre la tierra con un afectuoso monopolio... El espacio basura es como estar condenado en un perpetuo jacuzzi con millones de tus mejores amigos... El espacio basura no pretende crear perfección, sólo interés».

(Koolhaas, 2010)²⁰¹

Esta situación también viene siendo denunciada por Marín Cots, con respecto a Málaga en particular y a los espacios globalizados en general. Así, con respecto al espacio público de la ciudad histórica, como paradigma del espacio turístico escribe: «el espacio público es un elemento de equilibrio urbano, roto por una excesiva apropiación consumista como valor de cambio y no de uso. Es un elemento cognitivo que muestra la identidad cognitiva, si la diluimos y la banalizamos, perderemos las referencias básicas no sólo del ámbito histórico central, sino de toda la ciudad».²⁰²

Nos interesa pararnos, en la política museística como abanderada del turismo urbano –así se ha venido percibiendo en nuestra ciudad de Málaga– donde los museos han contribuido con la rehabilitación urbana y la reconversión del destino de sol y playa. Al respecto parece muy esclarecedor el artículo de Ramos Lizana (2012), donde se plantea la comprobación²⁰³ de si lo que se ha hecho hasta el momento, verdaderamente ha tenido la repercusión esperada a nivel de renta y de empleo, examinar los procesos de sustitución económica, y evaluar las consecuencias sociales y culturales de este nuevo turismo –algo que se viene echando de menos de manera sistemática en todas las políticas que se han ido adoptando–.

Por lo que respecta a la regeneración del paisaje, ha sido entendido por muchas administraciones como el simple embellecimiento de calles o reconstrucciones pintorescas, actuaciones localizadas en el extremo opuesto de la balanza.

En general se echa de menos una aplicación pragmática de las políticas de regeneración que convierta cada actuación en prototipo y laboratorio que permita valorar resultados.

En 2007 se puso en marcha el plan estratégico ‘Qualifica’ entendido como un desarrollo específico, sectorial de la dimensión turística del Plan de Ordenación del Territorio de la Costa del Sol Occidental (POTCSO) de 2005, gestionado por el Consorcio Qualifica “Desarrollo y Turismo de la Costa del Sol Occidental”. Aunque el plan no define un proyecto turístico y paisajístico global, dada la escala y la complejidad administrativa de la zona; sí establece estrategias sectoriales –que pasan por la tematización turística, junto a programas de embellecimiento y señalización–; e incide sobre la necesidad de revitalización de los nodos

²⁰¹ Fragmento perteneciente al Artículo cedido por Rem Koolhaas para la publicación *Distorsiones Urbanas* en 2010. En línea: http://www.basurama.org/b06_distorsiones_urbanas_koolhaas.htm [último acceso: 28/07/2016]

²⁰² Pedro Marín Cots es responsable del programa URBAN. Marín Cots, 2016 *Identidad y ciudad histórica* en el SUR 04/09/16, artículo en línea: http://static.oma-malaga.com/oma/subidas/archivos/3/8/arc_7683.pdf [último acceso: 30/09/16]

²⁰³ Al igual que (Rausell Köster, 2014) también sugiere la mejora de los mecanismos con los que contamos actualmente para hacer este tipo de evaluaciones y la implementación de sistemas que conviertan los estudios de viabilidad y las evaluaciones de impacto económico en una dinámica programada y presente.

Inbound tourism, advanced and emerging economies

International Tourist Arrivals, share, %

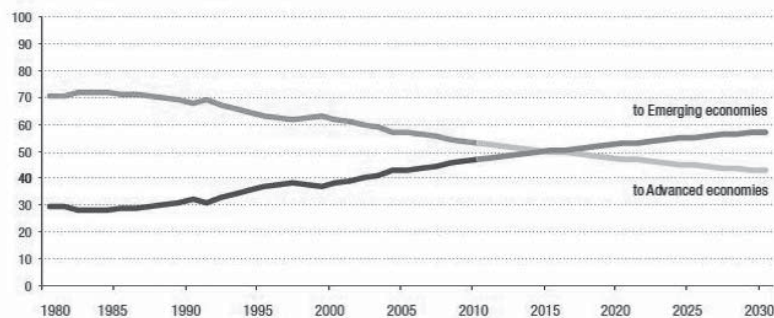


Figura 7. Llegadas de turistas Internacionales

Según el estudio ‘Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2015’²⁰⁴ las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950, 527 millones en 1995 a 1.133 millones en 2014, y la previsión de futuro es que aumenten un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones. Estas previsiones de futuro se distribuyen desigualmente entre destinos emergentes y economías avanzadas, siendo de +4,4% anualmente, en destinos emergentes y de +2,2% anual, en economías avanzadas. La cuota de mercado de las economías emergentes alcanzará el 57% en 2030.

«El desarrollo del espacio urbano va a traer consigo un mundo más cosmopolita, habitado por ciudadanos urbanos para quienes el viaje ya forma parte de su formación y ha dejado de ser un hecho excepcional (Pié i Ninot & Rosa Jiménez, 2013)». Esta frase no hace más que confirmar las previsiones de la OMT, independientemente de si estamos hablando de economías emergentes o avanzadas, el hecho es que el viaje se ha generalizado y ello produce una serie de externalidades que afectan a la configuración del espacio urbano de manera clara. «La normalidad del viaje representa una condición de libertad respecto a las vinculaciones geográficas que históricamente han atado al hombre al territorio y predeterminado su desarrollo. La movilidad espacial resulta así ser una de las dimensiones vinculadas a un más amplio proceso de emancipación del individuo nómada contemporáneo de las condiciones espaciales²⁰⁵ y sus derivaciones socio-culturales (Quaglieri Dominguez & Paolo Russo, 2010)». [O eso pretenden hacernos creer].

A lo anterior se une la explosión de oportunidades en términos de consumo, traducido al plano de lo personal como un eclecticismo que genera identidades (de fortaleza mayor o menor) pero, paulatinamente, menos enmarcadas en modelos sociales o territoriales y en continua transformación, para adaptarse a la inestabilidad frenética de nuestra sociedad, donde los proyectos a largo plazo han perdido su razón de ser²⁰⁶. Paolo Russo y Quaglieri Dominguez lo definen como una «intolerancia con respecto a las

²⁰⁴ (OMT, 2015)

²⁰⁵ Al respecto (Fforde, 2005) lanza el concepto de ‘des-socialización’, (Giddens, 1990) propone el concepto de des-arraigamiento (disembeddign), mientras que (Augé, 1998) argumenta que el hombre, en un exceso de ego, «se considera un mundo en sí mismo».

²⁰⁶ Elliot y Lemert lo definen como un «culto postmodernista de la discontinuidad, del relego y de la desidia (Elliot & Lemert, 2007)», que finalmente somete la biografía del individuo a un proceso de segmentación en episodios autónomos.

condiciones espacialmente estables», que fomenta la propensión psicológica al continuo desplazamiento para satisfacer las necesidades de cambio y aprovechar las opciones de consumo espacialmente dispersas. [Obviamente nos referimos sólo a la clase hegemónica, el discurso sería otro de participar en él ‘los otros’, el ‘experimento fallido’.]

Las características de la población cuyo envejecimiento –especialmente en los países emisores–, apunta a la prolongación temporal de esta dinámica, con probabilidad cristalizará en la consolidación del turismo gerontológico. Pero sin duda el aspecto más revolucionario lo constituye la red global de nuestra era electrónica digital, constituyéndose en un jalón de importancia capital en nuestra línea temporal, [así como en una brecha abismal, que apenas se encuentra ahora en su inicio, entre los que están conectados a esa red y los que no. El mundo no se dividirá más en ricos y pobres, sino en conectados y no conectados, los que están dentro, respecto de los que están fuera, en la dualidad más pura que exponía MacCannell].

**Marshall McLuhan, 1967: “La ciudad ya no existe, salvo como espejismo cultural para turistas”.
Lo sé, lo sé: es una metáfora familiar –la muerte de Dios, la muerte del sujeto, la muerte del autor, la muerte del drive-in, el fin de la historia, el agotamiento de la ciencia, y tantos otros–. Pero resultó estar en lo cierto, aunque varias décadas por delante de su debido momento, como siempre.
Ahora ya es evidente. La ciudad, tal como la entendieron los teóricos urbanos desde Platón y Aristóteles hasta Lewis Mumford y Jane Jacobs, ya no es capaz de mantener su cohesión ni de cumplir su función como ocurría anteriormente. Es a causa de los bits; ellos la han matado. El modelo urbano tradicional no puede coexistir con el ciberespacio. No obstante, ¡viva la nueva metrópolis unida por la red de la era electrónica!**

(Mitchell & Valderrama, 2001)

Se trata de un réquiem por la ciudad, acompañado de una serie de lamentaciones por los aspectos constitutivos que se han ido perdiendo por el camino, que despliega finalmente un halo de optimismo esperanzador. Queda patente el cambio distanciador que nuestras relaciones laborales, familiares, espaciales han venido sufriendo a lo largo del tiempo, conduciéndonos a no formar parte de nada más que de nuestra propia corporeidad. «El viejo tejido social, ligado mediante una obligatoria convivencia de lugar y de tiempo, ya no es coherente. ¿Qué lo reemplazará? (Mitchell & Valderrama, 2001)».

Si los avances que se han ido produciendo en los distintos medios de transporte han venido configurando el mapa territorial del turismo, todo hace presagiar que de su evolución se sigan infiriendo cambios territoriales. El incremento del precio de la energía, el aumento de las estrategias de economía colaborativa, o la imparable progresión de internet, son sólo algunos de los tics que hacen creer en la factibilidad de esos cambios. Si la red de carreteras re-configuró el territorio planetario con el auge del automóvil, ¿cómo sería la vuelta atrás cuando esos automóviles ya no necesitaran del soporte físico que les proporciona la carretera para circular, o cuando no necesiten de conductor?, ¿cómo se re-convertiría el territorio a esa nueva demanda?



Figura 8. Oferta de apartamentos turísticos en el centro de Venecia para un periodo al azar.

²⁰⁷ Así por ejemplo vemos como la plataforma ‘paisaje digital’ denuncia la posibilidad de que Amsterdam se convierta en una ciudad hotel al pertenecer al top 10 de ciudades con más alojamientos ofertados en la web Airbnb con 17.000 apartamentos listados, y propone la descentralización espacial del turismo a zonas con menor presión turística con medidas incentivadoras. (Paisajetransversal.org 2016) en <http://www.paisajetransversal.org/2016/07/fairbnb-o-como-remediar-que-amsterdam-se-convierta-en-un-hotel-sito-veracruz.html> [último acceso: 30/08/2016]

²⁰⁸ (Barrera Fernández, 2014)

En la ciudad histórica de Venecia vivían 174.808 personas en 1951, en cambio hoy no llegan a 56.000. En el último año han visitado Venecia 27 millones de turistas, 75.000 al día, además de 35.000 personas que se desplazan diariamente, habiendo sido superado de esta forma el límite máximo respecto a capacidad de acogida de turistas. Este hecho ha venido provocado en gran medida por la conversión en uso turístico de gran parte de las casas del centro histórico. El éxodo de residentes y la invasión de turistas representan un grave peligro porque se compromete la calidad de vida en la ciudad –que comporta no sólo la incomodidad de quien tiene que vivir y trabajar en la ciudad–, sino que supone una amenaza hacia la seguridad y un desgaste del tejido urbano y monumental. A Venecia se le reprocha haber centrado en las últimas décadas su dimensión global únicamente en el turismo de masas, de comida rápida y cultura rápida [fast food and fast culture], sacrificando muchos de sus valores simbólicos. No haber sabido usar su reputación internacional para generar calidad.

En los últimos tiempos vemos el caso de Venecia repetido por muchos otros lugares de la geografía planetaria²⁰⁷.

El tema de la ‘gestión patrimonial’ ha venido siendo un tema recurrente en la gestión de la ciudad. El hecho de que se prefiera crear espacios nuevos, cuya vinculación con el punto de vista histórico no sea más que la conservación de la denominación original, supone el fin del concepto mismo de memoria y, por tanto de cualquier aproximación analítica al momento histórico en el que se planteaba la rehabilitación de los centros históricos como objetivo de la recuperación del espíritu del lugar de la ciudad contemporánea. Los intentos por crear una verdadera cohesión social han ido quedando en una buena declaración de intenciones que continua como asignatura pendiente. Además de que al tiempo que se concentraban los esfuerzos en salvar a las zonas más representativas de la ciudad, otras áreas han venido siendo olvidadas. En ellas la falta de control y la especulación provocarían la pérdida de edificios patrimoniales y la desfiguración de la trama urbana histórica²⁰⁸.

Figura 9. Convocatoria para concentración a favor de la protección del patrimonio de Málaga, Palacete de los Condes de Benahavís / La Mundial de Málaga.



Respecto a este tema los ciudadanos han tenido mucho que decir en las últimas décadas, tras sentirse utilizados a movilizar recuerdos en todas direcciones y hacia ninguna parte²⁰⁹. Alrededor de su protección y salvaguardia se han concentrado numerosas plataformas ciudadanas.

En este sentido destacamos el trabajo del geógrafo malagueño Antón Ozomek titulado *Geografía del desastre*, en el cual se recoge la destrucción de los edificios históricos del centro de Málaga entre 1957 y 2011. Paradójicamente la mayor tasa de destrucción se produce a partir del año 1985, «el sector de la almendra ha perdido, en tan solo 56 años, el 43,3% del parque edificatorio histórico; y además, este se ha visto no solo sustituido por inmuebles de nueva planta, sino que ha sufrido 337 alteraciones de la trama urbana (299 desde el año 1985) consistentes en fusiones de parcelas, retranqueos y atirantamientos de fachadas, así como la creación de nuevas calles y plazas que han supuesto profundas rupturas y modificaciones del tejido urbano histórico (Ozomek Fernández, 2012)».

Esta dinámica no ha sido exclusiva de nuestra ciudad. M Christine Boyer (1996), habla de operaciones de

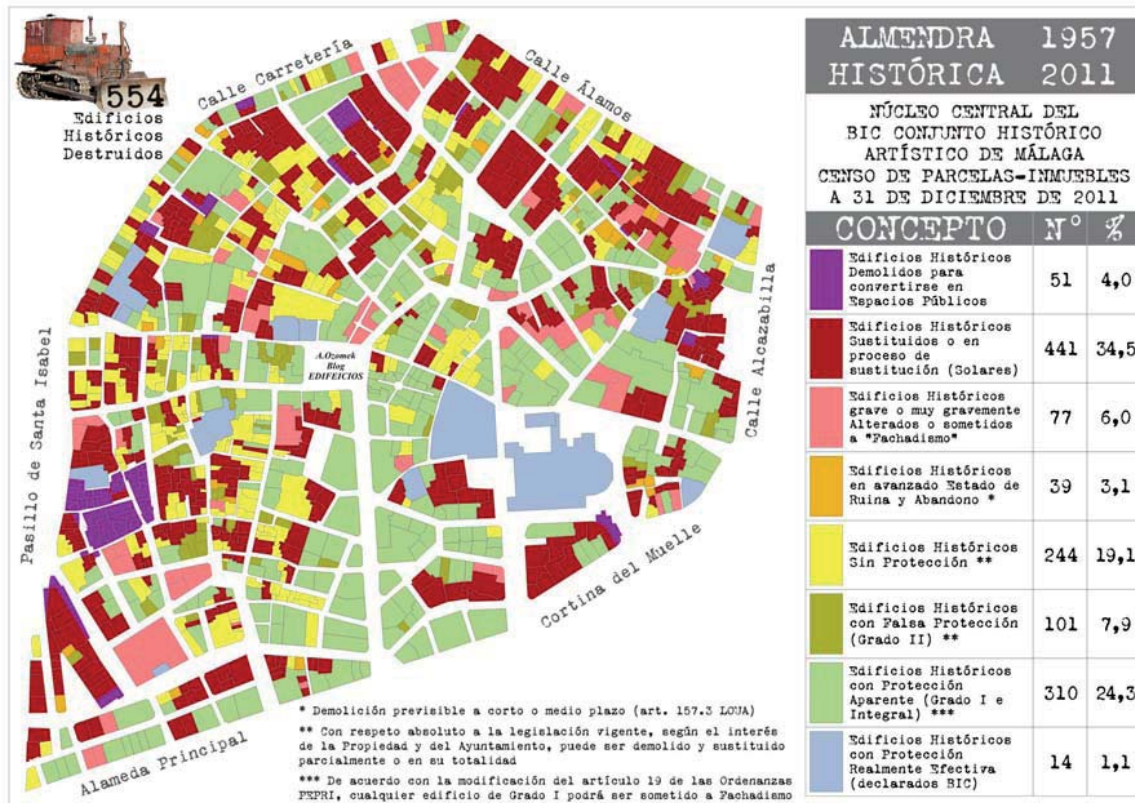


Figura 10. Antón Ozomek 2011. *Geografía del desastre*. Una minuciosa descripción del expolio del centro de Málaga, que tiene más casas nuevas que históricas.

²⁰⁹ Boyer (1996), ha tratado el tema de la ‘ciudad’ como lugar de la ‘memoria colectiva’ de manera amplia en su libro del mismo título *The city of collective memory*. Más tarde lo retomará Hernández Pezzi (1998), en su libro *La Ciudad Compartida*.

reforma o renovación en enclaves simbólicos como París, Boston o Nueva York donde las operaciones de reforma destilan una impresión de ‘artificio radical’, el cual tiene la ventaja de ser más veraz cuanto menos creíble.

Pero el mantra más repetido tanto con el primer caso al que nos referíamos, que es el de Venecia, como con muchos otros es, que no sólo se trata de salvaguardar el patrimonio físico, sino también los intangibles, valorizar las fortalezas culturales, la atmósfera de las ciudades. Con respecto al caso de Venecia, Paolo Russo y Arias Sans, la exhortan a romper el paupérrimo molde turístico heredado y recuperar su estatus de lugar creativo, donde flujos globales y locales se conecten con los recursos para producir nuevas formas culturales, volviendo a ser considerado un «lugar global no sólo por su dimensión turística internacional, sino también por su reputación mundial y su amplio pasado histórico (Paolo Russo & Arias Sans, 2007)». De este modo, proponen redireccionar esta situación volviendo la mirada hacia la comunidad estudiantil de la ciudad, la cual posee cuatro universidades que están entre los bienes culturales más subestimados de la ciudad. A pesar de la ausencia de ninguna política de desarrollo universitario, que proveyera de lugares adecuados para impartir la enseñanza, de residencia a los estudiantes o de servicios sociales adecuados; la universidad ha sido la única empresa que ha manifestado crecimiento en la ciudad antigua. De hecho muchos ciudadanos ven a la universidad colonizadora de la ciudad en modo similar al turismo y las administraciones han tratado el tema como un problema más que como una potencial solución. En los últimos tiempos, ha cambiado tímidamente el tema, con el cambio de regulación respecto al acceso a residencia en el centro histórico. Y aunque el plan para reconvertir el viejo Arsenal en sede de la universidad fue abandonado, la ciudad ha reconcentrado las funciones universitarias en un triángulo, que ha racionalizado la presencia de estudiantes en el centro. El tiempo y los cambios de política han evidenciado la división entre la Venecia de los turistas –un ambiente de parque temático que cierra por las noches– y la Venecia de los estudiantes cuya estructura social dinámica se integra plenamente con la vida cultural y la textura física de la ciudad. «Los estudiantes recrean el sabor “libertino” de la ciudad histórica, al tiempo que se involucran en su renacimiento, ya que sostienen un ciclo de producción y consumo de actividades creativas (música, teatro, video-arte), lugares (cafés, galerías, calles, librerías) y eventos (carnavales, festival de cine, ferias tradicionales renovadas, mercados) que sirven mucho más que la comunidad de estudiantes a solas. Por primera vez en mucho tiempo, Venecia es ahora *cool*, muy atractiva para un grupo de jóvenes consumidores urbanos. La vida estudiantil se ha convertido en la mayor novedad en el estéril paisaje turístico de la última década, ofreciendo a los visitantes que buscan escapar del cliché de la “góndola” una alternativa (Paolo Russo & Arias Sans, 2007, p. 171)».

En efecto, se refieren a esta experiencia veneciana como «el primer paso hacia la creación de grupos creativos basados en actividades artísticas y culturales destinado a alimentar profesiones y estilos de vida creativos (Paolo Russo & Arias Sans, 2007, p. 173)» y afirman sin lugar a dudas que «la comunidad

estudiantil ha constituido un potente catalizador para generar una imagen alternativa al ambiente depredador que Venecia presentaba a sus turistas, además de provocar el renacimiento de actividades comerciales que habían desaparecido de Venecia bajo la presión turística como librerías, tiendas de música, cines, cafés y tabernas tradicionales».

Rausell Köster incide en recordar que la cultura se manifiesta con fuerza en nuestras actividades cotidianas, dando forma a nuestras identidades, aspiraciones y relaciones con los demás y con el mundo. De ello comienza a haber evidencias empíricas, es el caso de ciertas regiones europeas donde entre el aumento de su riqueza y la dimensión de los sectores culturales y creativos, se puede establecer una relación causal muy elevada. Ello se traduce en aportaciones muy positivas respecto al desarrollo social y al económico, cuestiones que aunque empiezan a ser interiorizadas por las distintas políticas, en la UE aún no están suficientemente reconocidas, mientras que otros²¹⁰ espacios y territorios ya invierten mucho en el sector cultural y creativo. Desde el mundo de la economía el fortalecimiento del sector de las Actividades Culturales y Creativas (ACC), se está planteando desde hace relativamente poco como movimiento estratégico, hacia un nuevo modelo económico compatible con elevados niveles de bienestar, sostenibilidad y garante de la competitividad europea en el mediano y largo plazo. La visión de la Europa global 2020 va por este camino, aunque para acometer el mismo, Rausell no deja de apelar a la redefinición de políticas culturales, constituidas en eje central de las acciones para salir de la crisis. Esta redefinición «tiene menos que ver con Bibliotecas Nacionales, Museos, Grandes Ciclos de Teatro, ópera o cuotas de pantalla y mucho más con participación, actitudes, acceso a Internet, usos de los espacios públicos, clases de prácticas artísticas, la formación creativa, alfabetización digital, circuitos de proximidad... Las políticas culturales tradicionales son ineficaces, ineficientes e injustas. (...)Esta nueva política deberá reconocer de una nueva manera los derechos de propiedad intelectual y sus derechos económicos asociados, facilitar el emprendimiento cultural, democratizar el uso de los equipamientos y los espacios públicos y tratar de conocer en mayor profundidad la relación entre el individuo y el hecho cultural».

Pudiera ser que el futuro de nuestras ciudades, en el cual los ‘espacios de la colectividad’ juegan un papel prioritario, pasara por todos o al menos alguno de los puntos que propone²¹¹ Jonathan F. P. Rose en su libro *The Well-Tempered City* a punto de salir al mercado. Dice que la primera cualidad del buen temperamento urbano es la ‘coherencia’, la cual da comienzo en el momento en que la ciudad tiene una visión clara de lo que quiere llegar a ser, reflejado en un plan y con modos de medir y controlar el proceso. La segunda cualidad es la ‘circularidad’, a través de la cual se integran todos los procesos metabólicos urbanos (energía, información, materiales, etc.) en circuitos, de abastecimiento y de eliminación de residuos y reciclaje, al modo en que la naturaleza lo hace. La tercera cualidad es la ‘resiliencia’, la cual permite adoptar la forma original tras periodos de estrés. La cuarta cualidad es el ‘sentido de comunidad’, las redes sociales mejoran nuestras vecindades y nuestro bienestar. La felicidad no es solo un estado individual también es colectivo.

²¹⁰ EE.UU. lleva décadas invirtiendo en el sector cultural y creativo como herramienta para afirmar su presencia a nivel mundial. En China la inversión pública en cultura ha crecido un 23% anual desde 2007. (Rausell Köster, 2014)

²¹¹ Florida, 2016 *How to ‘tune’ a city* en CITYLAB, artículo en línea 27/09/2016 <http://www.citylab.com/housing/2016/09/how-to-tune-a-city/501776/> [último acceso: 06/10/2016]

Y finalmente la quinta cualidad es la ‘compasión’, capacidad adaptativa que genera el tejido conectivo entre nuestra integridad y la de la sociedad.

La rehabilitación de esos espacios de la colectividad, sin exclusiones sociales étnicas o económicas, creando nuevos centros comunitarios de revitalización social de la antigua convivencia, se han demostrado (París, Madrid, etc.) como una de las mayores potencialidades de la regeneración urbana. Las intervenciones que se generan en los espacios públicos, influyen sobre los patrones de uso de los mismos, los cuales afectan directamente en la proyección del paisaje cultural y ésta, a su vez, en la percepción espacial y social, así como en la relación usuario-espacio. En estas mismas virtudes radican sus debilidades constituyéndose en intervenciones de cirugía en las que es necesario equilibrar todas las fuerzas: valorar la parte estética en su justa medida, producir continuidad socio-espacial con el entorno y cuidar al máximo las transiciones, involucrar las políticas sociales en las intervenciones. En este sentido las asociaciones de vecinos y las asociaciones de comerciantes se convierten en elementos de gestión que juegan un papel de sostenimiento y de empuje crucial.²¹²

Una globalización realista y ética debe volcarse sobre lo inmaterial, sobre el intercambio de ideas y conceptos, la formación, la libre circulación de las personas y el encuentro con los ‘Otros’. «Se va ciertamente hacia la aceleración de la globalización intelectual, que se acompañará de un brutal frenazo de la circulación de los productos. Es ahí donde se puede intervenir con nuevos conceptos como la Alianza de las Civilizaciones. Una vuelta a lo local en el intercambio de bienes por razones logísticas, no nos debe desviar –según las palabras de Anthony Appiah y de Amartya Sen– de un amplio “cosmopolitismo”, de un diálogo real entre culturas y sociedades. Si no, caeremos en los peligros del aislacionismo cultural y de la aguda estrechez de miras que alimenta todos los estereotipos, nacionalistas y raciales. Para el turismo, esto significa más encuentros con el Otro, y no solamente visitar en grupos cerrados los sitios y monumentos del Otro (Lanquar, 2007, p. 238)»

3.1.1/¿no es éste el fin de lo turístico?

Nadie se da cuenta de lo maravilloso que es viajar hasta que vuelve a casa y descansa su cabeza en su viejo y familiar almohadón.

(Lin Yutang)

1. La tendencia a racionalizar y comercializar lo turístico a nivel planetario es contraproducente, ya que ello se hace a costa de perder la particularidad de cada lugar y hacerlos todos semejantes.

2. Y si todos los destinos son semejantes, ¿por qué querría un turista canadiense viajar a

²¹² Junto a estas teorías también están las de quienes rechazan hasta la existencia del espacio público o niegan la existencia de un modelo de ciudad coherente con las aspiraciones de devolver al barrio y a lo local su importancia para estructurar la ciudad y su arquitectura con las cuales no nos sentimos identificados.

Australia, por ejemplo?

3. «El tour es la única unidad de organización social en el mundo moderno que está impregnada de imágenes culturales y, al mismo tiempo, separada en absoluto de la cultura circundante (MacCannell, 2003)». «La ciudad se convierte en un “teatro de estrategias culturales”, creando una megaestructura de persuasión que aleja al ser humano de su cotidianeidad (Reina Gutiérrez, 2009)» Si la cultura se ha convertido en la excusa que no el argumento, sin trasfondo, si ha perdido su esencia primera...

4. «Los museos son museos y como tales son todos interesantes, pero están en cualquier lugar y yo prefiero ver sobre que trata la ciudad ahora... (Maitland, 2007) ». Si el mundo se ha convertido en una amalgama de fragmentos congelados descontextualizados...

5. «(...) Acompañémosla en sus viajes constantes entre Singapur, Hong Kong, Londres, Estocolmo, Nueva Hampshire, Praga, etc. Se aloja en el mismo hotel Hilton, almuerza el mismo emparedado de atún o, si lo desea, pide comida china en París o francesa en Hong Kong. Usa el mismo tipo de fax, teléfono y ordenador, mira las mismas películas y discute la misma clase de problemas con la misma clase de personas (...) (Bauman, 1999)» Si el hogar no es diferente de los lugares que se visitan en el itinerario turístico.

6. Si «cada destino constituye un canibalismo aleatorio de estilos del pasado, un pastiche de símbolos y recuerdos de “alteridad cultural” domesticada (...) (MacCannell, 2003) »

7. Si estamos asistiendo a una tercera mundialización en la que cada pueblo y cultura desea participar en la globalización, pero no a cualquier precio²¹³ y mientras más viajemos más conflictos culturales tendremos... (Wolton, 2007)

Efectivamente basándose en todo lo expuesto hasta ahora hay quien proclama ‘el fin de lo turístico’, aunque también hay quien opina que no es así. MacCannell argumenta que no es el fin, y da dos razones para ello. En la primera dice que, para el nuevo ‘sujeto corporativo’ «salir del hogar es el único modo de marcarlo como algo distinto de los demás sitios» y para ello viajan a gran costo a sitios que no son diferentes de donde viven y trabajan, «en una especie de aceptación literal del género imbécil de la ‘movilidad’» y que incluso tienen un lenguaje adaptado al limbo de estar siempre en todos sitios y en ninguna parte. Podríamos decir que el paradigma de este ‘sujeto corporativo’ tiene su máxima expresión en el ‘habitante del spa’.

En la segunda razón, MacCannell nos da un poco de sosiego al recordarnos que no todo el mundo es así y que la mitad de las personas del mundo todavía dependen de la agricultura, de sus animales y de sus campos para su subsistencia, y que dentro de la otra mitad encontramos inmigrantes, refugiados, «trabajadores invitados²¹⁴», ‘habitantes de la calle’, para los que, con toda probabilidad, ni el turismo industrial, ni las definiciones hegemónicas de ‘existencia’ se ajustan a su modo de vida, aunque puedan tener como ídolos o prototipos a los ‘habitantes del spa’. Para ellos, los objetos y los hechos «del ‘mundo desarrollado’ son

²¹³ La condición de participación en lo global pasa por la regulación de las desigualdades económicas y sociales y, sobre todo, por la preservación de las identidades culturales. (Wolton, 2007)

²¹⁴ MacCannell llama «trabajadores invitados» a la mano de obra procedente de otros lugares para trabajar principalmente en la agricultura (en épocas pasadas) y en la actualidad, podemos decir que, casi en cualquier ámbito

objetos de intensa curiosidad turística. Existen multitud de experiencias turísticas que son refractarias a la comercialización (MacCannell, 2003)». Actos que acontecen fuera del marco comercial y que surgen del «espíritu genuino de [una] definición limitada de ‘lo turístico’», esa que conserva algún indicio de ‘lo humano’, ese ‘sentido’ del que carecen los instrumentos capitalistas y del que sólo los humanos somos capaces de dotarlo²¹⁵.

Cualquier esfuerzo de aquel²¹⁶ que no se conforme con seguir el camino que le marca la guía oficial para construir su experiencia turística, revitaliza ‘lo turístico’. Cualquiera puede descubrir nuevos fundamentos de deseo y disfrute en el abundante material existente y que no se recoge en el tour oficial. La mayor parte de lo que ahora son atracciones no comenzó siéndolo.

Otro aspecto crucial del que habla Urry (2008), que nos hace pensar que no estamos presenciando el fin, es la necesaria ‘presencia corporal’ en los destinos. Aunque el viaje hubiera comenzado de forma ‘virtual’ o ‘imaginaria’, necesariamente del «estar ahí uno mismo», con independencia de que el destino sea un nodo de primera o no sea más que una recomendación de un amigo. La experiencia directa, la implicación de todos nuestros sentidos, es crucial. Hacer nuestras propias fotos, comer en el restaurante recomendado o descubrir uno nuevo que recomendar, etc. «Los mundos nuevos tienen que ser vividos, antes que explicados (Carpentier, 1988)». El caso paradigmático tiene lugar cuando se decide realizar un viaje para presenciar un determinado acontecimiento²¹⁷ ‘en vivo’.

Wolton (2007) habla de un necesario cambio de paradigma que empieza por la necesaria preservación del respeto a los valores propios, que cada cultura tenga la sensación de que su identidad es preservada, de manera que no se sienta amenazada por ‘el otro’, para que en el mejor de los casos exista la cohabitación cultural mundial. Se trata de fomentar la identidad relacional en contraposición a la identidad del rechazo. En aceptar, el hecho de que «a partir de la idea de que anclados en lo ‘nuestro’, podríamos llegar a ser actores efectivos para insertarnos mejor en la globalización (Chihuahilaf, 2007)».

Mientras más semejanzas culturales, económicas o de modos de vida existan, más importantes se volverán las diferencias. Pero debemos recordar que «la diversidad es un valor. La torre de Babel no debiera ser una maldición (Bengoa, 2007)». «La identidad –individual o colectiva– se construye siempre en relación con la alteridad (Augé, 2007)», ninguna cultura sería capaz de sobrevivir sin el contacto con los otros. Recordemos que «la historia de los orígenes de la humanidad es la historia del andar, la historia de las migraciones de los pueblos y de los intercambios culturales y religiosos que tuvieron lugar durante los tránsitos intercontinentales (Careri, 2005)». Volver a tomar conciencia de ello nos facilitaría infinitamente el avance en el camino cultural. El choque cultural no debería servir para más que para crear modos de hibridación y multitud de caminos nuevos derivados de un solo nodo de encuentro. Es en este camino en el que todos tenemos que trabajar.

²¹⁵ «Lo más importante en el área del turismo en la actualidad no es la construcción de un nuevo complejo de entretenimiento de la corporación Sony frente al museo de arte. Es el modo en que San Francisco, Londres o Chicago son presentadas a un nuevo inmigrante de Asia, Latinoamérica o África por alguien de su familia o de su región que llegó antes. (MacCannell, 2003, p. 260)»

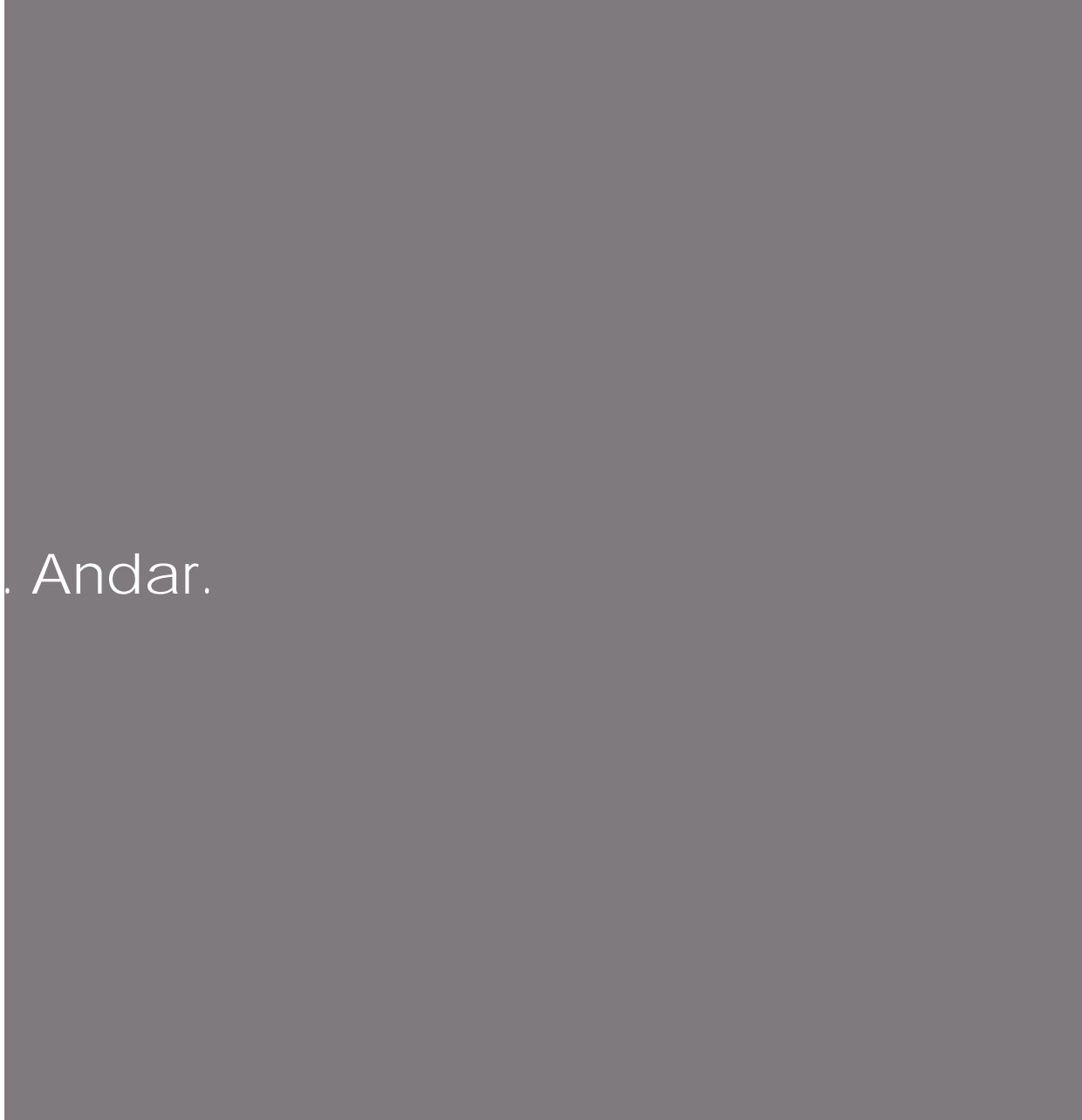
²¹⁶ MacCannell considera capaces de realizar este esfuerzo sólo a la ‘clase media’, cosa con la cual no estamos de acuerdo por considerarlo reduccionista y coercitivo.

²¹⁷ Acontecimientos que constituyen «momentos espaciotemporales de condensación global e implican una ‘localización’ particularmente intensa de dichos eventos globales en “lugares únicos, debido al hecho de que ponen en escena acontecimientos asimismo únicos (Roche, 2000)”». (Urry, 2008)



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Movimiento 2. Andar.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1/ ANDAR.

1.1/ Andar como práctica estética.

« (...) Por lo visto sólo al caminar se encuentra uno con estas cosas, desde papeles en blanco hasta palabras con que llenarlos, tan estrecha ha sido la relación entre el camino y la creatividad que el propio caminar se ha llegado a considerar una obra»

(Lesmes, 2011)

Arrancamos este apartado desde el título del libro de Francesco Careri: *Walkscapes. El andar como práctica estética*. Francesco Careri, junto con Lorenzo Romito son los principales teóricos, de un grupo de arquitectos llamados los Stalker, que compartían el gusto por las investigaciones urbanas, así como una gran sensibilidad hacia las transformaciones contemporáneas y hacia los síntomas característicos de una sociedad en proceso de mutación. En este libro se describe el ‘andar’ en tanto que herramienta crítica desde la que mirar el paisaje.

A partir de la genealogía que construye Careri sustenta su teoría del andar como práctica estética. Desde el descubrimiento ‘artístico-espacial’ que realizan Dada, Smithson, los surrealistas y, seguidamente, los situacionistas, partiendo de la ciudad recorrida, es decir, introduciendo la perspectiva del ‘movimiento’. Para cada una dicha experiencia artística se desenvuelve por unos derroteros diferentes, pero con la particularidad de que la ciudad que descubren en sus ‘vagabundeos’ es una ciudad líquida. «Un ‘líquido amniótico’ donde se forman de un modo espontáneo los ‘espacios otros’, un archipiélago urbano por el que navegar caminando a la deriva: una ciudad en la cual los ‘espacios del estar’ son como las islas del inmenso océano formado por el ‘espacio del andar’ (Careri, 2005, p. 21)».

Este cambio de paradigma en el recorrido se empieza a fraguar en el siglo XX, cuando se empezó a desvincular de la religión –en tanto que mito, peregrinación, procesión– y de la literatura –en tanto que estructura narrativa– empezando a adquirir el estatuto de puro acto estético, en tanto que intervención urbana. Empezó a adquirir los significados simbólicos del errar primitivo.

La primera vez que un grupo de personas, Dada, se plantea la posibilidad de rechazar los espacios tradicionalmente reputados para reconquistar ‘otros espacios urbanos’ a través de una serie de visitas-excursiones / deambulaciones, sería en 1921. Es entonces cuando descubren en el andar un componente onírico y surreal, «una especie de ‘escritura automática’ en el espacio real capaz de revelar las zonas ‘inconscientes’ del espacio y las partes ‘oscuras’ de la ciudad (Careri, 2005)». Estos experimentos están en el origen de la construcción de la ‘Teoría de la Deriva’ de 1956, que al año siguiente entrará en contacto con el universo nómada de los gitanos de Alba, dando lugar en 1960 al famoso proyecto de Constant “New Babylon”. Mientras, los surrealistas Asger Jorn y Guy Debord presentan las primeras imágenes de una

ciudad basada en la *dérive*, una ciudad inconsciente y onírica. Esa deriva urbana letrista, evoluciona a la «"construcción de situaciones" mediante la experimentación de las conductas lúdico-creativas y de los ambientes unitarios (Careri, 2002)». Estas experiencias cristalizarán en la consideración del andar como una de las formas que los artistas utilizarán para intervenir en el paisaje, surgiendo el *land art*. Relación entre el arte y la arquitectura, el recorrido y la reapropiación de los espacios, como en sus orígenes fueron el 'errabundeó' y el 'menhir'. El paisaje entendido como 'arquitectura del vacío' es una invención que se remonta a la cultura del errabundeó.

Más recientemente, en 1995, será el grupo de jóvenes arquitectos, Stalker quien se replantea la lectura de la ciudad actual desde el punto de vista del errabundeó, según lo que ellos llamarían las 'transurbancias'. «Perdiéndose entre las amnesias urbanas, Stalker encontró aquellos espacios que Dada había definido como banales, así como aquellos lugares que los surrealistas habían definido como el 'inconsciente de la ciudad' (Careri, 2005)». Las transformaciones adaptativas / impositivas han producido, en todas nuestras ciudades capitalistas, un sistema de espacios vacíos recorribles a la deriva, «un espacio nómada ramificado como un sistema de 'veredas urbanas' que parece haber surgido como producto de la entropía de la ciudad, como uno de los "futuros abandonados" descritos por Robert Smithson (Careri, 2005)».

Nomadismo y sedentarismo viviendo en continua osmosis, transcrito en vacíos y llenos, aunque a veces se intercambien los papeles. «La ciudad nómada vive actualmente dentro de la ciudad sedentaria, y se alimenta de sus desechos y a cambio ofrece su propia presencia como una nueva naturaleza que sólo puede recorrerse habitándola (Careri, 2005)». Al pensar en esos llenos y vacíos que constituyen los espacios sedentarios y nómadas, aparece súbitamente en nuestra mente gráfica, la línea que a modo de frontera separa ambas. Al respecto, Careri proponía ensanchar la línea, generar espacios de intercambio entre los espacios nómadas y sedentarios, zonas francas¹ en las que se pueda hacer cosas no permitidas en otras partes de la ciudad.

□ El recorrido: acción, objeto y relato.

Aunque el discurso de Careri tiene multitud de matices que nos resultan de interés, hay un punto en concreto, que nos resulta especialmente atractivo en relación a nuestro trabajo, por su doble capacidad de ser generador y generado –según esa relación bidireccional de retroalimentación, que se produce entre la avispa y la orquídea–. Careri repropone el 'recorrido' como «forma estética disponible para la arquitectura y el paisaje» y para ello pone el acento en distintas acepciones, por un lado, el recorrido como 'acción del andar'. El recorrido como 'objeto arquitectónico' o línea que atraviesa. Y por último, como 'relato del espacio atravesado'. En este sentido afirma que «el andar [con el recorrido como herramienta] es un instrumento estético capaz de describir y de modificar aquellos espacios metropolitanos que a menudo

¹ En estas zonas fronterizas se centra la investigación de *Stalkerlab* a través de lo que ellos denominan *Transborderline*, una infraestructura transfronteriza habitable que da soporte a la libre circulación de las personas. En línea en <http://digilander.libero.it/stalkerlab/tarkowsky/transbord/index.html> [último acceso: 24/10/2016]

presentan una naturaleza que debería comprenderse y ‘llenarse de significados’, más que proyectarse y ‘llenarse de cosas’. A partir de ahí, el andar puede convertirse en un instrumento que, precisamente por su característica intrínseca de lectura del espacio, resulte idóneo para prestar atención y generar unas interacciones en la mutabilidad de dichos espacios, para intervenir en su constante devenir por medio de una acción en su campo, en el ‘qui ed ora’ de sus transformaciones (Careri, 2005, p. 27)».

Es en este sentido que propone Careri, en el que nos gustaría acercarnos al recorrido turístico. El recorrido turístico como experiencia estética autónoma, tanto el recorrido prefijado en una guía oficial como aquel que se constituye en alternativa, y que permite recorrer los espacios metropolitanos con el fin de explorarlos, para terminar por hacerlos visibles. Pero en general, como una experiencia en la que el ‘errar’, bien podría ser considerado como un ‘valor’ más que como un ‘error’.

Aunque la experiencia estética que nos descubre Careri resulta ser totalmente reveladora de la relación física y espacial –el acto de andar, desplazarse por un lugar determinado–, y perceptiva –representada en la narración posterior–, no queremos pasar por alto la dimensión temporal del recorrido que es tan importante en la construcción. Ya sea en lo que se refiere a la ‘velocidad’ a la que transcurre cada recorrido, o a la falta de ella en los momentos de dicho recorrido en los que el movimiento cesa y lo único que transcurre es el ‘tiempo’ y los ‘procesos mentales’. Al respecto resulta también de interés la relación de la que habla Milan Kundera entre velocidad y olvido, dice que «el grado de lentitud es directamente proporcional a la intensidad de la memoria, el grado de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido»².

□ La fuerza motriz, nuevamente el deseo...

En el origen del hecho turístico la idea de ‘movimiento’ resulta ser constitutiva del mismo, la condición *sine qua non*, para toda una serie de dinámicas, además de la turística, que permiten al sujeto establecer relaciones con su entorno. En ellas, el ‘recorrido’ constituye su forma estructural y diagramática por excelencia.

La física define el ‘movimiento’ como un cambio de lugar motivado por el desplazamiento de un objeto, debido a una fuerza de empuje o atracción gravitacional que produce otro objeto. La magnitud de dicha fuerza depende de la masa de los objetos. En la práctica turística, en primer lugar se produce un desplazamiento entre el origen del sujeto activo y su destino, el cual ha debido ejercer esa fuerza de atracción o empuje; en segundo lugar, hay otro desplazamiento que tiene lugar en el espacio turístico que se visita, que viene motivada por esa necesidad de construir experiencias alternativas. Pero el hecho del desplazamiento turístico además provoca un ‘cambio del punto de vista’ del sujeto activo, no sólo físico y geográfico, sino también ‘mental y emocional’.

En el espacio de destino son la masa de ciertos edificios o la esencia de algunos vacíos, las que ejercen

² Cita de Milan Kundera en <https://lalentezza.wordpress.com/parole/> [último acceso: 24/10/2016]

este mismo fenómeno de atracción, que sería el único responsable de la generación del desplazamiento de unos puntos a otros, de la construcción de una percepción y de la elaboración de un posterior relato general del destino, resultado de la acumulación de las imágenes parciales obtenidas y de la vivencia general experimentada, sino fuera por la mediación que ejercen la narrativa oficial a través de planos, guías o webs. A esto se añade la narrativa no oficial, como los blogs, cuya experiencia, a su vez, estuvo de alguno u otro modo mediada por la hegemonía imperante de la que no es fácil escapar. Esa gran fuerza, que en primer término, no es la gravedad, sino la fuerza de la ‘voluntad’ y el ‘deseo’, aunque natural y ancestralmente existan, son estimuladas e incluso implantadas por mecanismos externos.

En ese ‘recorrido’ que estructura el hecho turístico, se privilegian ciertas paradas como, también, ciertos sentidos, obviando –cuando no ocultando– un sinfín de detalles. Es el caso de las conexiones entre esas paradas, que se realizan por pura gravedad relacional de lo que viene contenido como paso siguiente en el mapa, cuando el camino a seguir no está previamente marcado. Con lo cual el resultado de la experiencia turística resulta ser un conjunto de hitos o experiencias conectados entre sí por un hilo ficticio, que genera una narrativa difícilmente representativa, desarticulada y reduccionista en gran medida. Indagar en los motivos que se hallan tras esta tendencia, podría servir de base para proponer el modo de articulación de experiencias más completas.

Ancestralmente arrastramos una predisposición genética al cambio de lugar manifestada, como ya veíamos, primero en el ‘errabundeo’ y luego en el ‘nomadismo’. En aquel entonces practicado para satisfacer las necesidades fisiológicas vitales, y hoy día –estando cubiertas aquellas– surgen otras necesidades vivenciales o impuestas, que también nos vemos en la obligación y/o capacidad de satisfacer. A esta tendencia natural –existente en nuestra naturaleza humana– hacia el cambio de lugar, se alude recientemente como ‘escapismo’. Se trata de esa característica del ser humano que no está nunca totalmente satisfecho con el espacio que habita, mostrando un descontento con su *status quo*, que se manifiesta en un ‘deseo’ –casi una necesidad– por escapar, identificada tanto con la migración –cambio de lugar permanente–, como con el turismo –cambio de lugar accidental–. Ambos conceptos están relacionados con la necesidad interior de ‘escapar de’ y ‘volver a’ la ‘naturaleza’ como lugar original [si es que aún seguimos teniendo claro que es ‘lo original’]. Finalmente, la fantasía y la utopía que nos han sido injertadas como contrapunto de la cotidianidad, subyacen en la acción de escapar. Por tanto, esa acción de escapar no sólo se materializa a través del ‘desplazamiento’, sino también a través de la ‘transformación’ del medio. El espacio turístico contemporáneo está íntimamente ligado a ambas dinámicas.

Por otro lado, desplazarse, perderse, descubrir territorios y culturas es una actitud innata en el ser humano y el desarrollo del turismo no deja de ser una manifestación más de este fenómeno, reforzada por el desarrollo de las nuevas tecnologías y los medios de transporte. A su vez, ese desplazamiento refleja un acto de transformación, formación y aprendizaje que se inscribe dentro de un proyecto existencial

individual. Como explica Urry, con la ayuda de palabras de José Gil: «el cuerpo siente mientras se mueve; posee sinestesia, el sexto sentido que nos informa de lo que el cuerpo está haciendo en el espacio mediante las sensaciones de movimiento registradas por articulaciones, músculos, tendones, etc. Para este sentido del movimiento, la ‘mecánica del espacio’, reviste una importancia especial el sentido del tacto: los pies sobre la acera o el sendero montañoso, las manos sobre una superficie rocosa o un volante (Gil, 1998, p.115)³». Además, el cuerpo ocupa un volumen, es frágil cuando tiene una cierta edad o vigoroso si pertenece a cierta raza, en definitiva son cuerpos en movimiento que se encuentran con otros cuerpos y objetos dentro de un universo multisensorial.

El turismo siempre implica movimiento y formas de placer corporales. Diversos objetos y tecnologías mundanas fomentan ese sentido sinestésico ampliando sensorialmente las capacidades humanas en y a través del mundo externo. De esa forma, se producen ensamblajes de humanos, objetos, tecnologías y códigos, que producen de forma contingente durabilidad y estabilidad en la movilidad. Ensamblajes híbridos pueden recorrer campos y ciudades, reelaborando los paisajes rurales y urbanos a través de su movimiento. Paisajes físicos y paisajes sensoriales⁴, que interactúan con la sensación directa del ‘otro’, ya sea durante su movimiento o durante su quietud –bronceándose en la playa, por ejemplo–.

□ El cambio de mirada.

La irrupción del ferrocarril en el siglo XIX, además de provocar un cambio físico radical en los paisajes, fijó un jalón en el cambio hacia esa otra mirada ‘movilizada’ que se contrapone a la ‘mirada estática’ cuyo paradigma viene representado por la cámara inmóvil. Se trata de lo que Schivelbusch, denomina ‘movilidad de la visión’. Es decir, aquella otra ‘percepción panorámica’ compuesta de multitud de escenas que se sucedían a través del marco de la ventana del vagón del ferrocarril, «panoramas de tránsito rápido, un sentido de apresuramiento multidimensional e interconexiones fluidas de lugares, personas y posibilidades (Schivelbusch, 1986, p.66)». El ferrocarril, aunque circulaba a una ‘velocidad’ infinitamente superior a la que se estaba acostumbrado a ir en los medios de transporte anteriores, aún lo hacía a una velocidad lo suficientemente lenta para que las distintas escenas pudieran ser interpretadas y grabadas en la memoria, construyendo una narrativa que terminaría por cumplir con la estructura tridimensional a la que Careri hacía alusión –acción, objeto, relato–, para referirse al sentido estético del ‘recorrido’, en este caso.

Pudiéramos pensar que fue el ferrocarril, el que nos empezó a entrenar en esa percepción panorámica en la que el espacio quedaba aniquilado gracias a su excepcional velocidad, generando una profunda sensación de grandeza y de dominación del paisaje. Basado en lo anterior, podemos concluir que el paso de la ‘mirada estática’ a la ‘mirada movilizada’ lo provocó la velocidad, estableciendo un intervalo que partiría de la velocidad cero –máximo recuerdo–, en la cual estando parados dedicamos una mirada detenida que

³ Citado en (Urry, 2008)

⁴ Urry (2008) nos recuerda que esos ‘paisajes sensoriales’ están socioculturalmente mediados por la lengua y el discurso, lo cual implica una serie de conexiones complejas entre las sensaciones corporales y el posible choque sociocultural que se podría producir según la cultura. Para profundizar en ello remitirse a: Crouch, D. (ed) (2000) *Leisure/Tourism Geographies*. Londres: Routledge Macnaghten, P. y Urry, J. (eds.) (2000) *Bodies of Nature*, número doble de *Body and Society*, 6: 1-202.

pretende esbozar o pintar de otra forma lo que capta, a una velocidad máxima –máximo olvido– alcanzada en los desplazamientos a alta velocidad (AVE o avión), rozando la instantaneidad con la mediación de las telecomunicaciones [pero este es otro viaje, al que John Urry⁵ llama «viaje virtual» y del que no vamos a hablar ahora]. Es en este segundo caso cuando la separación del entorno es total, ya que la velocidad (y la altitud en el caso del avión) no permiten ningún tipo de sincronía con el espacio circundante.

En el caso del avión la sensación de vastedad y de dominación del paisaje –del cual se deja de formar parte–, es paradigmática. Surge entonces, la idea de convertir ese desplazamiento en una experiencia en sí misma, independiente de las condiciones circundantes. Es la estrategia que están aplicando las compañías aéreas más lujosas del mundo, donde se rodea el servicio de transporte de toda una serie de servicios adicionales (alta cocina, bebida de excepción, entretenimiento massmedia, conexión online que permite estar en todas partes y en ninguna) que complementan el objetivo inicial del cambio de lugar, hasta convertirse en una experiencia extra-ordinaria, generando a su vez un lugar determinado para ello. Como decía Jackson, «las carreteras ya no nos llevan solamente a unos lugares, sino que son lugares (Jackson, 1994)»

«Bisogna essere lenti come un vecchio treno di campagna e di contadine vestite di nero, come chi va a piedi e vede aprirsi magicamente il mondo, perche' andare a piedi e' sfogliare il libro e invece correre e' guardarne solo la copertina.

Bisogna essere lenti, amare le soste per guardare il cammino fatto, sentire la stanchezza conquistare come una malinconia le membra, invidiare l'anarchia dolce di chi inventa di momento in momento la strada. Bisogna imparare a star da se' e aspettare in silenzio, ogni tanto essere felici di avere in tasca soltanto le mani. Andare lenti e' incontrare cani senza travolgerli, e' dare i nomi agli alberi, agli angoli, ai pali della luce, e' trovare una panchina, e' portarsi dentro i propri pensieri lasciandoli affiorare a seconda della strada, bolle che salgono a galla e che quando son forti scoppiano e vanno a confondersi al cielo. E' suscitare un pensiero involontario e non progettante, non il risultato dello scopo e della volonta', ma il pensiero necessario, quello che viene su da solo, da un accordo tra mente e mondo»

(Franco Cassano)⁶

En general, como anuncia Zusman⁷, el estudio de las prácticas de desplazamiento como producto socio-cultural, permite la construcción de una geografía cultural con base en la movilidad y en el sedentarismo, donde, «importan no sólo las raíces sino también las rutas (Clifford, 1997)». Las raíces globales pudieran asentarse, entre otras cosas, en nuestra inserción en la ‘cultura móvil’⁸, derivada de la ‘compulsión por la movilidad’, en la que se dan por sentado las ventajas de viajar. Pero no sólo es importante viajar a una cultura, sino que las propias culturas también viajan, es así como se fortalece su sentido identitario como grupo, en el sentido del necesario cambio de paradigma que promueve Wolton (2007).

⁵ En su artículo basado en *La mirada del turista* Urry, (2008) habla de tres tipos de viajes distintos, dependiendo del tipo de intermediación que se lleve a cabo, ‘viaje virtual’ a través de Internet, el ‘viaje imaginario’ mediante el teléfono, la radio y la televisión, y el ‘viaje corporal’ utilizando las infraestructuras de la industria turística internacional. Este último es el que nos interesa a nosotros, aunque las intersecciones entre las distintas modalidades son complejas y las diferencias difusas.

⁶ Cita en <https://lalentezza.wordpress.com/parole/> [último acceso: 24/10/2016]

⁷ (Zusman ed alt., 2007)

⁸ (Urry, 2008)

1.1.1/ El sujeto en movimiento.

En este apartado pretendemos fijarnos en el sujeto en movimiento, que interpelado según distintos condicionamientos mentales –producto de una determinada actitud, interés o deseo–, determinan diferentes grados de aproximación y/o de relación con el entorno.

Aludir ahora a la frase anterior de Clifford, «importan no sólo las raíces sino también las rutas», adquiere un significado adicional que trataremos de poner de relieve. Partimos de que la fuerza motriz que desencadena el movimiento es el ‘deseo’: de conocer(se), de experimentar(se)... y dicho conocimiento se manifiesta a modo de relaciones entre objeto y sujeto, en todas sus formas. El objeto lo constituye el lugar de destino junto con sus gentes, sus valores, su cultura, conformando todo ello un determinado paisaje, con un significado por determinar. Esta fuerza motriz que desencadena el movimiento, también genera un desplazamiento de la mirada atenta, que busca alcanzar un determinado conocimiento sobre aquello que atrajo su atención.

En función de ello –grado de atención de la mirada, nivel de conocimiento al que se aspira, afectos, anhelos, motivaciones...– podemos establecer, sin ser rigurosos –de manera abierta y ampliable–, diferentes categorías con las que comparar al sujeto en movimiento: descubridor, explorador, conquistador, flâneur, planeteur, neobabilonio...

Según la forma que opera en la aprehensión del paisaje como objeto de conocimiento Ferraz-Leite⁹ propone las tres primeras figuras:

‘descubridor’ desconoce el territorio pero todo es paisaje latente, en potencia. El paisaje es una incertidumbre, un anhelo, una motivación. «Su intención deriva por completo en la comprensión estética del lugar, con independencia de un objetivo práctico (Kessler, 2000)». «Una vez desvelado, el viajero se haya subyugado ante el paisaje descubierto (Ferraz-Leite Ludzik, 2009)».

‘explorador’ aventurero por naturaleza que, partiendo con rumbo cierto pero destino desconocido, mapea un territorio que no conoce en profundidad, intuye el paisaje y lo construye en tanto que proyección de su interioridad que va marcando el camino en cada elección frente a las bifurcaciones. Su travesía es incierta y el objetivo difuso, y la atención prestada al camino es enorme. «El explorador parte del mundo cotidiano, en general por algún impulso interno, y se dirige a lo desconocido. Su motivo será el trayecto y la construcción del paisaje es lo que en él recoja como experiencia capaz de remover las cosas establecidas (Ferraz-Leite Ludzik, 2009)».

‘conquistador’ domina el territorio con precisión científica desde una posición aérea y atemporal, con la finalidad de intervenir, no lo mapea, sino que lo cartografía. Controla con precisión la incidencia de sus acciones físicas sobre el mismo, es metódico y precavido.

Cuando ese paisaje es de carácter fundamentalmente urbano, hablamos del ‘flâneur’ de Baudelaire. De actitud curiosa por el entorno aunque despreocupada, anónima, sin ser un extranjero, ambivalente en cierto modo.

Aunque ‘flâneur’ es una palabra francesa que significa ‘paseante’, el francés le añade matices determinados más complejos, ya que implica una determinada manera de relacionarse con la realidad urbana, una libertad / ligereza con un punto hedonista. Siendo rigurosos, diremos que este término indica el origen parisino de una nueva fórmula de experimentar la gran ciudad. «Consiste en moverse por ella con la atención lo más despierta posible a fin de apreciarla como una inmensa acumulación de detalles, de matices, de contrastes sutiles, de huellas de distintos pasados. Y para potenciar la atención es necesario que el ‘flâneur’ esté totalmente desocupado: que pasee sin prisas, sin rumbo fijo, sin destino u objetivo y que mire muy de cerca lo que le rodea. A nuestro entender la ‘flânerie’, más que con la ligereza, debería ser relacionada con la ‘disponibilidad de la atención’, como afirmó Baudelaire, su primer teórico. El flâneur clásico es silencioso. Observa e incluso clasifica socialmente a las personas por conjeturas sin comunicarse verbalmente con ellas (Alemany, 2015)». A esto, José Muñoz-Millanes¹⁰, añade que «lo que define al flâneur es su actitud de observador puro que considera la ciudad un espectáculo. De ahí su sensibilidad arquitectónica. (...) está volcado en lo que le rodea, en el exterior, por medio de la mirada. Es impersonal: se anula en favor de la complejidad confusa de lo real, encarnada en la gran ciudad (Muñoz-Millanes)». Cada vez que salía, entraba, en una suerte de cruce dentro/fuera de límites ambiguos. Deambulaba por calles inesperadas, descubriendo que no había prescripción social sobre su persona. Podía reinventarse a cada paso. Benjamin veía en él lo esencial de lo urbano, mezcla de detective aficionado sobre sí mismo y etnólogo que observaba los efectos de la ciudad sobre sus vecinos. A ello añadía Baudelaire que, en su vivir en lo efímero, entre la multitud y sus movimientos fugaces, el flâneur se construía como artista de la vida moderna, reforzando su condición de anonimato.¹¹

En analogía con la anterior, encontramos al ‘plâneur’, que es una figura que experimenta una sensación similar al anterior pero a través del vuelo en un vehículo sin motor. Por lo tanto, despegado del contexto y con una visión más panorámica y ágil. Si la mirada del flâneur era una muy determinada, que en su lento discurrir buscaba ir más allá de la superficie del objeto que examina, empapándose de su esencia. En el caso del plâneur, esa mirada se caracteriza por su superficialidad, su estar despegada del contexto. Ello provoca que su objeto de conocimiento sea otro distinto, siguiendo una ruta divergente del flâneur para establecer esa relación. [El interés sobre esta figura, estriba en el uso que le daremos como componente en el agenciamiento de un nuevo concepto.]

¹⁰ José Muñoz-Millanes es profesor de literatura en la NYU y traductor de Walter Benjamin entre otros. Citado en: (Alemany, 2015)

¹¹ Susan Sontag escribe en *Sobre la fotografía* (2014) que todos los surrealistas eran flâneurs aunque no lo supieran.

Si basado en todo lo expuesto tratásemos de buscar una denominación que nos describa a esa otra figura a la que buscamos referirnos. Esa que ha superado al turista y al post-turista y que, probablemente, nunca tuvo demasiado en común con el flâneur. Esa que vive en un espacio atiborrado de ondas electromagnéticas de las que cada vez es más dependiente, según un proceso ubicuo e irreversible de efimerización y acopio de datos. Pareciera que la figura del flâneur ha dejado de ser necesaria, ya que, traducidos en bits, disponemos de todos los datos imaginables que podamos necesitar.

Pasear entonces ¿deja de tener sentido? Si ya no hay nada «silvestre, por descubrir (Kiektik, 2016)». Ni tampoco libre y aleatorio, ya que todo es susceptible de ser monitoreado. Si, como comenta Nicholas Carr¹², los seres humanos somos tan predecibles en lo que respecta a nuestros patrones como las hormigas o los pollos. Si el creador de Facebook, Zuckerberg, está buscando las leyes matemáticas que expliquen las relaciones humanas. Sin duda, esta percepción de lo humano confunde la mediación de un fenómeno con la causa del mismo.

«La neovigilancia de los algoritmos ubicuos trae un nuevo miedo, el miedo a incrementar la incertidumbre hasta un punto de ruptura. Algoritmos que nos entienden a nosotros, pero que nosotros vemos como si fueran escritura china. (...) pero hay una segunda vía a explorar: algoritmos que permitan flanear las plataformas de redes, anonimizarse de las miradas de las cámaras, volverse invisibles a los drones. Son preguntas iniciales que debemos ir desarrollando a partir de los emergentes de la red. ¿Caminar hoy en día en el contexto urbano es sólo para excéntricos y pobres? ¿Ofrece la ciudad ese encanto y misterio a ser descubierto por el caminante?»

(Kiektik, 2016, p. 263)

El panorama que describe Kiektik no es nada propicio para la subsistencia de ninguna de las figuras que veíamos. Aunque todavía, [queremos pensar], nos queda una esperanza al mirar hacia al hecho turístico. Hacia esa figura cuyo desplazamiento sigue siendo corporal, aunque ayudado de cualquier vehículo, método, o prótesis y por todo lo que podamos imaginar. Desplazamiento que no se limita al que adviene entre dos puntos (origen y destino) sino, más bien, a esa otra modalidad de movilidad o ‘hipermovilidad’, que tiene lugar durante la experiencia turística, (a través de la red primero, las guías de viaje y el mundo entero hasta alcanzar el destino). Figura heterogénea y cambiante, para quien las redes e internet son fundamentales, que establece una relación distante con su entorno desde una posición superior en la que se siente privilegiada, sin conciencia de límites más allá de los que le plantea su cartera, el neoturista.

La figura del flâneur permite asociaciones diversas tanto con la figura del descubridor, como la del explorador, dependiendo de que mantuviera una relación previa o no con el entorno que visita. Mientras que la del plâneur adquiere un distanciamiento de la realidad que le pone en una posición de dominio superficial privilegiada que le remite, más que a cualquier otro, a la figura del conquistador, en la cual están recogidas las otras dos como estadios anteriores.

Desde estas reflexiones, proponemos ahora la formulación de un nuevo concepto, a medio camino entre el

¹² Carr, N. (2015) *The new behavioralism*. Julio 2015. Disponible en: <http://www.roughype.com/?p=6376> [último acceso 08/12/2006]. Citado en Kiektik, 2016

‘flâneur’ y el ‘plâneur’, en el que –aceptando la realidad que nos inunda–, tratamos de hacer vivir algo de la figura del flâneur en su interior. Como un órgano, que al ser implantado en otro ser humano, hace seguir viviendo parte de su progenitor en el interior de su destinatario: el ‘plâ-net-eur’.

Alemany, recoge en su artículo la opinión de Benjamin, el cual manifiesta una incompatibilidad patente entre la ‘flânerie’ y el turismo, derivada de una necesidad de calma, detenimiento e insistencia para ir más allá de las cosas que llaman la atención a primera vista, apreciando los detalles más insignificantes. Por lo que se intuye, el flâneur es una figura consciente de su papel, en una actitud activa que busca empaparse de todo lo que, un espacio en particular o la ciudad en general, pueda ofrecerle más allá de su capa superficial. Obviamente la experiencia turística no está planteada en la actualidad en estos términos por la industria turística, interesada en el ‘rendimiento’. De hecho Benjamin, anunció la muerte del ‘flâneur’ tras el triunfo del capitalismo de consumo. Pero, si consideramos que algunos de los heterogéneos intereses que la clase turista viene mostrando en los últimos tiempos, pudieran encontrar afinidad en la esencia de esta figura, pudiera ser útil para explicar ciertas dinámicas del usuario urbano en tanto que espectador urbano. [Queremos pensar que incluso el tomar conciencia de ella nos ayudaría –más aún si, como dice MacCannell, ‘todos somos turistas’–, a sacar más provecho de los espacios que habitamos (ya sea de manera esporádica o cotidiana) y en general a conectar con nuestro entorno de una manera menos superficial].

Urry, (2002) justificaba la naturaleza fundamentalmente visual de la experiencia turística y su capacidad adaptativa, en función de las formas de mirar y de las expectativas de lo que se espera ver, lo cual despliega un amplio abanico de posibilidades experienciales, multiplicadas por las elecciones del ‘explorador’¹³.

‘planeteur’, nuevo término, apropiación y agenciamiento.

Individuo nómada, en cierto sentido, que vive y se desplaza sin límites por el planeta, al tiempo que es mediatizado, por nuestra sociedad-cultura-ciudad-red, [de ahí la sílaba ‘net’]. Durante esta experiencia sus sentidos están particularmente activos y preparados para registrar sensaciones de todo tipo comenzando por la estética, para la cual, de manera generalizada, carece de formación específica [primera cuestión a solventar]. Esa escritura de sensaciones no se realiza sobre un libro en blanco, sino que en él se encuentran también los datos procedentes de ‘vuelos’ anteriores que, en cierto modo, marcan el rumbo de los presentes y de los futuros, [la importancia de las raíces de la que hablaba Clifford]. Sus desplazamientos están dirigidos por los nuevos sistemas de referenciación por satélite. El GPS, del que es casi inseparable, y el mapa turístico, son los encargados de la construcción de una geopolítica de lo controlado. La deriva ahora es más artificial, tiene que estar planificada, pero el ‘andar’ sigue siendo condición necesaria.

‘neobabilonio’ sujeto que vaga a través de los sectores de Nueva Babilonia en busca de nuevas experiencias, de ambientes desconocidos, pero sin la pasividad del turista, sino plenamente

¹³ El estadio del ‘descubridor’ quedó superado desde el mismo momento en que la conexión a la red motivo la elección del que sería el próximo destino.

consciente de su poder para actuar sobre el mundo, para transformarlo, para recrearlo, al igual que el pintor que crea con la ayuda de unos pocos colores, una variedad infinita de formas. El pintor es un creador solitario que sólo se ve confrontado con las reacciones de los demás cuando el acto creador ya ha sido consumado. Por el contrario, en el neobabilonio el acto creador es también un acto social. Es una intervención directa en lo social que suscita una respuesta inmediata, porque en cada instante de su actividad creativa, está en contacto directo con sus semejantes. De ese modo cualquier acción pierde su carácter individual. Cada reacción es susceptible de crear nuevas reacciones y éstas, reacciones en cadena, que sólo llegan a su fin cuando una situación que se ha vuelto crítica “explota” y se transforma en una situación nueva. Este proceso escapa al control de un único individuo pero poco importa saber quién lo ha desencadenado y quién influirá sobre el mismo a continuación. En este sentido, el momento crítico (el clímax) es una auténtica creación colectiva. La medida de la trama espacio-tiempo del mundo neobabilónico viene dada por el ritmo que marca la sucesión de todos los momentos.¹⁴

El neobabilonio, al igual que el planeteur, viaja por todo el planeta, ya que Nueva Babilonia es una red sin límites. Para él la red también es de extrema importancia, ya que básicamente es su hábitat. El gran entrenamiento al que tiene sometidos sus sentidos en el interior de la red, hace que los mismos sean especialmente receptivos y sus respuestas de gran rapidez. Y su formación estética es más que notable, ya que la variedad y la cantidad de estímulos que recibe de manera cotidiana es de gran riqueza. Sus desplazamientos se rigen básicamente por sus deseos, los cuales, a diferencia de los del planeteur –de algún modo implantados–, van surgiendo de manera espontánea a medida que su juego diario se va desarrollando. El neobabilonio tampoco está sometido al control y la vigilancia que soporta el planeteur y tiene más capacidad de improvisación y de decidir sobre la marcha que el planeteur.

□ ...de la relación con el medio tras la implantación del deseo.

La película “Stalker”, dirigida en 1979 por Tarkovski, es un magnífico ejemplo para descubrir las distintas formas de relación que establecen los actores con el paisaje, así como entender a qué se refiere Clifford cuando afirma que importan tanto las raíces como las rutas. Una vez que los tres personajes: el guía (stalker), acompañado del profesor (un físico) y el escritor –quienes encarnan las dos formas de conocimiento: científica y humanista–, llegan a ‘La Zona’ –lugar donde la naturaleza se ha convertido en mutante estableciendo sus propias reglas–, el objetivo deja de ser ir a ‘La Habitación’ –que se encuentra a 200 metros en línea recta–, lugar misterioso donde se cumplen todos los deseos, para descubrir el paisaje que le rodea a través de una estrategia o al menos de un ritual, con la excusa de que –si el final es tan valioso– el camino seguramente tuvo que tener su dificultad para ‘poder ser digno’ de lo que ha de acontecer.

Poco a poco se descubre que lo importante no es donde uno llega, sino embarcarse en el viaje. El paisaje

¹⁴ (Constant, 2009, pp. 39, 40)

que atraviesan posee sus propias reglas cambiantes a cada minuto, generadas por culpa de la intervención humana, donde acechan trampas y toda clase de peligros. Es así como descubren la embriagadora esencia del lugar prohibido. Acceden al ‘otro’ paisaje, a ese que Nogue (2011) llama el ‘paisaje residual’ y que se descubre cuando se es capaz de mirar más allá –como hace el ‘flâneur’–, cuando se aprende a no fiarse de las apariencias y a no confundir lo visible con lo real. Es eso lo que al final se convierte en la verdadera experiencia, un viaje al interior del paisaje, y al interior del ser humano en tanto que creador. Si para el profesor y el escritor la experiencia es de ‘descubrimiento’, de acercarse por primera vez a ese lugar, ‘la zona’, de la que tantas veces han oído hablar (durante 20 años) y sobre la que tantos mitos, rumores y leyendas han escuchado. Para el guía, la experiencia es distinta, conoce el camino, sabe dónde va, pero una vez allí el objetivo se vuelve difuso, cobra importancia la ruta sobre el destino, el camino es infinito y los momentos de parada son cruciales, ya que miden la relación entre el tiempo y la realidad, un tiempo infinito, para un viaje sin fin. La incertidumbre con la que se enfrentan al paisaje, les hace tener una concepción temporal totalmente distinta a la que tenían hasta el momento –en la cual lo que importaba era el presente–, en ‘la zona’ el presente y el futuro se unen sin línea de discontinuidad. Además de ser un viaje corporal, se convierte en un viaje espiritual, que explora la naturaleza del deseo. Aunque no hay que olvidar, que el hecho del viaje ya supone un estado de ánimo, una actitud espiritual determinada y una voluntad por conocer. Como recuerda Ferraz-Leite implica una partida que inicia desde la renuncia a la situación actual, adoptando una nueva mirada, que le permitirá aprehender el paisaje. «El viaje es un acontecimiento que produce siempre una nueva relación del hombre con el espacio tiempo e implica por tanto la construcción de un paisaje (Ferraz-Leite Ludzik, 2009)».

La visión de esta película de tan profundo calado hace plantearse cuestiones más allá de la relación de los personajes con el paisaje.

La primera cuestión tiene que ver con el ‘deseo’, ese que nos mueve a viajar, ese que nos hace elegir un destino y no otro, ese que se constituye en fuerza motriz. Deseo que no importa satisfacer o no, porque la verdad es que eso nunca se consigue. Lo que verdaderamente importa y quita el sueño es saber qué desear, ¿dónde iremos el próximo verano?, ¿dónde ir a cenar?... Ya que no hay nada espontáneo, nada de natural en el deseo humano. Nuestros deseos son artificiales, hay que enseñarnos a desear.

La misión del guía, el ‘stalker’, es esencial. Él es el intermediario entre el mundo convencional cotidiano, tranquilamente desesperado por escapar aunque sólo sea momentáneamente al ‘otro’, el alternativo, el mundo turístico. Desesperación amortiguada con engaño y evasión, en apacible resignación del ser que languidece. En la película, el ‘stalker’ es el que les proporciona una última esperanza a los desdichados que llegan a él guiándolos en su viaje, el guía turístico, ese en el que todos nos convertimos de vez en cuando, al que William Secin, se refiere como ‘proKsumidor’, y que también obtiene una especie de satisfacción por conducir a la gente en sus momentos ‘otros’, momentos de liberación, de esparcimiento, de higiene

mental de lo cotidiano, de aceptado engaño. La cárcel que para el stalker supone el mundo que está al otro lado de las fronteras, el que no es ‘la zona’ representa esa carga que supone la cotidianidad, esa dura condena de la que pretende escapar a toda costa.

1.2/ Movilidades.

Hoy menos que nunca existe duda alguna hacia el hecho de que la movilidad es un principio general de nuestro tiempo. Capitales, bienes, fuerzas de trabajo, conocimiento, etc., circulan alrededor del planeta, trazando una determinada geografía de la globalización, en función de las mayores concentraciones de estos flujos –traducidas en poder–. Al mismo tiempo, regiones enteras son desacopladas de esta enorme maquinaria que domina el mundo.

Considerar la ‘movilidad’ como el movimiento en los espacios reales o virtuales de personas y de objetos, como nos proponía el profesor Vincent Kaufmann¹⁵, es bastante restrictivo. En este sentido el profesor y experto en ciencias sociales aplicadas a movilidad Weert Canzler¹⁶, apunta que el primer obstáculo que esta definición encuentra, es que la movilidad no consiste exclusivamente en movimiento, sino que también es un sistema de potenciales caracterizados por intenciones, estrategias y elecciones. El siguiente punto de insatisfacción al que se refieren tiene que ver con los espacios, ya que ser móvil no es sólo una cuestión de espacio geográfico, sino, sobre todo, una cuestión de espacio social. Con lo cual propone superar esa limitación, con una definición de ‘movilidad’ como un cambio de condición o de estado, en el que intervienen tres dimensiones: ‘movimientos’, ‘redes’ y ‘motilidad’.

Los ‘movimientos’ se refieren estrictamente a la dimensión geográfica, al acontecimiento que tiene lugar entre un origen y uno o varios destinos. Es identificable y medible en un mapa. Puesto que los movimientos no sólo afectan a las personas, sino que objetos, ideas o información, también están o son puestos en movimiento, los movimientos no sólo tienen que ver con el transporte. Ello implica que nuestro espacio de movimiento se ha ampliado considerablemente. Ya no queda limitado a las calles, carreteras, vías aéreas o marítimas, sino que alcanza a los espacios virtuales y a las redes generales que permiten la circulación de todo tipo de información, (transportes, telecomunicaciones, mail, etc.). Así, las ‘redes’ pueden ser definidas como marco dentro del que se desarrollan los movimientos.

La ‘motilidad’ es la capacidad de un actor de moverse social y espacialmente. Es una capacidad reforzada por las redes y en ella se encuentran tres componentes esenciales: la capacidad de obtener ‘accesos’ (tanto tecnológicos como sociales), las ‘habilidades’ con las que se cuenta para aprovechar dichos accesos, y su ‘apropiación’, es decir, lo que el actor es capaz de hacer con esas habilidades y esos accesos. En definitiva, la ‘motilidad’ es la capacidad individual o grupal de acercarse intencionalmente a un campo de distintas posibilidades de movimiento y hacer uso de ellas.

¹⁵ (Kaufmann, 2002)

¹⁶ (Canzler ed alt., 2016)

La idea genérica que trata Canzler en su libro: *Transport and Society. Tracing Mobilities : Towards a Cosmopolitan Perspective*, es que la ‘movilidad’ es un principio general de la modernidad similar a aquellos de: igualdad, globalidad, racionalidad o individualismo. Y que sólo las sociedades modernas, en las que el viaje es una libre elección y no una imposición, son capaces de dotar a la movilidad y al cambio social de un significado positivo.

Desde esta relación entre los términos y buscando una mayor comprensión de las distintas dimensiones, desmontan la sinonimia que entre movimiento y movilidad se ha venido estableciendo, según tres posibilidades:

- Uno puede moverse sin ser móvil. Este es el caso en el cual el movimiento en el espacio no genera un cambio de estado en el actor. Es el caso típico del turista de negocios.
- Uno puede ser móvil sin moverse. Caso de los usuarios que frecuentan muy a menudo telecomunicaciones como Internet, email, Skype, etc. como método de comunicación y practica social con diferentes y específicos universos sociales. Enseñanza online, redes sociales serían representativas de esta práctica.
- Uno puede moverse y ser móvil. En este caso a un movimiento espacial le corresponde una movilidad espacial y social. De esta premisa extrae la sociología la afirmación de que existen sociedades jerárquicas territorializadas, con una especialización funcional en cuanto a territorios y a estilos de vida. Así que la pregunta derivada, que trata de responder Canzler, junto al resto de autores que participan en el estudio es, ¿en qué medida los cambios experimentados por las sociedades occidentales pueden ser interpretados, como una reflexión del aumento del poder de los movimientos sin movilidad o de la movilidad sin movimiento? Por otro lado, se plantean si no constituirá un importante factor de diferenciación social y de generador de nuevas formas de desigualdad el hecho de que no sea un aspecto central, ni en la integración social ni en la profesional, el ser ‘móvil’, como veíamos, en el tiempo y en el espacio.

1.2.1/ El nuevo paradigma de la movilidad.

Una de las conclusiones a las que llega Urry en sus análisis, es la superación de la fricción que provocaba la distancia, a partir de lo cual las relaciones sociales han cambiado por completo. Esto es lo que ha hecho trascender la dicotomía que existía entre las investigaciones sociales en relación a las investigaciones sobre el transporte. A esto es a lo que Urry llama el «nuevo paradigma de la movilidad». Hay muchas formas de «presencia imaginada» que tienen lugar a través de personas, objetos, información e imágenes que viajan y que llevan conexiones a través y hacia otros espacios sociales. La vida social conlleva continuos procesos de intercambio entre estar presentes con otros (en el trabajo, la casa, el ocio, etc) y estar distantes de otros.

E incluso cuando hay ausencia, puede haber presencia imaginada dependiendo de las múltiples conexiones entre personas y lugares. Cualquier forma de vida social, trabajo, familia, educación, política... presupone relaciones de presencia intermitente o distintos modos de ausencia, dependiendo, básicamente, de las tecnologías que permiten el viaje y las comunicaciones. La presencia es entonces intermitente, alcanzable, realizable, pero siempre interdependiente de otros procesos de conexión y de comunicación, que son característicos de cada sociedad.

Estos procesos derivan de cinco tipos interdependientes de movilidad que producen la vida social y la organizan en torno a la distancia, formando y re-formando sus contornos:

- el viaje corporal de personas por trabajo, placer, ocio, migración, etc.,
- el movimiento físico de objetos a productores, consumidores y vendedores, junto con el envío y la recepción de regalos y souvenirs,
- el viaje imaginativo efectuado a través de imágenes de lugares y gentes que aparecen en los medios visuales,
- el viaje virtual, generalmente en tiempo real, que trasciende la distancia social y geográfica,
- el viaje comunicativo de persona a persona a través de mensajes, textos, cartas, móviles, etc.

El cambio de paradigma del que habla Urry (2016), es la toma en consideración del complejo panorama que dibujan todas estas alternativas de movilidad, que generan y/o mantienen las conexiones sociales a través de las múltiples distancias. Pero no sólo esto, sino la necesaria toma en consideración por parte de las ciencias sociales, de los objetos materiales y la información como parte constitutiva de la vida social. La interacción de todas esas entidades, directa o indirectamente, provoca el movimiento o su bloqueo. En consecuencia se necesita una necesaria resiliencia, que ante el intermitente movimiento, pueda resistir o permitir el movimiento de otras entidades.

Los sistemas de movilidad están organizados entorno a los procesos de circulación de personas, objetos e información, en varios rangos espaciales y velocidades. En cada sociedad tenderán a ser dominantes unos determinados procesos de circulación u otros. La cuestión clave no está en los objetos en movimiento, sino en las estructuras que posibilitan dicho movimiento. Incide Urry en el hecho de que, cuanto más organizada esté una sociedad entorno al valor de la ‘circulación’, mayor será la importancia de la movilidad del capital dentro del rango de capitales disponibles en esa determinada sociedad. Y aunque las sociedades modernas valoran la circulación, no son equivalentes en dicha valoración. [Pensemos en el caso de Singapur respecto a sociedades del África subsahariana, por ejemplo].

Si cada sociedad está caracterizada por distintos sistemas de movilidad que se han ido implementando a lo largo del tiempo, y cuya fijación espacial puede ser muy poderosa, los nuevos sistemas se ven forzados a encontrar su lugar física, económica y socialmente, dentro de un paisaje en el cual existen unas determinadas estructuras físicas, unas prácticas sociales y unas entidades económicas, lo cual, en ciertos casos, puede

resultar bastante complicado.

Todos esos ‘artefactos móviles’: coches, teléfonos, aviones, trenes, ordenadores, necesitan de sistemas espacio-temporales ‘inmóviles’ superpuestos y diferentes: carreteras, garajes, estaciones, aeropuertos, puertos, cable coaxial, fibra óptica, satélites, antenas, etc. El avión, que es una pieza central en las experiencias globales contemporáneas, requiere una de las mayores y más caras «in-movilidades».

Urry también incide en los problemas que ha generado el hecho de la ‘distancia’ para la «soberanía del estado moderno». Si según Foucault, los objetivos del poder eran el ‘territorio’, los ‘sujetos’ y sus ‘relaciones’, ahora se ha añadido el ‘movimiento de la población en el territorio’. Pensemos en el ‘aparato de seguridad’ que debe estar preparado para actuar sobre una población determinada, la cual resulta ser cada vez más complicada de medir y por tanto de gobernar.

Este nuevo paradigma, que describe Urry, nos fuerza a atender a esta nueva forma económica, social y cultural de organizar las distancias y/o sólo los aspectos físicos del movimiento. Comenta Urry que la mayoría de las ciencias sociales no han encontrado en la ‘distancia’ mayor problema o incluso ningún interés, excepto en lo que se refiere al transporte y a los estudios geográficos. Él pone de relieve su importancia, tratándolo «casi como la clave» –matiza Urry–, con la cual tiene que tratar la vida social y su complejo sistema de presencias y ausencias. Su estudio sugiere que hay un enorme poder en los sistemas de movilidad (especialmente en la auto-movilidad), que estos sistemas tienen consecuencias muy importantes para la vida de las personas y que el diferente acceso a ellos genera nuevos tipos de desigualdades, que la movilidad es en ocasiones una movilidad y una carga. También lleva a cabo la investigación de cómo el cambio climático es en parte resultado de esta multiplicidad de movilidades y cuyas consecuencias pueden ser incalculables para los sistemas de movilidad futuros.

1.2.2/ Fluidez espacial versus fluidez social.

En el artículo 13 de la Declaración Universal sobre los Derechos Humanos se establece el derecho de todas las personas a la libertad de movimiento, y en muchos estudios se recoge de manera más o menos explícita que un incremento en la movilidad espacial refleja un proceso de democratización de la libertad de movimiento y por extensión un incremento en la movilidad social y la igualdad en general. Este es el tópico principal que recogen Kaufmann y Montulet¹⁷, en su estudio.

Partiendo de la premisa de que el movimiento espacial no implica movilidad si no hay cambio social, se necesitarían instrumentos para poder medir la relación de los actores respecto al espacio y al tiempo. Para ello estudian la relación de los distintos actores con estas dos variables según una jerarquización bastante

¹⁷ (Kaufmann & Montulet, 2016)

cercana a la que, como ya veíamos, planteaban Quagliari Domínguez y Paolo Russo en su estudio. Para terminar por plantear cuatro tipos de movilidades que, aunque sean definidas de manera acotada e incluso dando ejemplos / prototipos de cada una, existen multitud de cruces entre todas.

La **‘movilidad sedentaria’** que combina espacio circunscrito y permanencia, es decir, la limitación del espacio personal del actor es lo que la dota de significado. Para Kaufmann y Montulet la figura que encarna este tipo de movilidad es el «countryman» [equivalente al residente tradicional]. Su lugar de origen es el marco de referencia con el que él relaciona todas sus experiencias. Debido a su endógena visión del mundo es un inadaptado en todos los espacios que visita, se mueven en viajes organizados y sólo establece relaciones con la comunidad local con la que viaja. Nunca abandona su ‘lugar’ sólo cambia de escenario. La socialidad que este actor construye se refiere a un permanente y espacialmente localizado ‘nosotros’. En el otro extremo se encuentra la **‘movilidad cosmopolita’** donde se combina la extensión y lo efímero. Deseando responder a cualquier nueva oportunidad que se pueda presentar, el viajero cosmopolita va de un punto a otro sin poner ningún límite o frontera a sus acciones. Su inscripción espacial es siempre efímera. Según Kaufmann y Montulet la figura que encarna esta movilidad es la «businessperson», [cuya traducción inmediata a términos de Quagliari y Russo y máximo exponente, sería el ‘turista de negocios’]. Su consideración hacia esta figura es la de un «neo-nómada» para quien el espacio significa en función de las relaciones que experimenta. En idénticas habitaciones de hotel a través del mundo, es decir, en un espacio básicamente indiferenciado, van estableciendo conexiones con nuevos nodos bajo un espíritu fundamentalmente consumista. Los anclajes locales de este viajero cosmopolita, están basados en una serie de características fácilmente enumerables, por lo que su elección respecto del lugar donde vivir, refleja esa misma actitud consumista. Según el sitio que mejor se adapta a sus intereses, aunque con un criterio supremo –el acceso a la red–, como su necesaria extensión para mantener la relación con familia, trabajo, amigos, etc. La socialidad de esta figura se refiere a las relaciones construidas según la base del aquí y el ahora cimentadas sobre una red de contactos potenciales.

La **‘movilidad re-insertada’**¹⁸ caracteriza a los individuos que están anclados a un espacio limitado pero que «han dejado de creer en el mito de la permanencia», es decir, personas que continúan teniendo un fuerte vínculo con un espacio circunscrito del que fueron desarraigados en algún momento pasado. Los inmigrantes, [o en términos de Quagliere y Russo el ‘nuevo inmigrante tradicional’], es el ejemplo de esta situación. Gente que se ve obligada a dejar su lugar de origen por un período. Su experiencia de vida fuera, les hace perder la fe en el ‘mito de la permanencia’ de su entorno y de sus relaciones sociales, como explican Kaufmann y Montulet. Cuando vuelven ya no conocen a nadie y no han visto los cambios de ese entorno a lo largo del tiempo. Abandonar de nuevo ese lugar es una posibilidad, pero no es lo deseable. Hablando de manera general, los ciudadanos ‘re-insertados’ conocen a los otros habitantes del lugar pero no tienen ningún lazo emocional con ellos, dicho de otro modo, se han emancipado de la vida de la comunidad. Sin

¹⁸ Esta es la traducción propia del término original, ‘re-embedded mobility’, que usan los autores. (Kaufmann & Montulet, 2016)

embargo, ese lugar sigue siendo importante para ellos, ya que les permite mostrar que, de algún modo, ellos pertenecen a la comunidad. Las movilidades diarias re-insertadas combinan viajes locales entre los distintos territorios que forman parte de las distintas etapas de sus vidas. La socialidad de las personas de estos grupos expresan una forma de lejanía nostálgica vinculada con una relación emocional basada en un permanente ‘nosotros’.

Por último, está la movilidad que Kaufmann y Montulet llaman ‘**movilidad incursiva**’ en la cual se combina el espacio de los flujos con la permanencia, el descubrimiento de espacios nuevos y la naturaleza volátil de los anclajes propios. El movimiento incursivo muestra un entusiasmo hacia las tecnologías que le permiten alcanzar nuevos espacios, vistos como parte de las oportunidades [‘espacios de posibilidad’ que diríamos nosotros] y no sólo como soporte de su trabajo. La ‘movilidad incursiva’ se encarna en el viajero que se toma su tiempo para descubrir el mundo a lo largo de sus viajes o que disfruta de los entornos más familiares (menos turísticos). Que no van buscando el McDonald o incluso les molesta encontrarlo en lugar de un restaurante de comida típica. Para ellos el espacio debe ser descubierto, [como haría un explorador]. Desean ver el mundo, no a través de postales, sino en la complejidad de todas sus características. La persona que se inserta en un entorno familiar de este tipo, al que Kaufmann y Montulet llaman «aldeano incursivo (*incursive villager*)» [y que nosotros podríamos traducir en términos de Quagliere y Russo como el ‘nuevo residente’ o incluso como el ‘turista residencial’], se dirige a ese lugar porque ve una cierta calidad de vida, asocia una cierta atmosfera de seguridad y confort. Ve la posibilidad real de moverse libremente exhibiendo su voluntad para reconstituir un pequeño grupo comunitario por el que, al mismo tiempo, necesita sentirse ‘adoptado’, sentirse integrado en ese lugar.

Kaufmann y Montulet advierten de que estas cuatro movilidades: ‘sedentaria’, ‘cosmopolita’, ‘re-insertada’ e ‘incursiva’, no deben ser vistas como etiquetas, y que luego habrá que distinguir entre modelos e individuos reales que adoptan ciertas movilidades en ciertas esferas, surgen combinaciones entre ellas o simplemente se suceden a lo largo de distintos periodos de la vida de una misma persona. Aun así, siempre suele ser observable una forma predominante. Estas formas de movilidad se convierten en valiosas herramientas para los estudios sobre el espacio social y sobre su movilidad.

Sus autores también explican que aplicado al espacio social, su sistema tipológico destaca la medida en la cual la movilidad social también puede ser vista como ‘movilidad re-insertada’, según la cual el actor pasa de un estrato o clase a otro. En este caso la comunidad misma es percibida como ‘forma limitante’, es decir, como una estructura de estratos estables entre los cuales los actores se mueven con [relativa] libertad.

Figura 1. Panorama de actores en relación a las movilidades.



¹⁹ En su estudio, Kaufmann y Montulet hacen referencia a un seminario de Sorokin en (1927) en el cual diferenciaba entre dos tipos de movilidades: ‘movilidad vertical’, que implica un cambio de estatus en la escala social (ya sea hacia arriba o hacia abajo), y la ‘movilidad horizontal’ que designa un cambio de estatus que, no implica ningún cambio relativo en la escala social, y donde se pueden incluir los movimientos geográficos.

Según esto, la ‘movilidad sedentaria’ implica un concepto del espacio social relacionado con el sistema de castas. La ‘movilidad cosmopolita’ se refiere al espacio social implícito en el que se desarrolla la movilidad social de Sorokin¹⁹. Y la ‘movilidad incursiva’ hace relación a un mundo de posiciones sociales temporales, aparentemente aplicable a todos los trabajadores cualificados en posiciones precarias que han sido incapaces o no estuvieron dispuestos a entrar en la dinámica económica actual. También apuntan, que la ‘movilidad profesional’ sirve a menudo como el primer indicador y promotor de ‘movilidad social’.

En una aproximación más estructural, cualquiera puede imaginar que cierta movilidad implica ciertas formas de comportamiento en relación al espacio y al tiempo que, o son de esperar o incluso son promovidas y valorizadas por determinados contextos sociales. No cabe duda, que estas valorizaciones están distribuidas socialmente y que contribuyen a la clasificación de los individuos de acuerdo a sus diferentes posiciones en el espacio social. En otras palabras, los contextos sociales valorizan los usos espaciales y las formas de comportamiento (Certeau, 1990). La ‘movilidad de los estándares’, con referencia a la cual, los actores verán evaluados sus comportamientos. Es decir, el cuerpo colectivo se organiza a sí mismo durante sus co-presencias espaciales / temporales a través de movilidades implementadas según la práctica de los actores involucrados.

Así, la insistencia de las organizaciones sociales contemporáneas en las ideas de globalización y velocidad evocan una apertura al espacio de los flujos y a la valorización del ‘tiempo efímero’, así como la ‘movilidad cosmopolita’ y la conectividad de sus relaciones. Este marco social espacio-temporal perjudica a los actores que fueron socializados en las formas de la movilidad sedentaria, o alienta la búsqueda de lentas incursiones temporales entre los actores que desean controlar sus temporalidades. En otras palabras, los marcos sociales espacio temporales son igualmente modos de organización espacio-tiempo, en la medida en que también son modos de usar el espacio-tiempo a través de las movilidades, tienen que ver tanto con el modo de percepción del espacio social, como con el modo de percepción del espacio social, que está siempre ya socializado.

El marco social de la percepción del espacio y del tiempo, muestra la diversidad de las posibles relaciones entre los movimientos en el espacio geográfico y los movimientos en el espacio social. El potencial de nuestra movilidad espacial se ha expandido enormemente, permitiéndonos combinar y reconciliar prácticas que, no hace tanto tiempo, eran irreconciliables. Ello se puede considerar como fluidez espacial, en cambio para examinar las prácticas mencionadas en términos de fluidez social, hay que tener en cuenta la ‘motilidad’ personal. La ‘motilidad’ era definida, como veíamos, como la manera en la cual un individuo o un grupo se apropia de un campo de posibilidades relativas al movimiento y las usa, condicionada según tres factores: accesibilidad, competencias y apropiación.

El hecho de adquirir motilidad y convertirla en movimiento, tiene lugar a través de decisiones relativas a proyectos y formas de comportamiento que van más allá de la movilidad espacial. Los potenciales factores

de velocidad generados por los sistemas técnicos, son vistos a menudo como instrumentos que ofrecen a los actores movilidad, pero que manifiestamente son usados para convertirse en sedentarios. Se esboza así una nueva relación espacio temporal, caracterizada por la ‘conectividad’ y la ‘reversibilidad’.

La ‘conectividad’ define el paso de la inserción social basada en el espacio y tiempo diferenciados, a un modelo mixto. Si hasta 1960 las sociedades modernas estaban marcadas por una separación tanto de funciones como de actividades en el espacio social, ahora ese modelo ha sido suplantado por una creciente superposición espacio temporal de roles, motivada por la creciente desaparición de la distinción de roles sexuales, junto con la creciente importancia del tiempo dedicado al ocio –multiplican la movilidad social horizontal sin ser asociado con la movilidad espacial²⁰–.

Los efectos de la comunicación y el transporte no se condensan sólo en las transformaciones espacio-temporales de las modalidades de integración, sino también en la ‘reversibilidad’ de la movilidad y del espacio. Los actores usan los medios de comunicación y de transporte para anular en la medida en que les resulta posible el impacto de la movilidad en sus vidas sociales. Pensemos en la suplantación de la migración o de la movilidad residencial a través de los viajes o de la movilidad diaria, o en la capacidad de convertir nuestra casa en nuestro lugar de trabajo, cuando los desplazamientos diarios supondrían un impacto inasumible en nuestra vida diaria. Estas sustituciones demuestran la transformación de las temporalidades de largo plazo en otras a corto plazo. La ‘reversibilidad’ es la capacidad de sustitución de unas formas por otras, según las cuales el impacto de la movilidad en las relaciones sociales sea minimizado. La desigualdad en la movilidad puede ser interpretada en términos de diferencia de acceso o aspiración a la conectividad y a la reversibilidad.

‘Conectividad’ y ‘reversibilidad’ constituyen dos puntos importantes: la gente trata de reducir el impacto del movimiento en sus vidas, en sus redes sociales, en sus anclajes. Al mismo tiempo, tratan de conseguir el máximo potencial de movimiento, es decir, la máxima ‘motilidad’, que les permita responder a los mandatos de ‘movilidad’ que les impone la sociedad contemporánea. Se trata de conciliar las diversas esferas de la vida social a través de la tecnología que, por un lado, nos libera de ciertas constricciones, al tiempo que, por otro lado, crea otras nuevas combinando y reconciliando lo que antes era irreconciliable. Se expanden las posibilidades de los actores, haciéndolos dependientes de otro modo.

La movilidad espacial y la fluidez social, como venimos viendo, son dos aspectos de la realidad social que no van de la mano. En base a las consideraciones reflejadas, Kaufmann y Montulet formulan tres axiomas. El primero es, que el ahorro de tiempo es un factor de la «reticularización del espacio», posibilitado gracias a la tecnología en general, que permite a los actores una mejor estructuración espacio temporal de su vida diaria.

El segundo axioma es, que la «reticularización espacial» es un factor de la «reticularización social». Los sistemas técnicos de transporte y de telecomunicaciones generan un ahorro de tiempo, pero no liberan al

²⁰ Mucha gente usa los potenciales factores de velocidad generados por la técnica de los transportes y la comunicación para multiplicar el número y la frecuencia de las sucesivas esferas de actividad en su vida diaria. Es decir, el hogar es a la vez de espacio familiar, lugar de ocio o de trabajo. (Kaufmann & Montulet, 2016)

individuo de las constricciones sociales inherentes a cada área de su vida, sólo promueven el desarrollo de las relaciones ‘a distancia’ que, en definitiva, son nuevas formas de coordinación espacio temporal que fundamenta lazos sociales. Lazos sociales que no son sinónimo de potenciales relaciones sociales, ya que la pertenencia social y las jerarquías continúan estructurando incluso las construcciones sociales deslocalizadas.

El tercer axioma es la «motilidad como capital». La reticularización de los lazos sociales valoriza la importancia de la movilidad en la construcción de la posición social de cada uno. A pesar de las posibilidades ofrecidas por la inmediatez de la tecnología, la co-presencia física de los individuos continua siendo la mayor precondition de integración social, trabajo, familia, ocio, etc. Hacer uso de la movilidad que cada uno tiene a su disposición permite adquirir un estatus social, mientras que rechazar su uso puede significar su pérdida. En un mundo en el que la flexibilidad es una demanda económica y en el que el futuro es incierto, los actores sociales tienden a expandir su movilidad potencial tanto como les resulta posible, para protegerse contra cambios indeseables en su estatus socioeconómico. Igual que el dinero está relacionado con el capital económico de cada uno y el conocimiento con el capital cultural, las redes relacionales están relacionadas con nuestro capital social. Esta condición sugiere que la movilidad está relacionada con la motilidad, apareciendo, esta última, como un recurso esencial para tratar con las múltiples fricciones espacio temporales que nos circunscriben.

1.2.3/ La paradójica naturaleza de la auto-movilidad.

Canzler²¹ examina los motivos por los cuales el coche intensifica aunque también alivia las presiones de la vida moderna. Parece claro que los medios de transporte y la tecnología asociada y el coche en particular, organizan nuestra vida diaria en las sociedades modernas. A pesar de los atascos, la escasez de parking, o los accidentes, el automóvil organiza los espacios de movilidad de cada individuo. El coche como medio de transporte privado facilita la movilidad flexible que demanda la sociedad. Su uso para diferentes propósitos sobrepasa al de cualquier otro tipo de transporte. Alivia la presión que supone tomar cualquier decisión o el enfrentamiento a cualquier restricción debido a la fuerza de la rutina, a su «rutinización», que dice Canzler. Este es el resultado principal que se obtiene de cualquier proyecto empírico en el que se mezcla el uso del coche con otros conceptos alternativos de movilidad.

Canzler llega a la conclusión, en su estudio, de que los «espacios opcionales de la auto-movilidad» terminan por convertirse en los «espacios opcionales de la obligación», y explica que ambos espacios están creciendo principalmente por:

- el acceso y el incremento en la actuación de los medios de transporte, de la información y de las tecnologías de la comunicación,

²¹ (Canzler, 2016)

- el desarrollo de una infraestructura, todavía más intrincada y la reducción del esfuerzo invertido en superar una determinada distancia, y
- el aumento de competencias y la existencia de una clara orientación entre los usuarios.

La ‘rutinización’ que comentábamos, queda patente si recordamos que los servicios que encontramos en los coches han sido los mismos durante décadas; que sólo pequeños reajustes son requeridos para los viajeros que van de un aeropuerto a otro; o que, con respecto a los hoteles, especialmente si pertenecen a la misma cadena global, las diferencias son prácticamente imperceptibles.

El coche tiene un peculiar atractivo multinivel: ayuda a reducir la complejidad de la vida diaria y, como dice Canzler en su estudio, se puede utilizar sin tenerlo que pensar dos veces, ya que sirve a casi todos los propósitos del transporte, con lo cual obvia muchas decisiones. Permite un uso flexible y, aparentemente, auto determinado. Al mismo tiempo, constituye una esfera de privacidad en el espacio público, así como, un símbolo duradero, un medio de expresión del estatus social. Son pocas personas que alguna vez reflexionan fríamente a cerca de los gastos que conlleva el uso del coche privado²².

‘Posesión’ y ‘uso’ del automóvil se han convertido casi en sinónimos, con lo cual cualquier intento de redefinición debe partir de este punto. El automóvil como instrumento está, desde antiguo, alojado en las estructuras de la necesidad colectiva de las sociedades industrializadas. Automovilidad como sinónimo de movilidad.

Tomando en consideración los costes sociales y ambientales que la explosión –ocurrida desde mediados del pasado siglo–, en el volumen de uso de la auto-movilidad, las emisiones nocivas, el ruido, el consumo de espacio físico –cuya interferencia ha afectado gravemente en multitud de entornos naturales–, la única conclusión a la que se llega sin demasiada profundidad, es la necesidad de que el transporte sea lo más eficiente posible, quedando el resto de consideraciones intactas. La respuesta que da Canzler a esta observación es, la enorme influencia que la auto-movilidad ejerce en la vida diaria de sus usuarios, la cual ha venido siendo infravalorada a lo largo del tiempo y los estudios.

Dada la atracción que provoca el coche a pesar de los problemas ambientales que genera la motorización masiva, existe un gran escepticismo hacia la posibilidad de que ideas alternativas a la auto-movilidad puedan tener éxito. En el estudio que presenta Canzler, la auto-movilidad no es entendida como alternativa de transporte determinada por la tecnología, sino como práctica social totalmente arraigada en las formas de vida modernas, totalmente insertado en el complejo espacio funcional, cuyo resultado viene a ser el de un estable sistema socio-tecnológico.

De lo que sí hemos de esperar un profundo cambio, como anuncia Millard_Ball²³, es de la llegada de los coches sin conductor. Y aunque todavía faltan algunas décadas para su llegada masiva, se les supone un gran potencial para producir cambios muy profundos en los comportamientos con respecto a los desplazamientos, así como el mayor quebradero de cabeza para la planificación del transporte desde la

²² Estas son las conclusiones a las que se llegan tras la realización del proyecto empírico de investigación titulado *CashCar*, llevado a cabo entre 1998 y 2003, que proponía el *leasing* de los coches privados. Su punto de partida fue el notable crecimiento de los espacios opcionales de movilidad y de obligación de la mayoría de los miembros de una sociedad con tantos automóviles como la alemana. Al final, el proyecto mostro que, el coche privado era el punto de referencia de todas las demás alternativas modales. La fuerza del coche privado, es la debilidad del resto de alternativas. Y cualquier tipo de hibridación o integración entre los medios de transporte podría ser llevada a cabo siempre que se incluyera el coche o la bicicleta para este asunto.

²³ (Millard_Ball, 2016)

llegada de los vehículos a motor hace más de un siglo. Aunque se están produciendo estudios acerca de adaptaciones en instalaciones de estacionamiento, redes de servicios, afecciones a nivel de metabolismo y estructura urbana, o la que lleva a cabo Millard_Ball, sobre las implicaciones estratégicas para otros usuarios de la carretera como peatones o bicicletas, se echa de menos algún tipo de consideración con respecto a la interacción social del fenómeno.

Según el estudio de Millard-Ball, en el cual se usa la teoría del juego *crosswalk chicken* para estudiar la interacción entre peatones y conductores, apunta que la conveniencia de la adopción de vehículos autónomos desde la perspectiva del conductor será cuestionable en muchos entornos urbanos [imposible imaginar la circulación en una ciudad tan caótica como el Cairo, por ejemplo, con tantos peatones por cualquier lugar]. Predice Millard-Ball que en su lugar, los viajes peatonales serán más veloces, seguros y atractivos y que incluso los vehículos impulsados por personas serían más rápidos que sus homólogos autónomos.

Levinson y Krizek²⁴ pronostican que la automatización completa podría ser requerida en todos los vehículos nuevos en los Estados Unidos para 2030, y que «los conductores humanos serán finalmente prohibidos en las vías públicas».

El automóvil propicia, en tanto que burbuja rodante, el desfile ante los paisajes con la atención dividida entre los estímulos sensoriales y sociales de su interior y el paisaje de fondo que se sucede ante la ventanilla. Es una cuestión fondo-figura, que hace que el paisaje dependa totalmente de la intermediación de los medios de transporte, o de los medios de comunicación. Bailly, (1979) puso de relieve la diferente percepción de la ciudad que generan los sistemas de transporte, y cómo el automovilista, el peatón y el pasajero ven y viven de modo diferente los paisajes comunes. La disparidad de experiencias corporales que genera el método. En su estudio, Bailly plantea elementos para llegar a conocer la forma como se percibe y se vive la ciudad, en sus diversas escalas y por medio de distintos métodos. Presenta diversos temas al respecto, que aspiran a delimitar un campo de análisis referido a la percepción, los sistemas perceptivos, los procesos cognitivos y el sesgo geográfico, las nociones de territorialidad y la influencia de los desplazamientos. Aborda el tema de la ciudad como símbolo, las técnicas de medición de la percepción del entorno urbano y las teorías de la estructura urbana, ecología factorial y percepción.

²⁴ Levinson, D., Krizek, K. (2015) *The End of Traffic and the Future of Transport*. Kindle Editions. Citado en (Millard_Ball, 2016).

1.3/ Percepción e Imagen.

«Elegido un día o, simplemente al azar, si nos aproximamos a la ciudad como un viajero o un transeúnte ajeno al acontecer de su realidad social, la descubriremos como un objeto con personas que actúan cada día para producir una performance o, ya en la condición de ciudadanos, comprobamos que la ciudad es un organismo con personas, relaciones y tensiones y, justo por esta condición de cotidianidad, la calle nos es útil para alcanzar el objetivo de nuestro destino.

En esta triple dimensión de artista, viajero o paseante capturador de imágenes e impresiones y de ciudadano, nos moveremos toda la vida».

(Estévez, 2007)

Usando la ciudad como texto podemos observar cómo el análisis de los distintos tipos de iconografía, o las acciones temporales o no temporales generadas en la esfera pública, generan una cierta interpretación, intervención y re-significación de la ciudad, en donde tomar en cuenta desde los aspectos más cotidianos a las expresiones más artísticas. Entendiendo la ciudad como ese texto, impreso en paredes, aceras y bancos, se generarán diferentes niveles de lectura, dependiendo de nuestro modo de interpretar los significados y de nuestros saberes previos.

La percepción y el conocimiento del paisaje urbano es la secuencia de las visiones que se van instalando en nuestra memoria y que condicionan de algún modo, tanto nuestro comportamiento ciudadano, como nuestra construcción social del paisaje.

Lo visible siempre ha sido, y seguirá siendo, la principal fuente de información acerca del mundo. Posibilita la orientación, el reconocimiento del espacio como precondition para nuestra existencia física, nos acerca al mundo al tiempo que nos recuerda la posibilidad de perdersnos, con lo cual, en una relación de ambivalencia, también nos aleja del mundo. Somos conscientes de lo que no vemos ni veremos nunca debido al tiempo y a la distancia, pero no de todo lo que nos es ocultado de manera consciente y premeditada. «Lo visible consiste en lo visto que, aun cuando sea amenazante, confirma su existencia, y en lo no visto, que desafía esa existencia (Berger, 2006)». En la definición queda implícita la experiencia visual de la ‘desaparición’ y la ‘ausencia’, al dejar de ver lo que vimos. De aquí nace la lucha para impedir que lo que fue visto y ahora está ausente caiga en la negación de lo no visto, cuestionando su existencia y la nuestra.

Para hablar del concepto ‘imagen’ hemos de apoyarnos a su vez en otro, la ‘identidad’, ya que se tratan de términos no autónomos, que se relacionan dialéctica y dialógicamente en un proceso de retroalimentación. Si al referirnos aquí a ‘identidad’, acudimos a la acepción que la define como el conjunto de características y atributos que, objetiva y/o subjetivamente, estructuramos como definidores y definatorios de una entidad; la ‘imagen’ viene a ser el producto de la misma al ser recibida o reflejada en el observador. Dicho de otro modo, es la identidad en acción, en su proyección exterior. El término imagen encierra todo tipo de manifestaciones comunicables por cualquier canal perceptual: vista, oído, captación óptica, prosémica,

lingüística o no verbal, que son traducidas al campo de lo visual a posteriori.

Hablar de la relación naturalmente mantenida a lo largo del tiempo entre ‘arquitectura’, ‘espacio turístico’ e ‘imagen’ hoy, es hablar de un ‘cambio de paradigma’. Cambio motivado no sólo por el cambio en el modo de mirar del observador, ahora convertido en ‘espectador’, o en «despreciador universal»²⁵. Sino porque la cohesión y la jerarquía que se ha venido manteniendo entre ellos, ha sufrido cambios importantes e incluso rupturas. Esta afirmación que Pérez Humanes (2008), aplica al trío: ‘ciudad’, ‘cultura’ e ‘imagen’, en nuestro caso, cobra aún más sentido si en lugar del ‘espacio turístico’ hablamos del ‘espacio post-turístico’. Ese ‘nuevo paradigma’ que enuncia Pérez Humanes es el ‘cambio’, que combinado a la ‘hipermovilidad’ de nuestro tiempo, se añan en el hecho turístico. «Estar dispuesto y disponible para insertarse y flotar en ese espacio de los flujos. Sentirse atado a los lugares es pertenecer a la clase desheredada, marginarse en la nueva condición de ‘superfluo’ (...). La tendencia es pertenecer al nivel superior, por lo que vamos estableciendo una relación cada vez más superficial con los lugares (Pérez Humanes, 2008, p. 88)».

Si hasta ahora la ‘arquitectura’ era la encargada de construir la ‘imagen’ y la ‘cultura’ de los espacios en particular y de las ciudades en general, construyéndolos y ordenándolos; ahora se ha convertido más bien en una «técnica expresiva más, en el interior del nuevo mundo virtual y mediático (Pérez Humanes, 2008)». De manera que su antigua función la han asumido las nuevas tecnologías, produciendo un cambio, no sólo en el modo de producción, materialización y comercialización de objetos, sino en nuestro ‘modo de percepción’. Globalización y virtualización están deparando una relación completamente diversa respecto a nuestro nuevo entorno. La inversión de la hegemonía de la materialidad del ‘objeto’ sobre la virtualidad de la ‘imagen’, en favor de esta última, ha provocado un nuevo modo de mirar, de habitar y de hacer, asimilado totalmente por el consumo.

Pero no sólo esto ha modificado la naturaleza de la visión. Como afirma Urry, también las tecnologías móviles han influido en el cambio. Así nos encontramos con dos modalidades complementarias y contrapuestas a la vez. La primera es la modalidad ‘estática’ centrada en la forma bidimensional presentada ante el observador y captada a través de una cámara inmóvil. La otra es la modalidad de ‘tránsito rápido’ captada desde el tren, el coche, o el barco y mediada a través de la cámara de video o el visor de la cámara digital. Esta se apoya en lo que Schivelbusch, (1986) denomina «movilidad de la visión», en un sentido de apresuramiento multidimensional e interconexiones fluidas de lugares, personas y posibilidades. En estas dos modalidades de la visión está presente nuestra relación, también dual, con la imagen y con el espacio: recibimos imágenes (estáticas o móviles) y fabricamos imágenes. Al fabricar imágenes estamos apropiándonos del espacio, transformándolo y consumiéndolo. Según Augé, «la ‘toma de vistas’ asigna como finalidad última al espacio y a la historia, el espectáculo, un espectáculo al que espacio y tiempo históricos dan la materia prima; la toma de vistas impone un cambio de naturaleza, de lugar y de temporalidad (Augé, 1998)».

²⁵ El comportamiento ‘espectacular’, dice Pérez Humanes (2010), que produce su figura derivada que es el ‘espectador’, observador convertido en ‘despreciador universal’, «desconfiado de todo acto creador y libre y deslizándose de imagen en imagen en un puro fluir de los deseos». Ante dicho comportamiento espectacular surge otro que viene a compensarlo que es el ‘comportamiento patrimonial’ cuya figura es la del ‘intérprete’, «un sujeto que confía en el ‘otro’ tanto o más que en él mismo, y que está dispuesto a arriesgarse hasta donde lo arrastre su alteridad». Ambos ‘espectador’ e ‘intérprete’, se caracterizan por un modo de producir y de producirse en el mundo.

Así, sólo nos falta terminar de aceptar que, como afirma Pérez Humanes, formamos parte de «una ‘cultura visual’ hecha de imágenes y con imágenes» y, añadimos, para la imagen. Todavía aquí, en el hecho que nos ocupa que es el ‘turístico’, los acontecimientos, las relaciones, los conflictos, las identidades, ocurren materialmente en los lugares o en los ‘no lugares’. Y debido a esa necesidad que poseemos hoy en día de ‘experimentar la alteridad’ como búsqueda de nuestro proyecto de vida –posibilidad que nos brinda el turismo como experiencia de ‘encuentro’–, no parece que, por el momento, esas relaciones vayan a quedar relegadas al entorno virtual. Aunque si no quedan registradas mediante imágenes parecen no haber existido, y eso pondría en crisis nuestra propia existencia. Kenneth Gergen²⁶ advierte, que la mayoría de la gente está más pendiente de los *mass media* que de sus percepciones sensoriales, a la hora de informarse de lo que está ocurriendo en su entorno, y ejemplifica como una boda es ya un evento-imagen, o como algunos hinchas deportivos prefieren seguir el evento desde la televisión por parecerles más real la pantalla que el estadio.

El carácter fugaz y esporádico de nuestras escapadas turísticas y el modo en el que están diseñadas, no nos permite establecer casi ningún tipo de apego o vínculo con prácticamente ninguno de los espacios que las albergan. Además, debido a que la facultad de la vista es continua, las categorías visuales constantes, y que muchas cosas suelen permanecer en su lugar, tendemos a obviar que lo visual es siempre el resultado de un encuentro ‘irrepetible’ y ‘momentáneo’. ‘Irrepetible’, ya que las apariencias son el resultado, de «una construcción que surge de los desechos de todo lo que ha aparecido con anterioridad (Berger, 2006)». «Cada vez frecuentamos más espacios, (real o virtualmente), pero siempre fugazmente, por lo que somos incapaces de constituirlos en lugar (Pérez Humanes, 2008)». Y probablemente tampoco sea lo que necesitamos, ya que nos han hecho creer que nos basta con la posibilidad que nos brinda la sociedad-red, en la ciudad-red, de conexión con el mundo. Es por ello por lo que probablemente, Augé (1998), se preguntaba si en el futuro la ‘ciudad-ficción’ sería algo más a parte de «una simple proveedora de imágenes para consumir enseguida o para llevarse uno consigo» o «de hechos de actualidad más o menos importantes, diferente de un lugar de reportajes».

La nuestra, es una sociedad ‘hiper-ligada al lugar’ (Pérez Humanes). Pero a ese otro lugar que ha creado la ‘sociedad red’ de Castells formado por «todos los lugares a la vez, todos los acontecimientos, todos los movimientos y todos los individuos». Estamos en todos los sitios a la vez y en ninguno. Obsesionados por las imágenes, los mitos de la velocidad y de la ubicuidad. Las preguntas que se formula Pérez Humanes, son de lo más pertinentes: «¿cómo es que los espacios que construimos insisten testarudamente en definir, delimitar, confinar? ¿Tan fuerte es la nostalgia por esos mundos cerrados y delimitados, ilusorios lugares de protección y seguridad donde el habitar se sigue contemplando como una relación armoniosa con el lugar? ¿Todavía no hemos aceptado que si la ciudad fue alguna vez un lugar donde habitar, un hogar, ese hogar siempre fue producto de ese perenne experimento de dar forma a nuestras contradicciones y nuestros

²⁶ (Kenneth Gergen, 1992) Citado por (Nogué & San Eugenio, 2010, p.14)

conflictos²⁷, a esos deseos irreductibles de encontrar en la ciudad un refugio al mismo tiempo que un espacio de libertad y movilidad? (Pérez Humanes, 2010)».

Coincidimos con la afirmación de Pérez Humanes de que, lo que se ha modificado no es la ciudad en sí, sino el tiempo y el espacio tal como lo percibimos, y con ello nuestra forma de verla, de hacerla, de vivirla, de sentirla. Cacciari lo define perfectamente, «toda métrica espacial es tenida en cuenta como un obstáculo a superar» y ahora que las tecnologías de la comunicación y el transporte nos han permitido superar gran parte de esos obstáculos las actividades «no se piensan ya en términos de relaciones espaciales, sino sólo temporales (...) la superación de los vínculos espaciales no representa más que el primer paso hacia la superación de los temporales²⁸ (Cacciari, 2002)». En el hecho turístico se enfatiza aún más este cambio de percepción, ya que el tiempo que domina es el ‘tiempo atemporal’ de Castell, por encima del tiempo ‘biológico’ (orden de sucesiones), del tiempo ‘objetivo’ (de los objetos del reloj), y del tiempo ‘intersubjetivo’ (memoria y grupo –que Lash y Urry denominan «glacial»–).

Pérez Humanes, recurre a Sloterdijk en un intento por explicar cómo son nuestras interacciones con los espacios en los que se desarrolla nuestra movilidad. Así, parafraseándolo nos explica que «nuestras sociedades globalizadoras y movilizadoras se acercan al mismo tiempo tanto al polo ‘nómada’, al sí-mismo sin lugar (ese individuo desarraigado y desterritorializado) como al polo ‘desértico’, a un lugar sin sí-mismo (esos lugares de nadie o esos no lugares donde la gente pasa y transita sin habitar) (Pérez Humanes, 2010)». En medio quedan esas culturas que aún mantienen el punto de intersección del sí-mismo y el lugar. Ese lugar antropológico en el que como dice Augé, convergen creencias, actividades y eventos temporales del ser humano, que moldean su cultura, siendo la identidad del lugar la que los reúne y finalmente los une. «Un espacio fuertemente simbolizado, es decir, que es un espacio en el cual podemos leer en parte o en su totalidad la identidad de lo que lo ocupan, las relaciones que mantienen y la historia que comparten. (...) Un universo de reconocimiento, donde cada uno conoce su sitio y el de los otros, un conjunto de puntos de referencia espaciales, sociales e históricos: todos los que se reconocen en ellos tienen algo en común, comparten algo, independientemente de la desigualdad de sus respectivas situaciones (Augé, 1999)». Si paseamos por los espacios colectivos que fugazmente visitamos con la máscara del anonimato por la que resbala toda posibilidad de establecer un vínculo entre ellos y nosotros, ¿cómo podemos percibir cualquier rasgo que vaya más allá de sus características estéticas o emocionales? Efectivamente la percepción de los espacios depende del grado de vinculación que se establezca con ellos y de la posibilidad o no, de inscripción de relaciones sociales duraderas, es decir, de que nuestro andar por esos espacios no sólo sea un ‘movimiento’, sino que además constituya una ‘movilidad’.

²⁷ Conflictos derivados de esa doble corriente de deseos de la que habla (Cacciari, 2002, p.4) «deseamos la ciudad como ‘regazo’, como ‘madre’, y al mismo tiempo como ‘máquina’, como ‘instrumento’ la queremos “ethos” en el sentido originario de demora y morada, y conjuntamente medio, complejo de funciones; le pedimos seguridad y “paz” y a la vez pretendemos de ella una extrema eficiencia, eficacia, movilidad».

²⁸ Dice Cacciari, que esto representa la posibilidad de una forma de comunicación «completamente angelical», ya que los ángeles se entienden sin mediación alguna, en la inmediatez del simple pensar. Ello vuelve el espacio perfectamente indiferente y homogéneo; sin densidad particular y sin nodos significativos.

1.3.1/ La imagen como recuerdo.

Los espacios turísticos son lugares productivos económica, política y culturalmente a través de las dinámicas de movilidad que acabamos de ver. Por ello están constantemente sometidos a procesos que transforman su ‘imagen’. Esta es la ‘nueva reflexividad turística’ a la que se refiere Urry, y que, como ya veíamos, tiene que ver con los procesos de acicalado [si no invención], empaquetado y distribución de los espacios turísticos, a través de las tecnologías de la comunicación. Espacios indisolublemente unidos a las imágenes que los representan. Esta imagen que los singulariza y distingue, influye considerablemente en su capacidad de atracción, al ser una expresión del conocimiento, impresiones, pre-juicios..., aludiendo no sólo al sentido de la vista sino también al resto. Obvia realidades o pone el acento en aquellas que le resultan más interesantes, por el motivo que sea, «a la manera de unos poderosos binoculares, la imagen intensifica la experiencia, iluminando las realidades que de otra manera seguirían sin ser percibidas (Buck-Morss, 2009)». Y esto lo hacen sin la función auxiliar de un texto, siendo libres de actuar directamente en la mente. «Lo ‘desapercibido’, es un concepto escurridizo, próximo a lo humano, a la construcción del paisaje, en relación directa con el habitante, con el acto de habitar en el paisaje (Lapayese & Gazapo, 2009)».

En palabras de Urry, se asiste «a la producción de imágenes de lugares turísticos globales, iconos globales (Torre Eifel), modelos icónicos (la playa global) e iconos vernáculos; la mediatización y distribución de imágenes a través de medios impresos, televisión, Internet, etc. (Urry, 2008)». Todo ello canalizado, como explica San Eugenio, a través de la creación de ‘marcas’ de territorio, «surgiendo una nueva ‘relación híbrida global’, entre ‘imágenes’ y ‘personas’ que, unida a una nueva lógica fetichista de consumo global de imágenes, da lugar al denominado ‘post-turismo’ (San Eugenio, 2010)». «No vemos tanto paisajes cuanto reproducciones de paisajes; y no vemos paisajes prolongados, de los que formamos parte, cuanto paisajes efímeros, de contacto rápido y encuadre preparado al que siguen en cadena nuevos paisajes que forman parte de una ruta establecida (Nogué, 2007)». Posteriormente volvemos a ver nuestras grabaciones un día, en nuestra casa de Europa, Estados Unidos o Asia, aquel espacio inicial del espectáculo, del cual indiscutiblemente formamos parte con nuestra mera presencia. Como dice Augé, «se dispersa así en el no lugar de sus múltiples reproducciones».

Imagen y consumo.

Clawson y Knestch²⁹ son los autores del modelo que pone a la ‘imagen’ en el centro del proceso de toma de decisiones con respecto al consumo de los destinos turísticos, en un ciclo de vida que inicia en el espacio

²⁹ (Clawson & Knestch, 1974)

emisor, para terminar en el mismo. Su modelo distingue esas cinco fases relacionadas con el consumo de un determinado tipo de imágenes en cada uno de los espacios:

- anticipación (espacio emisor),
- viaje al destino (espacio de transición),
- experiencia (espacio receptor),
- viaje al origen y
- recreación (espacio emisor).

En función de la imagen que haya sido construida del espacio que visita, asocia al mismo una serie de relaciones, de códigos de comportamiento o de necesidades, que serán específicos para el mismo. Esta manera de aparecer y desaparecer repetidamente de las imágenes, a modo de fogonazos que flotan en algún lugar hasta su nueva aparición, potencian –como afirma Pérez Humanes (2010)– lo que Barthes denomina ‘punctum’ o punto de efecto. «Un efecto seguro pero ilocalizable (Barthes, 1995)». De manera que «las cosas y su valor no desaparecen porque se ausenten sino porque se sobreexponen, siempre igual, intermitentemente, como relámpagos (Pérez Humanes, 2010)».

Antón Clave diferencia las imágenes a disposición durante todo el proceso turístico en dos tipos: «las ‘imágenes emitidas’, que son imágenes colectivas convencionalmente asignadas a un determinado destino y las ‘imágenes percibidas’, que son la forma cómo cada individuo interioriza las imágenes emitidas. (...) En todos los casos existe un emisor que genera conceptos, atributos, valores, impresiones, olores, nombres y visiones que configuran la imagen de un espacio. También pueden ser percepciones individuales, es decir, introspecciones subjetivas, únicas, que se construyen en la mente de los visitantes de un lugar (Clave, 2008, pp. 157, 160)».

¿Hasta qué punto conduce y condiciona esa ‘imagen emitida’, la percepción de los espacios turísticos?
¿El turista ve lo que ve, lo que ‘quiere’ ver, o lo que ‘tiene’ que ver? Ambas preguntas cuestionan en esencia la autenticidad de las cosas que percibimos. Pero ¿qué sentido tiene buscar la autenticidad de las cosas cuando vivimos un mundo extrañamente parecido al original? Esta pregunta nos lleva a otra de las paradojas básicas de la postmodernidad, dentro del contexto de la crisis de la ‘autenticidad’, que es la falta de claridad en la diferenciación entre la realidad y su representación por un lado, y por el otro, la correspondiente consideración del parque temático como la ‘in-autenticidad’. Las imágenes ponen la historia en escena haciendo de ella un espectáculo, en este sentido «desrealizan la realidad (Augé, 1998)». Son esas imágenes a las que Barthes engloba como pertenecientes al grupo del ‘studium’. Esas que son capaces de despertar el interés general, frente a todas aquellas que permanecieron inertes bajo nuestra mirada. Funcionaron por poseer un grado de diferenciación suficiente con el de las imágenes de la cotidianidad. Pero no el de las imágenes como imágenes, sino los signos³⁰ que incorporan estas, asociados a esos espacios pertenecientes al líquido amniótico turístico que en ellas se recoge.

³⁰ Barthes es uno de los autores que no está de acuerdo en hablar de las imágenes como signos, ya que, como él argumenta, aunque aspiran a convertirse en algo tan grande, tan noble y tan seguro como un signo, no lo consiguen. Para que haya signo tiene que haber necesariamente marca, y no la hay ya que no existe una razón para marcar una de sus circunstancias en concreto. Más bien deberíamos hablar de una especie de sutil ‘fuera del campo’, como si la imagen lanzase el deseo más allá de lo que ella misma muestra. Deseo que tiene que ver con la re-creación de una apariencia existente en nuestro archivo de la memoria. (Barthes, 1995, p. 31)

Almirón³¹ advierte que no es el objeto en sí, sino el signo que se refiere a la ‘mirada turística’, definido en el lugar de origen del turista y cuya construcción deriva de la diferencia de signos encontrados, la espectacularidad frente a la cotidianidad. Son imágenes atemporales y eternas, capturadas en un momento de esplendor del objeto en cuestión –mostrando ideas o estereotipos–, que hacen honor o no a su estado actual. Sin escala ni corporeidad, la escala real de los espacios vacíos o contruídos la confiere sólo el grado de la experiencia sensorial. Sin significado (salvo el que le confiere la intuición estética y emocional), al tratarse de una experiencia futura, se suspende momentáneamente la conferencia de significado o las posibles interpretaciones, observándola de una forma a-crítica, a la espera de la iluminación producida tras la recreación.

Las imágenes ‘percibidas’ tienden a coincidir con las imágenes anticipadas que quedaron almacenadas en nuestra retina, y que en ese momento se comparan con el original, apropiándose del mismo a través del objetivo. Desde el encuadre de nuestra cámara tratamos de capturar la misma imagen que hemos vista repetida cientos de veces pero con la singularidad de que el sujeto que aparece en ella somos nosotros. Poseen una escala, conferida por nuestra presencia corporal en el espacio. Pueden o no cargarse temporalmente de significado e información, utilizando las bases de datos almacenadas en nuestro ojo interno de experiencias anteriores, y se almacenará o desechará para dar cabida a la tanda de imágenes procedentes del siguiente viaje. Son consideradas como originales para el sujeto que las dispara, para el cual son temporales y sincrónicas, corresponden a un determinado momento de nuestra vida coincidente con ese momento en la vida del objeto (monumento, espacio o paisaje) en cuestión. Contienen la experiencia de mirar.

Cuando estas imágenes completan el ciclo y llegan al momento de la recreación, se convierten en experiencia completa, recreación vivida y adquieren una carga emocional muy importante. Este es otro camino por el que las imágenes pasan así a formar parte de ese otro grupo que veíamos antes, el del ‘punctum’. Su carga emocional es tal que o nos atraen o nos lastiman. Siguen siendo temporales y diacrónicas, ya que quedan almacenadas en nuestro ordenador asociadas a aquella fecha concreta que no es la de ahora, y constituyen el archivo de nuestra memoria personal. Son percepciones congeladas. Se constituyen en presencia de una ausencia. Y en certificados de vidas.

La naturaleza promiscua de las imágenes las dota de gran movilidad y tienen una facilidad extrema para saltar de una esfera a otra según quien sea el observador y cual sea su grado de implicación con las mismas. Las imágenes dejan de estar vinculadas a un lugar concreto y fluyen, de forma errática, a lo largo y ancho del planeta.

‘Percibir una imagen es habitarla’, y habitar las imágenes significa «interpretarlas, deconstruirlas y compartirlas (Pérez Humanes, 2008)». Como Susan Buck-Morss, explica, la autoría de las imágenes hoy no tiene significado alguno, ya que la fuerza de las mismas deriva de su desprendimiento de todo contexto, y más aún cuando «la accesible cultura de las imágenes es la antítesis del culto al genio artístico que

³¹ (Almirón, 2004)

expresa un mundo privado de significado. (...) Percibidas e intercambiadas colectivamente, ellas son los ladrillos que construyen la cultura. (...) La creación de una imagen es desde el principio la promesa de un acceso infinito a ella. (...) Copiar y pegar una imagen es apropiársela, pero no como el producto de alguien más, sino como un objeto de nuestra propia experiencia sensorial. (...) Las imágenes son el archivo de la memoria colectiva, (...) flotan de manera aislada, moviéndose adentro y afuera de contextos, libres de su origen y de la historia de su proveniencia. (...) Son un término que media entre las cosas y el pensamiento, entre lo mental y lo no mental. Las imágenes permiten la conexión. (...) Una imagen es promiscua por naturaleza. (...) Las imágenes circulan a lo largo y ancho del globo en patrones sin centro que permiten un acceso sin precedentes, deslizándose casi sin fricción alguna entre lenguajes y fronteras nacionales. Este hecho simple, tan evidente como profundo, garantiza el potencial democrático de la producción y distribución de las imágenes. (...) La verdad de los objetos es precisamente la superficie que presentan al ser capturados. (...) La imagen no representa al objeto. En lugar de ello, los objetos están en la imagen, no por completo sino como un trazo-imagen, un trazo de un momento único en el que estos objetos fueron captados, tomados, aprehendidos (Buck-Morss, 2009, p. 68)». Y sigue Pérez Humanes, «la verdad de las imágenes es la de ser compartidas colectivamente y recuperadas para constituir un nuevo significado (Pérez Humanes, 2008)» y no simplemente para transmitirlo.

Añade Buck-Morss, que «al igual que con las palabras, la capacidad de compartirlas es una precondition de su valor (Buck-Morss, 2009)». A pesar de lo cual, «escapan de la generalización del concepto». Incluso cuando son manipuladas, fijándose una nueva percepción y un nuevo sentido, la manipulación ocurre en la superficie y no en el origen. «Sólo si estamos preocupados por la imagen en cuanto representación de un objeto, seremos engañados, o el objeto será difamado (Buck-Morss, 2009)».

□ ...de nuestra relación con el mundo mediada por el universo de la imagen.

Pérez Humanes completa la afirmación de Augé, al recordarnos los comportamientos que rigen nuestra relación con el mundo a través de las imágenes. Por un lado el comportamiento ‘espectacular’, por el otro, y viniendo a compensar a este primero, el comportamiento ‘patrimonial’. El comportamiento espectacular nos mueve hacia la tematización del paisaje. Si para los objetos del espectáculo las máximas son: el mayor impacto y la obsolescencia inmediata. Para los objetos patrimoniales se plantea la «alternativa del reciclaje que se mueve en la búsqueda del propio tiempo de las cosas (Pérez Humanes, 2010)», en la creencia de las infinitas posibilidades y la existencia casi eterna. Las variables que distinguen estas dos caras de la misma moneda son, primero el modo de ser consumidas ambas realidades, y segundo la forma del tiempo que se les ha adjudicado.

Pero ¿realmente podemos decir que las imágenes existen antes de ser consumidas?, porque como dice

Pérez Humanes, las imágenes no son objetos en sí, sino especies de objetos. Como mínimo, son prueba del encuentro entre un suceso y un fotógrafo. ¿Es posible abstraerse de toda experiencia previa y de toda concepción para juzgarlo de manera independiente³², o por el contrario el espacio ‘es’ en tanto que percibido y vivido? Nogué nos da la clave para responder a esta pregunta, «los lugares parecen inmóviles, pero no lo son, porque viajan con nosotros a través de las emociones, con lo que, debajo de nuestra cartografía cartesiana, lo que de verdad subyace es una cartografía emotiva (Nogué, 2011)».

Ante esta dualidad del mundo contemporáneo, surge una trampa planteada por los medios de comunicación de masas que nos recuerda Pérez Humanes (2010) y que en su día enunció Niklas Luhmann, y es que esos medios de comunicación han asumido las tareas del conocimiento y la información, reservadas en otras épocas a sabios, sacerdotes, nobles y artistas. Habiendo pasado ahora a considerar cultura todo aquello que se nos enuncia como tal desde los púlpitos de los *mass media*. Los medios han sustituido a las mediaciones. A esto se añade el aumento exponencial de la velocidad y la cantidad de información, que somos incapaces de digerir. Dinámica que, como dice Bauman, sirve más para limpiar y olvidar más que para aprender y acumular conocimientos.

Así, nos convertimos en observadores de segundo orden, es decir, observamos lo que los *mass media* han observado para nosotros, desde una posición astuta, des-preocupada, des-comprometida y a-crítica. Los niveles de éxito en torno a lo que es emitido se mide por la ‘espectacularidad’ de los acontecimientos, no por la ‘contundencia’ de los hechos.

Desde esta premisa es desde la que parte el estudio de Estela Marine-Roig y Antón Clavé³³. Definidas las imágenes de los destinos como la construcción compleja que se deriva de las ‘imágenes emitidas’ más las ‘imágenes percibidas’, demuestran cómo Internet se ha convertido en la fuente de conocimiento más importante a la hora de tomar decisiones en relación a un plan de viaje. En el inmenso espacio de la red destacan en importancia las imágenes o el contenido que otros usuarios proporcionan, las cuales son bastante diferentes de las producidas por los sitios oficiales, a pesar de los esfuerzos de estos últimos por procurar que las imágenes emitidas y las percibidas coincidan lo máximo posible. Marine-Roig y Clavé ponen de relieve que ningún estudio se ha preocupado en evaluar ambas fuentes de manera simultánea lo cual crea brechas en la imagen o el conjunto de imágenes que componen las marcas. Los sitios webs oficiales muchas veces son evaluados en función de su facilidad de uso, diseño, calidad, información contenida pero no según las imágenes que contiene. Aunque también puede tener algo que ver en esta desazón, el juego de los espejos del que habla Virilio: «si visita los lugares, no hallará más que vestigios de la memoria, pues los desplazamientos de espejos eran desmantelados nada más eran fotografiados. Los espejos se encuentran en algún lugar de Nueva York. La luz reflejada ha sido borrada... Los recuerdos no son más que números en un mapa, memorias vacías que constelan los terrenos intangibles en proximidades suprimidas. Es la dimensión de la ausencia lo que queda por descubrir. Las voces novelescas de los tótems

³² «Nuestra aspiración a la objetividad sólo puede derivarse de la admisión de la subjetividad (Berger, 2006)».

³³ (Marine-Roig & Clavé, 2016)

han agotado sus argumentos, el Yucatán se encuentra en otra parte (Virilio, 1988)³⁴».

La salida de aquella trampa también la desvela Pérez Humanes, al proponernos que el remedio está en el mal, en el interior del propio espectáculo, activando la posibilidad de conferir a las imágenes el tiempo de las cosas que vemos y oímos. Su ‘desvelamiento’ es lo que les otorga su valor real. Realidad configurada por el ‘qué’ y el ‘cómo’, ‘qué se observa’ y ‘cómo se observa’. «Las imágenes nos ponen en contacto con las cosas y con el pasado. Así, frente a esa huida hacia el pasado que busca la cuadratura del círculo: el contacto sin la comunidad, lo nuestro sin nosotros y el patrimonio sin lo patrimonial; puede que las imágenes nos sirvan para encontrar otro sentido y otra comprensión de nuestro tiempo, de nuestras ciudades y nuestro territorio (Pérez Humanes, 2010) ».

1.3.2/ Sobre la percepción...

Partimos de una concepción de la percepción al estilo de Merleau-Ponty, es decir, donde el cuerpo, el lenguaje y su sistema de pensamiento y de relaciones espaciales³⁵, se desarrollan según una conciencia que es perceptiva. «La percepción no es el producto causal de sensaciones atómicas, (...) la percepción tiene una dimensión activa, ya que es una apertura primordial al mundo de la vida (Dasilva, 2011)». El cuerpo es un tamiz, decía Aristóteles que no hay nada en el espíritu que no pase a través de los sentidos.

Nos acercamos a dicho concepto partiendo de la premisa de que nuestras percepciones son modeladas, entre otras cosas: por nuestra ‘relación con el pasado’, y por los ‘ambientes sensoriales’ en los que se desarrollan. Podemos adoptar la hipótesis de que nuestra percepción cambió con la experiencia de la modernidad, ya que, como afirma María Anton Barco³⁶, la percepción del lugar depende de factores culturales y sociales. Pérez Humanes se refiere a ‘olvidar’ y a ‘recordar’ como las dos acciones que nos ponían en contacto con el pasado, y que ahora, como él dice, «son otra cosa». «Si hubo un tiempo en que recordar era recordar tal y como las cosas habían sido, y olvidar era borrar absolutamente las cosas de la memoria. Ahora estas dos acciones son otra cosa, y “recordar realmente no puede significar recordar como realmente ha sido, sino algo más modesto y muy diferente. Significa que cuando recordamos, olvidamos”³⁷. Pero además, por mucho que queramos olvidar, sabemos que las cosas ya nunca desaparecen del todo: hay ‘algo’ que se ocupa de que queden fijadas, presentes en nuestra percepción (Pérez Humanes, 2010)».

Buck-Morss afirma que «la metrópolis urbana, la fábrica, el interior burgués, la tienda por departamentos: estos ambientes sensoriales moldean la percepción y determinan el grado en que se accede al conocimiento (Buck-Morss, 2009)». Cuando las imágenes dejan su función auxiliar de ilustrar el contenido del texto, son libres de actuar de forma directa en la mente. No se busca lo que está detrás de las imágenes, ya que la verdad del objeto es la superficie que muestra y que es captada en un film.

³⁴ (Virilio, 1988) Citado en (Lapayese & Gazapo, 2009, p. 93)

³⁵ Merleau Ponty afirma que «el espacio no es el lugar real o lógico dentro del cual las cosas están ubicadas, sino el ambiente en el cual la posición de las cosas es posible. Desde este punto de vista, el espacio no sería una especie de éter en el cual las cosas están suspendidas, sino el poder universal de sus conexiones. Según Merleau Ponty, el espacio no existe en sí mismo, sino en relación al sujeto y al campo fenomenal de la conciencia. Considera que el cuerpo no se mueve porque hay un espacio vacío, sino que el cuerpo es ‘una actitud en vistas de una tarea posible o presente’ y el espacio es el medio para esta posibilidad. El cuerpo está dentro del espacio como el corazón está dentro del cuerpo. Mantiene la visión de cosas visibles viva y crea con ésta un sistema». (Dasilva, 2011)

³⁶ (Barco, 2013)

**Una red de mirada
mantiene unido al mundo,
no lo deja caerse.**

Roberto Juarroz, Poesía Vertical, I, I

En efecto, lo que se produce es un entramado de líneas de percepción tejidas sobre la superficie de múltiples imágenes que atraviesan el mundo sin ocuparlo a modo de conexiones rizomáticas, como transversalidades, no como totalidades. «Estas líneas-imagen producen el mundo-como-imagen³⁸, que en nuestra era de globalización es la forma de la cognición colectiva (la forma-imagen reemplaza la forma-mercancía) (Buck-Morss, 2009)».

Giddens afirma que «la percepción nace de una continuidad espacial y temporal, organizada como tal de una manera activa por el que percibe. El principal punto de referencia no puede ser ni el sentido aislado ni el percipiente contemplativo, sino el cuerpo en sus empeños activos con los mundos material y social. Esquemas perceptuales son formatos con base neurológica por cuyo intermedio se elabora de continuo la temporalidad de una experiencia. (Giddens, 1995, p. 82)». A la definición de Giddens, de base puramente ‘mecánica’ –en el sentido del mecanismo que funciona con respuestas precisas en función del tipo de ambiente que le rodea– le falta, desde nuestro punto de vista, hacer explícito el matiz que añaden los campos de la emoción y la intuición propia de cada individuo.

Esa intuición y emoción propia dependerá de la sustancia cultural que, a través de las generaciones, nos ha sido transmitida en nuestro «ADN cultural». «Ésta nos permite mirar a nuestros padres y ver de qué manera nos parecemos a ellos o no, pero no en lo físico, sino en nuestro modo de ver, experimentar y comprender lo que nos rodea (MacCannell, 2003)».

Aunque Berger (2006), no habla explícitamente de la percepción, entendemos que lo que él denomina como ‘apariencias’ no son más que el resultado de dicha percepción, ayudando a perfilar el proceso. Define las apariencias como el resultado de una construcción que reutiliza las apariencias anteriores. Puesto que la facultad de la vista se desarrolla como respuesta de adaptación a un entorno continuamente cambiante, cuanto más recorrido posea, más complejo será el juego de apariencias a recomponer a partir de un suceso dado, ya que los sucesos no tienen apariencias en sí mismos. Así, el re-conocimiento es esencial en dicha construcción y está condicionado por el fenómeno de la re-aparición, producido en el flujo de la desaparición constante.

□ ...y el turismo.

Esta reflexión engancha directamente con la interacción entre memoria colectiva e individual de la que

³⁸ «El mundo-imagen es la superficie de la globalización. Es nuestro mundo compartido. Empobrecida, lúgubre, superficial, esta superficie hecha de imagen es todo lo que tenemos como experiencia compartida. De otro modo, no compartimos un mundo. La tarea no es ubicarse detrás de la superficie de la imagen sino estirla, enriquecerla, darle una definición, darle tiempo. Una nueva cultura se abre sobre esta línea.» (Buck-Morss, 2009, p. 42)

³⁹ Agnew, J. (1987) *Una alternativa teórica acerca del lugar y la política*. Place and Politics, Allen Unwin, Winchester -Traducción interna de la cátedra de Introducción a la Geografía- Departamento de Geografía / UBA.

En esta obra propone un concepto de 'lugar' constituido de tres elementos inseparables, elásticos y en interacción continúa: localidad, localización y sentido de lugar. El primero se refiere a los ámbitos dentro de los cuales están constituidas las interacciones y relaciones sociales cotidianas. El segundo se refiere al área geográfica afectada por esos procesos económicos y sociales que también operan y son operados a escala más amplia (regional, nacional, global). El tercer elemento es la estructura de sentimiento o afinidad local. «Este sentido del lugar refuerza la definición socio-espacial de lugar desde adentro, por así decirlo», insertando una cualidad subjetiva al concepto de lugar. Además, lo ubica en un marco social y geográfico más amplio que le influye y al que influye.

⁴⁰ «La capacidad de 'saber ver' en el vacío de los lugares y, por tanto, de saber 'nombrar' estos lugares, es una facultad aprendida durante los milenios que preceden al nacimiento del nomadismo. En realidad la percepción / construcción del espacio nace con los errabundeos realizados por el hombre en el paisaje paleolítico.» (Careri, 2005, p. 44)

⁴¹ «Los museos son museos y como

habla Pérez Humanes (2010). Si el olvido se produce cuando la memoria colectiva es insignificante para el individuo, la atracción juega un papel crucial en la construcción de esas apariencias / percepciones. En efecto, comenta MacCannell, que es a través de la 'atracción' que el turista aprehende la sociedad y, en tanto que la materia que se constituye en atracción turística en estado natural no siempre tienen una infraestructura coherente que las une, tampoco la sociedad tal como será aprehendida por el turista logre estar, aparentemente, estructurada. Bastaría un solo eslabón que vinculara estas atracciones entre sí o con una comunidad o un espacio para que, a partir de él, se generara «un sistema esférico infinito de conexiones, que es la sociedad con el mundo y el individuo localizado en algún punto de su superficie (MacCannell, 2003)». El espacio, una vez percibido, vivido e imbuido de significado por el observador, adquiere la categoría de 'lugar'³⁹ y, «en los lugares, lo percibido, lo concebido y lo vivido adquieren una cierta coherencia estructurada y estructurante (Almirón, 2004)».

Lo que para unos es insignificancia, para otros es añoranza y nostalgia por esos «lugares perdidos llenos de posibilidad y de significación, llenos de memoria colectiva y por consiguiente, llenos de afectividad». Cuando esa memoria falla o no existe, entra en juego la capacidad de 'saber ver'⁴⁰. Esta es una cuestión ampliamente criticada en la práctica del turismo. Al respecto, dice MacCannell que los turistas no consiguen «ver las vistas que visitan, al intercambiar 'percepción' por mero 'reconocimiento'».

Esto mismo se pone de relieve en el estudio de Maitland (2007), donde según sus encuestas, la arquitectura, las construcciones y los patrones de calles son vistos como puntos importantes que afectan a la percepción, donde también se destacan percepciones acerca de la limpieza, el orden, pero rara vez alguien destaca algún aspecto distinto, más allá de los escaparates y carteles de las tiendas. Solamente cuando los encuestadores les pedían que miraran de manera más atenta y consciente, eran capaces de decir algo acerca de la naturaleza de la arquitectura, o algunas comparaciones entre partes diversas de la ciudad. Al transmitir sus sensaciones de manera menos calculada, muchos coincidían en que además de acudir a las atracciones turísticas disfrutaban de la visita de otras zonas menos turísticas de la ciudad para conocerla mejor, incluso advertían de la necesidad de acudir a las zonas donde los turistas no van para conocer bien la ciudad⁴¹. Hasta tal punto el interés llega a las cosas cotidianas que un entrevistado comentaba su visita a un supermercado como una «increíble experiencia», y algún otro hablaba de su emoción al observar a la gente local con su quehaceres cotidianos, su modo de vestir, de hacer... «Las rutinas de la vida diaria cobran significados como parte de la experiencia turística (Maitland, 2007)». A través de estas encuestas, Maitland llega a la conclusión de que los entrevistados tienen poco en común con ninguno de los estereotipos y tipologías formulados para los visitantes. Sus percepciones y experiencias los revelan como usuarios sofisticados de los distintos lugares, conscientes de su participación en las actividades propiamente turísticas «como uno podría esperar de los 'post-turistas'». Experimentando, no una ciudad uniforme, sino una serie de diferentes ciudades, al superponerse sus experiencias con las de los trabajadores y residentes.

A partir de esta experiencia, Maitland formula una serie de conclusiones:

- La primera es que los turistas que fueron capaces de salir de los itinerarios hegemónicos y encontrar un punto de encuentro entre sus intereses y lo que le ofrecía la ciudad al resto de sus usuarios, fueron capaces de crear y formular sus propias narrativas apreciando las diferentes facetas de los lugares y encontrando placer en lo que reconocían como *inputs* cotidianos de la ciudad.
- La segunda es que, aunque las atracciones turísticas convencionales formaban parte de la visita de los turistas, también valoraban otras experiencias mucho menos reconocidas que les aportaban una visión más real de la ciudad. Parecería, «como si para muchos visitantes la presencia de las personas locales confirmara que están teniendo una experiencia que ellos mismos se han auto generado, más que algo orquestado por la industria del turismo (Maitland , 2007)».
- La tercera conclusión es, que la versión de ‘vida cotidiana’ que cada área ofrece es una muy particular. Especialmente en las zonas de la ciudad que han pasado por un proceso substancial de gentrificación.

Estas conclusiones del estudio de Maitland hacen creer en la posibilidad de que las narrativas extraídas de ese texto que encarna la ciudad, vayan más allá de lo que, a priori y tristemente, se le presupone al turista, [como piensa algún autor] carente de profundidad y contexto. «El turista siempre tiene un conocimiento parcial e incompleto sobre la cultura local y carece de sensibilidad hacia el patrimonio que visita, por lo que la complejidad queda reducida a un pasado simplista (Barrera Fernández, 2014)». No se trata de que cada vez que alguien se proponga hacer un viaje se convierta en experto de la historia o la cultura del lugar que visita, sino de que el movimiento vaya acompañado de la movilidad. [Que le otorguemos al andar el privilegio de convertirse en experiencia estética].

□ ...la imagen y el espacio turístico.

Volviendo a la cuestión de base de este apartado, la pregunta que nos hacemos es si ¿realmente influye la imagen en la percepción de los espacios o si como sugiere Buck-Morss la percepción viene moldeada desde otros entornos también visuales? O ¿deberíamos decir que no es la imagen en sí, sino nuestra ‘cultura visual’ en su condición de flujo acelerado, incesante y urgente de imágenes, la que determina la percepción? Si recogemos la afirmación que hace Urry, de que la mirada turística se genera en los espacios emisores, parece clara la respuesta afirmativa a la sugerencia de Buck-Morss. Para responder a la segunda pregunta transcribimos la situación que describe Benjamin con respecto a la obra de arte, para el caso de los espacios del turismo y su paisaje como producto artístico y cultural. En la actualidad la obra-espacio ‘significa’, pero solo existe al ser hiperreproducido. Ese camino de la hiperreproducción que conduce al flujo incesante de imágenes, constituye un «obstáculo para el pensamiento» bloqueando –como afirma

tales son todos interesantes, pero están en cualquier lugar y yo prefiero ver sobre que trata la ciudad ahora... El London Eye está bien, pero es sólo una gran atracción turística también... se logra conocer a la ciudad a través de las cosas más pequeñas, no con las cosas tan turísticas» (Maitland, 2007). Estas son las palabras de un entrevistado tras visitar Londres.

Benjamin– la «posibilidad de concebir un distanciamiento crítico». Las imágenes de cualquier paisaje son tan extremadamente comunes en nuestro universo visual, que inciden en nuestra percepción de la realidad. En una apreciación estética del paisaje lo que es conocido –información visual sobre el mismo–, determina y cuestiona lo que es experimentado –experiencia real del paisaje–. De hecho, ese paisaje será descrito como hermoso cuando se reconoce en él algo que ha sido aprobado previamente en algún medio de comunicación. Por lo tanto, como sugeríamos antes, dependerá mucho de la sociedad de origen del turista y de la valorización que atribuya al paisaje de destino. Como advierte Knafou,⁴² en coincidencia con Urry, «los lugares de destino son valorizados a partir de una dinámica social ajena, que se construye en los lugares de origen de los turistas (Knafou, 1992)». El paisaje real debe ser mediatizado para ganar relevancia, debe atravesar el poderoso filtro de la imagen –preferiblemente una imagen estereotipada, o mejor aún, arquetípica–. El consumo de un lugar no se completa sin un previo consumo de las imágenes de ese lugar. El éxito o el fracaso de la experiencia turística depende en gran medida de que el paisaje que vimos ‘vivo’ se corresponde con las imágenes ‘anticipadas’ de la revista, el documental o la película. En España, el *Imago Mundi* de M. de Teran y posteriormente, 1973, el artículo de Horacio Capel: *Percepción del Mundo y comportamiento orográfico*, junto con otros, contribuyeron a introducir la perspectiva del observador en los análisis de los fenómenos espaciales. Estos estudios ponen de relieve la mediatización que en el conocimiento dejan, la experiencia y las expectativas y el modo en que el sentido del lugar, sus representaciones y comportamientos, están afectados por la heterogeneidad de las experiencias personales.

1.3.3/ A cerca de la noción de paisaje...

Alexander Vollegregt afirma que nuestra realidad urbana actual comprende un tejido comunicativo que ha sido sorprendentemente transformado por las movilizaciones globales y las migraciones de los seres humanos, de los materiales y de la información. Pero no sólo el tejido comunicativo, sino la noción misma de ‘paisaje’, que sólo pudo ser creada cuando el hombre superó la visión utilitaria y práctica sobre el territorio. Desde entonces, ha sufrido numerosas revisiones.

En este momento, resulta de obligada reconsideración, por nuestra parte, los términos según los cuales nos hemos acercado tradicionalmente a la idea de paisaje. La óptica tradicional pintoresquista ha venido alejando al hombre de su paisaje, al convertirlo en un marco extraordinario, sublime, al que admirar de lejos.

De los múltiples frentes desde los que acercarnos a la noción de paisaje pretendemos hacerlo a través de dos en concreto, que creemos amplían el concepto procurando una construcción bastante completa del

⁴² Knafou, R. (1992) L'invention du tourisme. Antoine Bailly et al.(dir.), Encyclopedie de Geographie, Paris, Economica. En (Almiron, 2004, p. 171)

mismo. Según se nos explica, «desde la muerte de Humboldt, la teoría del paisaje se ha dividido entre aquellos que se acercan al mismo desde las disciplinas positivas (...) que quieren ver en el paisaje un dato objetivo, y aquellos otros que se acercan a él dando por sentado que se trata de un ‘constructo’, es decir, del fruto de la percepción y de cierta cultura. (...) cualquiera de los dos supone un empobrecimiento de la idea de paisaje (Silvestre, 2013, p. 19)».

□ ...como producto social.

El primer frente desde el que acudiremos nosotros, es el que deriva del rescate de la noción de paisaje como elemento clave para reconstruir la geografía cultural de nuestro tiempo al modo de Joan Nogué (2007). De la interpretación que se da al paisaje como ‘producto social’ resultante de las transformaciones que la sociedad imprime en la naturaleza, no sólo como fenómeno sino como proceso dinámico. De ahí deriva la dimensión cultural de las sociedades. Espacios visibles, espacios invisibles, o mejor dicho, no visibles para ciertas miradas, espacios incognitos, que no son evidentes o que se ocultan deliberadamente, paisajes efímeros en las metrópolis contemporáneas, paisajes que producen miedo o que son generados a partir del sentimiento, de la nostalgia o del recuerdo, todos ellos conforman una geografía nueva que proporciona visiones alternativas a las tradicionales del paisaje descriptivo, material, real y evidente al que estamos más que acostumbrados a evidenciar. Visiones donde se incluye todo esto último junto a lo que está sin estar, lo subjetivo que no se palpa pero se percibe, lo que está detrás de lo que parcialmente se ve. Estas geografías de la invisibilidad, marcan nuestras coordenadas espacio-temporales, nuestros espacios existenciales, tanto o más que las geografías cartesianas, visibles, propias de las lógicas hegemónicas. Esas otras cartografías, las que contienen los otros paisajes, están ahí, en el tozudo escenario de nuestra cotidianidad, aunque no hayan sido cartografiadas.

Merleau-Ponty ya anunciaba en su ontología de lo visible, que «lo no visible está completamente entrelazado con lo visible, pero no como un simple hueco en la malla de lo visible, sino como la base que lo sustenta. Se establece entre ambos la misma relación que entre la luz y la oscuridad, que entre el blanco y el negro. (...) Una ontología reforzada por las aportaciones de la Gestalt y de todas las teorías de la percepción, que inciden en que la realidad está, constituida, a la vez, por presencias y ausencias, por elementos que se manifiestan y otros que se esconden, (...) la realidad no es sólo lo que se ve (Nogué, 2007, p. 19)». Lo visible no puede identificarse con lo real, hay que aprender a mirar lo que no se ve, pero ¿cómo?. Nogué apunta que nada como el paisaje para aplicar la ontología de lo visible, ya que es a la vez realidad física y representación cultural, percepción individual / social que genera esa fisonomía externa y visible, tangible geográfico y su interpretación intangible, signifiante y significado, continente y contenido, realidad y ficción, hoy y ayer, presente y pasado y [dirá Smithson, que también futuro]. «La legibilidad semiótica

de un paisaje, esto es el grado de descodificación de sus símbolos, puede tener mayor o menor dificultad, pero está siempre unida a la cultura que los produce. (...) no sólo refleja la cultura, sino que es parte de su constitución, (...) es un producto social (Nogué, 2007, p. 21)».

Para entender la producción social de los paisajes, hay que aprender mucho respecto a cómo se producen los paisajes contemporáneos y, especialmente, para qué. Los paisajes se crean en las relaciones sociales y funcionan como parte de la totalidad social. Mitchell propone «volver al paisaje mismo y trabajar para entenderlo como un actor clave en el sistema de reproducción social que define la era contemporánea, sin importar como se defina, (...) desarrollar una metanarrativa del cambio (Mitchell, 2007)».

La geopolítica contemporánea se caracteriza por una caótica coexistencia de espacios absolutamente controlados y territorios planificados con precisión absoluta, junto a tierras incógnitas. «Nuevos agentes sociales han forjado opacas redes espaciales y creado nuevos territorios no siempre de fácil acceso, a menudo misteriosos, y un tanto sombríos. Son territorios (y, en ellos, sus habitantes) desconectados y marginados de un sistema cada vez más segmentado en estratos espaciales absolutamente distanciados unos de otros. (...) La estética de las ruinas es en muchos sentidos una estética de los paisajes de la invisibilidad: están ahí sin estar; no son lo que fueron, pero permanecen (Nogué, 2007, p. 15)».

Las miradas sobre el paisaje no son gratuitas sino que organizan los objetos en el territorio según un orden visual que responde a una ideología que busca transmitir una determinada forma de apropiación del espacio. Ante ello, el paisaje contribuye a naturalizar y normalizar las relaciones sociales y el orden territorial establecido. Estos paisajes manufacturados son asumidos por las personas de manera natural y lógica, pasando a ser incorporados a su imaginario y a consumirlos, defenderlos y legitimarlos. En este sentido el paisaje es también un reflejo del poder y una herramienta valiosísima para establecer, manipular y legitimar las relaciones sociales y de poder. Los territorios de la ciudad oculta son fácilmente sorteables y escamoteables a la mirada, entrando en escena sólo si, por alguna circunstancia, dicho territorio se convirtiera en apetecible.

El saber geográfico, ese que siempre ha proporcionado información espacial cartesiana, de carácter veraz, eficaz y duradero, muestra serias dificultades para describir y analizar lo nómada, lo efímero, lo fugaz. Lo mismo ocurre con los ‘paisajes sensoriales no visuales’. Geografías inducidas por el gusto, el oído o el olfato, cuya potencia e inmediatez es mayor incluso que los obtenidos a través del sentido de la vista. La primacía de la visión en nuestra cultura occidental, se originó en un momento y lugar precisos, prolongándose hasta nuestros días y determinando una forma de ver y entender el paisaje –muy alejada de la históricamente dominante en China y Japón–, lo cual vuelve a demostrar que la noción de paisaje es una ‘construcción social’.

Como advierte Durán (2007), para entender y vivir mejor las ciudades hay que intentar conocer, poner en valor y preservar su identidad sonora e introducir elementos positivos en su gestión. Como toda

memoria, lo que queda de los sonidos anteriores es selectivo, y mientras algunos sonidos emblemáticos son privilegiados y convertidos en iconos, otros desaparecen inevitablemente. Lo mismo ocurre con la perceptividad olfativa –símbolo de acatamiento pero también de rebeldía–, su expansión o sometimiento es una creación cultural y social.

□ La ciudad. Paisaje latente, oculto, fugaz...

«Los árboles no dejan ver el bosque, y gracias a que así es, en efecto, el bosque existe. La misión de los árboles patentes es hacer latente el resto de ellos, y sólo cuando nos hayamos dado perfecta cuenta de que el paisaje visible está ocultando otros paisajes invisibles, nos sentimos dentro del bosque».

(Ortega y Gasset, 2005, p. 103)⁴³

En su estudio *Nel·lo* explica porque esta característica del paisaje ‘latente’ que supone la parte del bosque invisible, también es aplicable a la ciudad. No sólo la imposibilidad de abarcarla con la mirada sino, principalmente, la forma como la ciudad es usada, hace de ella un paisaje latente. La creciente especialización espacial de los lugares, el incremento de la segregación urbana de los grupos sociales y, en general, las dinámicas principales de la urbanización contemporánea, hacen que la mayoría de los ciudadanos tengan una visión cotidiana muy reducida y selectiva de los espacios que viven. Visión que deriva del uso de dichos espacios según necesidades, hábitos, afinidades y capacidades, las cuales a su vez son fruto de variables como edad, género o grupo social.

Este carácter fragmentario de la experiencia urbana contemporánea, hace invisible el paisaje urbano y conlleva que para cada uno la ciudad sólo exista a través de una selección de lugares. Esta selección de páginas escogidas no siempre es fruto del libre albedrío. La capacidad de escoger ciertas calles, comercios o personas de nuestro paisaje cotidiano y, por tanto, la capacidad de ver y aprehender el paisaje urbano, varía en función de la renta, el nivel cultural, la edad, el género o las condiciones sociales. Uso selectivo y segregado de los usuarios de la ciudad (habitantes o visitantes).

Nel·lo vincula al tema de las diferencias sociales, la sensación de riesgo que hoy es consustancial con el uso de la ciudad y que resulta incompatible con la curiosidad, con la voluntad de ampliar la visión del espacio, lo cual fortalece esta idea de ciudad como paisaje latente. «Inseguridad y miedo son incompatibles con la observación serena del entorno, e incluso con la percepción completa de la propia condición. (...) La inseguridad retrae la curiosidad de ver e incrementa el número de espacios que no pueden ser vistos. De esta forma el paisaje urbano se hace todavía más invisible (*Nel·lo*, 2007, pp. 189, 190)».

El último argumento que este autor desgrana, según el cual fortalecer la consideración de la ciudad como paisaje invisible, deriva, de esa misma especialización funcional que segrega a los grupos sociales y hace que la urbanización sustituya a la ciudad. Ciudad, en tanto que, espacio circunscrito rico de usos diversos y de vida colectiva, que tiende a desaparecer y por ello deviene paisaje invisible. EL espacio urbano actual

⁴³ Ortega y Gasset, J. (2005) *Meditaciones del Quijote*, Madrid: Cátedra. Citado en (*Nel·lo*, 2007, p.1 85)

«será paisaje (paisaje banal, empobrecido, desolado) pero no es ciudad. (...) La ciudad, más que una realidad tangible, sólo puede ser un proyecto de paisaje futuro (Nel·lo, 2007)». Paisaje donde prevalezca «la libertad de elegir, el goce de ser uno entre muchos, la igualdad de derechos y deberes, el respeto por la privacidad y el libre albedrío, (...) el respeto por los valores ambientales, la preocupación por la diversidad en el uso del espacio, la reivindicación de la equidad, la defensa de los intereses de los que menos tienen... (Nel·lo, 2007, p. 194)».

Todas estas reivindicaciones que hace Nel·lo, son las mismas que infinidad de ciudadanos gritan en silencio, especialmente cuando la crisis se han encargado de acrecentar las desigualdades. Este grito silencioso que en ocasiones toma corporeidad y se escucha, es el responsable de la existencia de un ‘paisaje latente de revuelta’ que, sólo en ocasiones deja de ser latente y se hace visible. Añadimos con esta una razón más a la lista de Nel·lo, por las que considerar la ciudad como ‘paisaje latente’. Veremos a continuación de qué manera, ese ‘paisaje de revuelta’ se transforma en ‘paisaje de utopía’. Pero no esa utopía perfecta, controlada y ordenada, sino esa que constituye la liberación del comportamiento según un proyecto ininterrumpido de creación y destrucción como el que propone Constant.

Junto a los argumentos de Nel·lo, que justifican la consideración de la ciudad en tanto que paisaje latente, encontramos los de Hemerly Tardin Coelho⁴⁴, que ponen en evidencia la ciudad ‘oculta’, o mejor, ‘ocultada’. Se refiere a los paisajes de la ‘ciudad informal’, los cuales suelen ser visibles o muy visibles, pero sufren un proceso de ocultación por parte de los poderes del estado y de gran parte de la sociedad, que los considera indeseables. La ciudad informal tiene sus propias lógicas fundadas sobre principios distintos a los de la formalidad, sobre lo no convencional, lo que burla la regla e instala un código nuevo de conducta o procedimiento, un código trasgresor de construcción del paisaje. Asentamientos informales, favelas, chavolas, marginalidad, interferencias, zonas sobrantes, zonas improvisadas... Son muchos los que no tienen cabida en la ciudad formal y terminan por instalarse, cómo única alternativa de supervivencia, en la ciudad informal, son el desecho de la ciudad formal, el subproducto o producto defectuoso. Manifestaciones de la ciudad oculta que producen interferencias en la ciudad formal. ‘Paisajes de interferencia’ que ocupan o generan ‘espacios sobrantes’ en la ciudad formal. Población nómada que migra conforme surge la necesidad u oportunidad de apropiarse de las ‘zonas sobrantes’ de la ciudad formal.

Espacio público y espacio privado se confunden, y la vida íntima de esos nómadas defectuosos queda a la vista de todos los habitantes de la ciudad formal, pero hay quien decide no verlos o, simplemente, no aprendió a ello.

‘Zonas sobrantes’ que también son ‘zonas de la improvisación’, donde comparten espacio habitantes de la ciudad formal e informal, bajo unas reglas silenciosas de rechazo social, sentimiento de repugnancia y a la vez tolerancia, que provoca la separación física y a la vez la coexistencia en el mismo espacio según delimitaciones improvisadas de los territorios y de las prácticas reconocidas por todos. Ciudad oculta para

⁴⁴ (Hemerly Tardin Coelho, 2007)

la mayoría de los que pertenecen a la ciudad formal, u ocultado para los que no aprendieron o no desean mirarla. Ciudad oculta, interferencias que, en ocasiones, se convierten en ‘paisajes del miedo’. Miedo que se siente en relación con los ‘otros’⁴⁵ pero que se espacializa. Miedo como amenaza exterior, miedo que también puede ser invisible para habitantes o transeúntes en los que no haya mediado una experiencia que les vincule con ese sentimiento. Los ‘paisajes del miedo’ también son paisajes ocultos para algunos.

Hemerly Tardin Coelho reclama la necesidad de reconocer y comprender ambas realidades, ciudad ‘formal’ e ‘informal’ desde una mirada global. Negar la pluralidad a partir de la afirmación en positivo de la ‘formalidad’ como única opción posible, deseable o merecedora de atención, es negar una realidad de proporciones crecientemente aplastantes. Su comprensión puede significar la transformación de ambas realidades, tanto física como socialmente, según nuevas formas de aprehensión, reglas nuevas para una nueva situación.

La ‘fugacidad’ a la que se refiere este sub-apartado, en tanto que adjetivo de la nueva metrópolis contemporánea, tiene que ver con el trabajo de repensar los tiempos del espacio, que realiza Daniel Hiernaux. Las lógicas que generan los tiempos del espacio, como se verá a continuación, también son lógicas ocultas en la línea de las anteriores, no se pueden leer a primera vista.

Como ya veíamos: «la velocidad de los procesos cotidianos induce tanto a un nuevo culto a la velocidad, como símbolo de inserción en esa hipermodernidad, como también una profunda inquietud (prácticamente existencial) con relación al sentido mismo de estos nuevos géneros de vida que se van construyendo de forma progresiva. Estamos así frente al “contagio de la urgencia” (Jauréguiberry, 2003, p.156)⁴⁶». No está de más recordar que, mientras una parte de los habitantes del planeta vive sometida al dulce yugo de la urgencia, la otra, más mayoritaria que la primera, vive según unas temporalidades de corte fordista, más centradas en los procesos biológicos. Volviendo a las primeras, todo se vuelve *fast*, la comida, la información... Lo cual llama a la geografía humana –disciplina inadaptada en este aspecto–, a repensar los tiempos de las relaciones sociales, los tiempos del espacio y a plantear geografías de lo efímero, de lo fugaz. La propuesta de Hiernaux parte de distinguir entre tres tipos de tiempo: «el tiempo de ‘larga duración’, el tiempo ‘efímero’ y el tiempo ‘fugaz’»⁴⁷.

Bellasi, P. (1985), *Événement et quotidien* Sociétés: La rhétorique du quotidien, vol.1

Lindón, A. (2000) *Del campo de la vida cotidiana a los modos de vida urbanos*. El Valle de Chalco, México, El Colegio de México-El Colegio Mexiquense. Citados en (Lindón, 2007)

⁴⁶ Jauréguiberry, F. (2003), *L’homme branché, mobile et pressé*, en François Ascher y Francis Godard (coord.) *Modernité: la nouvelle carte du temps*, Paris Editions de l’Aube, DATAR, Colloque de Cerisy, pp. 155-168. Citado en (Hiernaux, 2007)

⁴⁷ Lo efímero, lo que está relacionado con el evento, se encuentra en la esencia de la vida cotidiana, da vida al paisaje integrando la idea de la vida como flujo cambiante. Si lo fugaz era visto como la irrupción de algo desconocido y hasta peligroso, a partir del último tercio del siglo XX, lo fugaz ha entrado a formar parte de la cotidianeidad como un evento de extrema corta duración. La ‘ausencia de tiempo’ es una cuarta categoría que refleja la posibilidad de realizar eventos sin duración sincronizados en la inmediatez. (Hiernaux, 2007)

⁴⁵ «La “metabolización de la alteridad (Bellasi, 1985) es un recurso con el cual el imaginario le da un lugar, un sentido y una interpretación al otro, acontecimiento, a lo desconocido, a lo diferente. La asignación de un lugar en un acervo de comprensión del mundo es un proceso simbólico y que tiene su expresión en la retóricas, es decir, en los discursos, lo relatos, las lógicas, las narrativas, los mitos con los cuales los individuos interpretan al otro y al mundo y, en consecuencia, actúan” (Lindón, 2000, pag.10) ». (Lindón, 2007)

En la siguiente tabla se explican los tipos de tiempos y su relación con la sociedad.

Figura 2. Hiernaux, 2006 ⁴⁸. “Los tipos de tiempos y su relación con la sociedad”.

Tiempo	Relación con la sociedad
Larga duración	Es el tiempo de las sociedades en su devenir histórico.
Tiempo efímero	Es el tiempo de los eventos de la vida cotidiana de los individuos; el tiempo del evento, lo que construye el presente.
Tiempo fugaz	Es la aparición/desaparición repentina de sujetos y objetos, el evento de extrema corta duración, que atraviesa la cotidianidad.
Ausencia de tiempo	Es la simultaneidad espacio-temporal, cada vez más buscada por la tecnología.

El paisaje en su concepción tradicional, puede ser considerado como una metáfora espacial de larga duración, de los elementos cotidianos que rodean al individuo, que se aprecia o rechaza a través de la lente que impone la cultura en su aprehensión sensorial e intelectual. Lo ‘efímero’, como demuestra Hiernaux, integra el tiempo de la vida cotidiana. Y la ‘fugacidad’ viene considerada como una simple reducción de la duración, «imagen veloz que se imprime en el paisaje para desaparecer inmediatamente, (...) reducción de lo efímero a su mínima expresión temporal (Hiernaux, 2007)». Con el hecho aceptado de que el hábitat y el lugar de trabajo se han transformado, la metrópolis moderna, al menos en ciertos barrios de nivel se ha transformado en un territorio de movilidad creciente. En este contexto la movilidad espacial se gestiona, o bien sustituyendo movilidad material por movilidad virtual; o bien desvalorizando la movilidad espacial y convirtiéndola en un servicio fugaz que proporcionan individuos esclavos de la movilidad. Esta es la configuración de los nuevos ‘paisajes fugaces’, una forma distinta de paisaje integrada tanto por lo fijo y duradero, como por lo efímero y lo fugaz. La fugacidad y la incapacidad de construir apegos, apreciar o sentirse partícipe del entorno, introduce una nueva condición: la de no pertenencia al lugar. «Se asiste así a la construcción de un paisaje híbrido, formado por dos temporalidades y dos apegos al espacio: por una parte, quienes viven o recorren el espacio con cierto sentido del lugar, tanto habitantes como transeúntes ocasionales. Para ellos, el paisaje es ante todo un entorno de vida, un espacio vivido, donde las temporalidades (larga duración y tiempo efímero) siguen los flujos rutinarios o innovadores de la cotidianidad. (...) Quienes sólo atraviesan ese espacio para prestar algún servicio fruto de la fragmentación espacial [experimentan] un sentido del espacio que se reduce a una probable topofobia hacia todo aquello que estorba la posibilidad de ir más rápido, (...) sin embargo, son tan partícipes el paisaje como lo puede ser el anciano en el banco. (Hiernaux, 2017, pp. 254, 255)».

⁴⁸ Hiernaux, D. (2006) *Geografía de los tiempos y de los espacios efímeros y fugaces*, en Joan Nogué y Joan Romero (eds), *Las otras geografías*, Valencia, Tirant Lo Blanch. Citado en (Hiernaux, 2007, p. 247)

⁴⁹ El contrapunto lo dan quienes marcan su rechazo a la «macdonalización» del mundo», a la inclusión del *fast* en los paisajes tradicionales.

Pero, no hay que pasar por alto que, lo ‘fugaz’, no es sólo consecuencia, sino también demanda social⁴⁹ y de política pública y empresarial en la búsqueda de un nuevo modo de usar o «abusar» del espacio. Conscientes de la envergadura que toma lo fugaz, destacamos la apreciación de Hiernaux, hacia el hecho

de que «la apreciación fugaz no elimina el sentido de exclusión en la larga duración»⁵⁰, el equilibrio es frágil.

□ Los paisajes del turismo.

Desde el último tercio del siglo pasado y hasta el inicio de la crisis actual hemos asistido a una hiperconstrucción en la que los paisajes han cambiado de manera apresurada y «sin intención», dice Xerardo Estévez. Donde lo que se ha construido no es ciudad, en los términos relacionales que veíamos antes, sino «falansterios de la felicidad y el ocio» que han generado una ‘conciencia de paisaje’ distorsionada. Se toma conciencia del paisaje desde la larga distancia, pero se deja de tener en la corta, al advertir como fruto del interés especulativo, se depreda o destroza el territorio.

Estévez propone un interesante recorrido por algunas ciudades, en la línea en que a nosotros nos interesa, en la de su ‘percepción estética’, ese ‘andar como práctica estética’. Experiencia obviamente tamizada, dice él, «por los afectos, los sentidos y emociones, y en compañía de la evocación literaria, de la pintura y la música (Estévez, 2007)». Percepción estética más completa, no lo hay. Habla de ‘paisajes con-texto’: Praga, París, Roma, Donostia, Granada, Brujas, Girona o Compostela. Y en contraposición a estos «paisajes paradigmáticos» –como los denomina él– surgen los «horizontes rotos de los últimos 50 años». Cuya principal característica es la falta de contexto, la carencia de unidad de los fragmentos, en la que reside la ‘experiencia estética’, que la dota de sentido. Construcciones dispersas, urbanismo nómada, comunidades inconexas donde el estándar no parte de la cualificación del lugar, sino de su construcción rápida, pareciera la misma periferia, el mismo lugar donde se implanta la misma arquitectura, partiendo del supuesto erróneo de que el mercado y el individuo pueden producir una estética del espacio público. Es así como surge lo desurbanizado y fragmentario.

«La fealdad como antítesis de lo que fue bello se muestra descarnadamente en los emporios turísticos. (...) El abigarramiento de lo construido producto de un *horror vacui* que quiere ocupar todo con objetos que impiden al espacio público ser un lugar enconcordado (Estévez, 2007, p. 279)». Un nuevo hábitat que ha creado una nueva forma de relacionarnos más superficial, resumida según el nuevo verbo que, según Estévez, expresa nuestros contactos: «ciudadanear» y que define relación banal que procede de una conciencia común que sólo se manifiesta en momentos críticos, como respuesta a la incapacidad de cada uno de bastarse a sí mismo.

La visión de Xerardo Estévez converge en muchos sentidos con la de Francesc Muñoz, especialmente en lo que se refiere a la producción de paisaje que se ha generado en los últimos tiempos, destinado no tanto al consumo de un lugar, como al consumo de su imagen, «independientemente de donde se encuentre físicamente el visitante (Muñoz Ramírez, 2007)». Es así como emergen los ‘paisajes aterritoriales’, paisajes

⁵⁰ Hiernaux lo ejemplifica con la Fiesta de la Música en París, la cual proponía la animación de la ciudad a través de géneros variados, y que terminaría por abrir la puerta a la frustración de los jóvenes de las periferias que, listos para la diversión, se enfrentan a una ciudad que desconocen y a la participación en paisajes sonoros y materiales que son valorados sólo por quienes poseen una determinada cultural y estética. Esa situación termina siendo vivida como una exclusión profunda. (Hiernaux, 2007, pp. 258, 259)

independizados del lugar, que ni traducen sus características, ni son el resultado de sus contenidos físicos, sociales o culturales, paisajes reducidos «a sólo una de las capas de información que lo configuran, la más inmediata y superficial: la imagen (Muñoz Ramírez, 2007)». Los paisajes se liberan de su obligación de representar o significar el lugar, se ‘desanclan’ del territorio, dimiten de su función y se declaran en huelga⁵¹. «Estos son los paisajes de la urbanización, espacios temáticos donde la única forma de representación pasa por el gadget o el souvenir; entornos que forman parte de una cadena de imágenes sin lugar, reproducidas en régimen de take-away (Muñoz Ramírez, 2007)».

A estos ‘paisajes aterritoriales’, Muñoz Ramírez, les reconoce la posesión de la característica de ‘indiferentismo espacial’, es decir, se asemejan morfológicamente aunque fueran concebidos en momentos diferentes, aunque pertenezcan a áreas con distintos grados de urbanización. Estos procesos vacían el territorio geográfico en general y urbano en particular de sus atributos particulares. Basta remitirse, para ilustrarlo, a las innumerables producciones de tipos de ‘paisaje’ específico, cuyas morfologías son especialmente diseñadas para el consumo mediático y visual: «‘paisaje natural’, ‘paisaje urbano histórico’ o ‘paisaje urbano portuario’». La magnitud de estas dinámicas es tal que se puede hablar, afirma Muñoz, de un «‘sistema de producción de paisaje’, que tiene por objetivo la producción de morfologías, atmósferas y ambientes urbanos paradójicamente sin temporalidad ni espacialidad reales, sino simuladas, replicadas o, simplemente clonadas».

«Si los acontecimientos desertan de su tiempo, los paisajes dimiten de su lugar».

(Muñoz Ramírez, 2007)

La única posibilidad de representación del espacio simplificado es el gadget o el souvenir. «Narración mediática del tiempo y apropiación temática del espacio van así de la mano configurando una realidad en la que la cadena continua de noticias va acompañada de otra cadena también de alcance global: la de las imágenes sin lugar reproducidas en régimen de *take-away* (...) El paisaje de la ciudad, sometido así a las reglas de lo urbanal, acaba por no pertenecer ni a la ciudad ni a lo urbano, sino al gobierno del espectáculo y a su cadena de imágenes (Muñoz Ramírez, 2007, pp. 297, 298)». Dice Francesc Muñoz que, los centros históricos y los frentes marítimos son los escenarios que mejor representan en la actualidad el alcance y consecuencias de la renovación urbana en la ciudad posindustrial, haciendo emerger la paradoja que tras un siglo en el que parques temáticos y centros comerciales o de ocio han imitado la morfología urbana y el tipo de experiencia que se podía vivir en la ciudad real, parece que ahora las ciudades deban simular esos escenarios previamente imitados.

Pero ¿cómo luchar contra esto cuando la imagen se ha convertido en condición necesaria e incluso previa al proceso mismo de transformación urbana, cuando la imagen es factor básico de atracción de inversiones y capital? Muñoz Ramírez⁵², nos da las cuatro claves sobre las que, a su entender, se soportan los ‘paisajes

⁵¹ Muñoz Ramírez toma la metáfora de ‘huelga de los acontecimientos’ de Jean Baudrillard.

Baudrillard, J. (1993) *La ilusión del fin o la huelga de los acontecimientos*, Barcelona, Anagrama.

urbanales’:

-la imagen como primer factor de la producción de ciudad;

-la necesidad de condiciones suficientes de seguridad urbana⁵³;

-el consumo del espacio urbano a tiempo parcial, con lo que se produce el predominio de comportamientos urbanos vinculados al consumo y a la experiencia del visitante entre lugares más que a la del habitante de un lugar;

-la utilización de algunos elementos morfológicos de la ciudad, como el espacio público, en términos de playas de ocio.

□ ...en relación a la imagen. Atreverse a volar...

Otro frente desde el que abordar la noción de paisaje, es el que se deriva de la relación entre imágenes y paisaje, y que Federico López Silvestre⁵⁴, trata de conducir en respuesta a la pregunta ¿qué habría que hacer para rehabilitar la noción de paisaje? Y aunque su estudio está destinado a desentramar la historia del artista en el paisaje, lo hace partiendo de la filosofía del paisaje, en tanto que relación fruto del reencuentro. Esta es la parte de su estudio que más interés tiene para el nuestro, aunque todo es de gran sugestión. Con respecto al perfilado que hace de los cuatro estereotipos de artistas, en tanto que modos de miradas que, más tarde, pasan a ser plasmadas en un soporte, describe una relación del sujeto con el entorno que potencialmente es trasladable para cualquier sujeto, en tanto que individuo con capacidad de ver o incluso artista en potencia.

“Atreverse a volar” es el título que acompaña al epílogo de Silvestre, y que es una clara declaración de intenciones, [de las suyas y de las nuestras].

El inicio de su teoría arranca según dos planteamientos que surgen de la relación con las imágenes. Según sus palabras, las imágenes en tanto que aforismos, para ser leídas precisan de una pregunta, una intención y cierto tacto. Por un lado se sitúa en la senda del paisaje como ‘relación’, por otro llama su atención sobre la importancia que en esa relación desempeña la ‘mirada’⁵⁵. Los lugares sólo devienen ‘paisaje’ a través de un cierto tipo de ‘relación física’, contacto real, o incluso, podríamos decir, choque del sujeto que acota con su ‘mirada’ cierta parte del mundo y esa parte que es acotada; y un modo específico de vinculación que se muestra sólo a ciertas ‘miradas’, es decir, que no bajo cualquier mirada el entorno deviene Paisaje. Silvestre desgrana esto último, no sólo desde el punto de vista cultural o coyuntural, sino desde el punto vital y psicológico. «El ojo, sin duda, (...) forma paisajes pero, si ha aprendido a ‘verlos’ y a ‘representarlos’ simbólicamente, ha sido después de formarse como órgano en un cuerpo vivo que, aún sin saber, ya intuyó alguna vez que ahí fuera había algo móvil que admirar, que desear, que *esguardar*⁵⁶ o que temer (Silvestre, 2013)».

⁵² (Muñoz Ramírez, 2007, pp. 305, 306)

⁵³ Es lo que Francesc Muñoz denomina como ambientes *lock living*. Ambientes protegidos por definición, bajo vigilancia. Hasta el punto de que cuanto más segura y protegida se presente un área urbana, mejor valorada será por sus usuarios. De aquí el altísimo nivel de estandarización que las políticas de seguridad están alcanzado en los espacios urbanos.

⁵⁴ (Silvestre, 2013)

⁵⁵ Para hablar de la ‘mirada’ (Silvestre, 2013) recurre a la distinción que formulará Lacan a partir de 1964, cuando distingue entre visión y mirada. A su juicio, la visión depende del sujeto consciente, mientras que la mirada preexiste, procede de algo anterior, la pulsión, que sólo emerge de forma sesgada.

⁵⁶ Arcaísmo que usa (Silvestre, 2013) para referirse a un acto más amplio que el del simple mirar, supone estar en guardia, captar obstinadamente lo que siempre está apunto de escaparse, mirar con cuidado o vigilancia.

⁵⁷ Silvestre aclara que habla de ese ‘otro auspiciador’ porque, dice él: «el que ‘auspicia’ presagia desenlaces mirando aves), entiendo que tal expresión funciona bien como pareja de ese “yo” sano que identifico con los pájaros. El ‘otro auspiciador’ sería el inconsciente que mira a través de esa subjetividad sana que, ya completa, asocio metafóricamente con las aves (Silvestre, 2013, p. 97)».

⁵⁸ Precisa que ni el esquizoide ni el dogmático conocen su visión de Paisaje, porque la misma parte de una relación en la que el ojo capta el entorno que lo rodea y sintoniza con él gracias a su previa sintonización interna. Dice, que lo que construye la ‘visualidad dogmática’ cada vez que frena el deseo es un ‘Habitat’, un espacio para el ensimismamiento del alma y no un ‘Paisaje’. A lo que tiende el ‘esquizoide’ cuando su ‘otro deseante’ le libera de las cadenas de la racionalidad, es a la emergencia de un ‘sueño’ profundo y no exactamente un ‘paisaje’. Lo que sufren los ‘fantasmas’ es el ‘abismo’ demencial de lo real y no el ‘Paisaje’. La única mirada o «feliz suma de fuerzas» capaz de producir Paisaje es la del ‘nómada’, fruto de esa sintonización interna y externa. « (...) Nietzsche sostenía, siguiendo a Stendhal, que cada uno escoge los paisajes que se parecen más al propio modo de ser, de estar o de buscar la felicidad. Estoy totalmente de acuerdo y, precisamente por ello presento esta teoría de Abismos, Hábitats, Sueños y Paisajes». (Silvestre, 2013, p. 125)

⁵⁹ Silvestre la llama la *rentrée*. Dice

Los cuatro perfiles sobre los que Federico López Silvestre construye su teoría arrancan desde el ‘yo’ sano, que para él viene representado por el ‘pájaro’. Este primer personaje de mente saludable y, en sus palabras, «visualidad sintónica’ y pequeño ‘otro auspiciador’» se caracteriza por poseer una voluntad corporal que su ‘yo’ es capaz de comprender, de manera que sus sentidos, su mirada inconsciente y su visión funcionan en sintonía. Es en ese momento cuando es capaz de acceder a la ‘Mirada’ [con mayúscula] o «visualidad sintónica». Antes de llegar a ese momento habrá existido otro en el que, tras larga lucha, anula al «gran ‘otro represor’, es decir, el ‘ideal del yo’ impuesto y aprendido para hacerse dialogando con un ‘otro auspiciador’⁵⁷». De esa negociación se forja el autónomo ‘yo volador’ «que es, conoce y se determina, abriéndose sin miedo al mundo. Solo ese yo que fue, sin duda el propio Marco Polo el explorador, tolera ‘Mirar’ siendo esguardado, porque solo él intuye que el que lo esguarda es un otro que no debe temer (Silvestre, 2013)». Explica que sus vuelos no responden a una dirección impuesta, sino que tiene la capacidad de adaptarse a las corrientes cambiantes del eterno devenir de las cosas, de amar cierta dosis de contingencia, de ‘aprender de’ y ‘dejarse llevar por’ el viento de lo real atendiendo a sus fuertes corrientes sin olvidarse de planear. «Solo cuando nos topemos con esta naturaleza flexible capaz de adaptar sus instintos y valores para volar de nuevo con lo informe sin volverse excesivamente pequeña ni dejar de acuñar su propio modo de ver, solo entonces, hablaremos del ‘homo viator’, es decir, de pájaros y de nómadas (Silvestre, 2013, p. 98)».

El segundo perfil corresponde a un «personaje psicótico que cuenta con un yo frágil, con un Ello desbordante (metamorfoseado por la palabra de un ‘otro deseante’, o varios) y con una ‘visualidad esquizoide’ (Silvestre, 2013)».

El tercero es un perfil «neurótico de ‘visualidad dogmática’ y yo aparentemente fuerte, gobernado en el fondo por cierto ‘otro represor’ (Silvestre, 2013)».

Y el cuarto es un «personaje enfermo, con su ‘otro ausente’ y su ‘visualidad zombi’ (Silvestre, 2013)».

Presenta así al ‘nómada’, al ‘esquizoide’, al ‘dogmático’ y al ‘fantasma’. Cuatro puntos cardinales por los que, partiendo del contexto y la sustancia cultural heredada, nos decantamos y matizamos⁵⁸. Aunque sólo la ‘visualidad sintónica’ del nómada hace posible la ‘Mirada’ que le permite definir el Paisaje «como esa saludable experiencia en la que el individuo se reencuentra con el mundo porque se reencuentra también consigo mismo»⁵⁹. Afirma Silvestre que «el futuro será siempre para los nómadas», en tanto que individuos móviles «capaces de usar en su favor las fluctuantes corrientes de lo Real: homo viator». [Individuos dotados de ‘motilidad’, podríamos decir, usando la terminología de Canzler]. Para orientarlo, Silvestre propone un ‘cambio de paradigma’ que parte de la superación de los debates entre el simulacro y la representación, «también supone rebasar la oposición entre un modernismo neurótico (obsesionado por unos sentidos aparentemente nuevos, pero igual de cerrados y despóticos que en el pasado) y un posmodernismo psicótico (cautivado por lo absurdo y la fragmentación) (Silvestre, 2013, p. 447)». Propone

situar el punto de partida en «dinámico devenir científico», que difiere de la ciencia que nos han enseñado, en el sentido de que partiendo de principios definidos y claros acepta principios abiertos y dinámicos, «la ciencia también puede funcionar como herramienta para ‘abismarnos’». Siguiendo la estela del ‘pájaro’ de Silvestre, «el hombre no tendrá derecho “a sentirse sobre la tierra más que como un viajero y ni siquiera como un viajero hacia un objetivo final, pues no lo hay”, de hecho, sobre esa tierra su “camino será tal vez ahora más solitario y sin duda más peligroso que antes”. (...) Se propondrá observar y tener los ojos abiertos para todo lo que sucede realmente en el mundo; por eso “no podrá ligar demasiado reciamente su corazón a nada en particular: será preciso que haya siempre en él algo de viajero, que encuentre su placer en el ‘movimiento’ y en el ‘paisaje’»⁶⁰. Tras estas citas se vislumbra hasta qué punto la vivencia nómada que describe Silvestre es fruto de un encuentro en el que se aprehende lo de afuera dentro a partir de un impulso creador y asimilador propio.

Silvestre realiza también una crítica a los encuentros de los Situacionistas y Surrealistas con el ‘paisaje’ que nos resulta muy ilustradora. Declara que los Situacionistas cuestionaron las derivas surreales al inferir que el fracaso de la deambulación bretoniana se debió al exceso de importancia concedido al inconsciente y al azar. Ello es leído por Silvestre como insistencia Surrealista en el ‘idealismo psicótico’, incapaz de escapar «a la oposición entre lo reprimido y lo represor entre un ‘super yo denostado’ y un triste ‘ello avasallado’ que, en lógica inversa, se transforma en ‘ello avasallador’. (...) La libertad deseante y desatada era la exigencia de los surrealistas psicóticos, y la libertad atada, la de los racionalistas dogmáticos (Silvestre, 2013, pp. 443, 444)». Frente a ellos algunos Situacionistas leyeron el entorno urbano no sólo como terreno subjetivo e inconsciente, sino como transformable, objetivo y matérico, al haber partido de unas coordenadas más rebeldes, polifacéticas y, dice Silvestre, «más saludables». Constant y los suyos tenían muy presente los males de la hipercodificación y del «fonctionnaliste rétrograde y lecorbuseriano». Ellos también intuían que «en una sociedad saludable el único entorno digno de ser llamado ‘Paisaje’, no era tampoco el ‘Hábitat dogmático’, sino solo el móvil y dinámico. (...) Lo propio de los situacionistas, no solo fue desterritorializar, sino ‘desterritorializar el medio urbano’, partiendo, por tanto, del espacio físico que se les había legado sin considerar nunca una opción como inmutable (Silvestre, 2013, pp. 444, 445)». Probablemente, esa intención obsesiva por lograr unos criterios de orden radicalmente objetivos, eliminara los aspectos más o menos subjetivos que conllevan la ‘acción del paisaje’. Por lo que, «inevitablemente se incurrió en una significativa reducción de la posible dialéctica arquitectónica, mediante el uso de un lenguaje racional y seguro, virtualmente codificable (Lapayese & Gazapo, 2009)». Esa significativa indiferencia ante esa parte subjetiva, motivo una manera de actuar sobre los ‘paisajes’ «arrogantemente ajena» y desprejuiciada ante la toma de decisiones que motivaran hacer o ‘deshacer’ lo que las premisas del ‘estilo internacional’ estimaran más conveniente.

que «tiene mucho de lo corporal, físico y prosaico del personaje sintónico; por otro lado, el término sugiere lo doble de la ‘doble’ entrada (re- de entrar en el mundo tras entrar en nosotros mismos); y por fin, nos informa también de lo efímero (porque toda *rentrée* pasa, como pasan las vacaciones cuando cada año volvemos al trabajo) (Silvestre, 2013, pp. 126, 127)»

⁶⁰ Entre comillas aparecen las citas que (Silvestre, 2013, p. 451) extrae de los libros de Nietzsche *El viajero y su sombra* y *Humano, demasiado humano*.

□ El Paisaje inducido.

Encontrar un ‘lugar’ es, a menudo, descubrir todo un dispositivo sensorial, afrontar una agresión y/o invasión de los sentidos. La novela, el cine o la radio han sido de los primeros en descubrir y explotar este recurso a su manera, montando una operación estética que aspiraba a sugerir consideraciones sociales y morales por medio de las imágenes. Aunque las imágenes mostradas por estos medios y especialmente a través de una pantalla, poseen una diferencia radical con las de la fotografía. «La pantalla no es un marco sino un escondite, el personaje que se sale de ella sigue viviendo, un ‘campo ciego’ dobla sin cesar la visión parcial. En la fotografía todo lo que ocurre en el interior del marco muere totalmente una vez flanqueado el mismo (Barthes, 1989)». Estas disciplinas no sólo han sido pioneras en lo que se refiere a la percepción visual, sino que también en lo que se refiere a la identidad sonora de los lugares y las escenas de interacción social, han sido grandes indagadores, reproduciendo no sólo las entonaciones y los fondos acordes a la temática representada, sino creando situaciones anímicas especiales.

A través de estos géneros, los efectos emocionales que se consiguen cargar sobre los espacios y sus paisajes, son increíblemente poderosos, ya que se aúna la sugestión de imágenes minuciosamente escogidas y escrupulosamente presentadas con un argumento de base emocional muy fuerte.

El lugar es novelesco. Uno ve al autor a través del lugar que ha evocado y al lugar, a través de aquel que lo amo y lo describió; relación incesante entre palabras escritas y espacios. Imágenes de fantasmas que, a través de nuestros recuerdos de lecturas, continúan recorriendo esos lugares. La idea de ‘encuentro’ es esencial en esta mirada.

El cine modela una potencialmente novedosa perspectiva de los lugares, que nacen cuando el espectador se identifica con la temática, los personajes o el lugar visto en la pantalla. Este fenómeno es de gran importancia ya que, en ocasiones, lo representado altera la imagen preexistente o incluso impulsa a que el propio lugar re-cree su identidad en la nueva imagen ofrecida por el cine –un ejemplo cercano: Nerja con la serie de ‘Verano Azul’-. También puede ocurrir justo lo contrario, al alertarnos el cine de algún tipo de peligro que antes no era percibido –‘Tiburón’ por ejemplo causo una crisis coyuntural de turismo litoral en el Caribe-. «La imagen proyectada tiene efectos reales en la conciencia y en la acción (Hernández Ramírez, 2004)». Los sectores involucrados en el hecho turístico son conscientes de esta influencia, por lo cual en ocasiones son estos sectores junto con las instituciones públicas quienes negocian con las productoras para promover sus destinos como futuras localizaciones de películas. Pero como decíamos, el ‘turismo inducido a través del cine’ puede tener efectos nefastos, especialmente a largo plazo, ya que a directores y productores les interesa obtener el mejor producto posible, aún a costa de la perturbación que puedan causar sobre la imagen o la identidad de un lugar. Los lugares existen por el ámbito imaginario suscitado

por ellos y que a su vez retornan a ellos en una dinámica de retroalimentación. La evolución de este ámbito imaginario nos interesa en cuanto que atañe, por un lado al ‘lugar’ a sus permanencias y a sus cambios; y por otro lado a ‘nuestra relación con la imagen’, una relación que también se mueve y cambia.

En el camino de la percepción sensorial objetiva, también se cruza una senda subjetiva, que viene sugerida por el cine y la novela, y su relación con los espacios. Se trata del sendero subjetivo que describen las geografías emocionales junto a la geografía de la percepción⁶¹. Estos lazos intangibles están muy unidos a los comportamientos de los habitantes y usuarios de los espacios. «El contexto de la ciudad contemporánea, la posmodernidad y la economía del simbolismo ha provocado la emergencia de variables vinculadas a la experiencia personal y grupal, a la empatía, al afecto y a la emoción (San Eugenio, 2010)». Estas variables se reproducen con fidelidad en la fase de recreación del hecho turístico. Se trata de buscar los vínculos afectivos de las sociedades con sus espacios o la experiencia que proporciona la interacción con el lugar.

«El paisaje no es el espacio, no es el espacio verde definido para las ciudades. No es el espacio geográfico, no es el lugar neutro donde poder colocar objetos cuerpos o estructuras (...).»

(Eugenio Turri, 2006)

Si el espacio es el instrumento de lectura y el sujeto la huella móvil que deja como resultado la producción del espacio como un producto social –además de como un producto cultural– se plantea la posibilidad –como sugiere José Llano– de construir lo social como figura, como «silueta de las estrategias urbanas que posicionarían al sujeto, desde su práctica, de mejor manera que exponiéndolo a la hegemonía de lo institucional (Llano, 2012)».

El paisaje juega un papel esencial en la objetivación y la naturalización de la cultura. No sólo refleja la cultura, es parte de la cultura y la expresión activa de una ideología. El paisaje debe ser entendido como una percepción o una forma de ver, pero las percepciones no siempre son libres. Por eso, «es necesario descodificar los símbolos y signos inscritos en el paisaje, al igual que su función como transmisor de códigos de comportamiento y relaciones. El mundo, y sus múltiples lugares y paisajes, pueden ser leídos como un texto. El reto consiste en saber cómo este texto será leído por sus múltiples lectores; analizar como la información es codificada (sus signos y sus mensajes); todo ello teniendo en cuenta que estos códigos serán interpretados en modos diferentes dependiendo del poder de las relaciones involucradas (Nogué & San Eugenio Vela, 2011, p. 9)».

Contemporáneamente encontramos la operación contraria, es decir, la de instrumentalización de lo simbólico, lo que Nye⁶², llama *soft power* o habilidad para modificar los comportamientos usando técnicas de atracción y no de coerción u obligación, eso que proponía Llano. A escala global, representa el triunfo de la persuasión, la sugestión y el poder de atracción del territorio y en particular, del paisaje. A esto se dedican las técnicas del *place branding* o el *landscape branding*, que aunando ‘comunicación’, ‘paisaje’

⁶¹ La geografía de la percepción es la que se ha venido dedicando, con diferente intensidad a lo largo del tiempo, a la representación de la imagen que sobre un determinado espacio o ciudad tienen ciertos grupos de personas. Para ello se utilizaban mapas cognitivos, estructurados a través de los elementos físicamente perceptibles más significativos que propuso Lynch en su momento (allá por la década de los 60 del siglo XX), junto con la encuesta de manera sistemática. Su objetivo metodológico es contraponer y comparar el espacio objetivo (de los geógrafos y los arquitectos) y el espacio subjetivo (de los usuarios), luego, en la dialéctica planteada se enfrentan a la realidad física y al comportamiento de los agentes urbanos. La geografía de la percepción reconoce una estrecha relación entre ‘percepción’ y ‘comportamiento’, por considerar al espacio subjetivo espacio vivido.

⁶² Nye, J. (2006) *Springing tiger*. India Today, N° 2, p.11 Citado por (Nogué y San Eugenio Vela, 2010, p. 20)

y ‘emoción’, hacen tangibles los valores simbólicos del paisaje. La relación natural que en el pasado relacionaba a las sociedades con sus lugares –producida por una repetida interacción con estos– hoy es inducida (casi artificial). Las modas comercializan los espacios como cualquier otro producto o servicio. Nogué y San Eugenio Vela describen el *branding* como un modo de conectar emocionalmente una sociedad con ciertos espacios, como el triunfo a pequeña escala de la ‘representación de la realidad’, el triunfo de la artificialidad y la in-autenticidad. La exaltación de la simbología inherente a la lógica territorial, provee a estos autores de una interesante serie de relaciones duales –geografía y simbolismo, espacio e intangibilidad, paisaje y emoción, comunicación y lugar–, que sustentan un posible análisis de aproximación a la lógica comunicativa del paisaje. «El valor contemporáneo del paisaje, vinculado a una manifiesta mercantilización de la cultura, la construcción comercial de identidades, el triunfo de la inautenticidad, de la representación inducida o la economía del simbolismo, abren amplias expectativas en el estudio del valor simbólico del paisaje (Nogué & San Eugenio Vela, 2011)».

«El paisaje responde a toda la secuencia que va desde las fuerzas generadoras de formas territoriales a la concreción material de éstas, a la expresión final que presentan e incluso a sus cambios y a la representación cultural adquirida y otorgada (Nogué, 2007)». Es una cuestión de percepción y de representación.

La continuidad vital de los paisajes sólo es posible en su inserción cuidadosa en las nuevas mallas que el proceso histórico va generando, donde sigan siendo viables y mantenibles. Su vitalización funcional sin deterioro de las formas, readaptando sus morfologías a funciones vivas, conlleva un riesgo de sustitución, pero también de congelación o fosilización, prólogo de una ruina retardada. El verdadero problema suele estar en conducir el cambio de modo de que el desarrollo no se pague en cultura. Del planteamiento de su significado cultural y de su inserción en los mismos procesos de modificación y producción de espacio, con la posibilidad de ejercer una constante rectificación cultural del comportamiento del modelo funcional. Su forma puede parecer fijada, pero es efecto de una estructura geográfica en evolución. El paisaje es donde se vive y sobrevive y ello conlleva tanto la utilidad como la calidad.

«Si el paisaje resulta de una morfología territorial, además contiene ideas, imágenes, una cobertura cultural y vivencial. Es una parte lógica de lo propiamente humano, de la capacidad de otorgar sentido cultural a la existencia y, por ello, a nuestra relación con el medio. (...) Es una integración de hechos, de miradas, de los ritmos de sus componentes, de perspectivas, de métodos y de conceptos diferentes (Nogué, 2007, p. 329)».

1.4/ Habitar el paisaje.

«La ciudad nómada es el propio recorrido, el signo más estable en el interior del vacío, y la forma de dicha ciudad es la línea sinuosa dibujada por la serie de puntos en movimiento. Los puntos de partida y de llegada tienen un interés relativo, mientras que el espacio intermedio es el espacio del andar, la esencia misma del nomadismo, el lugar donde se celebra cotidianamente el rito del eterno error. Del mismo modo que el recorrido sedentario estructura y da vida a la ciudad, el nomadismo asume el recorrido como lugar simbólico donde se desarrolla la vida de la comunidad».

(Careri, 2005, p. 42)

Solo así, mediante las idas y venidas, se consigue que la lejanía, que la visión óptica y distante se convierta en un hecho cercano, de construcción, de transformación recíproca, de fusión de identidades y de privatización de sensaciones.

Hablamos de habitar el paisaje y no de habitar el lugar partiendo de la concepción de Hegel de que el lugar deviene paisaje en un momento determinado. Ya veíamos que la condición principal de la emergencia del paisaje son la 'relación' y la 'mirada' en un proceso retroalimentado. El habitar deja huella, traza condiciones, reconoce territorios a partir de sus potencialidades, de su capacidad para construirse en paisajes. Las condiciones varían y con ellas nuestra forma de relación con el 'paisaje'. El paisaje es un medio con reglas propias, pero es un medio poroso, con capacidad de absorber y filtrar cualquier influencia, ya sea socio-económica o físico-biológica. Como símbolo y como realidad física está en constante cambio, mientras que el lugar permanece invariable. En este proceso, el tiempo es esencial. Es la huella del cambio, de la continua intervención, presencia y al mismo tiempo experiencia del paisaje creado, es el efecto de la experiencia secuencial registrada por el paseante como sucesión de puntos de vista.

«El territorio es el marco en el que la vida y las prácticas sociales se desarrollan y el medio en el que éstas se producen. Es una realidad física y, a su vez, la representación que culturalmente nos hacemos de ella; la fisonomía externa y visible de una determinada porción de tierra y la percepción individual y social que genera; un tangible geográfico (el lugar) y su interpretación intangible (el paisaje). Con su morfología, la de su geografía, lo entendemos como testimonio de un proceso de cambio, como la representación o formalización de un orden social y cultural (Barco, 2013, p. 95)».

«'Habitar' es construir, definir unos límites, separar el mundo de los otros del propio (Gallardo, 2007)». Podríamos decir que este es el proceso que acontece cuando, a través de la 'mirada', el 'lugar' deviene 'paisaje'.

Bajo el esclarecedor título de 'habitar la piel de toro', describe María Antón Barco, los intentos de cada nación o grupo social y de la nuestra en particular de definir un paisaje nacional al que aferrarse. Intentos yermos ante la imposibilidad de establecer una visión unívoca, de no poder ignorar las respuestas

conductuales, ni eliminar el sistema relacional cultural y político entre habitantes y lugar. Así, propone una nueva metodología de aproximarse a este fenómeno, no a través de los paisajes genéricos o específicos imaginados o generados, sino a través de su proceso de formación, es decir de la forma de mirar inherente a cada grupo cultural. La pluralidad de los miembros de cualquier grupo hace imposible definir un ‘paisaje’ determinado que les defina, pero lo que si les une, les define y les diferencia es la manera de mirar. Lo interesante no son las imágenes simbólicas creadas asociadas a esos paisajes reales o imaginados, ni la eficiencia de las soluciones adoptadas, lo realmente fascinante es la forma en que las imágenes del paisaje se construyeron sobre los lugares, desde la condición ético-estética. Es este el hilo conductor de todas las experiencias que nos disponemos a mostrar a continuación.

«¿Cómo habitar el paisaje? ”...Hay idas y venidas en el paisaje; y son incesantes estos viajes en el proceso formativo de un tipo de hombre, de una cultura...”⁶³»

(Lapayese & Gazapo, 2009)

Habitar el paisaje supone una relación real y física con los ‘lugares’, que terminan por devenir ‘paisaje’. Para Oteiza el paisaje se presenta con dos rostros: el de la ‘inmovilidad natural’ –quietud geográfica en la que en un instante cualquiera todo está quieto, permanece en el mismo lugar–; y la ‘movilidad temporal’ –determinada por el fluir incesante que supone el crecimiento y decrecimiento incontenible de las cosas, el dinamismo vital y mortal a la vez–.

Las formas en que el ‘devenir paisaje’ acontece son diversas y dependen de la posición, o ‘meseta’ adoptada como punto de partida. En las idas y venidas al paisaje, se generan unos procesos de lectura y de escritura, de transcripción y de traducción del paisaje, que Lapayese y Gazapo, descodifican según posiciones desde las que partir⁶⁴:

‘la posibilidad del poder’ en la cual se utiliza el paisaje como instrumento de dominio, donde implementar los mecanismos desde donde poder ejercer una sutil influencia sobre las emociones y los sentimientos... sobre lo indeterminado de los afectos;

‘la propia acción de la mirada’ redundando en la forma de percibir, corrientemente se mira al paisaje, no los objetos que lo configuran. Lo específico, lo particular, se diluye a favor de una apreciación más general y compleja;

‘el reflejo’ partiendo del paisaje como una ‘construcción subjetiva’, generada por nuestra propia mirada, a cuyo marco nos incorporamos y donde la cuestión es la distancia que se fija para definir la implicación deseada. «El paisaje se construye sobre nosotros mismos, en nosotros mismos. La construcción

⁶³ Oteiza, J. (1952) *Interpretación Estética de la Estaturia Megalítica Americana*. Ed. Cultura Hispánica. Archivos de la Fundación Museo Jorge Oteiza. Citado en (Lapayese & Gazapo, 2009, p. 85)

⁶⁴ Además de las que aquí nombramos (Lapayese & Gazapo, 2009, pp. 14-19) recogen otras en su estudio: ‘la incertidumbre’, ‘la ingenuidad’, ‘el miedo’, ‘la inmovilidad’, ‘la belleza’, ‘la seguridad’, ‘la convención’, ‘el pragmatismo’, ‘la utopía’, ‘la entropía’, ‘el pasado’, ‘el futuro’, ‘la soledad’, ‘la amenaza’, ‘el cinismo’, ‘lo próximo’, ‘la interdisciplinariedad’, ‘la deslocalización’, ‘la acción de la medida’ o la ‘mapificación’, ‘la posibilidad de su restitución’, ‘la transparencia y la opacidad’, ‘la memoria’, ‘el vacío’, ‘la desocupación’... ¿desde dónde se construye el paisaje?...

del paisaje implica una mirada sobre la interioridad, como si la estructura del lugar se plegase sobre nosotros, activando todos y cada uno de los mecanismos que definen la arquitectura del paisaje, esas estructuras invisibles que conforman los sistemas espaciales del sentimiento y la emoción (Lapayese & Gazapo, 2009, p. 16)»;

‘la acción de habitar’ lugar convertido en espacio y por tanto en paisaje, en su sentido más amplio, activado por la acción del habitar. Comienza entonces el territorio a constituirse en un sistema complejo de interacciones, con un comportamiento absolutamente indeterminado e incierto;

‘la trasgresión’ que ineludiblemente implica, por contraste, la referencia a la acción de la normativa. A partir de las áreas de oportunidad generadas como residuos de la sociedad de consumo;

‘el sentimiento de desolación’ paisaje redefinido en los ‘paisajes residuales’⁶⁵, entornos marginales, aberrantes, derivados de la acción en los ‘paisajes nucleares’⁶⁶. Desde los suburbios, donde no hay un pasado racional, ni grandes acontecimientos de la historia, donde no hay pasado. Desde ellos se construye el entendimiento del paisaje de nuestra época.

«**‘Estoy convencido de que el futuro está perdido en algún lugar en los vertederos del ‘pasado no histórico’... Tierras baldías: alcantarillas gigantescas que vomitan toxinas en el río, tuberías que serpenteaban sobre la tierra estéril... esto es lo contrario de la ruina romántica, porque los edificios no caen en ruinas después de haber sido construidos, sino que crecen hasta la ruina conforme son erigidos’**»⁶⁷

(...) **entre un biólogo del espacio y un entropólogo del espacio, emerge el arqueólogo del futuro...»**

(Lapayese & Gazapo, 2009)

En demasiadas ocasiones nuestras actividades, lejos de generar valor para el paisaje, en lo que resultan es en degradación y empobrecimiento, haciéndose necesario la búsqueda de estrategias que reprogramen el territorio. Es a esto a lo que se refiere Smithson probablemente, cuando nos invita a buscar la solución justo en el problema. La variable de la culturalidad es la que posibilita entender los paisajes y sus elementos como propiedad de la identidad del lugar, de su pasado, pero sobre todo de su proyección futura. Nuestro momento, más que ningún otro, se caracteriza por su ‘capacidad de transformación’, nuestros territorios se unen por ‘vectores de cambio constante’, a los que es necesario conectar esos ‘paisajes residuales’ como sistema de valor para el futuro inmediato. La atención a esos procesos de degradación aparente, podrían desvelar los auténticos tesoros y placeres que ofrece la escena. Paradójicamente, de lo que se trata es de evidenciar la entropía del ciclo vital, la necesidad de transformación continua, de la pertinaz y monstruosa recomposición de la vida y del paisaje.

El acercamiento a circunstancias concretas no ha sido una elección a la desesperada, sino el resultado

⁶⁵ Los ‘paisajes residuales’ quedan definidos entre la conciencia del ‘residuo’ y la dimensión de la ‘memoria’. Si entendemos la ‘memoria’ como función que nos permite conservar las experiencias pasadas, y el ‘paisaje’ como cuerpo sensible que se muestra y se transforma ante la ‘mirada’, los ‘paisajes de la memoria’ se construyen como recuerdos semánticos y sensoriales que habitan la corporeidad del paisaje.

⁶⁶ Lapayese y Gazapo destacan del ‘hecho nuclear’, su relación con el concepto del ‘tiempo’, debido a su extraordinaria duración y la casi impredecible permanencia de sus efectos. «Los ‘paisajes nucleares’ como los paisajes del Holocausto, han sido y están siendo objeto de sucesivos y premeditados intentos para ser olvidados, enterrados definitivamente. Pero los fantasmas, la memoria, impiden que la conciencia colectiva consiga olvidar (Lapayese & Gazapo, 2009, p. 94)».

⁶⁷ Smithson, R. (1996) *Robert Smithson: The Collected Writings*. Ed. Flam Jack. University of California Press. “Artforum”, 1967 y 1968. Avery Architectural & Fine Arts Library. Columbia University. Citado en (Lapayese & Gazapo, 2009, p. 89)

de la toma de consciencia de que para dotar a las ideas de vida, siempre hace falta contemplarlas a la luz de casos. Y justo ese es el propósito final de este trabajo. En el intento de mostrar la relación entre las metamorfosis fluyentes e idiosincrásicas que en estos casos observamos, se desvelarán secretos vínculos con el entorno que, de otro modo pasarían por alto, y que sólo son desvelados y contruidos según un cierto tipo de mirada común. Los primeros ejemplos que se revisan a continuación, permiten reflexionar acerca de cómo las estéticas generadas configuran espacios de práctica utópica.

«Diagramas, imágenes ensambladas, collages y mapas cartografían reflexiones en torno a paisajes, invitando a visitar esos ‘otros’ paisajes, con ‘otro’ sentimiento, propio de nuestro tiempo. Y preparar acciones futuras...(Lapayese & Gazapo, 2009)».

«Se trata, de nuevo, de definir los nuevos espacios, las nuevas ciudades, las nuevas formas de habitar... ¿deshabitando? Atender a diversos enfoques, desde una biología del paisaje, ir definiendo una bio.entropología del espacio como rama del saber arquitectónico... plantear otras vías de estudio, críticas y científicas, que permitan dar unos valores incuestionables al poder político y económico, que no devengan en una cuestión o bien de estilo y gusto estético, o bien en coeficientes de utilización, ahora vigentes».

(Lapayese & Gazapo, 2009, p. 141)

«Sin duda, es deseable un incremento de la conciencia paisajística que lleve a una demanda social del derecho al paisaje; un aumento de la cultura paisajista que reclame una relación con paisajes cuidados, atendidos, conservados como un derecho. La estima de los paisajes es un modo de manifestarse la autoestima».

(Nogué, 2007, p. 334)

1.4.1/ Claremont Road.

«No queda ningún signo, reliquia o huella de Claremont Road. Siempre supimos que algún día todo se transformaría en escombros. Esta conciencia nos dio una fuerza inmensa (la imposibilidad del fracaso), la fuerza de trasladar esta Zona Temporalmente Autónoma a otro lugar. Nuestro festival de resistencia jamás podría ser desalojado. Continuaríamos transgrediendo la distinción entre el arte y la vida cotidiana. Continuaríamos transformando todo acto político en un momento de poesía. Si ya no podíamos reclamar Claremont Road, reclamaríamos las calles de Londres.⁶⁸».

(Ramírez Blanco, 2014)

⁶⁸ Palabras del artista activista John Jordan, participante en la ocupación de Claremont Road recogidas en: McKay, G. (1996) *Senseless Acts of Beauty: Cultures of Resistance since the Sixties*. Londres-Nueva York, Verso. Citado en (Ramírez Blanco, 2014)

En 1993 un grupo de personas ocupa todas las casas de la calle londinense Claremont Road, en un intento por tratar de evitar su demolición para construir una carretera. Lo que en principio comienza siendo una acampada de protesta organizada por el movimiento anticarreteras, en el lugar donde se planeaba la construcción de una nueva, y la consecuente destrucción de una zona atractiva e importante para la comunidad se convierte en un fenómeno de dimensiones estéticas y utópicas muy importante. En él se muestra cómo el sueño social se manifiesta de forma física, en contextos de confrontación política, y como lo artístico se convierte en el lenguaje según el cual se expresa la voluntad de cambio colectivo, la posibilidad de afrontar de otros modos y maneras nuestra vida en común.

Este singular evento se alza sobre las bases que se habían sentado a finales de 1989, cuando una multitud trata de cruzar el Muro de Berlín desde ambos lados, desbordando la barrera. Poco después en 1990, comienzan las obras de demolición del muro. En 1991 se disuelve la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. A principios de los 90 en Inglaterra, se suceden una serie de altercados contra el gobierno de Margaret Thatcher. El experto en estudios (contra) culturales George McKay, señala la importancia de todos estos hechos, en el nacimiento de formas de intervención ajenas a las vías institucionales hegemónicas. Frente al descreimiento en los esquemas establecidos surge la «cultura DiY»⁶⁹ o «cultura del hazlo tú mismo».

En este caso en concreto, y en algún otro que veremos a continuación, se evidencia la utopía como zona de descanso, de confort, frente a las agitaciones y riesgos de la lucha política. Se inventa una sociedad donde no sea necesario el enfrentamiento. Aunque en Claremont Road el mundo soñado se inserta dentro de la lucha misma, convirtiéndose en arma ante el conflicto. «'Propuesta' y 'protesta' son indisociables, configurando un mismo asentamiento (Ramírez Blanco, 2014)».

Lo que empieza estableciéndose como una pequeña tribu restringida, comienza a ganar adeptos y mucha gente se suma a su causa. Hacían casas en los árboles para evitar su tala, murales en las paredes de las casas que se querían conservar y en los suelos por los que deberían de pasar las máquinas y ocupaban la calle con sus enseres. El lugar se llena de elementos estéticos que fueron pensados para cumplir funciones defensivas en el momento del desalojo: esculturas en forma de barricada. Se materializa la voluntad utópica en un enclave que, adquiere su relevancia sabiendo de su importancia, y siendo consciente de lo efímero del mismo. Este lugar paradójico proporcionó a la creatividad artística un lugar donde desarrollarse. Enclave donde el empoderamiento estético acompaña al empoderamiento político. La calle se peatonaliza y el coche es un símbolo contra aquello contra lo que se lucha. La calle se convierte en el lugar de eventos y no de contemplación. La actividad cultural se hace cada vez más fuerte y se usa por primera vez el término de 'festival de resistencia'. En el invierno se produce el desalojo, siendo la resistencia organizada desde las alturas y como símbolo de superioridad moral se dejaron perder, ganando.

Se trata de un movimiento social ligado a ese lugar en concreto y con un objetivo determinado, que produce formas estéticas vinculadas al lugar y a la causa. La oposición física de un espacio, tiene que ver con la

⁶⁹ McKay, G., (1989) *DiY Culture. Party and Protest in Nineties Britain*, Londres-Nueva York, Verso.

Citado en (Ramírez Blanco, 2014, p. 51) «Esta cultura tendría tres formas de expresión: la creación de medios de comunicación alternativos (fanzines, vídeos, plataformas y redes de internet), la construcción de espacios propios (casas okupas, campamentos de protesta o cualquier otro intento de Zona autónoma) y la acción directa. Para John Jordan, esta última intervención constituye la performance por excelencia».

intervención estética del mismo. En lo que a producción artística se refiere, la multitud heterogénea tiende a generar unas elaboraciones eclécticas que generan situaciones de collage, mezcla e incluso disonancias, pero que son hilvanadas por una ‘mirada’ común. Ante esto, las preguntas de Ramírez Blanco nos resultan muy pertinentes: « ¿podría hablarse de un arte del ‘espacio liberado’⁷⁰? (...) ¿cómo podemos plantearnos su “efectividad” política?».

«En Claremont Road se ha establecido una casa de artistas, dos cafés, un escenario, un taller de bicicletas y un punto de información. Muy cerca de un tejado a dos aguas, en lo alto de un muro, cuelga un falso cartel publicitario que parodia la estética de las empresas inmobiliarias. En él se anuncia: “Bienvenidos a Claremont Road: hogares ideales. Trabajando hacia un mundo mejor”. No solo es una broma: esta pieza revela la voluntad utópica del enclave okupado, que desde el interior mismo de Londres ensaya un sistema basado en la inexistencia de normas formales. (...) Las paredes de las casas se pintan y las habitaciones se llenan de elementos que hacen que el espacio sea coherente con su nuevo sentido como entorno activista. El fragmento urbano es resignificado para hacerlo formar parte de un nuevo universo simbólico al que muchos participantes se refieren como una Zona Autónoma Temporal o TAZ, aludiendo al concepto de Hakim Bey⁷¹. (...) El suelo se decora, y se multiplican las esculturas, en su mayoría hechas de objetos ensamblados. En las copas de los árboles se sitúan pequeñas casas, mientras en sus ramas se enganchan elementos variopintos, como maniqués, telas o incluso televisores. Modificando el aspecto de la arquitectura preexistente, en Claremont Road muros, ventanas y pavimentos se cubren de murales, grafitis, papeles pintados y estenciles. En un espacio donde no hay limitaciones a la artísticidad, esta se desborda por todas partes. (...) “En Claremont Road cualquiera podía tener una pasión y aplicar su creatividad a ella, haciéndola tangible. Daba igual si estas personas se consideraban a sí mismos ‘artistas’ o cualquier otra cosa”⁷²».

(Ramírez Blanco, 2014, pp. 54-58)

Al modo de Smithson, lo nuevo surgía entre los restos de lo anterior, entre las ruinas del pasado, entre las grietas en las que hubiera germinado la hierba y entre los engranajes de un coche que se dejó ‘oxidar en paz’. A pesar de la belleza de su simbolismo Claremont Road no fue un lugar idílico. «John Jordan afirma que “si la utopía es una especie de mapa, Claremont Road estaría en las orillas salvajes de ese mapa. En las orillas salvajes e inexploradas de Utopía”. El artista habla de una fuerte presencia de drogas y de algunas muertes por sobredosis de heroína en la calle (Ramírez Blanco, 2014)». El paisaje surgido de la protesta, generó un estado de absoluta libertad que no se acompañó de una conciencia de responsabilidad colectiva. Paisaje en ebullición continua, sabidamente efímero, paisaje de sucesos, no de contemplación, cuyo carácter teatral / espectacular fue de menos a más hasta la llegada de la gran apoteosis que supuso el desalojo. Es entonces cuando se activan las dimensiones bélicas traducidas en esculturas a modo de barricadas, música rave, brazos unidos al suelo por cemento, gentes refugiadas en bunkers subterráneos y la mayoría, situados por encima del nivel del suelo «integrados en un espectacular sistema de ingravidez táctica». La utopía materializada hasta sus últimas consecuencias. Si el arte alguna vez soñó con superar la atadura que nos impide elevarnos sobre la tierra, en Claremont Road se creó

⁷⁰ Por ‘espacio liberado’, dice ella, «se entiende un espacio tomado por el activismo, para otorgarle funciones sociales, comunitarias o políticas, que son diferentes a las que originalmente servía el lugar». Aunque a nosotros nos gustaría pensar que el activismo no es la única vía para liberar los espacios...

⁷¹ Bey, H. (1996) *TAZ: Zona Temporalmente Autónoma, anarquía ontológica, terrorismo poético*. Madrid. Talasa. Citado en (Ramírez Blanco, 2014, pp. 55, 56) «Una TAZ es un entorno de anarquía que no busca la permanencia, sino que mantiene su pureza emancipadora al cambiar continuamente de ubicación. Según BEY, la TAZ tiene ciertas ventajas respecto a la revolución tradicional: “La TAZ puede provocar la clase de intensificación asociada con la revuelta sin conducir necesariamente a su violencia y sacrificio”».

⁷² John Jordan, entrevista personal con Ramírez Blanco 21/11/2011. Citado en (Ramírez Blanco, 2014)

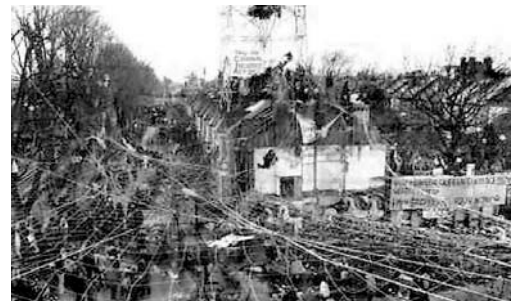


Figura 3. Claremont Road en imágenes.

un estrato superior que prestó al evento político un aura de pureza propia de la ensoñación infantil. Pasen y vean. Como es de suponer, la operación fue retransmitida por los medios, lo que le otorgó gran visibilidad a la causa. Esta sería su gran victoria, la de lograr generar una escena contemplada por miles de personas. Tras la desaparición de Claremont Road el objetivo principal del artista John Jordan se convirtió en hacer uso, sin decirlo, de sus herramientas como artista en una suerte de arte invisible:

«Me disolví en los movimientos sociales. Me deshice de la etiqueta de “artista”, pero mantuve conmigo las armas de la creatividad. Pronto me di cuenta de que este era el contexto más poderoso, inspirador y socialmente eficaz en el que podía usar estas armas⁷³».

(Ramírez Blanco, 2014)

Se habían puesto las bases para el modus operandi de ocupar zonas urbanas de manera efímera. Ausencia de autoridad, comida gratis, pancartas, encuentros, bailes y juegos, sin dinero y sin permiso, funciones alteradas en esos fragmentos urbanos donde el orden social es invertido con aire carnavalesco. Avance fugaz de en qué se podría convertir el paisaje urbano en un sistema en que se prioriza a las personas sobre el beneficio económico, como decía Jordan: «es la perfecta propaganda de lo posible». La experiencia de asistir a esos momentos tiene un protocolo diverso a la vida fuera de ellos. Algunas voces declaraban que, la combinación de deseo, espontaneidad y organización, podrían sembrar los cimientos a partir de los cuales construir una política participativa para una sociedad liberada y ecológica.

En los diversos episodios que se vinieron produciendo después no dejaba de evidenciarse que las reuniones contraculturales producían una intensa artisticidad colectiva, mezclándose el espectáculo con el empoderamiento que provocaba la acción directa.

Apunta Ramírez Blanco que tanto la ‘utopía’ como la ‘revuelta’, tienen su discurrir oculto, latente y periódicamente inundan la superficie con la fuerza del cambio posible. En este sentido, y al hilo de las argumentaciones anteriores, podríamos hablar de ‘paisajes de revuelta ocultos’ en los que la utopía pugna por salir a la luz.

⁷³ Palabras del artista activista John Jordan, participante en la ocupación de Claremont Road recogidas en:
McKay, G. (1996) *Senseless Acts of Beauty: Cultures of Resistance since the Sixties*. Londres-Nueva York, Verso.
Citado en (Ramírez Blanco, 2014)

1.4.2/ Ciudad de Sol.

«Anda por allí un chico americano. Se llama Kyle. Vuelve a Nueva York en unas horas, después de esta única noche. Su tiempo en la ciudad lo va a pasar en multitud, charlando, ayudando y sentándose en los grupos. Durante las horas que Kyle está en la Puerta del Sol, allí se construye un campamento...»

(Ramírez Blanco, 2014, pp. 207, 208)

El campamento activista de la Puerta del Sol parecía surgir de la nada, pero la realidad es que tenía toda una tradición de activismo y ocupaciones detrás. Aunque a nivel local se fija como antecedente directo el ‘Campamento de la Esperanza’ que construyeron los trabajadores de Sintel, la idea de tomar la plaza central de una urbe para instalarse en ella, ya se había materializado anteriormente en la Plaza Tahrir de El Cairo. Sería de aquí de donde se copia el modelo y la organización: conseguir comida, buscar refugio y abrigo... trasladando el fenómeno árabe a Occidente y, como más tarde se demostraría, estableciendo las bases para un tipo de asentamientos utópicos y contraculturales, donde el experimento comunitario se hace inseparable de la reivindicación política.

Aquel fatídico 11 de marzo en que el atentado terrorista golpeó sin piedad, sería el desencadenante de la encarnación de la utopía madrileña. A este acontecimiento inédito, le sucederían una serie de protestas que cristalizaron en la voluntad de un pequeño grupo de dormir en la Puerta del Sol. Es así como, haciendo gala de una ‘motilidad’ sin parangón en nuestro país, iniciaría a gestarse el complejo campamento, bautizado por las redes sociales como ‘Acampadasol’. El paisaje, hasta ese momento ‘latente’, de la revuelta, comenzaba a materializarse, a tomar forma.

Explica Ramírez Blanco, que siguiendo la organización por grupos de trabajo y comisiones, propia de los centros sociales ocupados, se forman cinco comisiones: Infraestructuras, Alimentación, Limpieza, Extensión y Comunicación. Su construcción inicia a partir de una jaima, al estilo egipcio, aunque con los materiales que pudieron improvisar: andamiajes, contenedores, lona de obra y cartones. A esta le seguiría otra, al día siguiente, desde donde se configura internet gratuito en la zona. Tras ello, el primer desalojo produce un efecto llamada, a partir del cual se establece el campamento propiamente dicho. Las lluvias que tienen lugar durante su construcción hacen caer en la cuenta de que las estructuras deberían ser sólidas. Incluso se crea un huerto en un trozo de tierra, con un cartel que comunica metafóricamente la voluntad de permanencia: “la plaza echa raíces”.

La Comisión de Infraestructuras se dedica al reparto de los materiales que llegan, para que cada uno



Figura 4. Plaza Tahrir el 29 de julio de 2011

realice sus propias casetas, según el espíritu del ‘DiY’ (Do it Yourself). Materiales humildes reutilizados y sobre todo cartón, maquillan la plaza según un tono ocre que dialoga con el azul y el blanco de las lonas. Construcción efímera según soluciones imaginativas, entre las cuales el grupo arquitectónico Zuloark⁷⁴ destacaba los pilares.

La autoconstrucción se correspondía con un sistema de autogobierno asambleario, donde el trabajo es totalmente voluntario. Aunque el motivo principal era la ‘protesta’ ante un sistema considerado corrupto e injusto, el ambiente general era de entusiasmo. Se estaba materializando el ‘paisaje de la utopía’, la ciudad dentro de la ciudad, siendo la primera la antítesis de la segunda. La reivindicación activa y desde el ejemplo de que otra forma de hacer las cosas era posible. La auto-organización radical, la existencia sin jerarquías formales, el trabajo voluntario y la economía no monetaria. Una vida comunitaria donde los cuidados son colectivos. La dimensión cultural que adquiere ‘Ciudad de Sol’ no tiene precedentes.

El uso de la basura para la materialización del campamento tiene un fuerte sentido político, al mostrar la otra cara del capitalismo de consumo consistente, en usar lo que otros han previamente desechado. Ello es perfectamente posible en el contexto de la urbe, que es el hábitat del exceso. La reutilización habría una puerta de esperanza. Como en Claremont Road, se podía entrever el futuro entre las ruinas de Smithson y la basura de la ciudad. No sólo como esquema dialéctico alternativo al capitalismo global, esta forma de proceder, también estaba en línea con la corriente del arte contemporáneo que se interesa por el uso de la basura y de los materiales precarios, sobre la que, desde hace décadas, reflexionan arquitectos y artistas.⁷⁵ La ‘Ciudad de Sol’ se llenaba de construcciones de todo tipo, bautizadas por algunos como «nuevo chabolismo ilustrado»⁷⁶, desde las que organizadamente se cubrían las necesidades de una población oscilante y variada, de manera gratuita. Los elementos se iban añadiendo a un conjunto abigarrado, donde aquel con voluntad de expresarse podía hacerlo [como si de un neobabilonio se tratara]. De manera espontánea, el espacio se divide funcionalmente: áreas de descanso, reservas para las Asambleas Generales, zonas que permiten la presencia de ambulancias, baños portátiles, lugar para objetos perdidos, punto limpio, zona infantil con biblioteca y guardería, puestos de enfermería... Todo ello se trataría de representar en una cartografía, que iba caducando a cada trazo que se imprimía sobre el papel. En aquel momento su función era la de orientarse en la compleja espacialidad del asentamiento activista, hoy funciona como instantánea de las cotas de organización que adquirió el evento.

La llamada ‘Comisión de Respeto’ actuaba como una policía no violenta que trataba de mediar pacíficamente en los conflictos. Y la ‘Comisión de Comunicación’ convocaba, difundía, analizaba e informaba mediante el uso de textos, fotos o vídeos. La nueva fase de internet en la que se vive entonces, facilitaba la inserción de contenido generado por los propios usuarios, abriendo el flujo de información y de relatos de una manera sin precedentes. Los expertos en la comunicación de masas han dejado de ser imprescindibles, ahora la ‘habilidad espectacular’ se ha democratizado y los movimientos sociales juegan en el terreno de

⁷⁴ Zuloark, *IC Sol 15M. Los pilares de la #spanishrevolution*. Disponible en línea: <http://www.inteligenciascolectivas.org/ic-sol-15m-los-pilares-de-la-spanishrevolution/> [último acceso: 18/11/2016]

«La fabricación de una misma tipología constructiva en un mismo contexto de múltiples formas diferentes, adaptando cada uno de los detalles a la capacidad de obtener el material preciso. Optimización del material que se configura formalmente a través de este criterio. Reprogramación material de múltiples objetos para su uso como fustes, bases y capiteles».

la producción de narraciones, simbolismo e imágenes.

Los carteles lo inundan todo, cuelgan de cuerdas por doquier, se pegan a las paredes de edificios, sobre las mesas de las comisiones, el lenguaje y la palabra toman el poder en la «plaza de las letras (Ramírez Blanco, 2014)». Sobreabundancia textual y conceptual, mensajes que se equilibran entre la coherencia y la contradicción, palabras escritas y palabras habladas durante horas y horas de asamblea.

La ‘Comisión de Artes Gráficas y Plásticas’ lleva a cabo una labor continua de producción de carteles y elementos simbólicos para disponer en la plaza. Mensajes desplegados en una suerte de collage estético y procesual que crecen rizomáticamente⁷⁷ por todas las superficies. La propia plaza se renombra siguiendo el espíritu de la acampada y la Puerta del Sol se convierte en la Plaza de la Solución, los lugares que se han adquirido una nueva función se renombran, nueva toponimia para nuevo urbanismo.

Pero, como en Claremont Road, los conflictos internos también terminarían por adquirir importancia. Robos y agresiones, cuya gestión consume gran parte de la energía, en detrimento de las acciones propiamente dichas. Pero los participantes son conscientes de que echar a los ‘problemáticos’ va contra sus principios. Así, empiezan las discusiones sobre cuándo y cómo marcharse, para encauzar el movimiento social de otra manera. El campamento ha durado 28 días.

A estas alturas, la Acampadasol se había convertido en un revulsivo global a imagen del cual, surgirán asentamientos similares en oleada a nivel internacional. Alguien en la puerta del Sol del Madrid colocó un cartel que decía: “silencio, que vamos a despertar a los Griegos”. Y el 25 de mayo de 2011 los griegos tomaron la plaza Syntagma de Atenas y cientos de plazas en todo el país. 100.000 personas rodearon el Parlamento, con un gran cartel en español: “Estamos despiertos. ¿Qué hora es? Es hora de que se vayan”. Una joven israelita que había participado en la Acampada Sol encendió las revueltas y acampadas en Israel el 19 de junio, a favor de la justicia social. Ciudad de México, Buenos Aires, Montevideo y comunidades en EEUU. En septiembre de 2011, sería el turno de: Occupy Wall Street, para quienes el manual de cómo ocupar la plaza, (How to occupy), estaba ya servido en la plataforma: TakeTheSquare.net. El 2011 renovó las formas de la protesta desde la micropolítica, los afectos, la utopía y la creatividad. Y desde entonces hasta hoy y según iniciativas locales, la respuesta se ha vuelto global. «Subversión poética, viralidad micropolítica, afectos-que-son-armas, agregación emocional. El 2011 desordenó las lógicas sociales del mundo de forma profunda»⁷⁸.

La siguiente cuestión en la que consideramos necesario fijarnos en relación a estos movimientos, es el cambio de paradigma que producen en relación con la cartografía y que de Soto denomina «el arte de la cartografía de la multitud conectada». Por un lado, su particularidad por trabajar a dos niveles: la esfera física (nivel de a pie, en la calle, en las asambleas, en el cuerpo a cuerpo) y la esfera virtual (en internet). Por otro lado, encontramos a la cartografía, «como parte importantísima en los procesos de auto-organización, acción distribuida y descentralizada, inclusividad de actores diversos y procesos de

⁷⁵ (Ramírez Blanco, 2014, pp. 238, 239) relaciona una buena cantidad de ejemplos en el campo del arte. En el campo de la arquitectura encontramos por ejemplo a Santiago Cirugeda, Basurama, Zuloark, la agrupación Reclaiming Heritage y un largo etcétera.

⁷⁶ El término es de Alberto Arcaico de Brito, estudiante y miembro del grupo de arquitectos Beatus Ille y autor del comentario “barracón” hecho de palés para el Punto de Información. El término alude a un proceder constructivo basado en la urgencia y la necesidad inmediata, que en el asentamiento disidente tiene un sentido ideológico, ya que quienes lo habitan y configuran están allí por voluntad propia, frente a la multitud de personas que habitan en chabolas como única opción. Dice (Ramírez Blanco, 2014) que el círculo se cierra cuando los sin techo se instalan en el campamento. Véase *Arquitectura de Guerrilla para el 15-M* El País, 17 de junio de 2011. Disponible en línea: http://elpais.com/diario/2011/06/17/madrid/1308309860_850215.html [último acceso: 18/11/2016]

⁷⁷ Los propios Deleuze y Guattari afirman que la estructura rizomática es inherentemente subversiva. Deleuze, G. & Guattari, F. (2010) *Rizoma*, introducción a Mil Mesetas. Valencia Pre-Textos.

⁷⁸ Tecnopolítica, redes, periodismo.

imaginación social (de Soto, 2014)». Como de Soto se encarga de evidenciar, los mapas del 15M presentan funcionalidad y especificaciones técnicas totalmente novedosas en semejante escala: visualización de redes, mapas conceptuales, sistemas de alertas y señales, bases de datos, wikis georeferenciados. La gran novedad implementada tras este acontecimiento tecnosocial era que el mapa –instrumento tradicionalmente usado con fines militares y/o económicos de dominación y expansión–, pasaba a ser un instrumento de interpretación y de acción sobre la realidad, según la idea de Deleuze y Guattari. El mapa se convertiría en instrumento generador de procesos de subjetivación que permitía a la multitud conectarse y presentarse socialmente, juntando arte y ciencia como mezcla ampliada de esfera física y digital. Pero en particular, los mapas del 15M, aportaron un valor adicional a las ya existentes cartografías críticas, o contra-hegemónicas. Esto se verá, más en profundidad, en un apartado posterior.

El blog de Bernardo Gutiérrez. <http://codigo-abierto.cc/como-el-2011-global-cambio-las-dinamicas-sociales-de-america-latina/> [último acceso: 20/11/2016]

1.4.3/ “Aquellos polvos traen estos lodos”... El Campo de Cebada, Lagunillas...

De algún modo, estos paisajes de la utopía, de los que Claremont Road o el 15M, habían esparcido semillas, supusieron un tremendo terremoto general en la sociedad a nivel global. Lo decible, lo pensable, lo posible, en otras palabras, los ‘paisajes de la utopía’, se expandieron de manera tan radical que, como apuntaba el grupo de arquitectos Basurama, «hasta que no se exploren todos sus límites el 15-M no podrá darse por terminado (Basurama, 2015)». En las réplicas de ese terremoto –que no han tenido tanto impacto en los medios de comunicación– ese deseo de utopía se sigue haciendo presente. Así, surgen por la geografía española distintos ejemplos de espacios públicos autogestionados por la ciudadanía, que funcionan con más o menos éxito, y más o menos dificultades, pero que, como mínimo, constituyen valiosísimos laboratorios: “*El Campo de Cebada*”, “*Esta es un plaza*”, “*autoBarrios SanCristóbal*”, “*Can Batlló*”, “*el Solar Corona*”, “*Lagunillas*”...

Espacios cuya imaginatividad y producción estética son altamente inspiradoras, que llenan de contenido social y político el espacio público. Pero el hecho de que todo lo que allí sucede –ya sean eventos masivos, actividades deportivas, cultivo agro-ecológico...– suponga una contrarréplica a los espacios públicos oficiales, a la política de gestión de la ciudad y a la falta de imaginación política y técnica para el uso del espacio público, sigue provocando que estos espacios sólo convoquen a ‘algunos’ a participar de ellos. La segregación sigue siendo una realidad en ellos... tanto por exceso como por defecto.

Probablemente la respuesta venga desde la aceptación de la máxima [protesta/propuesta] lanzada por Basurama, de que «el espacio público, hoy en día, ha dejado de tener forma para tener sentido (Basurama, 2015)». Que la cuestión no es pensar en la forma o en el contenido de una plaza en particular, o del espacio público en general, sino en su sentido completo. Y ese sentido sólo puede venir otorgado por sus usuarios.

□ El Campo de Cebada.

Según reza en la memoria inicial del trabajo de análisis de María Jesús Martín, de 2012, este espacio fue inicialmente cementerio árabe, para pasar a convertirse siglos más tarde en mercado periódico al aire libre de grano, tocino y legumbre, y posteriormente en el lugar de las principales ferias de Madrid, y plaza donde se ejecutaban las sentencias de muerte. Posteriormente en la línea temporal se transformaría en mercado permanente gracias a la construcción de un nuevo edificio, que en distintas etapas irá sufriendo mejoras, reconstrucciones, cambios de ubicación, la construcción de una piscina pública anexa... para terminar por ser definitivamente demolido con la idea de ejecutar el proyecto que había resultado ganador del concurso de ideas convocado en 2007. Tras su demolición y debido a la falta de financiación, el proyecto se paraliza

y los habitantes del distrito se quedan sin polideportivo.

No sería hasta la ‘Noche en Blanco 2010’ cuando de la mano del Ayuntamiento de Madrid, el colectivo de artistas urbanos Exyzt y el patrocinio de Mahou, que surge la iniciativa ‘Isla Ciudad’, en la que se realizan talleres, juegos infantiles, cine de verano y actuaciones musicales durante varias semanas. Esta situación establecería la coyuntura según la cual, los vecinos iniciarían a reunirse para plantear las necesidades del barrio, con el objetivo de poder realizar actividades lúdico-participativas públicas y gratuitas. Estas reuniones periódicas y de carácter asambleario, lograrían establecer contactos con el Área de Participación del Ayuntamiento de Madrid, firmando, entre finales de 2010 y comienzos de 2011, la cesión temporal del solar de 5.500 m² junto a una subvención de 41.900€ para poder realizar el proyecto propuesto. Es así como surge ‘El Campo de Cebada’. Las actividades gratuitas y públicas, que ya se venían celebrando antes, adquieren un carácter más permanente. En 2012 el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) y numerosas instituciones europeas convierten en finalista al ‘Campo de Cebada’ por el Premio Europeo del Espacio Público Urbano 2012⁷⁹.

Conocedores desde el primer momento de su carácter temporal y efímero como reza en su presentación de Facebook: «EL CAMPO DE CEBADA es una iniciativa de los vecinos y vecinas del Distrito Centro de Madrid asociados para incentivar el uso temporal del solar del derribado polideportivo de la Latina con actividades de tipo deportivas, culturales, sociales y lúdicas durante el tiempo en el que las obras previstas para su nuevo uso urbanístico no se lleven a cabo». Mientras ello no ocurra, la agenda de eventos de la plaza esboza una utopía dionisiaca que paraliza los ritmos capitalistas, para sustituirlos por la celebración gratuita cuyos principios se basan en el ecologismo social y en el derecho a la ciudad. Aquí la representación⁸⁰ se sustituye por el acto, marcado por la implicación corporal inmediata.

⁷⁹ Este premio promueve el carácter de los espacios urbanos, así como su capacidad de cohesión social.

⁸⁰ Dice Ramírez Blanco, (2014) que la crisis de representación artística y política que venimos sufriendo desde los 60, ha provocado que artistas y activistas sustituyan la representación por el acto.

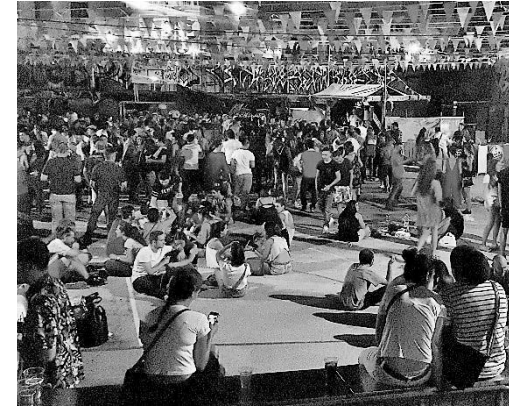


Figura 5. Celebración de actividades en El campo de Cebada.

El Campo de Cebada

Una dotación ciudadana en el centro de Madrid.

AGENDA WEB CEBADA EN MANTENIMIENTO

Agenda

Elvira Heras

📅	📍	👤	sábado, 19 de noviembre	@imgp
sábado, 19 de noviembre				
11:00am	Circo - Tlaxera (Padre)			
domingo, 20 de noviembre				
12:00pm	Cartamañanas - Plataforma Artistas Campo Cebada			
lunes, 21 de noviembre				
6:00pm	Huerto			
7:30pm	ASAMBLEA			
viernes, 25 de noviembre				
3:00pm	Charla sobre congestión. Ayt.			
4:00pm	Dueto mexicano. Marina			
sábado, 26 de noviembre				
11:00am	Circo - Tlaxera (Padre)			
4:00pm	2ºBATTLE OF #JUNGLESTYLE - MOVIMIENTO NATURAL Y SU ESTILO JUNGLE NOS			
domingo, 27 de noviembre				

Figura 6. Agenda el espacio de El Campo de Cebada.

En el transcurso de todas estas manifestaciones, el solar y el mercado sufren una recalificación por parte del Ayuntamiento, de manera que el espacio sería privatizado para poder hacer viable el proyecto que, en 2007, había quedado en el tintero, lo cual fue ampliamente contestado en el periodo de alegaciones. El sentimiento general fue de una gran falta de consideración, por parte de las administraciones locales, hacia las opiniones y las necesidades sociales reales de sus usuarios. Con la consecuente pérdida de la estructura y el tejido económico y social que se habían generado en ese espacio y tiempo concretos. El campo se había convertido en una explosión de actividad y cultura en el barrio, que incluso llegó a saltar fuera de la plaza, adecuando los caminos escolares de alrededor para seguridad de los niños. Se estaba materializando el verdadero significado de plaza, en tanto soporte físico que posibilita que la gente se reúna, se relacione y piense. El efecto de atracción primero, que había conseguido generar ese espacio, se estaba convirtiendo en una experiencia transformadora en uno u otro sentido. Las altas cotas de motilidad de sus impulsores y de todos los actores implicados en su funcionamiento, estaba causando esa movilidad, de la que habla Canzler⁸¹, esa que no sólo consiste en el cambio de lugar sino en el cambio de estado y/o condición.

Se había convertido en un prototipo de espacio público desde el que pensar el futuro del mismo. Un espacio educativo, propositivo, y también espectacular. Pero el espectáculo que se ofrece aquí es el de la vida real de una sociedad determinada. En la presentación de que otra gestión de los espacio era posible, de que las necesidades de los usuarios podían ser planteadas y solucionadas de forma ágil.

Agenda permanentemente llena de eventos que sirven de prototipo a caminos que eran impensables antes de recorrerlos. Vivir un espacio público, que no es tuyo pero que sientes como tal, se convierte en una utopía real –una heterotopía–, donde el espectáculo de la vida está servido por doquier.

La concesión a este espacio del premio ‘Golden Nica’ también sería un revulsivo a nivel internacional, que provocará que mucha gente volviera su mirada hacia este espacio. El Campo de Cebada junto a otros espacios como La Neomudejar, warehouse y La Tabacalera forman parte de un *street art tour* que se organiza en Madrid para turistas y todo aquel interesado en escenarios alternativos a los hegemónicos. Se demuestra así, que se puede hacer felices a los usuarios habituales y generar interés en los usuarios esporádicos. Y aunque finalmente la experiencia sea mercantilizada al incluirla en un tour de espacios alternativos que enseñar a turistas, las cotas de creatividad, trabajo en grupo, en definitiva, de espacialidad social que cosecha el lugar, hace que la iniciativa no se desvirtue.

A pesar de todo ello, el futuro del experimento sigue siendo incierto, o quizás ya haya cumplido con su misión y sea hora de continuarla en otra parte...

⁸¹ (Canzler ed alt., 2016)

□ Lagunillas

Probablemente lo más paradójico de este céntrico barrio de Málaga, situado a las espaldas de la casa natal de Picasso y del teatro Cervantes, como apunta el periodista Javier Zori del Amo⁸² y como queremos entender en la caricatura de Idígoras, es que nos hayamos tenido que inventar otro para –pintando murales en sus paredes a modo de galería al aire libre y rebautizándolo con el nombre de ‘Soho’–, poder incluirlo en el tour oficial de Málaga.

Categorizado como zona marginal por la Unión Europea hace algunos años, el punto de partida de su empobrecimiento fue la indefinición que se derivó de un plan urbanístico que, a finales del pasado siglo, había decidido sustituir las casitas bajas existentes, según un modelo más moderno y rentable. El proyecto resultó fallido y la zona se plagó de solares vacíos y casas abandonadas. El resto del barrio adoptó el carácter de la gente que en él habitaba o más bien al contrario, la gente que no tenía más remedio que vivir allí, lo hacía desde la desolación de no tener ni oportunidades laborales ni culturales, que les permitieran construir su utopía más allá del deseo de convertirse en ‘tronista’ del famoso programa de televisión o reencarnarse en la piel de ‘la Esteban’. Sirva como dato que, la Asociación de Vecinos de Lagunillas han pasado –en 11 años–, de ayudar a 15 familias a intentar paliar las carencias de más de 500.

Éste es el ejemplo vivo, de que no todo es glamour en los centros urbanos y la constatación de la esencia bipolar en nuestra ciudad. De que no hace falta escavar mucho para apreciar la existencia de esa quinta capa de la ‘ciudad hojaldre’ que describe el profesor García Vázquez, –la ‘ciudad dual’–. De que todavía se atrincheran minorías marginadas en esta parte del centro histórico de la ciudad, donde el proceso de aburguesamiento y de embellecimiento de la ciudad –articulado según colaboraciones público / privadas–, todavía no ha hecho acto de presencia. Justo a las espaldas del centro urbano con mayor densidad nacional de museos, la cultura –brilla por su ausencia–.

Hace algún tiempo, a golpe de grafitis Lagunillas resurge de sus cenizas. Y no es que ya no haya familias necesitadas, ni siquiera que haya bajado su número, pero de repente se han sentido protagonistas de algo, su historia ha inundado sus calles gritándole al resto de la ciudad. Otra forma estética de protesta que no se queda en puro formalismo. Además del gesto simbólico de desobediencia que supone desenterrar su historia y narrarla a través de sus paredes, se produce la acción efectiva.

Miguel Angel Chamorro, el primer artista del barrio que detecta la carencia cultural a la que las familias del barrio estaban sometidas –especialmente sangrante en sus menores–, decide crear la asociación ‘Fantasía en Lagunillas’ usando el arte como vía de escape y liberación de utopías. Fruto de ello nace ‘Plaza Esperanza’, un parking callejero reconvertido en cancha de baloncesto y espacio de reunión, que los vecinos rubrican con una petición: “que el ayuntamiento no moleste”. Esta frase denota una cierta liberación de un espacio invisibilizado durante largo tiempo, que ha empezado a vivir de las sobras de la

⁸² Zori del Amo, J. (2016). *Lagunillas, el auténtico Soho de Málaga*. En Traveler.es (21/06/2016) en línea: <http://www.traveler.es/viajes/viajes-urbanos/articulos/lagunillas-el-autentico-soho-de-malaga/9060> [último acceso 23/11/2016]



Figura 8. Plaza Esperanza. Lagunillas



Figura 9. Lagunillas

sociedad del exceso, pero sobre todo de la afluencia de energías humanas, que empoderadas y «pese a su precariedad material, generan abundancias respecto a lo que el sistema dominante tiene como carencias: exuberancia comunitaria, verbal, creativa, dialéctica (Ramírez Blanco, 2014)».

La otra gran artífice de esta revuelta cultural, lo sería por el empleo de las palabras. Concha Rodríguez escribía diariamente una frase motivadora para sus vecinos en una pizarra situada en la calle. Otra artista malagueña se sintió golpeada por su causa y se sumó al carro atrayendo a grafiteros locales, para ayudar al barrio en su tarea de hacerse visible para el resto de la ciudad, contando su historia y reavivando las viejas reivindicaciones del barrio. Como si del niño, que coge el lápiz y pinta las paredes para llamar la atención de sus cuidadores, se tratara. Es así como surge el icono simbólico que, a falta de cofradía en el barrio, resumía todo: el *Cristo de los Solares* y la *Virgen del Descampao*, patronos del barrio de la *santa paciencia*. El trabajo de rescribir las narrativas se emprendió convirtiendo la protesta en colores y los colores en imágenes que empoderaban a los vecinos en las calles del barrio. Las imágenes hablan de ellos mismos. Desde el malogrado Pepito Vargas, un bailaror que acompañaba a Lola Flores, Concha Piquer o Camarón; el desgarrado canto de Eduardo ‘El Chamorra’; ‘La Cañeta’, una cantaora que empezó haciendo bolos en ‘El Pimpi’, las sirenas y el paisaje marino que recuerdan al señor Pepe su época de marinero, o el retrato de la señora Carmen, que aunque anda con la cabeza en otro planeta, recupera su orgullo cuando se ve sobre los muros de su barrio. El objetivo del arte se presume el de reposicionar la relación entre el hecho artístico y los sujetos a quienes se refiere, en un intento de reconectar arte y vida, como modo de superar la separación de los propios individuos con esta.



Figura 9. Lagunillas en imágenes.

Aquella pizarra de las letras que cada mañana recomponía Concha, se ha convertido en el epicentro de un terremoto mural creativo cuya líneas de colores ascienden por las fachadas a modo de enérgicas trepadoras que inundan todo. La cultura surge como herramienta de esperanza y no como actividad económica disneylandizada en la ciudad del espectáculo.

Efectivamente no todo es fachada aquí, y como sugiere Ramírez Blanco, podríamos hablar de un «arte del común». Un arte de generar espacios, por efimeros que estos sean. Si en los casos anteriores la apropiación de los espacios había venido: desde la ocupación ilegal de calles o plazas en Claremont Road y en el 15M, o desde la cesión temporal en El Campo de Cebada, en Lagunillas viene desde la invisibilidad de ese espacio para el resto de la ciudad. En todas ellas el discurso contra el capitalismo viene desde el exceso de riqueza humana, afectiva, exuberancia estética, colorista, dialéctica... frente a las carencias materiales. «El entusiasmo, y no el dinero, es la gran fuente de energía. Cuando se agota, las utopías languidecen (Ramírez Blanco, 2014)».



Figura 10. “Como empieza a molar esta zona de Málaga. ¿El verdadero SOHO?” Así reza el post de mi querido amigo Antonio.

□ El derecho a la ciudad.

Lo que se viene reclamando, de uno u otro modo bajo estas utopías, es el derecho a la ciudad. A la ciudad como soporte vivible y a la ciudad como soporte de relaciones humanas. Y queremos entender que el mensaje poco a poco va calando en los engranajes de las distintas estructuras locales, nacionales e internacionales.

La asociación Barrio Picasso es una iniciativa de carácter privado, fomentada por los comerciantes de barrio, que deciden asociarse bajo la marca de ‘Barrio Picasso’ para, entre otras cosas, dar visibilidad a sus negocios en conjunto, los cuales comparten la característica común de ser pequeños negocios tradicionales renovados y/o de nueva creación innovadores y vanguardistas que –sabedores de su débil situación frente a las dinámicas actuales de los mercados (grandes cadenas y franquicias)– optan por asociarse. La asociación ha venido promoviendo actividades culturales, junto con el Área de Medio Ambiente del Ayuntamiento y otras asociaciones, con el objetivo de favorecer la zona como lugar para pasear, disfrutar del centro y mejorar la vida en el espacio público, potenciando la colaboración entre los pequeños comercios del centro histórico y promocionando el movimiento artístico y la ebullición cultural, implicando a la mayor variedad de agentes posible: vecinos, transeúntes, artistas, etc. Para ello no dudan en echar mano de la imaginación mezclando usos y finalidades: restaurantes que organizan comidas con actores famosos, ópticas que organizan conciertos y exposiciones de pintura/escultura, representaciones teatrales, mercadillos, sesiones multitudinarias de yoga, etc.



Figura 11. Exposición HEP Laveta Eyewear, en Óptica Visual, calle Álamos Málaga.



Figura 12. Presentación del libro “Legado de Sangre”, en Café con Libros, plaza de la Merced Málaga



Figura 13. Detroit Institute of Arts instala réplicas de sus colecciones en las comunidades locales.

el futuro, es otra novedosa estrategia que se ha puesto en marcha en el Museo de Nueva York, con gran expectación. Como explica la escritora, periodista y fotógrafa Eillie Anzilotti⁸⁴ en su artículo *City Museums Look to the Future*, tras un recorrido por el pasado y el presente la exposición termina en una sala llamada *Future City Lab*, donde manipulaciones de datos interactivos toman el lugar de artefactos, acompañados de preguntas tales como: «¿cómo podemos fomentar una ciudad más inclusiva? ¿Cómo podemos satisfacer las necesidades de vivienda de los neoyorquinos? ¿Cómo puede la ciudad de Nueva York mejorar su entorno natural y hacer frente al cambio climático? ¿Qué podemos hacer para brindar oportunidades económicas a la próxima generación? ¿Cómo podemos hacer que sea más fácil para las personas entrar y circular por la ciudad?». A lo largo de una línea histórica varias figuras iconográficas cuentan sus historias personales a través de grandes pantallas interactivas instaladas en los muros que dotan de sentido al lugar. Al final del recorrido se llega a la galería del futuro, en la que se pretende hacer entender a los visitantes, que al igual que los personajes anteriores, cualquiera de ellos tiene la misma habilidad de efectuar cambios. Según confiesa la subdirectora y comisaria jefe Sarah Henry de MCNY, se inspiró en Londres, donde en una exposición celebrada en 2010 en el Museo de Londres, se incluía una sala llamada *Capital Concerns* en la que los visitantes podían sondear los desafíos del presente de Londres. Sarah Henry opinaba estar desafiando el papel tradicional del museo con ese tipo de estrategias, pero con la esperanza de ofrecer a la gente una forma de participar en la conversación.

⁸³ (Richards & Wilson, 2007)

⁸⁴ Anzilotti, E. (2016) *City Museums Look to the Future*. En Citylab.com (18/11/2016) disponible en línea: <http://www.citylab.com/navigator/2016/11/city-museums-look-to-the-future-new-york/507920/> [último acceso: 23/11/2016]

«Es la vida». Esta frase con que el presentador de RTP concluye a menudo el noticiero de la noche, sintetiza el

En este sentido los profesores Greg Richards y Julie Wilson⁸³, afirman en relación a las estrategias culturales y económicas de las ciudades que, los beneficios producidos por los distintos eventos rivalizan en importancia con el patrimonio construido. Y estamos absolutamente convencidos de ello, pero no sólo por los beneficios económicos que puedan generar, sino principalmente por los beneficios culturales y sobre todo sociales, por la movilidad social que generan, la cual, sin duda, se traduce en redes y estas significan riqueza.

Esta necesidad de acercar la cultura la calle viene siendo detectada desde hace tiempo y ante ello, diversos museos americanos en Michigan, Miami y Philadelphia, se han puesto las pilas y han optado por sacar sus colecciones a las calles de la ciudad, como modo de procurar un acceso más democrático a la cultura. Para ello se han realizado réplicas de sus trabajos que han sido distribuidas entre las comunidades locales en bibliotecas y parques. Y no sólo acercar la cultura a la calle, sino usar los museos como laboratorios para pensar

ambiente mental en que vivimos. Dar el tono significa mucho más que sugerir o indicar una dirección de lectura. En realidad, constituye por sí solo toda una visión del mundo; y, más importante aún, toda una visión de nosotros mismos, de nuestra vida en cuanto (tele) espectadores del mundo».

(Gil, 2005)

«Si para Joseph Bauids “todo ser humano es un artista”, yo añadiría que todas y todos tenemos la potencialidad de ejercer, vitalmente, como creadores de utopías. ¿O quién no querría habitar en un mundo que disminuyese esa distancia tan molesta que supera la realidad y el deseo?».

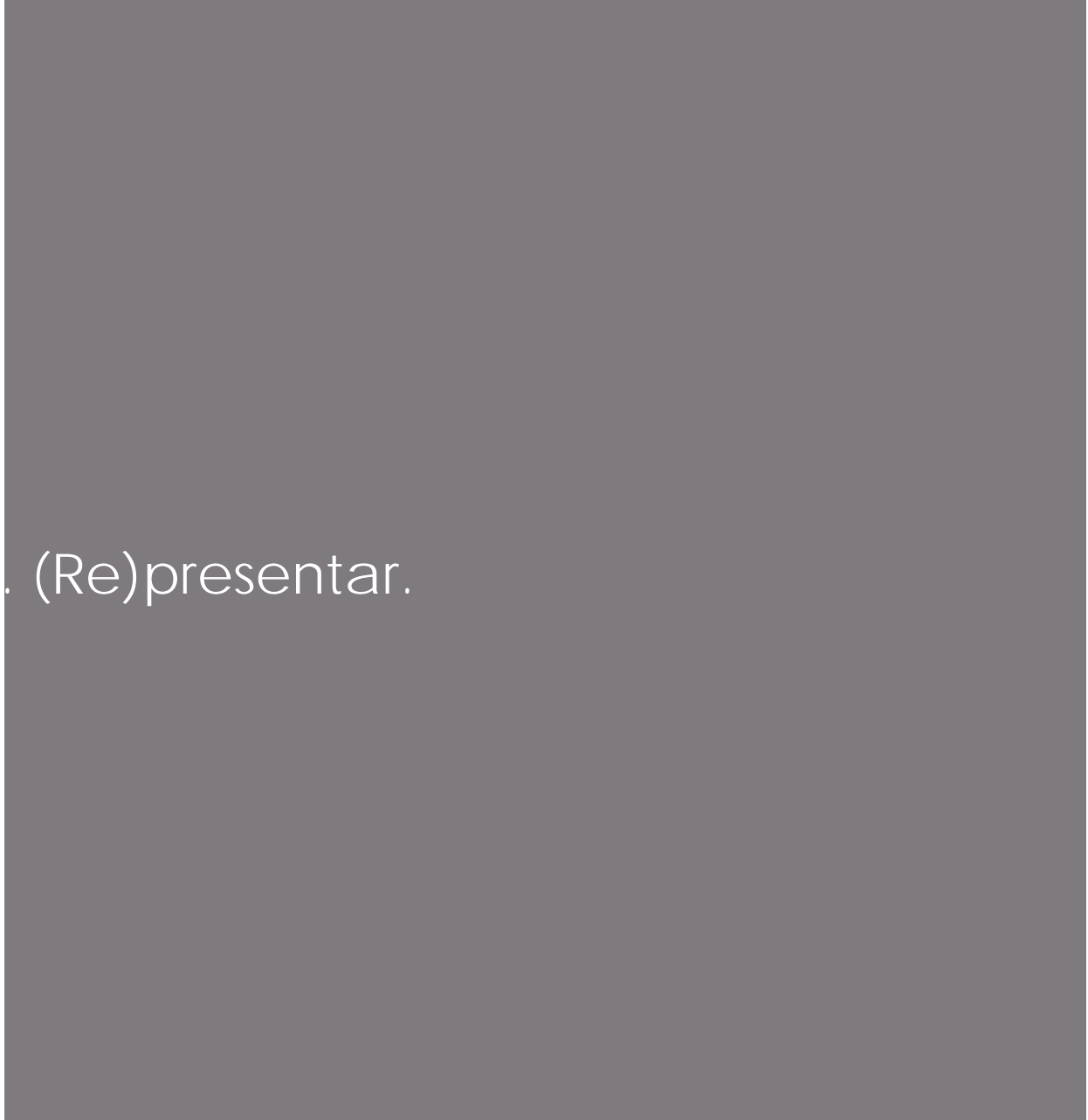
(Ramírez Blanco, 2014)

En este punto, queremos enarbolar la bandera activista para sumarnos a esa creencia de que todos nosotros, en tanto actores espaciales, tenemos la potencialidad de incidir en nuestro entorno. Es posible que los momentos de insurrección popular utópica actuaran como catalizadores, activando la pulsión artística latente en el interior humano, como sugiere Ramírez Blanco. Pero también las acciones creativas planificadas consideramos que logran adquirir un empoderamiento expresivo capaz de sugerir modelos distintos.

Como proclama el profesor de antropología y geografía –de marcado discurso anticapitalista– David Harvey⁸⁵: «somos ‘nosotros’, no los promotores inmobiliarios, inversores o políticos, los que construimos verdaderamente la ciudad, y sólo a nosotros corresponde el derecho a controlarla».

⁸⁵ (Harvey, 2013)

Movimiento 3. (Re)presentar.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1/ (RE)PRESENTAR.

1.1/ La crisis de la(s) (re)presentacion(es).

Terminamos el movimiento anterior hablando de la profunda crisis que sufren en la actualidad, y desde la década de los 60, la representación artística y la representación política, agravada desde el inicio de la crisis. Y que –curiosamente para muchos que lo estaban esperando desde tiempo atrás– no cristalizaron en revuelta hasta el 15M de 2011. Al respecto, coincidimos con la afirmación de José Andrés Torres Mora¹, de que «nuestro país padece una crisis peor que la económica: sufre una crisis de diagnóstico», ya que «es difícil hacer un diagnóstico de una enfermedad sin preguntar al paciente (Urquizu, 2016)».

Probablemente no es sólo que no se le pregunte al paciente, es que cuando el paciente habla, ni siquiera se le escucha. Latifa Echakhch, en su vídeo *Sin título (11 de marzo de 2005)*, manifestaba la inclusión de la protesta en lo rutinario, al afirmar que: «En París se celebran cinco manifestaciones por semana (...) pero no cambia nada. Ese es el pobre legado de la Revolución Francesa y del 68».² Y es que la crítica gestada en el seno marxista, ha evolucionado en los últimos veinte años para posicionarse justo en el lado inverso, el contrario a los movimientos sociales.

Lo que se deriva de todo esto es la falta de impulsos emancipadores. Decepción por el fracaso de la esfera institucional por un lado y falta de apoyo de la esfera crítica, por otro. Ambas insatisfacciones terminan generando esta crisis en los procesos de representación frente a la incapacidad para imaginar soluciones, construir subjetividad e instalar autonomías. El mundo del arte no se hizo esperar para emitir respuesta a tal situación a través de prácticas de acción performativa y happenings –que tuvieron un gran momento durante los años sesenta y setenta–, y en las que el cuerpo en relación con el espacio, cumplimentaba una posición central. Estas prácticas evolucionarían más tarde –en tanto máquina política guattariana, productora caósica de subjetividad³–, como forma de protesta, en una suerte de «tácticas estéticas de revuelta (Ramírez Blanco, 2014)» que se demuestran con un claro potencial provocador y efectivo, presentes en la base de movimientos como el 15M y otros.

El déficit de realidad de la ciudad del espectáculo necesita de mecanismos que sean capaces de redibujarla y de reinventarla, y como recuerda la historiadora del arte Diana Padrón Alonso: «recuperar la realidad es también recuperar el territorio (Padrón Alonso, 2011)».

Hablar de la crisis de la representación nos obliga de manera ineludible a acudir a Foucault, y a su texto *Esto no es una pipa: Ensayo sobre Magritte* de 1997, en el cual trata específicamente el concepto de ‘la crisis de la representación’. Para ello, analiza su cuadro *Esto no es una pipa* cuestionando desde el primer momento, el concepto básico de representación en la pintura, rompe la correspondencia entre modelo/copia y pone en crisis, el concepto de (re-presentación = volver a presentar).

¹ Citado en (Urquizu, 2016)

² Citado en (Padrón Alonso, 2015)

³ Pérez de Lama lo justifica según el paradigma ético-estético que recrean máquinas y arte. «Las prácticas artísticas como modelo de producción caósica de subjetividad: “el arte no tiene un monopolio sobre la creación, pero lleva al extremo su capacidad de inventar coordenadas mutantes; engendra cualidades del ser sin precedentes, nunca antes vistas, impensables. El límite decisivo constituyente de este nuevo paradigma estético reside en la aptitud de estos procesos de creación de autoafirmarse como núcleos existenciales, como máquinas auto-poiéticas”». Véase: Pérez de Lama, J. (2009). *Guattari no cesa de proliferar/ Arte como máquina ecosófica*. Recurso en línea: http://hackitectura.net/osfavelados/2009_proyectos_eventos/200911_guattari_macba/200911_presentacion_macba_guattari.pdf [último acceso: 24/12/2016]

En definitiva, parece que, de lo que se trata es, de superar los atavismos basados en conceptos clásicos de la ‘representación, reclamando la instalación en la ‘presentación’ es decir en la acción presente. Aceptado que la situación actual no tiene parangón posible, el uso convencional de palabras, textos o signos, carecería de sentido.

En este sentido, es en el que vemos que trabajan los habitares del paisaje en los que nos centrábamos antes, poniendo aún más en crisis el concepto de la representación. Prescindiendo de los criterios de semejanza y de identidad, que Foucault desarrolla en su artículo, es decir, alejándose de la imitación de aspectos de una realidad previa y no reproduciendo aspectos idénticos al original. De igual modo, podríamos pensar que, los habitares propuestos reivindican una autonomía de sus utopías, en tanto manifestaciones fenoménicas ajenas a la cotidianidad y la normalidad de los discursos hegemónicos. Y que persiguen el objetivo de apropiación de la realidad en su totalidad, negando su servilismo a narrativas dominantes o cotidianas, y trabajando desde un colectivo de frentes comunes, que remiten, evocan o transmiten emociones, sensaciones, ideas o estados de ánimo que abren paso a nuevos conceptos. Los juicios de valor que podamos hacer sobre esos habitares no podrán basarse en enlaces representacionales, porque ninguno se remite a originales previos. Establecer nuevos usos del espacio –en lugares que nacieron con vocación distinta–, o experimentar con el uso de materiales viejos –a los que se les concede nueva vida, nuevas funciones y, por tanto, nuevo futuro–, representa un cuestionamiento esencial sobre el espacio y el tiempo. Los productores de estos habitares están física y continuamente presentes en escena, como el director de circo que introduce las actuaciones sobre la arena, o el director de orquesta, y según la filosofía del ‘DiY’, dirigiendo aquello que ocurre en un lugar ambiguo, entre lo teatral y lo real, entre la vida y la muerte. Muerte de la cual –como dice Barthes– las imágenes que quedan son la huella.

Sin duda para dejar atrás esta crisis de la representación, como para conseguir paisajes independientes de las tiranías de los convencionalismos clásicos, el camino a seguir está en, lo que el dramaturgo T. Kantor llamaba, «las Artes Corruptas», en el sentido de contaminadas, indisciplinadas e híbridas. Es en esta misma liga donde juegan los ‘paisajes de la revuelta’ y de la ‘utopía’ que veíamos anteriormente.

1.1.1/ La (re)presentación desde la huella.

De entre todas las disciplinas profesionales que pretenden la construcción social del paisaje, seguramente las que más énfasis ponen en visibilizar la estructura de ese paisaje a través de su representación sean, por un lado, la arquitectura y por otro la cartografía [carto: mapa, grafía: escribir].

Definimos la ‘huella’ en primer lugar como la impresión, luego la señal, marca, rastro, carril automovilístico o estela que deja el barco. Es lo que queda después de un suceso que pasa. Como decía Pérez Humanes,

«Antes de que hubiera letras o caracteres, las personas de China vieron que las huellas en el barro eran signos que mostraban qué había andado por ahí».

(Millán, 2001)

vestigio presente de una presencia ausente. «Algo que guarda, o al menos promete guardar, una historia, entendiendo ‘historia’ tanto en el sentido histórico-temporal como en el sentido de la narración (Rabe, 2011)».

Las huellas pueden ser de dos tipos: ‘intencionales’, configuraciones deliberadas que se prestan a ser conocidas, reproducidas y difundidas. En general dice Rabe que, «las huellas intencionales se imponen en el sentido de que señalan claramente la dirección que debe tomar el pensamiento y la imaginación de la persona que se topa con ellas. (...) En su impertinente intencionalidad cierran la puerta al descubrimiento y enigma, la incertidumbre y duda fértil (Rabe, 2011, pp. 156, 157)».

El otro tipo son las huellas ‘no intencionales’. Caracterizadas porque no se dejan reproducir de manera aislada, puesto que abren un espacio y un tiempo desconocido, no delimitado. A diferencia de la anterior, «no se impone, aunque sí nos mira (Rabe, 2011)», pero sólo si se le da la oportunidad. Lo cual, según Rabe, requiere de la actitud y disposición del flâneur.

Las huellas se combinan, se condensan, se transfiguran, y arman de esa manera las representaciones. El proceso por el cual las huellas, ya sean físicas o mnémicas forman una representación es idéntico, ya que ambas –ya sea en el territorio o en la mente–, y en palabras de Derridá, «forman el texto de lo inconsciente». Según Derridá, la huella tiene más que ver con lo efímero que con la presencia inmutable, y se acerca a esa idea, evocando la vivencia de satisfacción. Esa percepción, y ese algo que queda. Su imagen mnémica y esa huella mnémica de la satisfacción producida por la necesidad. Y un resto, un excedente que da lugar al ‘deseo’. Esa huella será la presencia de una ausencia. Y dará lugar a una primera escritura que estructurará lo psíquico, que como dice Freud, tiene que ver con lo inconsciente, que mantiene todo tipo de relaciones con lo consciente y es accesible a las vicisitudes de la vida.

De esta manera podemos decir que el análisis de una representación determinada es como el análisis de un psicólogo clínico, según «ese particular modo de lazo social que da lugar a la transferencia en el análisis, en ese movimiento lógico de caída de un saber constituido del propio sujeto ante su historia y de puesta en juego en el analista de un supuesto saber (Caligaris, 2008)».

Pero volvamos a ese personaje que representa el flâneur, quien para Benjamin a menudo anda persiguiendo las huellas de un crimen. Como explica Rabe, el crimen para Benjamin, es algo que interrumpe la maquinaria de la metrópoli, en lo que a automatización y previsibilidad se refiere. Se abre la brecha donde entra lo desconocido, la duda, el abismo. «Aquello que se interpreta como huella de un crimen abre, con la sospecha que lo acompaña, de pronto en el presente una dimensión del pasado, esto es, una historia abierta, sin resolver, y con ello también la dimensión del futuro inmediato: la demanda de buscar vías nuevas para poder construir una historia desconocida (Rabe, 2011, p. 1579)». Para Constant, el ‘crimen’ no es más que una tentativa desprovista de creación. «El acto creador reúne la destrucción y la construcción, equilibrándolas, el criminal, por su parte, pone por delante la destrucción (Constant, 2009)».

«El mapa nómada es un vacío en el cual los recorridos conectan pozos, oasis, lugares sagrados, terrenos aptos para el pasto y espacios que se transforman a gran velocidad. Es un mapa que parece reflejar un ‘espacio líquido’ donde los fragmentos llenos del espacio del estar flotan en el vacío del andar y donde unos recorridos siempre distintos quedan señalados hasta que el viento los borre (Careri, 2005, p. 46)». Huellas que deja el recorrido en tanto que cambio de lugar y huellas como pausas en el recorrido. Paisaje increíble, límite impreciso del territorio, formado por un sistema continuamente en transformación, tanteando estructuras caóticas que se transformasen con el desplazamiento mental. Recorridos transcritos en silencios espaciales y en espacialidad del tiempo. Y pausas como eventos espaciales de tiempo infinito. Este evento, el de la ‘pausa’ es sobre el que reflexiona Careri en su nuevo libro: *Pasear, detenerse*. En el manifiesto *Stalker* que recoge en el mismo describe los ‘territorios actuales’ como: «aquellas zonas olvidadas que forman el negativo de la ciudad contemporánea, que contienen en su interior la doble esencia del desecho y del recurso. Son lugares difíciles de comprender y, por tanto, difíciles de proyectar, puesto que no tienen una localización en el tiempo presente. Son lugares ajenos a los lenguajes del mundo contemporáneo, pero al mismo tiempo envían mensajes a quienes están dispuestos a recibirlos. En términos realistas, algunos podrían convertirse en zonas francas y someterse a distintas legislaciones. Son lugares donde los nuevos deseos ciudadanos podrían quedar satisfechos. (Careri, 2016, p. 15)». En estos lugares la ‘pausa’ cobra una importancia extrema debido a su potencialidad, basta con volver la vista hacia ellos e incluirlos dentro del ‘recorrido’ para provocar que esa ‘pausa’ pueda tener lugar.

□ Esperando a los fantasmas, la toponimia

Reflexionar sobre la capacidad de representación de la toponimia hoy en día requiere tomar en cuenta las formas de representación y las tecnologías de lo visible.

Comenta Hernández Pezzi con respecto a los nombres, que han desaparecido como representación del lugar y por tanto como su memoria, siendo sustituidos por las marcas y los logotipos, llegando incluso a cambiar el lenguaje de la ciudad. Esto es hasta tal punto, que los nombres han sufrido una desestabilización tal, que las imágenes de nuestras ciudades son atraídas a nuestra memoria más por reclamos publicitarios o edificios de autor, que por sus toponimias. Al respecto, comenta: «la homologación inculta es visible y legible. Las mismas marcas, las mismas tiendas, iguales nombres, semejante mobiliario: idéntico mensaje. La ciudad ya no va dentro de cada uno, como un equipaje de identidad que lo sustenta, sino que se transforma en un archivo informático que rueda sobre lenguajes universales. La percepción del sitio se pierde en favor de la memoria inventada de las partes aisladas que se emplazan como elementos repetidos en cualquier lugar (Hernández Pezzi, 1998, pág. 120)».

Dados los cambios tecnológicos es importante volver a pensar cómo representan y se nos presentan las

imágenes. Los lugares representados por la toponimia están habitados por fantasmas. En cierto modo demandan un cierto respeto, una cierta distancia, un determinado conocimiento y disponer del tiempo necesario para que los fantasmas puedan hacer su aparición.

Nuestros lugares, en general, están atravesados por varios espacios-tiempos que se entrecruzan con la experiencia. Si consideramos al espacio real abierto sobre el tiempo del ahora como vertical, la otra dimensión, la horizontal, la constituiría el espacio de la representación, de la narrativa generada por un monumento que alude a un pasado histórico. La dicotomía entre presencia y ausencia de la que venimos hablando en relación a las imágenes, que se traslada de forma similar a la toponimia, pero que al contrario del mundo de las imágenes necesita una implicación local y una preexistencia en el subconsciente, que se sustituye por la aculturación simplificadora y homogeneizadora de los conceptos globales.

□ Souvenir o tótem.

El consumo de souvenirs marca el recuerdo del lugar al que rememora. Independientemente de su naturaleza, pone en presencia el tiempo en sí, o al menos un trocito de ese tiempo pasado, sin necesidad de recurrir a signos lingüísticos, aunque pueda contenerlos. Su significado es autónomo de su base material. Al respecto, sugiere MacCannell que tanto Durkheim como muchos pueblos australianos, quedarían muy sorprendidos ante el alcance del simbolismo totémico que le concedemos a nuestros souvenirs. Para justificar esta afirmación, nos conmina a cuestionar la camisa hawaiana de nuestro amigo o la decoración de su casa de heráldica turística, ello correspondería a cuestionar su propia persona. Ya no hay criterio para discernir lo real, lo verdadero, lo correcto dentro de una situación.

Para que un objeto cumpla la función representativa del souvenir requiere que, el receptor del mismo, posea el conocimiento que conecta el objeto con su referente. Cualquier persona que se queda en su casa y no viaja, se siente empujada a coleccionar souvenirs de visitas que no ha realizado, añorando las experiencias auténticas que estuvieron a disposición de quien sí trato de romper los vínculos con su cotidianidad, disfrutando de la vida [a eso sí se le considera el verdadero disfrute, la verdadera vida]. Se convierte así en ‘turista inmóvil’ y el souvenir, en objeto capaz de impulsar el consumo simbólico de un lugar turístico. La vida cotidiana se apoya en los souvenirs de la vida en otras partes, que se infiltran en la existencia cotidiana, al tiempo que la subordinan a la vida en otros parajes ‘más auténticos’. «La dialéctica de la autenticidad garantiza la alienación del hombre moderno incluso en sus contextos domésticos. (...) Esta estructura es, según creo, el origen de la ficción social según la cual la experiencia personal del individuo constituye el centro de esta nuestra época histórica más despersonalizada (MacCannell, 2003, pág. 207)».

Los mapas turísticos pueden también ser entendidos como ‘iconos’ de los espacios turísticos, particularmente

cuando son transportados a casa como souvenir o recuerdo. El problema con esta interpretación del mapa, es que pierde su capacidad generativa y transformadora.

1.1.2/ Los contramodelos.

Las instituciones artísticas y los movimientos sociales han tenido una relación inestable en el tiempo en nuestro país. Nuestras particularidades históricas provocaron el afianzamiento de un modelo institucional que se prolongó hasta mediados de los años 80 –más tiempo que en otros lugares–. Y los aires de cambio que llegarían a partir de entonces, no fueron suficientes para poner en marcha una máquina crítica con capacidad suficiente para hacer frente a la máquina capitalista.

Este fue el caso, por ejemplo, del boom museístico ⁴. Al tiempo que éste colonizaba cada ciudad española, algunas instituciones estudiaban la posibilidad de proponer modelos alternativos estructurados como laboratorios o espacios de experimentación. Desde entonces, es posible rastrear un trabajo crítico ininterrumpido donde resuenan instituciones como el MACBA, la UNIA, MNCARS (Madrid), Arteleku (Guipuzkoa), cuyo trabajo conjunto se materializó en 2004, en una publicación titulada “Desacuerdos”, reflejo de años de trabajo previo en torno a los modelos contraculturales o disidentes.

□ CARTAC Málaga.

Fue en este sentido de contramodelo, que Cartac (Cartografías Tácticas) surgió con motivo del encuentro Fadaiat 2005 (Tarifa, Cádiz, junio-julio de 2005), como agrupación de activistas profesionales de la enseñanza, el urbanismo, y los medios audiovisuales, a los que se irían sumando otros de la geografía, la sociología, las artes gráficas... La puesta en marcha del proyecto se realizó de la mano de Eduardo Serrano, Ana Méndez de Andrés y Sabina Habegger. Desarrolló su actividad principal entre 2005 y 2011, aunque aún subsiste como asociación en la Casa Invisible de Málaga.

Cartac no entiende la cartografía como el mapa, sino como el proceso en el cual el territorio se expresa y autoconstruye, abarcando medio físico y medio social. Se afirman en la idea, confirmada con la práctica, de que cualquier habitante es un cartógrafo en potencia de su entorno próximo. De que, hacer mapas es organizarse y producir territorios, producir nuevas conexiones y ser capaces de transformarlo. En definitiva, de que la cartografía es una herramienta poderosísima para (re)presentar la complejidad, para (re)conocer las redes de poder que se apropian del espacio y para provocar la (re)apropiación social del territorio.

⁴ (Álvarez Guillén, 2016)

Su tarea principal se basó en la divulgación y el conocimiento de técnicas cartográficas, que a modo de propuestas docentes y de tareas de sensibilización y dinamización, trataron de visibilizar alguna de las partes ocultas de nuestros barrios y ciudades. Con la deriva como técnica más utilizada y en colaboración con los habitantes de los espacios propuestos, se realizaron diagnósticos de los mismos, con el fin de proponer iniciativas de mejora. Exploraciones en el centro histórico de Málaga, talleres y cursos de iniciación a los instrumentos de la cartografía participativa, asesoramiento técnico sobre planeamiento urbanístico, talleres de iniciación al teatro comunitario, participación en iniciativas internacionales (proyecto Parlocal en 2010-2011) o el encuentro Cartografía Ciudadana en Gijón, 2009; o la realización de cursos en colaboración con la universidad, constituyeron sus actividades más destacadas.

Durante su andadura se sucedieron procesos de revisión y auto crítica detectando ciertas debilidades, por ejemplo:

¿Cómo interconectar problemas con transformaciones?

¿Cómo la cartografía –en tanto que investigación– permitiría reinventar las relaciones con el territorio por un lado, y cómo producir un lenguaje de conflicto y rebeldía por otro?

¿Cómo nuevos dispositivos comunicativos servirían a distintas dinámicas de acción?

¿Cómo conectar redes a partir de las cartografías para producir organizadamente conocimiento?

¿Cómo simplificar las cartografías?

¿Cómo traducir todo ello para aplicarlo a la vida cotidiana, es decir, superar el ámbito reflexivo para introducirse en el propositivo?

¿Cómo conseguir que los tres formatos descriptivo, analítico y propositivo sean simultáneos?

¿Quién produce el conocimiento y a quién va destinado?

Muchas de estas preguntas serían contestadas de golpe en el ámbito del 15M, a otras, nos aventuraremos modestamente a unirnos a la reflexión, intentando formar parte del marco propositivo.

1.1.3/ (Re)presentando lo invisible...

Al andar incesante de los primeros hombres que habitaron la tierra, debemos el inicio de la lenta y compleja operación de apropiación y de mapeación del territorio. Aunque los arquitectos tengamos bastante trabajado el área de la sensibilidad, la tendencia común, derivada de esta práctica ancestral, es la de representar en el papel la realidad formal y estructural que el ojo es capaz de captar.

Frente al carácter práctico de determinación de distancias, establecimientos de rutas o identificación de emplazamiento y localizaciones, el antropólogo Vladimir Montoya Arango⁵, pone en evidencia una finalidad distinta en la cartografía traducida en el mapa como figuración de lo real, y que él traduce según dos categorías de clasificación: ‘el mapa instrumento’ y el ‘mapa imagen’. Este último alberga una abstracción, un esfuerzo intelectual de construcción, por parte de quien lo dibuja, con fines prácticos pero revestido de un carácter intangible como imagen. Si tomamos como punto de partida a Brian Harley en su giro hacia el mapa en tanto ‘construcción social’, el cartógrafo no puede ser menos que un «sujeto social, sumido en la red de intereses políticos que configuran la realidad social de su tiempo, su conocimiento no es neutral ni imparcial, está inserto en las tramas de poder y su conocimiento es instrumentalizado por aquel (Montoya Arango, 2007)». En este sentido, Harley plantea el entendimiento del mapa como producto cultural –del conocimiento / poder–, como texto que monumentaliza o establece hitos y referentes, más que como imagen fiel de lo real. Y según una perspectiva diacrónica que contempla tres aspectos diferentes para su interpretación: el contexto del cartógrafo, el contexto de los otros mapas y el contexto social. En definitiva, el mapa es una forma de lenguaje que porta una carga simbólica, una forma de conocimiento y por tanto, de poder. A través de la descomposición de las variables políticas implícitas en el mapa se pueden detectar distorsiones, imprecisiones, desviaciones, vacíos o silencios, que más que a cuestiones técnicas, se debieran a cuestiones políticas de la producción de los mapas⁶. Aunque también pueden obedecer a taras culturales del cartógrafo, en tanto que no son encuadrables ni con el marco político ni con el técnico. Es obvio que el cartógrafo no podrá mirar más que desde su propia perspectiva cultural traducida en su ejercicio de representación según una imagen hegemónica incapaz de reconocer otras formas de imaginar / vivir / habitar el espacio.

En definitiva, «el reconocimiento del mapa como un mensaje social, implica una labor de descomposición de la retórica y las metáforas cartográficas y un alejamiento del pensamiento positivista para adentrarse en la teoría social, prescindiendo por principio de la “neutralidad” y la “objetividad” con que se ha revestido hasta ahora el saber científico (Montoya Arango, 2007, p. 165)». Es de aquí de donde parte la deconstrucción de los mapas para su interpretación, una vez desmitificado en tanto que producto del saber científico.

La relación de la cartografía con la ideología es la consecuencia esencial del conocimiento/poder pasado, presente y futuro. «El recurso a la dominación ideológica es prerequisite fundacional del estado y para ello la elaboración de mapas revierte un escenario privilegiado en el que disponer las ordenanzas trazadas por el dominio geométrico del espacio (Montoya Arango, 2007, p. 168)». Esta tesis es de una importancia extrema ya que los fenómenos espaciales pueden ser reconvertidos en una representación acrítica y atemporal, convirtiendo al mapa en un artificio de identidad nacional, que funciona reforzando el orden construido. Al pretenderse indiscutible, las posibilidades estratégicas que contiene se esfuman del debate.

⁵ (Montoya Arango, 2007)

⁶ (Montoya Arango, 2007, pp. 164,165)

De aquí es de donde arranca la reivindicación para la cartografía, que anticipa Montoya Arango, de una mirada interdisciplinaria, donde se ponderen críticamente todas las implicaciones, sociales, políticas, económicas. Convocando desde ella, una reevaluación de los contenidos hegemónicos y/o de las negaciones jerárquicas asignadas a lugares o tiempos de enunciación cartográfica o discursiva. Evitando la reconversión acrítica de los fenómenos espaciales, ya que el orden representado no siempre ha existido y no tiene por qué seguir siendo el mismo, si así se decide.

□ (Re)presentación del paisaje latente, el mapa como instrumento.

Si realmente la pretensión es la de interpretar y participar en la construcción social del paisaje, sería necesario añadir a las trazos visibles, aquellos que son invisibles –a la realidad evidente, la realidad latente–. Para ello, la urbanista y activista Itz'iar González Virós, nos recuerda que, dado que el camino de la percepción no es otro que el de la propia vivencia y experiencia, no existe otra posibilidad que la de sondear el mapa latente de la realidad invisible de forma experiencial. Ponerse en la piel del flâneur e ir en busca de las huellas del crimen. «Los trazados reguladores y la urdimbre tupida de la disciplina encuadraban el mundo y hasta lo sustentaban. Pero lo impredecible, el cambio incesante, el latido simultáneo y polifónico de las gentes sobre el territorio y sus miedos y deseos, quedaban siempre ocultos. Como si de monstruos y demonios se tratase, la lógica del profesional arrastraba y condenaba al fondo del averno la multiplicidad de vivencias y sapiencias que las gentes y los pueblos han ido acumulando lentamente (González Virós, 2007, p. 165)». Esto mismo es, lo que Rabe describe como, «ir hacia abajo» en actitud inversa a la contemplación inmóvil, como el artista que busca y teje historias, y al contrario del fotógrafo que persigue historias concluidas para fijarlas y conservarlas en ese estado. Aunque también el fotógrafo artístico, que se aventura en el presente para descubrir huellas casuales, haciendo vislumbrar lo ausente en el presente.

Para hacer aflorar la memoria y vivencias que sobre un determinado territorio tienen sus habitantes, no hay mejor forma que los procesos de participación ciudadana. Dice González Virós, que ellos constituyen la vara de avellano del zahorí para sondear el paisaje social interiorizado de las gentes. Invitar a los habitantes a trazar el recorrido de sus vivencias sobre el mapa en blanco de los planteamientos futuros, puede ser la vía más acertada para la reconstrucción del tejido social en nuestras ciudades.

Otra tarea pendiente en la representación de la ciudad latente es el análisis y captación de los nuevos procesos espacio-temporales ‘efímeros’ y ‘fugaces’. Para lograr tal acercamiento, hay que recurrir a abordajes que «privilegien al individuo sobre el grupo, el micro-espacio sobre los amplios territorios, el evento sobre los grandes procesos. (...) Es el enfoque humanístico y constructivista en las ciencias sociales la referencia obligada para esta geografía de lo efímero y lo fugaz (Hiernaux, 2007, p. 260)». Es a partir de las prácticas individuales⁷ que se puede analizar, la espacialidad, la temporalidad y la morfología

⁷ Como apuntan algunos autores y recoge Hiernaux, partir de la noción del «actor “territorializado”».

resultante. Junto a ello, la obligada visita, o re-visita intencionada, a la memoria para entender los procesos efímeros y fugaces y su relación con la larga duración, sea desde la perspectiva del actor, sea desde la perspectiva del paisaje.

□ Cognición y representación.

Trabajando en la línea de participación ciudadana sugerida por González Virós, Montoya Arango añade un matiz estructural en su estudio. Se trata de los ‘mapas cognitivos’⁸. Tema sobre el que él mismo, a través de sus estudios y de distintos talleres de interacción con los usuarios de la ciudad, trata de implementar una metodología válida para estructurar la representación cognitiva del espacio cotidiano.

«En su sentido más próximo, el mapa cognitivo alude a las resoluciones que cualquier individuo realiza cotidianamente para su problema existencial más recurrente: el desplazamiento. Recorrer el territorio es dotarlo de significación y es un ejercicio perceptual precedido por el sentido de orientación del desplazamiento, pero es también y ante todo, dotar al espacio con las determinaciones del poder: el territorio es el poder espacializado y la espacialización del poder. El mapa cognitivo será entonces ‘estructurado por’ y ‘estructurante del’ comportamiento espacial. De aquí deriva la seguridad y automatismo con el que solemos recorrer los ámbitos conocidos y la necesaria introspección y vigilancia requerida al adentrarnos en lugares antes no recorridos e innostrados (Montoya Arango, 2007, p. 171)».

A partir de los estudios de Kevin Lynch (1960) primero y posteriormente del geógrafo español Constancio de Castro (1997)⁹, Montoya Arango propone adicionar el recorrido como estrategia fundamental de elaboración cartográfica. No refiriéndose únicamente al desplazamiento espacial, sino al viaje temporal generado tras el encuentro de las capas de recuerdo inscritas en la memoria con la contemporaneidad del recorrido. «En este sentido, el recorrido permite no sólo la evocación, sino la actualización de los sucesos que han determinado la realidad espacial del individuo y su colectivo social (Montoya Arango, 2007)».

El empleo de mapas cognitivos introduce una perspectiva diacrónica a la planeación del territorio que escapa a la mirada del cartógrafo. Ayuda a desmontar ciertas visiones hegemónicas del espacio, al constatar que no todos los colectivos sociales han participado en igualdad de condiciones en los procesos de institucionalización del orden espacio / temporal. La toponimia local hace aquí su emergencia ayudando a completar los vacíos existentes en la cartografía oficial, introduciendo valoraciones del espacio y formas de agregación social tejidas en él.

Esta forma de hacer mapas, por un lado, abre las puertas a la visibilización del saber espacial local a contrastar con las representaciones convencionales de los territorios y con las rutas, límites, fronteras, monumentos o hitos que se encuentran establecidos. Por otro lado, promueve una gramática espacial que apela al conocimiento compartido.

⁸ Atribuidos al trabajo pionero de David Lowenthal y asentados sobre la base de los ‘mapas mentales’ de Peter Gould (1966), los ‘mapas cognitivos’ comenzaron siendo entendidos como el producto de la conexión de la geografía con la ecología ambiental. «Como un mapa dentro de la mente, que alude a una interioridad mental que guía el desplazamiento y estructura el comportamiento espacial del individuo (Montoya Arango, 2007)».

⁹ En sus estudios de Castro propone atender a los recorridos peatonales, los entornos de familiaridad y los relatos de recuerdos en los que se analice que hitos se establece. La memoria del desplazamiento es fundamental para el mapa cognitivo, por eso en el modelo de Castro, la narración desplaza al dibujo. Para más información ver: Castro, C. *La Geografía en la Vida Cotidiana. De los mapas cognitivos al prejuicio regional* (1997) Barcelona: Ediciones del Serbal; y *Los mapas cognitivos. Qué son y cómo explorarlos* (1999) Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. 33.

«La tarea necesaria es la construcción de una cartografía geoculturalmente localizada que reconozca, tanto en términos técnicos como políticos, la enunciación social del territorio y postule la diversidad cultural como potencia creativa que alberga distintos mundos posibles (Montoya Arango, 2007, pp. 175, 176)».

□ ...y lo visible

Lo visible, las huellas existentes de los habitares en la ciudad son los edificios, tanto en sus versiones modernas, como en las pasadas (ruinas). Para hablar de ellos, nos remitimos a Hanna y del Casino, quienes argumentan en su estudio, que «las prácticas representacionales despegan los edificios, las ruinas y los sitios turísticos de sus contextos urbanos, históricos, urbanos, densos y los trasladan en esa representación a ser entendidos como objetos de estudio, de fascinación turística que deben ser admirados de una forma particular (Hanna & Del Casino, 2003, pág. 63)». Explican que este proceso de descontextualización adviene a través de la producción de textos descriptivos, imágenes representativas (mapas, fotos, etc.) y tour que generan lo que ellos llaman un «efecto de realidad» para esas nuevas representaciones que en conexión con las demás generan el nuevo mapa de la ciudad.

En este mismo sentido trabaja Rabe, cuando habla del monumento –definido en su estudio según la visión de Döblin, como «pieza individual del vestuario del legado»– y su imagen fotográfica como símbolo de la ciudad. Como venimos diciendo, la vida de la ciudad se desarrolla en mil maneras, pero no son mil fotos las que componen el rostro de la ciudad. Para reflejarlo propone «atrapar al vuelo lo que parece desaparecer en un momento fugaz (...) atrapar las huellas casuales tras aquellas intencionales (Rabe, 2011)». En el análisis del texto de Alfred Döblin sobre Berlín, de 1928 que analiza Rabe, Döblin describe a los monumentos como muertos y la visita turística, como visita al cementerio, en comparación con las grandes masas de obreros que se desplazaban todos los días por la ciudad y que formaban parte para muchos de la ciudad invisible, esa que no interesaba fotografiar a casi nadie. Aunque al mismo tiempo, Döblin desvela el dilema entre el ver y el (re)conocer. Ya que el hecho de que hayamos visto una plaza, una columna o un puente facilita que podamos conocer o reconocer algo. Como dice Rabe, el forastero que haya tenido ocasión de ver la Puerta de Brandenburgo, por ejemplo, parece tener derecho a decir que conoce la capital alemana, hasta cierto punto, al menos. «Con esta autoridad se reproducen una y otra vez: en fotografías, portales, libros y guías de la ciudad. (...) En el imaginario cotidiano, el conocimiento de una ciudad no se puede separar de sus monumentos más emblemáticos y a la vez de la reproducción fotográfica de los mismos. Por eso, desde el punto de vista cotidiano hace falta ver una ciudad para reconocerla; y verla significa, dentro de esta misma lógica, reconocer determinados monumentos emblemáticos que se han reproducido miles de veces. (Rabe, 2011, p. 156)». El matiz viene después, cuando Rabe afirma que «lo que se presenta ante la vista como lo característico de una ciudad –la reproducción de monumentos

sacados de su contexto histórico y entorno actual— no constituye el rostro vivo y presente de la ciudad. Pues está en constante movimiento: aparece desapareciendo. El dilema está en que lo visible de la ciudad es lo conocido y con ello lo reconocible. Más, para ser reconocible, tiene que haberse fijado, y como algo fijado pertenece al pasado, a un pasado inmovilizado. Por eso, el ‘ver que reconoce’ lleva al pasado. El que, en cambio, quiere conocer la ciudad actual, una entidad que se compone de miles de vidas, tiene que atenerse por tanto, también a lo que rehúsa la demanda de una mirada que reclama visibilidad: tiene que estar atento a lo que se sustrae de lo directamente visible (Rabe, 2011, p.156)».

En definitiva, lo que Rabe viene a concluir en línea con González Viro es, que las huellas intencionales que constituyen los monumentos, fomentan una actitud en la que predomina la repetición y el hábito, obstaculizando el descubrimiento. Pero quien viene buscando el rostro actual de la ciudad, tiene que atrapar las huellas de un presente-pasado-futuro que se escapa en continuación, entre las apariencias visibles y reconocibles. Quien busca en el territorio las historias latentes, no puede aspirar a poseerlas ni a prepararlas para su mera reproducción, solo puede atraparlas al vuelo mientras escapan en infinitas direcciones, porque el tiempo que trae y lleva las historias no es lineal.

«El fotógrafo que busca las historias abiertas, vigentes en el presente, trata de evitar la fijación estática, la inmovilización de la huella que descubre. Intenta hacer hablar –via negationis– las huellas casuales y convertir huellas intencionales, como los monumentos y las imágenes conocidas de la ciudad, en apariciones fugaces, dotarlas de un significado dinámico y sacarlas de su inmovilidad, su atemporalidad estática, de la mera repetición. Si lo logra puede que aparezca en un momento fugaz el rostro de la ciudad, ese sustrato de tantas historias desconocidas, escondidas entre las masas».
(Rabe, 2011, p.163)

1.2/ La representación cartográfica. Tensión realidad / representación.

Como reza en el catálogo de la exposición: *ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días*, los mapas han existido antes que la palabra escrita y han tenido que mantener un difícil equilibrio entre la ciencia y el arte. Junto con la cartografía territorial, adquieren un papel irremplazable tanto las vistas como los planos de las ciudades, que a lo largo de su historia iban siendo elaborados para servir a distintos objetivos y propósitos: descriptivos, para proyectos de arquitectura, obras públicas, fortificaciones, como soporte para la administración y el urbanismo, topografías médicas... sirviendo en ocasiones como instrumentos de poder ante cometidos prácticos de defensa o de ataque de territorios.

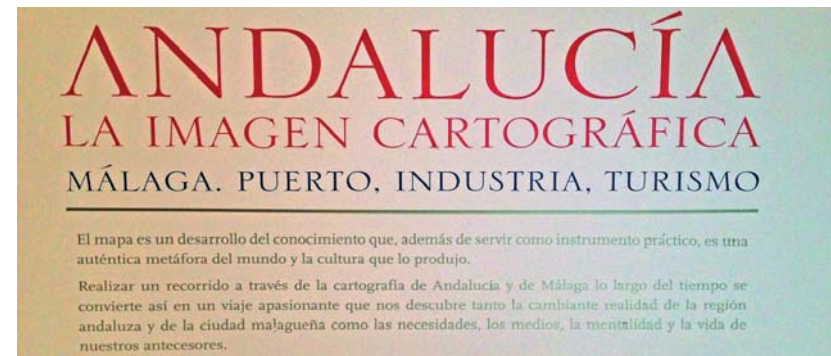


Figura 1. Presentación de la exposición celebrada en Málaga del 21 octubre al 24 noviembre 2016

Al repasar la cartografía antigua de Andalucía queda patente, desde muy temprano, la importancia de la ciudad de Málaga como nodo importante que debía ser representado. De raíces fenicias y dilatada trayectoria romana, musulmana y cristiana –como importante nudo portuario y mercantil–, su papel histórico justifica su presencia en la cartografía desde sus primeras realizaciones, y seguramente podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que su presencia en la cartografía también ha marcado, en parte, su devenir histórico. La evolución de la cartografía, está vinculada inseparablemente a la historia de las civilizaciones. Técnica y conocimiento humano, fueron configurando tanto el instrumento práctico, como la metáfora del mundo



Figura 2. «Primicia de la Antigüedad. El mapa de la provincia Bética romana del geógrafo Ptolomeo (90-168 d.C.) es la primera imagen cartográfica que representa de manera específica el territorio aproximado de Andalucía. Con abundante toponimia escrita en griego, es el mapa más temprano de la región»¹⁰.

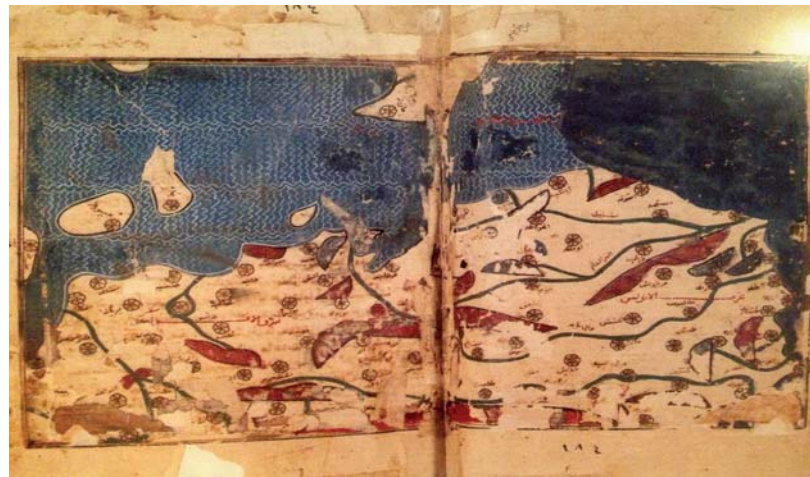


Figura 3. «Una joya medieval. El avance de la cartografía árabe medieval, que hereda los conocimientos de la Antigüedad, se refleja en el mapa de al-Andalus realizado por el geógrafo al-Idrisi en el siglo XII. Orientado al sur, al revés que los mapas modernos, delinea la sección meridional de la Península Ibérica»¹¹.

¹⁰ Este es el primer mapa de Andalucía que se conserva, perteneciente a la British Library de Londres, de 16x30cm, manuscrito sobre pergamino a escala 1:2.700.000, en su copia de finales del XIV.

¹¹ Este mapa pertenece a la Biblioteca Nacional de Francia, en París, de 21 x 34 cm, manuscrito sobre papel a escala 1:2.500.000, en su copia del siglo XIII.



Figura 4. «Andalucía al completo. Al inicio del siglo XVII por fin se publica un mapa de conjunto de la región actual de suficiente tamaño y rigor cartográfico. Refleja su articulación en la Edad Moderna: el título de Andalucía se aplica a los reinos de Sevilla, Córdoba y Jaén, junto al espacio diferenciado del reino de Granada»¹².

y de la cultura, que se (re)presentaba en cada caso. Realidad cambiante, medios, mentalidad o vida de quienes nos precedieron, son representados en los mapas.

Efectivamente, a partir de la Segunda Guerra Mundial la cartografía reflejará el nuevo marco de libertad social y cultural de occidente, coincidiendo con la emergencia de las primeras formas del turismo de masas y con la fuerte explosión demográfica en todo el planeta. Siendo los situacionistas franceses, los primeros en poner en crisis la forma, en la que el mundo venía siendo representado.

En el momento actual la aplicación de las nuevas tecnologías constituye un importante recurso con capacidad de elaborar cartografías casi de manera automática y con reproductibilidad y difusión sin restricciones. Las nuevas oportunidades ofrecidas, se complementan también con nuevos retos, constituidos por el imperativo de incorporar a los mapas los datos específicos que en cada caso constituyan la respuesta a determinadas necesidades de saber, proyectando, al mismo tiempo en ellos, nuestra voluntad de futuro.

¹² Este mapa pertenece a una colección particular (Jodocus Hondius, Amsterdam, 1606), titulado *Andaluzia Nova Descript*. Es un grabado de 34x48cm a escala 1:1.300.000.

¹³ Los planos completos titulados *Andalvzia continens Sevilam et Cordubam, Granata et Mvrcia Regna*, son grabados de 38,5 x 50 y 38 x 49,5 cm, a escala 1:1.000.000. Obras de Willem J. Blaeu, Joan Blaeu, Ámsterdam 1634 – 1672, pertenecientes a la Koninklijke Bibliotheek, de La Haya.

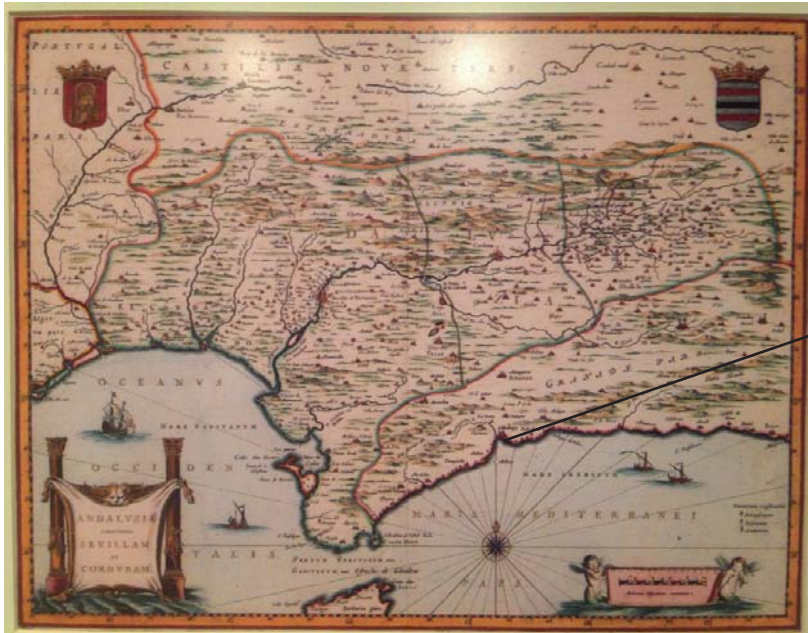
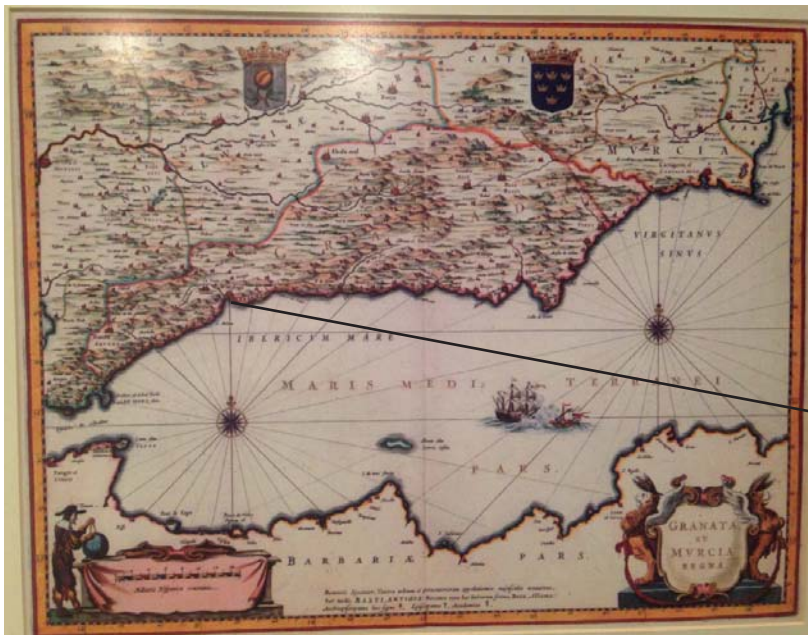


Figura 5. «La imagen más difundida de Andalucía con sus cuatro reinos se consolida a mediados del siglo XVII en esta pareja de mapas que sirvieron de modelo para muchos otros posteriores. Por entonces, la región es ya un componente obligado de los numerosos atlas que se publican en formatos muy diversos».

Detalle de Málaga en cada uno de ellos, con la catedral como distintivo y símbolo identificador de la ciudad.¹³



De la revisión de la obra “The Visual Display of Quantitative Information” del profesor Edward Tufte extraemos algunas reflexiones relacionadas con la representación gráfica de la información cuantitativa que nos parece interesante destacar en este momento y en relación a estos mapas que acabamos de ver. En ellos la parte artística convive –y en cierto modo incluso compite– con la pura representación de datos.

La elaboración de gráficos representativos de series abstractas de números en general y de mapas en particular, es una construcción que requiere de diversas habilidades: la visual/artística, empírico/estadística y la matemática que no siempre se encuentran presentes en el proceso de elaboración de los mapas.

Como se ha venido demostrando a lo largo del tiempo, el modo más efectivo y poderoso de analizar y comunicar una serie de datos es a través de gráficos, en los cuales se coordina la presencia de palabras, números y dibujos/gráficos.

Más allá de las reglas universalmente aceptadas (proyecciones, escalas, etc.) para la construcción de los mapas hay una serie de decisiones –relativas al diseño y la estética– que son tomadas por los autores en cada caso y que varían según época, moda, destinatario... y que, a su vez, juegan un papel crucial en la efectiva comunicación de la información que contienen. No debemos olvidar que los mapas son ‘instrumentos / medios de comunicación’ en los que –al igual que en libros, televisión o radio– el autor quiere expresar un mensaje específico o un fenómeno del mundo real. En el epílogo del libro de Tufte esta cuestión queda brillantemente recogida:

Design is choice. The theory of the visual display of quantitative information consists of principles that generate design options and that guide choices among options. The principles should not be applied rigidly or in a peevish spirit; they are not logically or mathematically certain; and it is better to violate any principle than to place graceless or inelegant marks on paper. Most principle of design should be greeted with some skepticism, for word authority can dominate our vision, and we may come to see only through the lenses of word authority rather than our own eyes.

What is to be sought in designs for the display of information is the clear portrayal of complexity. Not the complication of the simple; rather the task of the designer is to give visual access to the subtle and the difficult -that is,

the revelation of the complex.
(Tufte, 2011, p. 191)

Los gráficos en general, y los mapas en particular revelan datos, en ocasiones –cuando están bien ejecutados– resultan ser más precisos y reveladores que esos mismos datos presentados de manera convencional a través de un texto o de una serie. Para Tufte los principios de la excelencia gráfica en cualquier tipo de gráfico, incluidos los mapas, son:

Graphical excellence is the well –designed presentation of interesting data– a matter of substance, of statistics, and of design.

Graphical excellence consists of complex ideas communicated with clarity, precision, and efficiency.

Graphical excellence is that which gives to the viewer the greatest number of ideas in the shortest time with the least ink in the smallest space.

(Tufte, 2011, p.51)

Hay otra observación interesante que hace Tufte y que consideramos importante destacar en relación a esa tensión entre realidad y representación a la que nos referimos en este apartado. Se trata del hecho de que cada parte de una representación gráfica genera expectativas visuales sobre las otras partes, por lo cual –y según la teoría de la economía de la percepción gráfica– esas expectativas a menudo determinan lo que los ojos ven. Es más, incluso se presenta una cierta decepción cuando se produce una incorrecta extrapolación de las expectativas visuales generadas, entre las distintas zonas de una representación.

Importante también es prestar especial atención a la decoración, la cual en ocasiones –aún siendo utilizada para dar más salida o visibilidad a un determinado producto/mapa– puede ocasionar una pérdida del concepto principal que se pretende comunicar.

Etiquetas, escalas, colores, patrones de sombreados, leyendas, cantidad de información, dimensiones... Todos ellos son elementos a poner en crisis cada vez que se afronta una nueva tarea de representación gráfica.

Las conclusiones a las que llega Tufte a cerca de las condiciones bajo las cuales son producidos muchos mapas (en tanto que representaciones gráficas) son: falta de habilidades cuantitativas y sustantivas (de contenido) de los ilustradores, desinterés acrítico hacia la evidencia o la novedad y desprecio hacia la inteligencia de la audiencia. Ello garantiza la mediocridad de la representación gráfica, sea ella la que sea. Como remedio propone tres competencias: sustantiva, estadística y artística, que deben estar presentes y trabajar de manera coordinada en cualquier producción gráfica.

En el siguiente apartado ahondamos en el consumo de los mapas como acción que cierra el círculo y completa su circuito, el cual se [re]produce una y otra vez pero nunca de igual manera ya que nunca cae en la manos del mismo actor ni los condicionantes del contexto se mantienen inmutables.

1.2.1/ Los mapas. Producción y consumo.

Como profesionales instalados en la práctica arquitectónica estamos más que acostumbrados a trabajar con esta herramienta, aunque no lo estamos tanto a cuestionarnos tantas cosas acerca de la misma, más allá de si la escala es la adecuada, si las combinaciones cromáticas son adecuadas o si los textos son legibles. En este sentido, son totalmente pertinentes las preguntas que plantean los geógrafos Del Casino y Hanna¹⁴ a cerca de la producción y el consumo de los mapas. Mientras que producción y consumo suelen ser tratados como dos mundos correlativos, -el segundo no empieza hasta que termina el primero-, del Casino y Hanna llegan a la conclusión de que los mapas no son sólo simples representaciones de particulares contextos, lugares y momentos, sino que son sujetos móviles, infundidos de significado a través del amplio abanico de prácticas socio espaciales relacionadas.

Como Deleuze y Guattari sugieren, los mapas tienen múltiples entradas y una miríada de posibilidades debido a que operan en los márgenes y en el centro simultáneamente. Los mapas no son solo instantáneas que quedan fijadas en el momento de su producción, sino que deben ser teorizados -proponen del Casino y Hanna¹⁵- como «proceso desmontable, reversible, susceptible de modificación constante». Los mapas generan conexiones a otras representaciones y a otros espacios experimentados. Proveen de múltiples entradas a través de las cuales son producidos, consumidos, utilizados e interpretados.

Es por todo ello que del Casino y Hanna, proponen un nuevo acercamiento en el que se hable de ‘espacios mapeados’ (map spaces) en lugar de mapas por un lado y espacios por otro. El ‘espacio mapeado’ es una compilación de las referencias históricas y espaciales¹⁶ que toman parte en un mapa.

Estos mismos autores también sugieren que, el proceso reiterativo de consumo de los mapas, podría, de algún modo, hacerlos fijos en sus significados. Y, sin embargo, el mismo acto del consumo a través de la interpretación del mapa, ofrece posibilidades productivas, que pueden ser particularmente atractivas, cuando se revelan en los huecos y grietas del proceso de mapeo. A pesar del interés que ello puede suscitar, no existe una estructura subyacente que pudiera organizar de alguna manera este proceso que se insinúa.

□ ¿Qué opinan los usuarios de los mapas turísticos?

El mapa turístico constituye un dispositivo central en el desarrollo de la actividad turística, especialmente en destinos urbanos, evitando la sensación de ansiedad e incluso de terror que puede producir la desorientación o la pérdida. Y aunque en nuestros días esto pueda estar, de algún modo, casi resuelto con las nuevas tecnologías, ni el porcentaje de fallos en la conexión, ni el coste excesivo que dependiendo del destino hay que pagar por acceder con la conexión de datos a dicha información, no parecen augurar su sustitución, ni a corto, ni a medio plazo. Se apunta aquí la controversia entre la cartografía digital y la analógica. Aunque

¹⁴ A cerca de la producción cartográfica se plantean: «¿Cuándo se termina de hacer un mapa? ¿En el momento en que se paran los rodillos de la impresora, cuando los cartuchos de tinta abandonan el papel o cuando el ‘mapa de yahoo termina de cargarse, o quizá cuando el mapa concluido se instala entre las columnas dos y tres del New York Times? O quizá la producción nunca termina. Quizá los mapas son constantemente producidos y (re)producidos como se intuye a través de la democratización en la participación a través de las nuevas tecnologías SIG. (A cerca del consumo:) ¿Cuándo es un mapa consumido por primera vez? ¿Después de abandonar las manos de su autor? ¿Son los autores también consumidores de sus propias representaciones, se ven a ellos mismos en sus imágenes, reconstruyen sus propios deseos a través de dichos ‘objetos’, o podríamos atrevernos a decir ‘sujetos’? (del Casino & Hanna, 2006, p. 35, traducción propia)».

¹⁵ (del Casino & Hanna, 2006)

¹⁶ Sugieren del Casino y Hanna (2003) que cualquier perspectiva crítica hacia los mapas se acerque primero a las referencias históricas y espaciales que toman parte en el mapa.

más que pararse a deshilar esta controversia nos interesa desvelar otra y es la ‘ubicuidad de los mapas’. Cualquier sitio web complementa sus publicaciones con mapas de apoyo a su literatura. Mapas de escalas inadecuadas, desarrollados por inexpertos, actúan como imágenes cargadas de valor’, como ‘indicadores de la realidad’. Son mapas sesgados que parten de una base real (topográfica), sobre la que trabajan una componente literaria generando un realismo ambiguo.

En tanto que dispositivo externo, apunta el profesor Ignacio Farías¹⁷, que están tan unidos o más que la cámara de fotos, a la figura del turista. Su ‘centralidad en la articulación del conocimiento turístico’, sus ‘prácticas’ y sus ‘espacios’, constituye la razón por la cual son producidos y distribuidos por la mayoría de los gestores de la actividad turística (desde administraciones hasta restaurantes, centros comerciales, hoteles...) A pesar de ello no es un tema muy debatido en los estudios turísticos.

¿Están satisfechos los turistas¹⁸ con los mapas que manejan? Dado que se trata de un elemento tan relevante, parece bastante sensato preguntar a los usuarios directos de un determinado producto por su grado de satisfacción con respecto al mismo, en cambio no es una estrategia muy utilizada. Esta es la pregunta que Libo Yan y Maria Younghee Lee¹⁹, tratan de contestar en su artículo “Are tourist satisfied with the map at hand?” usando Macao –costa sur de China-, como caso de estudio.

A pesar de que todos hemos tenido un mapa turístico en las manos, pocas veces nos paramos a reflexionar si la información que nos ofrece es útil, conveniente, completa, atractiva... Básicamente lo usamos como herramienta siempre que no estemos familiarizados con el destino elegido. Encontrar en ellos detalles relativos a los sitios de interés e información geográfica fiable, que nos permita organizar nuestras rutas, suele satisfacer nuestras necesidades más inmediatas cuando nos desplazamos a un sitio desconocido. A grandes rasgos, estas son también, las conclusiones a las que llegan Yan y Lee en su estudio. En tanto que lectores de una información que nos es dada, no nos percatamos de la importancia que la misma tiene a nivel espacial. Y es que como advierten del Casino y Hanna²⁰, los datos que son recogidos en el mapa, como mínimo, ayudan a ‘producir’ los espacios turísticos. Añade Farías²¹, que la elección y el emplazamiento de ciertos tipos de atracciones en los mapas, afectan la cognición de los turistas. Y completan Dodds y Joppe²², que con un diseño especial, los mapas turísticos podrían ser utilizados para animar al turista a experimentar los espacios más allá de los hitos urbanos principales. Tres afirmaciones con las que no podemos estar más de acuerdo, y que constituyen el sustento fundamental de nuestra propuesta.

Ahora podemos decir que queda algo más claro, que el papel de los mapas abarca mucho más que el de servir de guías espaciales en un lugar desconocido. Desde la perspectiva del destino el mapa es parte de su estrategia de marketing, contribuye a promocionar la identidad de un área, así como su actividad económica, siendo su contenido y diseño de especial interés para los negocios de esos espacios. Es por ello que al seleccionar los elementos que se van a incluir en los mapas, no sólo se deben tomar en cuenta los intereses del mercado, sino que hay muchos más intereses, además de los de los turistas como usuarios

¹⁷ (Farías, 2011)

¹⁸ En este caso entendemos por turista a la persona que visita un lugar desconocido y que hace uso del mapa para orientarse y trazar sus rutas a través de ese espacio.

¹⁹ (Yan & Lee, 2015)

²⁰ (del Casino & Hanna, 2000)

²¹ (Farías, 2011)

²² (Dodds & Joppe, 2001)

directos, que convendría tomar en cuenta. En la actualidad este tema no ha recibido suficiente atención investigadora y menos aún por parte de las administraciones en tanto que promotoras del turismo urbano.

[Es este el momento en el que queda desvelada la principal preocupación de nuestro estudio, constituida en gran descubrimiento en torno al cual se podría pensar en la articulación de grandes estrategias propositivas].

Ahora bien, volvamos al uso que los turistas dan a los mapas. Algunos estudiosos han señalado que los mapas turísticos deben responder a las necesidades de los turistas, y trabajar en este sentido podría conducir únicamente a mejorar los mapas que actualmente se usan.

Seguramente, los mapas turísticos existentes, podrían no ser tan buenos como sería deseable y sus mejoras podrían basarse en el modo en el que vienen siendo usados. Adaptar escalas, simbología, marcas, colores, contenidos, leyendas, datos, ilustraciones, nivel de detalle... podría ser un buen comienzo. Diferenciar áreas rodadas de peatonales, lugares donde sólo residentes pueden circular de lugares sin restricciones, también podría ser de gran ayuda cuando la gente pretende circular con sus propios vehículos por los lugares que visita. Obviamente todas estas cuestiones no son baladíes, y de su buena resolución depende que los mapas sean legibles y practicables, más aun teniendo en cuenta que los usuarios no siempre están familiarizados con la lectura de planos, que su perfil cultural, sus factores personales (sexo, edad, experiencia), además del propósito de su viaje, constituyen un conjunto de variables de lo más vario pinto.

Debemos tomar también en consideración, que la emergencia de mapas digitales disponibles para poder planificar nuestros desplazamientos con antelación, suponen en cierto modo un desafío para los mapas impresos en papel.

A raíz de la pregunta que encabeza el apartado y de las reflexiones que le siguen, nos surgen otra serie de preguntas:

Y si la ciudad entera se llenara de atracciones turísticas ¿tendríamos que representarla entera en un solo mapa de mayor tamaño?

En ese caso los usuarios no serían solo los turistas, sino todos los usuarios de la ciudad. ¿Cómo deberían ser los mapas para responder a las necesidades de un público tan amplio? En tal caso ¿se deberían seguir llamando 'mapas turísticos'?

¿Si esas atracciones fueran itinerantes como haríamos para tener actualizada la información con respecto a las mismas en los mapas? ¿O sería otro soporte el que asumiría esta tarea?

¿Cómo llegaríamos a toda esa gente que no tiene vocación de turista en su propia ciudad?

1.2.2/ Los mapas turísticos de Málaga.

Aunque la cartografía con fines turísticos surgirá mucho más tarde que la anterior y más tarde aún se sentarán las bases para su estudio científico, la condición de Málaga como lugar de tránsito y destino de viajes, la convertiría en protagonista de abundante repertorio de cartografía viajera²³, con la particularidad de que la primera obra cartográfica impresa de Málaga fue una carta náutica de bolsillo.

Como nos cuenta el historiador y reconocido experto en cartografía andaluza Fernando Olmedo Granados, el preámbulo temporal de esta cartografía se remonta a los usos de los primeros viajeros –los navegantes–. A ellos se debe el desarrollo de una innovadora cartografía usada para guiarse en sus travesías junto con la brújula. Se trata de las cartas portulanas. Desde la primera carta conocida de esta clase –la Carta Pisana–, el nombre de Málaga aparece resaltado en rojo –como era habitual para destacar los puertos importantes–.



Figura 6. «Imágenes primeras de Malaga. Los primeros testimonios topográficos de Málaga, tomados hacia 1564, se deben a los flamencos Wyngaerde y J. Hoefnagel, cuya vista malagueña se publica en una trilogía (Sevilla, Cádiz, Málaga) de los grandes puertos andaluces del atlas Civitates orbis terrarum. Una imagen que fue luego recreada por Emilio de la Cerda»²⁴.



Figura 7. «Málaga desde los Montes y el Mar. Este par de ingenuas perspectivas de mano anónima en sendas visiones cruzadas desde el interior y el mar reviste gran interés iconográfico por mostrar mediante una detallada identificación los principales edificios y lugares de Málaga justo antes de los notables cambios de fines del XVIII»²⁵.

²⁴ Grabado de 33,5x47 cm (del que sólo se muestra la parte correspondiente a Málaga), perteneciente a una colección particular, que Emilio de la Cerda reproducirá en acuarela hacia 1895 y que se conserva en el Archivo Municipal de Málaga.

²⁵ Estas dos perspectivas son de 1780, de 31x47cm, en tinta y aguada, pertenecientes al Fondo de Arte de la Fundación Bancaria Unicaja.



Figura 8. «Hito de la cartografía malagueña. Las representaciones de Málaga en la Edad Moderna culminan en el plano firmado por Joseph Carrión de Mula en 1791. Una realización crucial por su escala y trazado novedoso, en la que se reflejan las decisivas iniciativas ilustradas de la Alameda y la nueva Aduana, aprobadas en 1785 y 1788». Este Plano de la Ciudad y Puerto de Málaga, visitable en el Museo del Patrimonio Municipal de Málaga, está realizado en tinta y aguada, sus dimensiones son de 159,5x202cm y su escala 1:1.149

Frente a esta cartografía de gran calidad, realizada en grandes formatos, que empleaban técnicas artísticas muy cuidadosas y refinadas, de restringida circulación entre ingenieros, militares y oficiales de la administración, empezaría a surgir otra cartografía secundaria, más modesta, recogida en libros manejables o en planos plegables pensados para ilustrar al curioso y acompañar al viajero.

La primera estampa dedicada a la Bahía de Málaga, es recogida en el libro de puertos y radas del Mediterráneo que publica en 1764 el francés Joseph Roux. Con un formato de 17 x 24 cm, constituyó toda una primicia y tuvo gran difusión, repitiéndose en numerosas ediciones hasta el siglo XIX. «He aquí como Málaga hace su entrada en la cartografía impresa de la mano de la cartografía viajera de bolsillo (Olmedo Granados, 2016)». Medio siglo hubo que esperar para que la carta náutica de Roux fuera actualizada. En 1813 otra carta de la misma estirpe, «uso viajero reducida y manejable» sustituiría a la anterior. Se trata del plano del Portulano de las Costas de la península de España –libro de los puertos publicado por la Dirección de Hidrografía española–, titulado “Plano del Puerto y parte de la Ciudad de Málaga”, con una dimensión algo mayor (27 x 33 cm) y una calidad muy superior. En su dibujo aparecen ya los muelles viejo y nuevo y la fachada marítima urbana compuesta por el reciente trazado de las alamedas Principal y de los Tristes, la fortificación de la Alcazaba y Gibralfaro, el espigón, y la rambla y el trazado final del Guadalmedina flanqueado por los límites que irían marcando las fachadas de las construcciones que sobre él se asomaban.

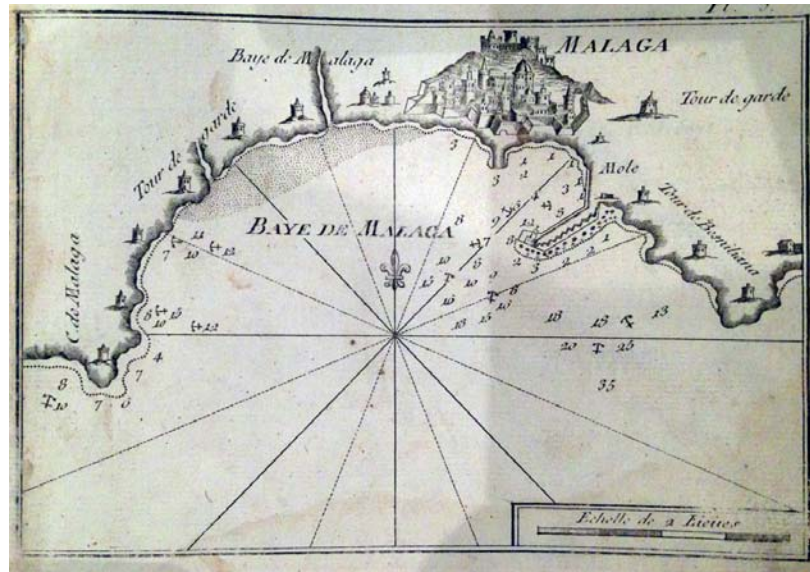


Figura 9. Plano dedicado a la Bahía de Málaga de Joseph Roux (1764).

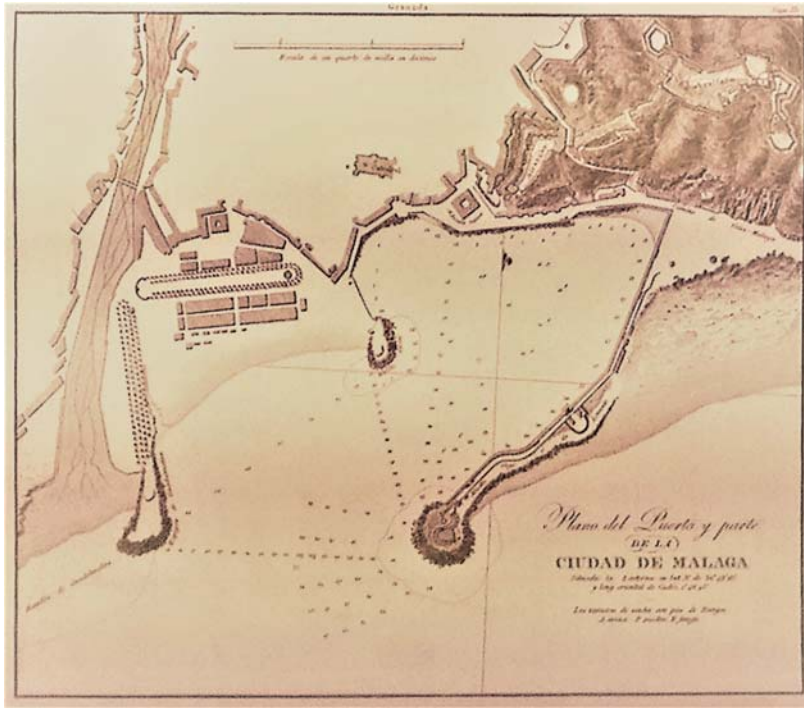


Figura 10. Plano del Puerto y Parte de la Ciudad de Málaga, 27 x 33 cm. (1813)

Figura 11. Plano de la península con indicación de las principales conexiones practicables.



El hecho de que las comunicaciones con la mayoría de los nodos importantes del país fueran por mar, debido al mal estado de los caminos, y a la buena salud de la que gozaba la industria portuaria y mercantil, en virtud de sus favorables condiciones náuticas, privilegiaba el hecho de que en los mapas la representación de la bahía y el puerto de Málaga fuera central. Sin duda los usuarios de estos mapas eran los marineros junto a los pocos viajeros que llegaban por mar, ya que el turismo todavía era un fenómeno incipiente.

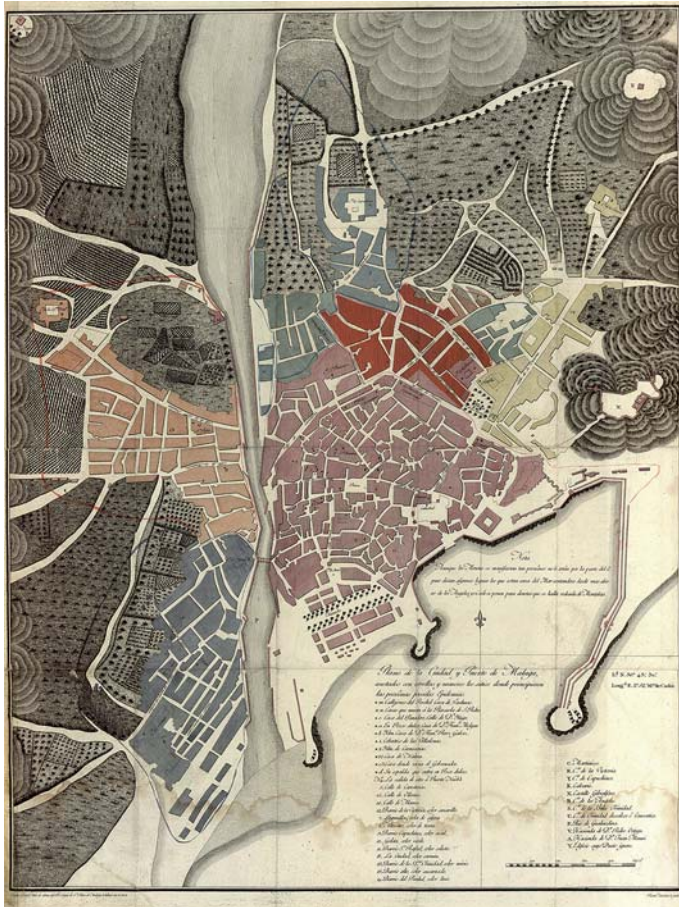


Figura 12. “Plano de la ciudad y Puerto de Málaga” de Onofre Rodríguez (1805), adjunto a la publicación “Breve descripción de la fiebre amarilla en las Andalucías” de Juan Manuel de Aréjula (1806)

Olmedo Granados destaca la particularidad de Málaga, de que su primer plano impreso, fuera un plano desplegable titulado: “Plano de la Ciudad y Puerto de Málaga” dibujado en 1805 por Onofre Rodríguez insertado en el libro: “Breve descripción de la fiebre amarilla en las Andalucías” del doctor Juan Manuel de Aréjula, publicada en Madrid en 1806.

Este primer plano «funciona aquí no como cartografía estática y abierta a un uso indeterminado, sino como plano-guía del terrible episodio de las epidemias en Málaga (Olmedo Granados, 2016)». Se coloreaban los barrios en función del avance de la epidemia, reflejando su condición higiénica y social.

En la publicación “Topografía médica de la ciudad de Málaga” de Vicente Martínez y Montes –publicada en 1852, donde se incluye el mapa de Rafael Mitjana de 1838–, se recoge el pronóstico del autor del libro respecto al prometedor futuro de la ciudad debido a «su condición de enclave para la estancia de viajeros y turistas, y no sólo para escala de negociantes y marinos (Olmedo Granados, 2016)».

Durante este período posterior se abandonaría la cartografía de pequeño formato, hasta que, a mitad del siglo XIX, se produciría una gran expansión de cartografía viajera divulgativa, coincidiendo con el ascenso de la era de la industria y el consumo. El profesor Olmedo expone varios motivos para ello, todos ellos relacionados con el aumento de las facilidades para acceder a la cartografía divulgativa impresa.

Entre estos primeros comienzos el profesor Olmedo cita como ejemplo de edición local iniciando la “Guía del viajero en Málaga” de Benito Vilá de 1861.

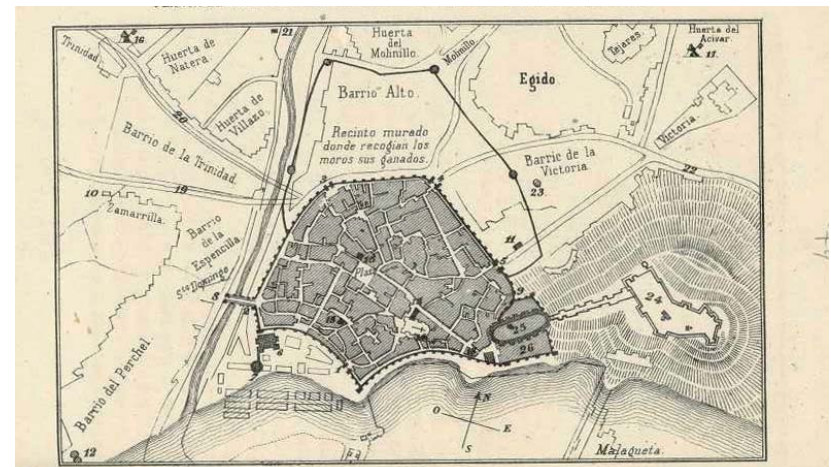


Figura 13. Plano de la ciudad perteneciente a la “Guía del Viajero en Málaga”. (1861) Benito Vilá.

En este plano que recoge la guía de Vilá se observa –en comparación con el plano original del que fue copiado, de Rafael Mitjana– una clara intencionalidad. La centralidad deja de venir fijada por el Puerto, para referirse a la ciudad de Málaga en sí, pero no a cualquier parte de la ciudad, sino a la ciudad intramuros, a esa parte de la ciudad de época árabe, que es la única que se traza en detalle, mientras que el resto de conventos y barriadas extramuros vienen únicamente insinuadas por su silueta. Este plano iría pensado para esos usuarios que decidían perderse por la ciudad, cuyo andar era más cercano al ritmo del flâneur que del turista, pero que querían tener la posibilidad de encontrarse cuando así lo decidieran. De descubrir los paseos de la ciudad, los teatros, la catedral o la central plaza de la constitución, y de compartir espacios con las élites.



Figura 14. “Plano de Málaga”, Rafael Mitjana litografía, (1838).

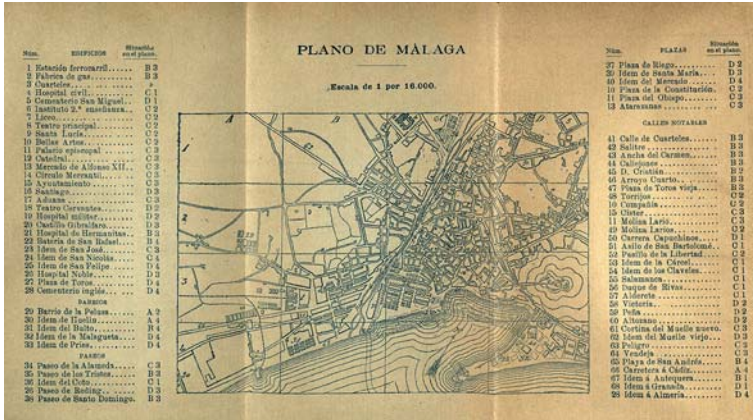
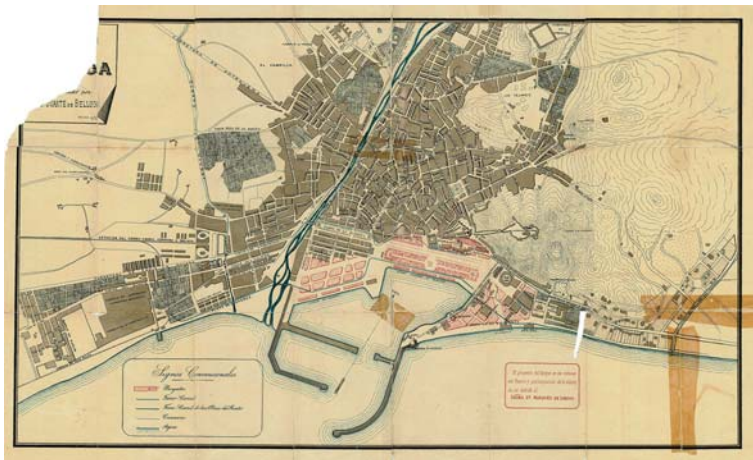


Figura 15. “Plano y guía del viajero en Málaga”, Emilio Valverde y Álvarez, Madrid, 1886. Impreso, 15 cm. Escala 1:16.000 Archivo Municipal de Málaga.

Figura 16. Mapa de la provincia de Málaga de Jose Duarte de Belluga, incorporado en la Guía de Málaga de Urbano y Duarte de 1888

Figura 17. Plano de Málaga Jose Duarte de Belluga, incorporado en la Guía de Málaga de Urbano y Duarte de 1888



El cambio radical vendrá de la mano del ferrocarril, que llega a Málaga en 1865, que como nuevo soporte para articular recorridos turísticos. Desde ese momento nunca faltaría el nombre de Málaga en las guías y libros de final de siglo.

De entre toda esta producción, destacamos la publicación de 1886 de Emilio Valverde y Álvarez, titulada: “Plano y guía del viajero en Málaga”, que incluye un plano a escala 1:16.000 con indicación de las plazas y las calles notables. Y los planos de José Duarte de Belluga que recogerían puntualmente las transformaciones del puerto de fin de siglo y que servían de acompañamiento plegados al final de varias guías de Málaga como la “Guía de Málaga de Urbano y Duarte” de 1888 y de 1898, en la que se incorpora además por primera vez, un mapa de la provincia de Málaga, también de Duarte de Belluga.



Ediciones de guías inglesas, francesas, alemanas y de otras procedencias, también poseían planos de gran interés que se iban adaptando a las modificaciones urbanas; ampliaciones del puerto, apertura de calle Larios, expansiones de Málaga hacia el Oeste, o de la Malagueta, conforme estas iban teniendo lugar.



Figura 18. Litografía a color recogida en la publicación: “Itinéraire général descriptif, historique et artistique de l’Espagne et du Portugal”, de Alfred Germond de Lavigne (1880),

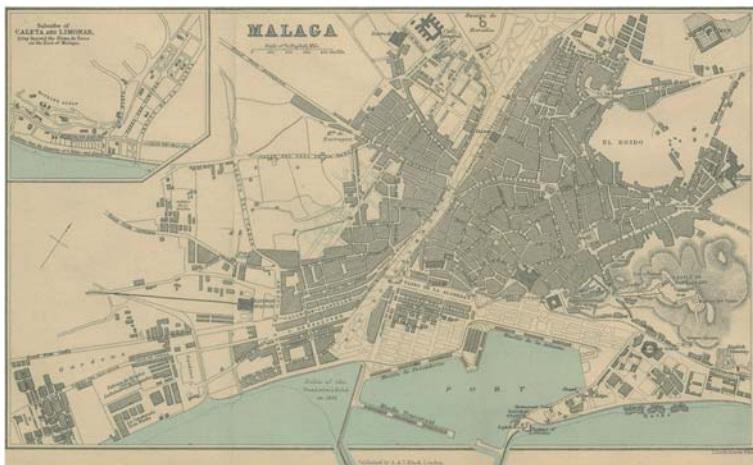


Figura 19. Plano de Málaga de las guías londinenses O’Shea de España y Portugal (1895)

En paralelo con estos planos de libros también se harían populares los callejeros y planos-guía divulgativos sueltos, de dimensiones mayores pero diseñados para plegarse y meterse en el bolsillo.

En estos planos de bolsillo se inaugura por primera vez el matrimonio tan bien avenido –que dura hasta nuestros días– entre cartografía urbana y publicidad. Formarían parte de toda una serie de símbolos que se empezaban a producir y que daban testimonio de una sociedad en transformación, de corte burgués e industrial, y donde el consumismo se empezaba a colar por las calles de las ciudades y por los pliegues del plano.

Según nos cuenta Olmedo Granados, en esta misma línea publicitaria, Emilio de la Cerda y Gariot iniciaría la producción de su “Plano anunciador de Málaga”, que no llegó a culminarse. El que sí progresó hasta su fin fue su callejero desplegable “Plano de Málaga” de 1892.

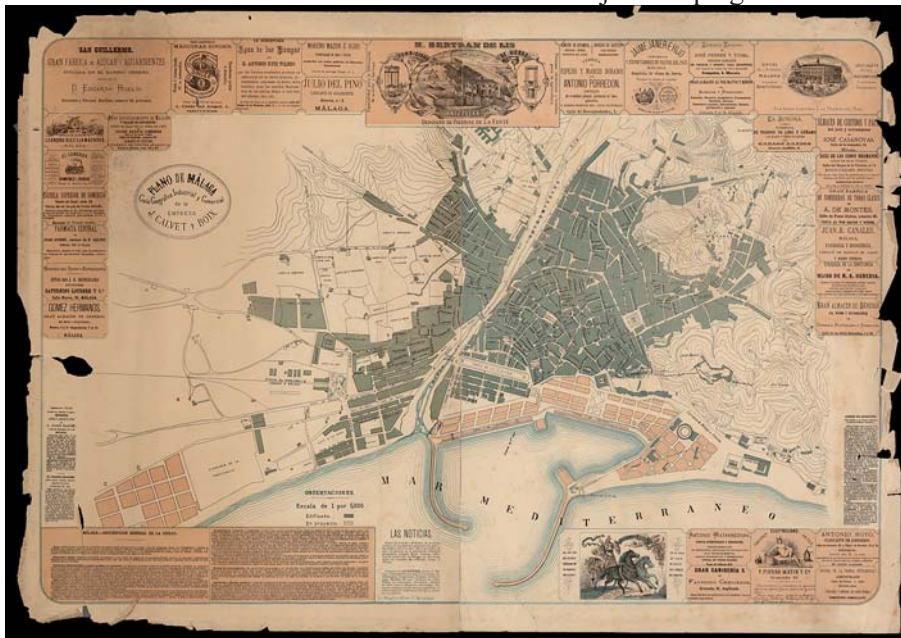
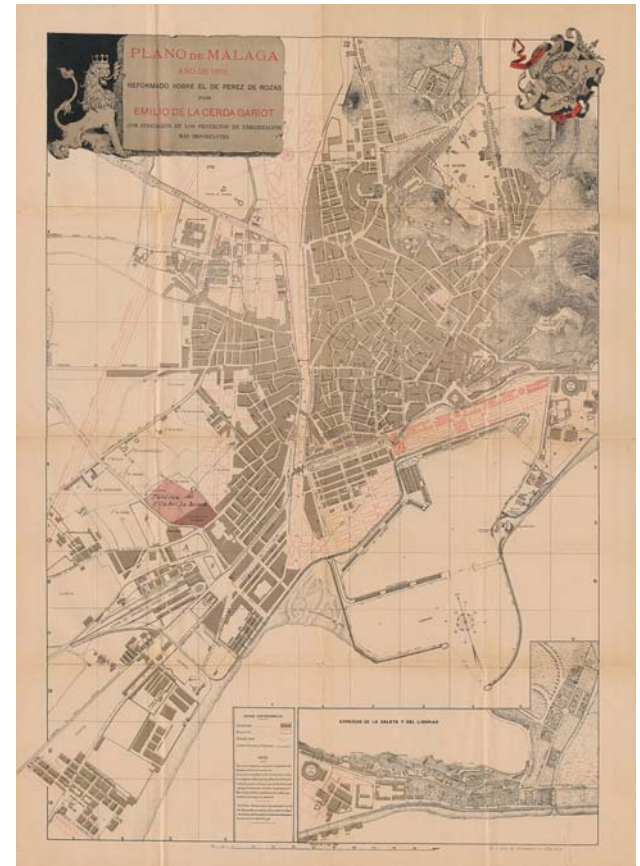


Figura 20. Plano de Málaga de Joan Calvet i Boix (1887)



Figura 21. Plano de Málaga de Emilio de la Cerda y Gariot (1892)



Con el cambio de siglo esta línea de producción cartográfica y de bolsillo se amplía y diversifica enormemente, al tiempo que Málaga se consolida como foco turístico, con el afianzamiento del ferrocarril, la llegada del coche y un puerto que empezaría a recibir la llegada de ‘fenicios disfrazados de cruceristas’. Guías locales, publicaciones extranjeras, para terminar sumándose los organismos oficiales que se comenzaban a implicar en el fomento del turismo.

Al primero le sigue una segunda versión de 1929-1930 en el que la planimetría es rodeada de un marco fotográfico de monumentos y vistas de Málaga que empieza a denotar la línea elegida para la promoción de la ciudad.

En toda esta progresión podemos ver como se suceden diferentes tentativas de diseño gráfico, procurando que los mapas turísticos sirvan lo más adecuadamente posible al que se considera que es su cometido: enseñar lo ‘bonito/característico’ de la ciudad.

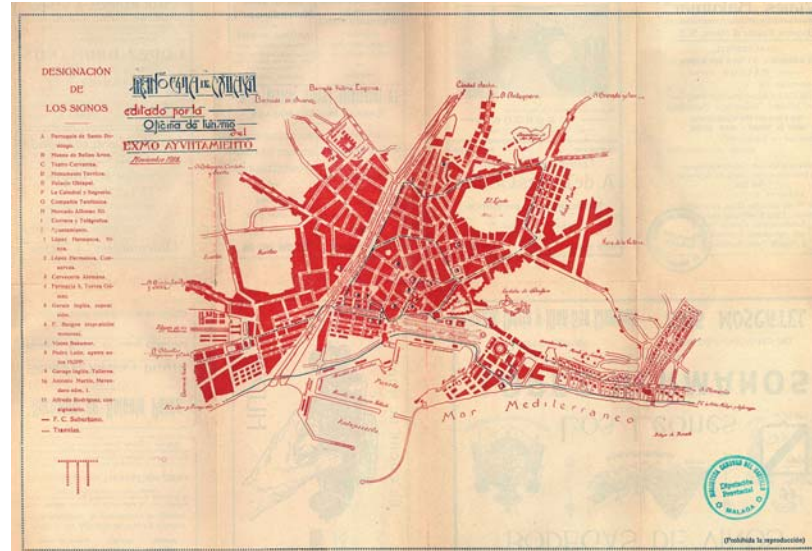


Figura 22. Plano-guía de José María Revello y Cazar (1928), editado por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento.

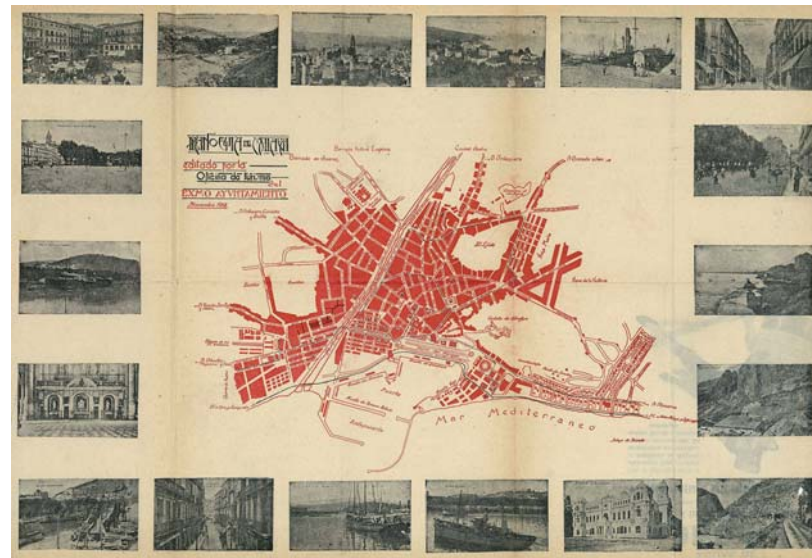


Figura 23. Plano-guía de José María Revello y Cazar (2ª versión) (1929-30)

Figura 24. Plano de Málaga, “Guía del neumático Michelin”. (Edición 1936-1938)

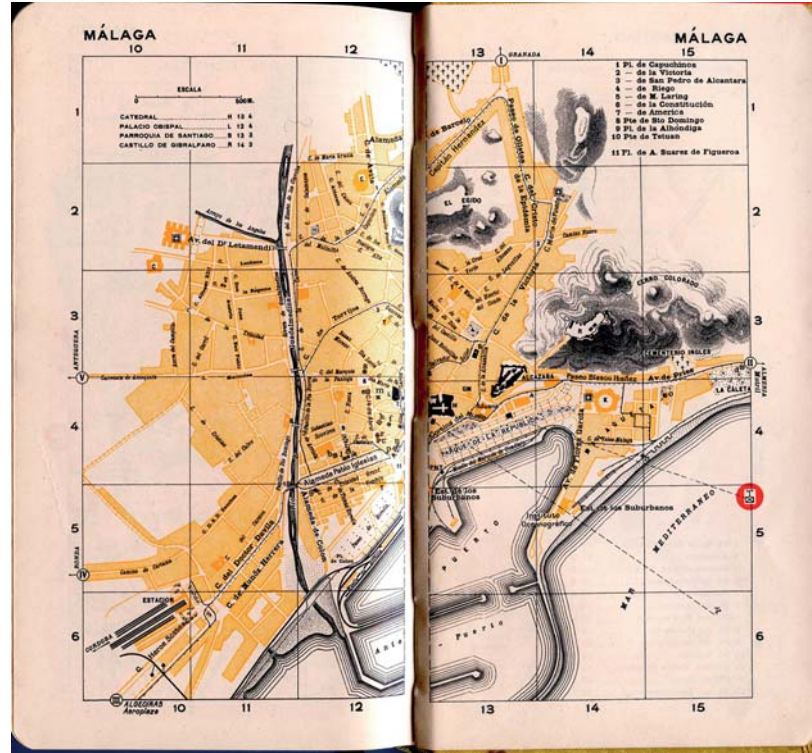
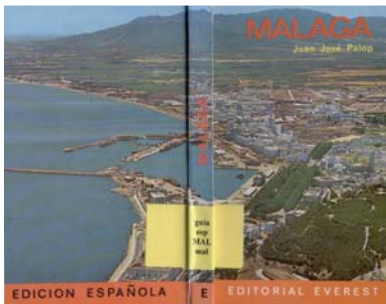


Figura 25. Plano de Málaga, “Málaga”. Juan José Palop. (1967)



El impulso que recibe el turismo gracias a la expansión y mejora del transporte a motor en carretera también se refleja en las guías, donde la pionera viajera en coche es la francesa: “Guía del neumático Michelin”.

La fase posterior a esta, sería la que da comienzo tras el crecimiento económico general, la democratización de las vacaciones y la rotunda implantación de la aviación civil, que inaugura oficialmente la época del turismo de masas.

Una de las primeras guías nacionales que encontramos de la Málaga de esta época, es la guía Everest, de Juan José Palop en su publicación de 1967. El plano que recoge es bastante simplificado, ofreciendo casi en exclusividad la información que va a necesitar el visitante que llega en coche hasta el centro de la ciudad, a través de uno de los dos ejes principales existentes: el nortesur y el este-oeste. Los puntos de interés como monumentos y hoteles se recogen en listado aparte, excepto algunos nombres que también se incluyen en el plano, aunque sin referencia precisa.

A través del tiempo se han hecho numerosos ensayos, unos en los que el plano turístico se confundía con un callejero del centro de la ciudad, y otros en los que se ha desvinculado claramente del callejero, denotando que su uso –junto con su propósito– eran diferentes de aquel. Es el caso del plano de Málaga que figura a continuación, que más que un plano conforma una suerte de imagen de la ciudad, a través de una selección de hitos arquitectónicos y culturales que, en su hilvanado, configurarían la narrativa –que en aquel momento se constituyó como hegemónica– y cuyos cambios a lo largo del tiempo no han sido significativos. Curiosamente será una de las pocas veces en las que la otra parte del río Guadalmedina forma parte del espacio turístico propuesto, aunque prácticamente sólo sea a nivel gráfico, ya que dos de los hitos que aparecen reflejados en ese lado, están ubicados en el contrario. Sin embargo la homogeneidad de la representación pareciera proponer un ámbito mayor.

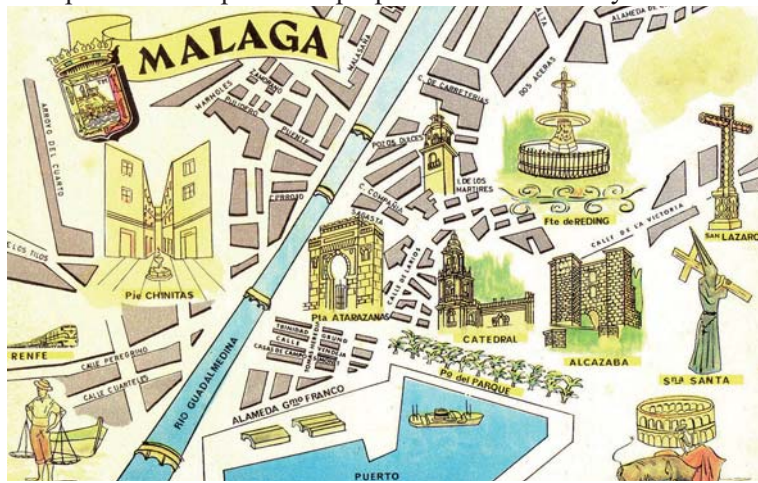
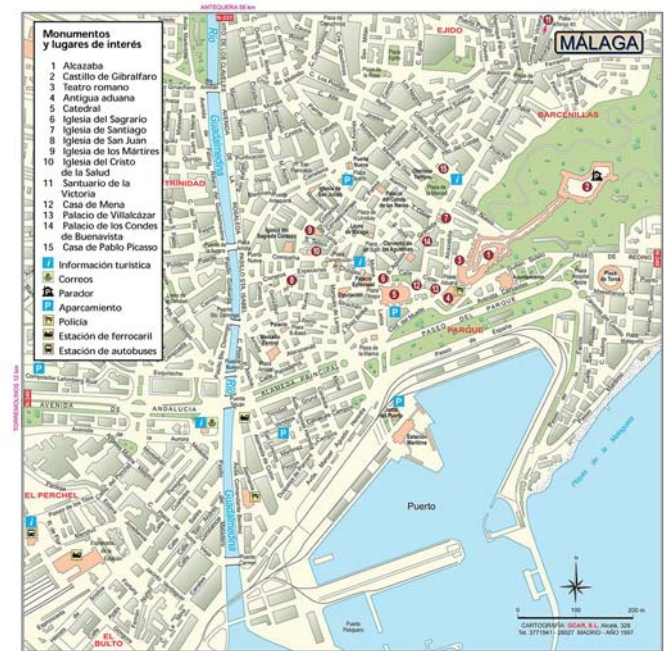


Figura 26. Plano de Málaga, sin fechar, sin datos de autoría.

Figura 27. Plano de Málaga, 1997, Cartografía GCAR S.L. (Madrid).



El siguiente plano tiene la particularidad de ser uno de los pocos en el que podemos apreciar el año de su elaboración. Respecto a la grafía que se adopta, llama la atención el uso de un único color para todas las calles y espacios vacíos, en los que sólo contrastan espacios verdes y agua. Pareciera que estamos ante el espacio vacío/íquido de Careri, por donde se desarrolla el andar, conteniendo las islas para detenerse. Ellas, vienen específicamente indicadas con color distinto y leyenda que las identifica y diferencia del resto de espacios llenos, por los que a priori no se hace preceptiva la parada. Así, el recorrido que se pueda establecer para unirlos es el que cada actor estime oportuno, vaya en coche, a pie o en bici. Aunque también aparece la parte occidental del río, se muestra como carente de interés al colocar encima la leyenda que oculta gran parte de la zona.

Página siguiente:

Figura 28. Plano de Málaga, anexo a “Guía turística de la Ciudad de Málaga”, folleto promocional editado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, 1997.

En estos últimos años del siglo las representaciones de Málaga de este tipo empiezan a multiplicarse por doquier, perdiéndose la exclusividad y el trabajo artesanal que caracterizaba a los planos anteriores. Su cercanía temporal también hace que desde una perspectiva histórica carezcan de valor, pero nos resultan de gran interés en nuestro análisis. Los acuerdos que se adoptan con respecto a la representación y las estrategias que se consensuan, van variando de unos a otros. Los virajes en el modelo turístico que se plantean a lo largo del tiempo también se plasmarían en mayor o menor medida en los planos turísticos. Algunos de forma clara y pretendida y otros de manera menos evidente y casual. Es el caso de este otro plano de Málaga, que aparece como anexo a una Guía turística, también del año 1997, en el que el ámbito recogido es menor. Aparecen recogido tantos los hitos que están ubicados en el trozo de la ciudad representado como los que no, y en el que además, el Área de Turismo de Ayuntamiento establece un itinerario turístico monumental básico.



- Mapas y espacio mapeado en la época de la hiperreproductibilidad.

Para centrar nuestra discusión en el espacio mapeado, como escrito, leído, realizado y consumido necesitamos trabajar a medio camino entre los mapas, el territorio y los usuarios que median el cruce entre ambos: ‘escenario’, ‘representación’ y ‘actores’.

La evolución de los mapas turísticos tal y como la venimos contando entraría en una fase en la cual el mapa se convierte en un objeto ‘intemporal’ –no aparece ninguna referencia temporal– y ‘legitimado’ –ningún usuario plantea ningún tipo de dudas sobre la veracidad y/o actualización de la información que en él aparece–. El hecho de que además se convierta en un objeto gratuito y accesible, genera una doble casuística. La de quienes lo conservan y coleccionan como souvenir y prueba irrefutable de su visita, y la de quienes hacen uso de él hasta que deja de ser útil (es decir, hasta que concluye su visita) y termina por ser abandonado o desechado. Pero en ningún caso se le presupone una vida posterior. Sería llamativo que en nuestros días, se nos ocurriera pasarle a un amigo que va a visitar una ciudad en la que nosotros

Figura 29. Plano de Málaga, folleto plegable, sin fechar y sin datos de autoría. Cara A



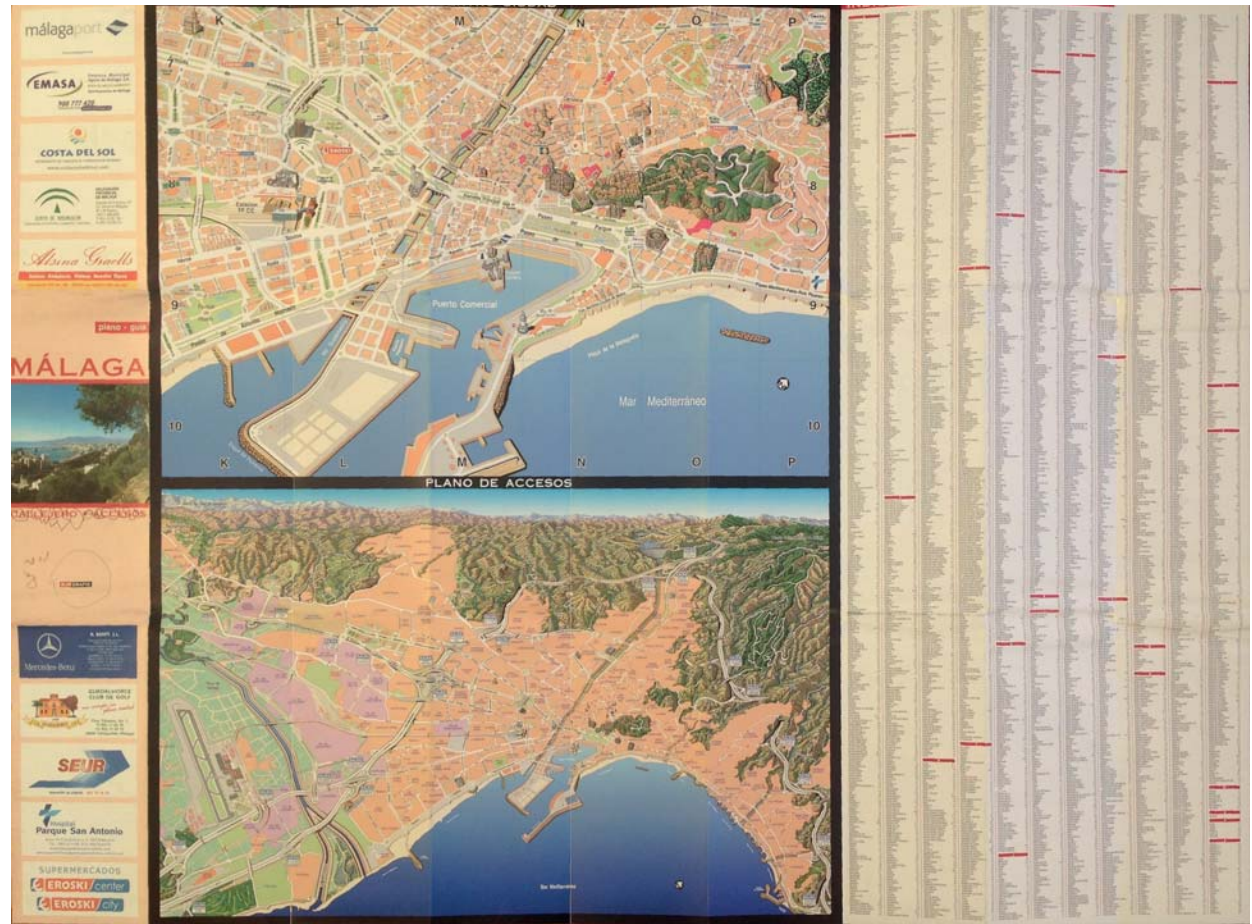
ya estuvimos, el plano que de ella tenemos guardado. Más común sería darle algunos de los nombres que quedaron almacenados en nuestra memoria y que él se encargará de ubicar en el plano actualizado al que tendrá acceso con total seguridad en el momento de su llegada a destino.

Al revisar el conjunto de planos de Málaga, ahora ya desfasados, a los que hemos tenido acceso, una de las primeras constataciones realizadas es la ausencia de referencia temporal y de escala. Pareciera que las dimensiones espacio-temporales son prescindibles.

Podemos intuir si los mapas son anteriores a 2003 al no aparecer etiquetado el Museo Picasso o posteriores en caso contrario. En efecto, son presentados como objetos intemporales, realizados para perpetuarse en el tiempo hasta que algún acontecimiento lo suficientemente importante se instale en la ciudad y motive su actualización, o hasta que la próxima campaña de marketing estime conveniente su actualización.

Alguno de ellos todavía se nos antoja como un verdadero despliegue de habilidades más cercano a la ‘obra de arte’ que al ‘plano turístico’. Obviamente la valoración ‘obra de arte’ es en este caso, más una forma de hablar que una valoración real. Más aún en la época digital en la que estamos, y en comparación con los anteriores –hechos de manera artesanal–.

Figura 30. Plano de Málaga, folleto plegable, sin fechar y sin datos de autoría. Cara BW



Este mapa, a caballo entre callejero y plano turístico, es un ejemplo claro de que sólo es visibilizado en el mapa quien ha adquirido los derechos para serlo, en este caso las empresas privadas patrocinadoras, que aparecen junto con los hitos turísticos, monumentos y sitios de interés, que figuran según un derecho perpetuado a lo largo del tiempo.

Si escogemos uno al azar, independientemente del momento al que pertenezcan, cualquiera podrá ser usado del mismo modo, como método para explorar la ciudad. Y aunque el usuario es el que tiene la última palabra elaborando su recorrido experiencial, no pasa desapercibida la diferencia potencial que destila cada uno de ellos.

Flaneando entre planos turísticos, nos llama la atención uno, en el que aparece una foto de Picasso en la contra portada y se hace mención a la “Fundación Pablo Ruiz Picasso” junto con el “Ayuntamiento de Málaga”. A la vuelta una foto del entorno de la catedral, concretamente la “Puerta del Sagrario”, donde se anuncia que el mapa es de “Málaga. Capital de la Costa del Sol”. Su tamaño es 632 x 701cm, lo suficientemente grande para que la planimetría vaya acompañada de una serie de fotos y de una leyenda que recoge numerados 37 hitos monumentales y museísticos de interés y 22 hoteles. Una trama de calles amarillas –las más importantes–, se destaca sobre todas las demás en blanco. En la mayoría de ellas, por pequeñas que sean, aparecen las etiquetas con sus nombres [lo cual es muy de agradecer cuando uno quiere orientarse en un lugar desconocido]. En el mapa aparecen las llamadas de esos números que recogían las leyendas, separadas por colores: morado para los hoteles y verde para los monumentos y museos [un tanto confuso].

La representación y la simbología efectivamente hablan, por un lado, de la Málaga cultural: monumentos, museos, (fotos del interior del Teatro Cervantes, la Catedral, la Alcazaba), que se imponen a una única foto de la playa, (con sus torres de apartamentos al fondo). Se insinúa así, la estrategia de sustitución del turismo de sol y playa por el turismo cultural. Por otro lado, la lista de hoteles con sus contactos (algunos tienen dirección email y muy pocos web propia), y su ubicación en el mapa, nos transporta a otra época en el uso de los mapas. Ese momento en el cual los hoteles se buscaban directamente sobre el terreno, sin antelación, ni previsión probable. La ubicación de los parking también se destaca claramente en el mapa –pensando en todo ese turismo que se desplaza en automóvil–, junto al resto de elementos de interés. Estaciones de autobuses, ferrocarril, gasolineras y correos completan la señalética destacada. Junto a todo ello unas flechas en los bordes del mapa, marcan la dirección hacia la que conducen los distintos caminos que salen de la ciudad.

Este mapa, una vez entregado a los visitantes de Málaga en las oficinas de información turística, invitan a acercarse a conocer una Málaga con las ‘piezas mínimas del turismo’, hoteles donde la gente se puede hospedar, playa..., ya que además del puerto que ocupa un lugar central, y la playa de la Malagueta, se recoge un zoom donde aparece la Málaga del este (donde se etiquetan las playas de Pedregalejo, Banda



Figura 31. Mapas turísticos de Málaga, tamaño bolsillo.

del Mar o el Chanquete) y lo más importante, una foto de la playa. Pero también una Málaga donde las alternativas: patrimonial y cultural, se presentan con gran fuerza entre sus museos, iglesias, Catedral y teatro Cervantes.

Al girar el mapa nos encontramos un nuevo input, aunque las fotos que aparecen siguen siendo de la

**BIENVENIDOS
WELCOME
BIENVENUS
WILLKOMMEN
BENVENUTI**

Málaga, capital de la Costa del Sol

OFICINAS MUNICIPALES DE TURISMO EN MÁLAGA

- Central: Avda. Cervantes, 1
Tel: 952 21 40 41 - Fax: 952 21 41 30
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51
- Avenida de Andalucía, 1
Tel: 952 21 50 51

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

**YO OLANZIWAJAWA
YO OLANZIWAJAWA
YO OLANZIWAJAWA**

oficina de información turística

**MÁLAGA
CAPITAL DE LA COSTA DEL SOL**

Guía de Monumentos y Museos

1. CATEDRAL Y MEDIO.
2. PALACIO DE LA ALCAZABA.
3. CASTILLO DE GIBRALTAR.
4. PALACIO DE ANTONI DE FLORIAN.
5. LA CONCEPCIÓN.
6. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
7. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
8. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
9. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
10. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
11. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
12. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
13. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
14. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
15. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
16. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
17. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
18. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
19. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
20. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
21. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
22. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
23. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
24. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
25. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
26. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
27. MONASTERIO DE SAN VICENTE.
28. MONASTERIO DE SAN VICENTE.

HOTELS

A.C. MÁLAGA PALACIO	1	11
LA ROSA	2	12
LA ROSA	3	13
LA ROSA	4	14
LA ROSA	5	15
LA ROSA	6	16
LA ROSA	7	17
LA ROSA	8	18
LA ROSA	9	19
LA ROSA	10	20
LA ROSA	11	21
LA ROSA	12	22
LA ROSA	13	23
LA ROSA	14	24
LA ROSA	15	25
LA ROSA	16	26
LA ROSA	17	27
LA ROSA	18	28
LA ROSA	19	29
LA ROSA	20	30

Oficinas de Información Turística

1. Central: Avda. Cervantes, 1
2. Estación de Andalucía
3. Junta a Cervantes - Avda. Andalucía
4. Oficina Móvil Cruceros
5. Oficina de Promoción y Congresos
6. Oficina de Turismo de la Junta de Andalucía

Oficinas Municipales de Turismo en Málaga

1. Central: Avda. Cervantes, 1
2. Estación de Andalucía
3. Junta a Cervantes - Avda. Andalucía
4. Oficina Móvil Cruceros
5. Oficina de Promoción y Congresos
6. Oficina de Turismo de la Junta de Andalucía

Figura 32. Mapa turístico de Málaga, previo a la construcción del Museo Picasso. Cara A

ciudad de Málaga (plaza de la Merced, casa natal de Picasso... incluso ahora también aparece un flash de su semana santa) el mapa recoge el territorio provincial y su sistema de comunicación rodada. Se han añadido otros lugares de interés en la Costa del Sol, por donde poder continuar la visita, dejando atrás la ciudad de Málaga. El teléfono y la dirección de las distintas oficinas de información turística existentes en ciertos lugares, advierte de que en esos y sólo en esos, existe algún tipo de interés turístico. Los demás vienen recogidos a modo anecdótico, pero seguramente no invitan a nadie a que los visite si no es porque alguien (amigos, familiares) le anime previamente a ello.

El mapa en este caso, se muestra como una representación cartográfica de la provincia de Málaga que no tiene ningún impacto en el espacio que representa, carente de interés para cualquier estudio turístico. Ello constituye, en palabras de Farías, un gran error, ya que conduce a fijar la idea de que se trata sólo de eso, de una representación cartográfica que no está involucrada en la producción de espacio turístico. Y añade que es justo por carecer de esas referencias hacia las identidades sociales y turísticas que resulta de especial interés como punto inicial de estudio, de los mapas como dispositivos o tecnologías.

Espacio homogéneo, e indiferenciado, salvo por el contraste de los núcleos urbanos (todos iguales en tonalidad) con el espacio vacío circundante y el agua, sin ninguna referencia hacia atracciones turísticas, rutas, áreas resaltadas o equipamientos... Es una extensión de terreno que se expande hasta el infinito, según se interpreta de su relación con los bordes. Pudiera ser que el objetivo oculto sea, como sugiere Andrew Thacker²⁶, el de presentar el espacio como inexplorado para justificar el viaje...

El hecho de que su soporte sea el papel ha permitido a sus usuarios, quienes quiera que fueran antes de nosotros, a hacer sus anotaciones, correcciones o marcar sus puntos de interés. Todo ello habrá facilitado, sin duda, la exploración y por tanto la [re]producción de Málaga como espacio turístico patrimonial, o de sol y playa, a través del consumo del mapa. Todo ello habrá tenido lugar en conjunción con otros conocimientos, otros textos, con interacciones entre turistas e informadores del turismo. Habiendo planeado con detalle la ruta de su visita antes de salir de casa, o haciéndolo sobre la marcha según la información transmitida por los informadores y la que reza en el mapa.

Comenta Urry al respecto, que la mirada del turista es dirigida pero no determinada, según nociones preconcebidas creadas tanto por el mapa, como por el resto de representaciones que el usuario consigue por otras vías y que añade a las del mapa durante su consumo. Tanto las manos como los ojos del usuario trabajan para conectar los sitios numerados que aparecen en el mapa, con la descripción de lugares, historias, eventos... que estimulan su interés en el espacio turístico. Se trata de un consumo intertextual, que no es determinado únicamente por la forma en que el mapa está configurado.

Seguramente el turista que va a solicitar información al centro de visitante agradecerá enormemente que alguien le ayude a conectar sus intereses, aspiraciones o deseos con un número del mapa. O recibir la información justa que active su interés y le ayude a trazar su plan. Durante esta interacción, como explican

²⁶ Thacker, A. (2002) *Journey with maps. Travel theory, geography and the syntax of space*. Cultural encounters. European travel writing in the 1930s (pp. 11-28) –Nueva York: Berghahn. Citado en (Farías, 2011, p. 402)

²⁷ (del Casino y Hanna, 2006)

del Casino y Hanna²⁷, ambos: informador e informado, son consumidores y productores, ambos se sirven del mapa como herramienta indispensable.

El usuario necesita el mapa para encontrar sus puntos de interés, al tiempo que inicia un trabajo de conexión y resumen que le permite conectar información e imaginación para completar su historia personal a cerca



Figura 33. Mapa turístico de Málaga, previo a la construcción del Museo Picasso. Cara B

de la ciudad que está visitando. En este sentido, la interacción física entre representación, lector y los diversos espacios destacados en la representación, reproducen simultáneamente Málaga y su mapa, un espacio y su representación.

□ Operaciones diagramáticas presentes en los mapas.

Ignacio Farías hace una consideración muy interesante de los mapas turísticos en tanto que diagramas²⁸, y los clasifica según cuatro operaciones diagramáticas, que se combinan y entrecruzan: «extensión de territorio (extending matter)», «experiencia de bordes (edging experience)», «colocación de objetos (placing objects)» y «desplazamiento plegado (folding displacement)». Estas operaciones reclaman para los mapas una atención que sobrepasa la de mera representación simbólica de un espacio ya constituido, y es la de ‘dispositivos espaciales’ capaces de desempeñar un papel activo en la constitución de ese espacio.

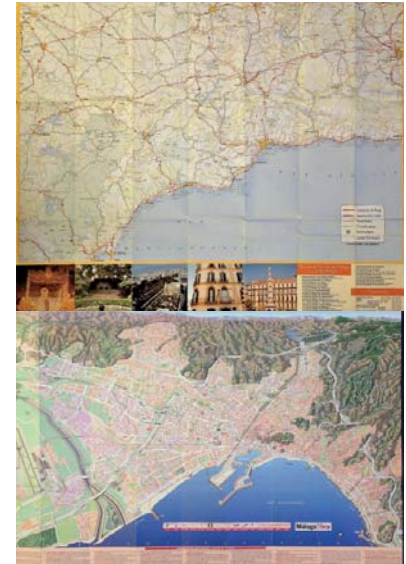
(1) Extensión de territorio.

El mapa que veíamos antes, el cual recoge parte de la provincia de Málaga, –o el que figuraba antes aún, donde aparece toda la ciudad de Málaga como en una seudoperspectiva–, pertenecerían a la primera operación diagramática: ‘mapa como extensión de territorio’. Su objetivo no es sólo el de mostrar el terreno como inexplorado como sugería Thacker, sino más bien el de descompresión y expansión del espacio de destino. Visualizando la extensión material del destino, el mapa turístico contrarresta la posibilidad de una simetría simbólica del espacio turístico y hace que el movimiento físico se convierta en una condición necesaria para cubrir las extensiones que componen el espacio.

(2) Experiencia de bordes.

La siguiente operación diagramática que enfrenta Farías, está relacionada con los bordes²⁹ y podemos verla reflejada en el mapa que se inserta a continuación. La operación da comienzo a partir del recuadro incluido en el mapa bajo el título de “centro histórico / city center”, ampliado en el reverso del mapa y con las referencias de todas las atracciones turísticas existentes en esa zona.

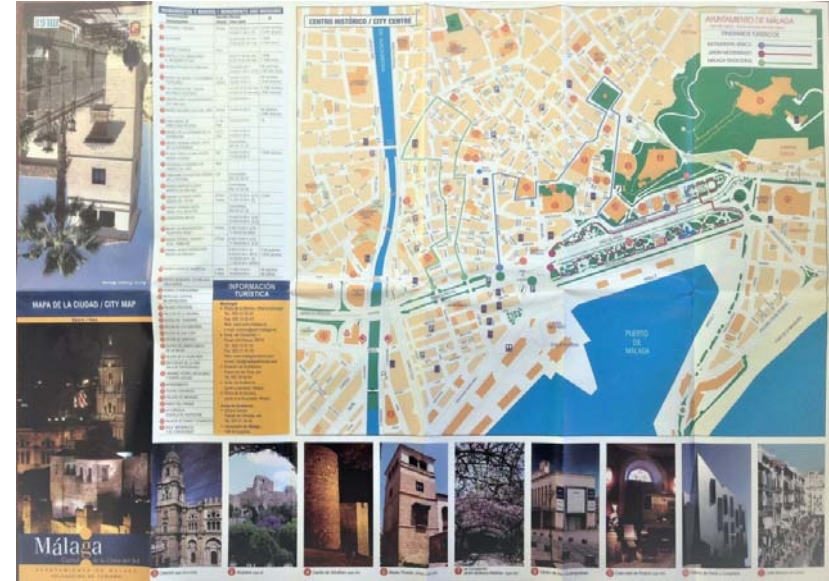
Como advierte Farías es bastante fácil reconocer el papel de esas líneas respecto a la demarcación de las áreas turísticas³⁰. A pesar de que las áreas turísticas no pueden ser equiparadas con enclaves materialmente arrancados de la ciudad mediante unos bordes físicos, no es menos cierto la observación de Shields (2006) de que la existencia de esos límites promueven el inicio de un proceso de dibujado de los límites turísticos. Esta distinción de las áreas turísticas implica, en cierto modo, un espaciado entre las prácticas locales y las turísticas. Esto mismo es aún más evidente en el mapa que sigue al primero, en cuyo reverso aparece delimitada una zona sombreada en verde, referido a la cual recoge la leyenda “Zona Gastronómica”. El



²⁸ Diagramas que Farías entiende, en consonancia con Deleuze y Guattari, como máquinas generadoras que producen realidad, formando y transformando expresión y contenido. De hecho Deleuze y Guattari equiparan los diagramas con máquinas abstractas, que no funcionan representando, ni siquiera algo real, sino construyendo lo real que está por venir, un nuevo tipo de realidad... Para más información véase: Deleuze y Guattari (2004) *Difference and repetition*. London, England: Continuum.

²⁹ Para estudiar más en profundidad la concreción que hace Farías en relación a los bordes, en comparación con los límites establecidos, remitimos a la lectura en profundidad de su texto (Farías, 2011, pp. 403-406) en el cual alude al estudio de: Shields, R. (2006) “Boundary-thinking in theories of the present” *European Journal of Social Theory*, 9, 223-237.

³⁰ Cohen (1972) las llama «burbujas»



sombreado verde destaca la zona en la que pueden y deben comer los turistas dentro de la ciudad y la gruesa línea verde marca el límite que separa dicha zona del resto de la ciudad. Esta línea cobra cierta materialidad al hacerla coincidir con el límite físico que constituye las calles rodadas en sí. El borde virtual se confunde y refuerza con el borde físico.

Como explica Farías, esos límites marcan las localizaciones de las prácticas urbanas, organizando espacialmente las experiencias y prácticas de los distintos usuarios, las de los turistas por un lado y las del resto de usuarios por otro. Y concreta, aludiendo a Lefebvre (1991), que «el carácter generativo de los mapas turísticos en este sentido, se asocia con su capacidad de transformar “espacio cuantificado” en “espacio calificado” (Farías, 2011)». Mediante esta operación diagramática el mapa turístico califica ciertos espacios, como localización de prácticas urbanas disponibles o compatibles con ciertas prácticas turísticas.

En este plano además, se habla de un cambio de modelo turístico. A los atractivos turísticos de monumentos e hitos de interés se han añadido otros como los gastronómicos, o el shopping. Donde las narrativas se

ambientales», Judd (1999) las llama «burbujas turísticas» y Edensor (1998) «espacio turístico enclavado». Todos ellos hacen alusión a un espacio extraído de su ambiente local.



ofrecen organizadas por temas perfectamente encuadrados y acotados, y donde incluso los temas se trasladan al mapa experimentado en forma de recorridos perfectamente marcados y diferenciados.

(3) Colocación de objetos.

La tercera operación diagramática que comenta Farías arranca desde los estudios de Niklas Luhmann³¹, quien subraya la particularidad del lugar, pero no desde el papel constitutivo de los bordes –como Casey–, sino desde cómo los ‘objetos’ producen lugares y, por tanto, ‘espacios’. Aclara que los lugares constituyen posiciones que pueden ser ocupadas por un solo objeto a la vez, aunque también pueden ser autónomos, al menos temporalmente, de los objetos y de sus identidades. De modo que un lugar puede ser reconocido como tal incluso después de que el objeto que lo ocupaba se desplace, siendo para Luhmann esta diferencia entre objeto y lugar lo que genera el espacio.

Este enfoque motiva el estudio de las formas en que los objetos son colocados en los mapas turísticos y los espacios que se producen mediante esta operación. Si Luhmann consideraba la colocación de los objetos de manera individual, Löw lo hacía respecto a múltiples objetos, distinguiendo dos operaciones. Una de ‘espaciamento’ –proceso de colocar espacialmente múltiples objetos– y otra de ‘síntesis’ –que conlleva transformar estas colecciones de objetos en conjuntos integrados–. Ambas operaciones son centrales para entender como los mapas turísticos producen espacios en este particular modo –emplazando estratégicamente las atracciones turísticas–.

Al respecto dice Farías que los mapas turísticos gozan de gran libertad para elaborar las geografías turísticas a través de la localización de sus objetos de interés. Pueden elegir representar un pequeño número de objetos, sólo cierto tipo de objetos y no otros. O representando ciertos objetos en ciertos lugares en un modo diverso de los que existen en otra parte de la ciudad.

En concreto este es el caso del mapa anterior, en el que únicamente las iglesias que están dentro de la zona que se había sombreado de verde (junto a otros edificios de interés), son representados según su volumetría. Se pretende mostrar así una zona concreta de la ciudad –su centro histórico– cuya densidad monumental es considerable y, por tanto, debe ser destacada. Además, este hecho de representarlos mediante su volumetría también es crucial, ya que los singulariza y los separa por completo de su entorno urbano. Es de esta descontextualización que acontece alrededor de los objetos turísticos así representados, de la que hablan del Casino y Hanna y a la que hacíamos mención antes en el apartado de “(re)presentando lo invisible ...y lo visible”.

En resumen, la disposición de los objetos turísticos en el mapa, produce un tipo de espacio que no es simplemente simbólico, sino que imprime el ‘diagrama operacional’ que condiciona las formas en las que se articula el espacio físico.

³¹ Luhmann, N. (2000) *Art as a social system* Berkeley, CA: Stanford University Press. Citado en Farías, 2001, pp. 406, 407.

(4) Desplazamiento plegado.

El último diagrama operacional viene derivado del trabajo de Michel Serres³², quien tras estudiar la relación entre espacio y lugar, determinada por las preposiciones ‘debajo’ y ‘dentro’³³, aclara que el lugar no deriva ni de los bordes, ni de la posición de objetos, sino que se trata de un ‘pliegue’. Una duplicación que produce un interior, pero que es el resultado de una operación en el exterior. El pliegue hace posible pasar del lugar al espacio y del espacio al lugar, según una especie de continuidad. En este sentido, aclara Farías que, «el lugar no surge a través del borde, sino más bien a través de un desplazamiento, desde el interior hacia el exterior, del cercano al lejano, del cerrado al abierto. El lugar entonces implica no sólo un espacio plegado, sino sobre todo, un desplazamiento plegado (Farías, 2011, p. 409)».

Los mapas turísticos son expertos en doblar desplazamientos, creando una especie de simultaneidad entre el aquí y el allá, lo cercano y lo lejano, lo interior y lo exterior, una atracción y la siguiente, constituyendo, dice Farías, «una geografía del movimiento contenido». Este plegamiento deviene como operación visual en los mapas turísticos a través de las rutas señaladas en ellos, entendidas estas como operaciones diagramáticas que constituyen el espacio de destino por desplazamiento plegado.

En estos casos, las conexiones vienen ya realizadas y las rutas propuestas, incluso tematizadas en función de los intereses de los usuarios. Lo cual parece fijar y acotar todavía más, las posibilidades, los tour y los mapas en sí.

Pero como aclara Farías, estas rutas no son trayectorias vectoriales que prescriben un movimiento unidireccional por un espacio continuo, salvo que así se decida subiendo en la primera parada del autobús y bajando en la última. Sino que las rutas emergen del entrelazamiento entre múltiples lugares de un espacio discontinuo. Discontinuidad que no deriva de irrupciones de lugares en un espacio continuo, sino como contención del espacio continuo de la ruta, en cada lugar indicado. A lo largo de la ruta, los lugares no están definidos por aristas ni por objetos, sino a modo de estaciones que recorrer o que atravesar. Cada estación / lugar está entretejido con otros marcados en la ruta, y su posición se define de manera relacional. Este entrelazamiento de lugares / estaciones, que origina la ruta, puede ser considerado como la forma mínima de desplazamiento que, incluso, no requiere de movimiento físico. La ruta trae consigo estos desplazamientos turísticos plegados, que pone a disposición del turista para que él los despliegue mediante sus prácticas reales.

La otra forma en la que, según Farías, las rutas turísticas constituyen el espacio de destino tiene que ver con la relación que se establece entre el espacio de la ruta y el espacio urbano adyacente. Ya que la ruta no sólo se define por los desplazamientos doblados que contiene dentro de sí, sino según la relación constitutiva y tensional con el exterior que le rodea. La ruta no es un borde, sino una cresta, un cerro de montaña que crea un espacio de gradientes a ambos lados de límites borrosos.

En síntesis, «el enfoque diagramático ofrece una perspectiva única sobre las operaciones espaciales de las

³² Serres, M. (1995) “Atlas”. Madrid: Cátedra. Citado en (Farías, 2011, p. 409)

³³ Serres no concibe el espacio como ‘debajo’ y el lugar como ‘dentro’, sino que el lugar contiene al espacio dentro de él mismo.

rutas en los mapas turísticos. En lugar de una forma frustrada e incompleta de movimiento, las rutas en los mapas turísticos suponen un doble plegado del espacio. Por un lado, la ruta supone un plegamiento de los lugares entrelazados que llevan consigo una forma de desplazamiento sin movimiento. Por otra parte, la ruta dobla el espacio que lo rodea para operar como una cresta que constituye una zona turística más amplia (Farías, 2011, p. 411)».

□ Interacción territorio-usuario-mapa.

Cuando los usuarios reciben toda esta información y salen de la oficina turística con su mapa bajo el brazo, son ellos los que deciden como proseguir su visita. Unos optan por hacer a pie, las rutas sugeridas para hacer en coche, lo cual da un giro total a sus experiencias. Otros, en cambio, optan por montarse a un autobús y mirar por las ventanas en las direcciones propuestas por la narración del conductor o por la locución automática.

Para los conductores de esos autobuses turísticos la historia seguramente es muy distinta. Idéntico tour, con idénticos comentarios repetidos una y otra vez en sus recorridos diarios. Las únicas variaciones son las que introducen los posibles cortes de calles, que motiven rutas alternativas y la interacción con los usuarios –cada grupo de turistas es diferente del anterior–.

El consumo del mapa también está relacionado con la interacción corporal que provoca en los espacios que recoge. Así como de las narrativas que propone para cada uno (recorridos a pie, a caballo, para familias...). Se trata de un proceso productivo, en el que los turistas participan simultáneamente (re)produciendo y consumiendo el espacio, haciendo preguntas, leyendo, marcando en el mapa o haciendo anotaciones. Incluso tomando en consideración o ignorando las informaciones o las recomendaciones que reciben. Como ya veíamos en palabras de Shields, los cuerpos son espaciados, sus comportamientos, gestos, acciones o ritmos de sus rutinas diarias son producto de un consenso socialmente aceptado y considerado apropiado para cada lugar en particular. Esta relación está grabada en la memoria somática de cada individuo y como tal ayuda a componer los mapas de manera intertextual –siendo parte constitutiva de las

Figura 34. Folleto Málaga Tour. Hop On Hop Off (2011)



Mov.3
234

identidades y de los espacios–.

¿Cuántas veces hemos pasado por calles mirando el mapa o el navegador, tratando de averiguar dónde estamos y de interpretar correctamente las indicaciones que nos daba, para llegar a un determinado lugar de nuestro interés, sin prestar ninguna atención al escenario que nos estaba rodeando en ese momento en concreto? A través de este comportamiento corporal y mental hemos reproducido y alterado el espacio mapeado. Hemos obviado (voluntaria o involuntariamente) un espacio que estaba recogido en el mapa, o lo hemos cargado con las percepciones que nos otorgaban nuestros sentidos (olores, sonidos, sabores...). En estos casos, la representación del espacio que se hallaba en nuestras manos –el mapa–, se convierte en parte y parcela de esas experiencias, en parte del recuerdo de Málaga como lugar, en motivo de la conversión del lugar intuido en paisaje experimentado.

Es en este modo, en el que la representación que a priori aparece en el mapa puede ser sobrepasada y usada en diferentes formas. Como actor individual puede marcar en el mapa sus restaurantes favoritos, las tiendas de souvenirs o antigüedades que ha visitado o nuevos objetos de su interés que no están referenciados en el mapa. Bajo este sentido es bajo el que del Casino y Hanna³⁴ afirman que los mapas nunca están del todo completos, ni tampoco su sentido puede ser completamente inscrito a través de su producción, sino que en el caso particular de los mapas turísticos, su consumo es a la vez producción. Los espacios mapeados son procesados y contestados, aunque se encuentren temporalmente fijados a través de ciertas prácticas de consumo presentes en su representación.

En definitiva, lo que del Casino y Hanna vienen a constatar en su artículo, es que los procesos de mapeado no pueden centrarse ni en el consumo, ni en la producción, ni tampoco ponerse del lado de la representación o de la práctica, sino que ambas partes de estos conceptos binarios son constitutivas. De este modo, instan a la cartografía crítica a descomponer las fronteras entre producción y consumo, autor y lector, sujeto y objeto.

□ Geoexperiencias app

En 2012 la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía con el respaldo del Fondo Social Europeo, lanzó una nueva aplicación llamada Geoexperiencias, cuyo propósito consistía en completar la experiencia turística con la historia y la cultura menos conocida de las ocho capitales de provincia de Andalucía. Una aplicación basada en la localización que permite a sus usuarios conocer leyendas, curiosidades, fotografías antiguas... a medida que se desplazan por los lugares donde acontecieron esos hechos, a través de un sistema de notificaciones. Profundizando en la cultura más desconocida se ha sacado a la luz gran cantidad de información que viene a completar a la que figura en las guías tradicionales, curiosidades, leyendas y tradiciones orales...

³⁴ (del Casino y Hanna, 2006)

Con respecto a la misma se prevé que en fases posteriores, sean los propios usuarios los que puedan añadir sus informaciones con la utilización de la tecnología wiki. Sin lugar a duda esta fase será la que marcará la diferencia en el uso de la aplicación, al dar la posibilidad de que se convierta en una herramienta colaborativa, de ámbito social, en el que los consumidores se conviertan a su vez en productores y transmisores de saberes ocultos.

Según reza en la web de los creadores (isolucion.es), la intención es que de los cascos históricos de las ciudades andaluzas pasen a incluir los principales municipios andaluces, con el fin de poner en valor también su cultura, patrimonio e historia. También apunta, que la promoción de la aplicación se lleva a cabo a través de las instituciones, entidades turísticas: ayuntamientos, oficinas de turismo, asociaciones de hoteles... Que está planteada para que sea autosuficiente en la organización de las rutas. Y que no tiene límites geográficos para la inclusión de nuevos puntos de interés.

La verdad es que así visto, parece de una potencialidad increíble. El hecho de no tener limitaciones geográficas puede ayudar a visibilizar partes de las ciudades y paisajes latentes de gran interés, esos otros paisajes localizados en la periferia de los ‘paisajes nucleares’ de los que hablan Lapayese y Gazapo.

1.2.3/ La nueva cartografía desde la crítica.

La diferente cartografía presentada hasta el momento, –mezcla de arte y ciencia por un lado, y de tecnología y prácticas turísticas por otro–, corresponde a épocas históricas determinadas. En cada una, sociedad y cultura –aun en constante evolución y cambio–, se movían en campos distintos: analógico al principio para entrar en el digital más tarde. Como ya se ha visto, la relación que han ido estableciendo los actores entre espacio, tiempo y realidad en cada momento, respondía a los marcados de sus tiempos: el tiempo ‘biológico’, el tiempo ‘objetivo’, el tiempo ‘intersubjetivo’; al principio, cuando todavía no había intermediado la esfera digital. Para acoplarse a continuación a este panorama, el tiempo efímero, fugaz, e incluso la ausencia de tiempo –la simultaneidad–, perseguida por la democratización de la tecnología.

Las páginas precedentes han puesto de relieve las mutaciones más relevantes que han sufrido los mecanismos sociales, políticos y culturales en los últimos tiempos. Partiendo de este cambio de paradigma, adquiere plena justificación que ese ‘cambio de mirada’, del que tanto se viene hablando, sea aplicado a los mecanismos que gestionan la representación del territorio en general y de los territorios turísticos en particular. Junto a ello, también deben crearse nuevas herramientas de producción de realidad e imaginación para poder crear impulsos emancipadores, y todo ello, en sintonía con la creación de un nuevo concepto de democracia, capaz de rechazar la idea inventada de una sociedad consensuada frente a la realidad de conflicto continuado.

Ya hemos visto el interés y el potencial de las representaciones de los espacios en general y de los espacios del turismo en particular. Son ellas en primera instancia, las que favorecen y visibilizan unos aspectos, en

detrimento de otros. Sin saberlo o quizás a conciencia, son productoras de realidad en el sentido que apunta Pérez de Lama. «Nuestras interpretaciones de lo real tienden efectivamente a conformar la orientación de las transformaciones del mundo, haciendo aún más cierta esta idea de que nuestras interpretaciones de lo real producen lo real (Pérez de Lama, 2009)». El hecho de que la realidad que habitamos no esté dada a priori, sino que supone una construcción cultural, es uno de los aspectos clave del pensamiento deleuziano-guattariano. Otro posicionamiento clave que se relaciona con el hecho turístico, es el posicionamiento del ‘deseo’ (o más bien de la multiplicidad de ellos) como motor de la vida y de los devenires, que han sustituido a la centralidad del ser.

□ Cuestionamientos a las prácticas cartográficas tradicionales. El mapa deleuziano-guattariano.

Aunque durante mucho tiempo la cartografía había constituido una práctica incuestionable, junto con el resto de herramientas derivadas del sistema euclidiano occidental. Alan Bishop³⁵ sería uno de los primeros en sugerir la existencia de otras fórmulas espaciales y de otros sistemas matemáticos (lógicos) contrapuestos al sistema occidental, pero totalmente válidos.

Algunos cartógrafos habían emprendido revisiones críticas de sus propios trabajos durante finales del pasado siglo. Pero será Brian Harley³⁶, uno de los primeros que, como veíamos antes, matizaría hacia 1989 la relación existente entre creación cartográfica, contexto socio-cultural y sistemas de poder-conocimiento. En España se produjeron mapas alternativos del territorio geopolítico del Estrecho de Gibraltar, Sevilla, Barcelona, Madrid y Málaga³⁷ durante los años 90 (basados en las experiencias de investigaciones militantes y de guerrillas de la comunicación) y a principios de los 2000 en los ciclos de contracumbres. Diana Padrón Alonso³⁸, historiadora del arte, experta en cartografía crítica, y autora del trabajo “Prácticas Cartográficas Antagonistas en la Época Global. Catálogo de Mapas Críticos”, hace un interesante recorrido por los promotores internacionales de esta revisión cartográfica, que desde las distintas disciplinas, se cuestionaban la validez o la idoneidad de la práctica hegemónica en relación a su campo específico. Esta revisión por un lado complementa a la que realizan por su parte del Casino y Hanna³⁹ y por otro, acerca la cuestión a nuestro país, pero sobre todo lo centra en las prácticas que provienen del arte, en tanto máquina ecosófica productora de subjetividades. Hackers, arquitectos, urbanistas que establecen sinergias importantes, y plataformas colaborativas como meipi.org que permite compartir experiencias cartográficas online. Este recorrido desemboca en la relectura que José Pérez de Lama⁴⁰ realiza del trabajo de Deleuze y Guattari, quienes generan una nueva noción de mapa.

Esta novedosa concepción del mapa en su acepción deleuziano-guattariana apela, como ya veíamos, en primer lugar a la ‘acción’, por encima de la ‘representación’. «Siguiendo a Deleuze y Guattari, la idea de cartografía o mapa no se limita ya al dibujo que representa en dos dimensiones un territorio geográfico

³⁵ Bishop, Alan. *The Secret Weapon of Cultural Imperialism, Race and Class*. London, 1990. Citado en (de Diego Otero, 2008)

³⁶ Para más información ver: Harley, J. B. *Cartography, ethics and social theory*. En *Cartographica* 27, no. 2, 1990; Harley, J. B. “Deconstructing the map”, 1989, disponible en: http://hackitectura.net/osfavelados/2009_proyectos_eventos/200907_cartografia_ciudadana/Harley1989_maps.pdf [último acceso: 29/11/2016]

³⁷ Realizados por el grupo Cartac.

³⁸ (Padrón Alonso, 2015)

³⁹ (del Casino & Hanna, 2006)

⁴⁰ (Pérez de Lama, 2009)

– sino que, como herramienta de conocimiento y producción de lo real, se extiende a cualquier (re) presentación de una situación compleja que sitúa sobre un mismo plano (metafórico) relaciones y elementos heterogéneos, procesos sociales, políticos, mentales o tecnológicos, acontecimientos, lugares, imaginarios, etc. La cartografía, el mapa o el diagrama, podemos anticipar, sustituyen la idea de (descripción de un) sistema o estructura (Pérez de Lama, 2009, pág. 125)».

Efectivamente, parafraseando a Deleuze y Guattari: «el mapa no reproduce un inconsciente cerrado sobre sí mismo, lo construye. Contribuye a la conexión de los campos, al desbloqueo de los cuerpos sin órganos (...) Un mapa es siempre asunto de performance (...) el deseo siempre se produce y se mueve rizomáticamente (...) (Deleuze & Guattari, 1988, p.17)». Al respecto, destaca Pérez de Lama esa idea de producción de inconsciente, de ‘nuevos deseos’, como la más destacada de estos autores, junto con la que se presenta con la imagen de la avispa y la orquídea.

«La avispa se alimenta de la orquídea y ésta se reproduce gracias a la actividad de la primera; podríamos decir que constituyen, haciendo mapa, un intenso devenir común. Hacer mapa, en este sentido, sería componerse con otras cosas para dar lugar a un devenir común que no pre-existe, a un nuevo acontecimiento de lo real».

(Pérez de Lama, 2009, pág. 128)

Padrón Alonso destaca el poder de la ‘cartografía antagonista’ para despertar impulsos emancipadores, capaces de devolver autonomía a los individuos capaces, así, de ejercer su derecho a la libertad. Las fórmulas antagonistas que utiliza el arte contemporáneo en los procesos de cartografiado, constituyen una táctica de empoderamiento permitiendo que los individuos puedan gestionar su propia representación, a través de procesos representativos.

Estos procesos antagonistas también son los encargados de rescatar ‘otras historias’, esos paisajes latentes, o esos conflictos y subjetividades que forman parte de lo invisible –ya sea por ocultado o por olvidado–. Esas ruinas del pasado a las que aludía Smithson, a partir de las que poder proyectar el futuro. «Los cartógrafos antagonistas son también arqueólogos del futuro (Padrón Alonso, 2011)».

Además del trabajo curatorial de Padrón Alonso donde se visibilizan muchas de las investigaciones, artísticas y expositivas que trabajan en este sentido, queremos destacar otro titulado “the Mapmaker Manifesto”. Se trata de un trabajo curatorial igualmente, realizado por la empresa Stamen⁴¹, surgido en 2014, en respuesta a la llamada participativa realizada por la Istanbul Design Biennial, de título “The Future is Not What it Used To Be”.

«Habla en las imágenes siempre que sea posible. Estructura tus datos, pero asegúrate de dejar cabida para lo inestructurado. Articula función y forma con equidad. Transforma lo ambiguo oscuro y complejo en bello, participativo y accesible. Representa los datos con exactitud. Deja a los datos decir lo que quieran decir, respeta el mensaje. Controla el balance entre lo literal, lo abstracto y lo artístico. Has de saber cuándo mostrar los puntos en el mapa o solo los puntos.



Figura 35. Imagen de la web de Mapmaker Manifesto.



⁴¹ Stamen es una empresa americana, líder mundial como proveedores de visualización y análisis de datos estratégicos.

⁴² Esta es la traducción propia que reza bajo el “Manifesto” del trabajo presentado a la Bial de Diseño de Estambul.

Haz tus propios mapas y compártelos, elabora tus propios datos y compártelos. Recuerda porque estás haciendo el mapa y para quien lo estás haciendo. Recuerda que todo el mundo somos “mapmaker”. Recordad hacer los mapas juntos»⁴².

Como vemos se trata de toda una declaración de intenciones, en la línea que proponen Deleuze y Guattari.

«...**hacer mapas, construir mapas...**—hacer paisajes— **el mapa es abierto...**—el paisaje es abierto— es conectable en todas sus dimensiones, desmontable, reversible, susceptible de recibir constantemente modificaciones...

Mapificar la profundidad de este lugar. Leer entre líneas, dibujar entre líneas, oscilar entre tamaños, descubrir las misteriosas energías y entrelazar los mundos macroscópicos con los mundos microscópicos, advertir las líneas de conexión, los sistemas complejos con similares patrones de comportamiento. Así es la lectura de los paisajes-cuerpo, cuyo siguiente paso es el acto de nombrar. »
(Lapayese & Gazapo, 2009, págs. 104, 106)

1.2.4/ Contracartografías, ¿método de protesta o futuro próximo del arte cartográfico colaborativo?

«Bases de datos geolocalizados de los casos de corrupción de los partidos políticos, mapas de los recorridos de las marchas desde diferentes puntos de la geografía del estado a las sedes del poder político en Bruselas o Madrid, aplicativos para smartphone con las ubicaciones de las sucursales bancarias para organizar acciones directas, listas geolocalizadas de hospitales y centros de salud cerrados por las políticas de austeridad, mapas con sistemas de alarmas para sincronizar la acción de grupos de personas desconocidas para impedir que familias sean expulsadas por la fuerza policial de sus casas, mapas de la ciudad con puntos en rojos donde viven o trabajan los dirigentes políticos que han votado en contra de la iniciativa de ley popular sobre el problema de los desahucios, planos de las distribuciones de los espacios en las acampadas de las plazas ocupadas, definición de las posiciones sobre el mapa de los distintos actores humanos y no humanos alrededor del Congreso de los Diputados –vallas, comisarías de policía, cámaras de vigilancia, furgonetas antidisturbios—... son algunos ejemplos de las diversas y creativas formas de los mapas producidos alrededor del acontecimiento-movimiento 15M».
(de Soto, 2014, p. 365)

Si las distintas prácticas artísticas habían venido produciendo diferentes modalidades de contracartografías⁴³, a través de talleres, workshops y derivas que planteaban su revisión crítica, el fenómeno del 15M⁴⁴—como ningún otro fenómeno de revuelta anterior—, sería el laboratorio que destilaría todas sus modalidades de manera casi automática.

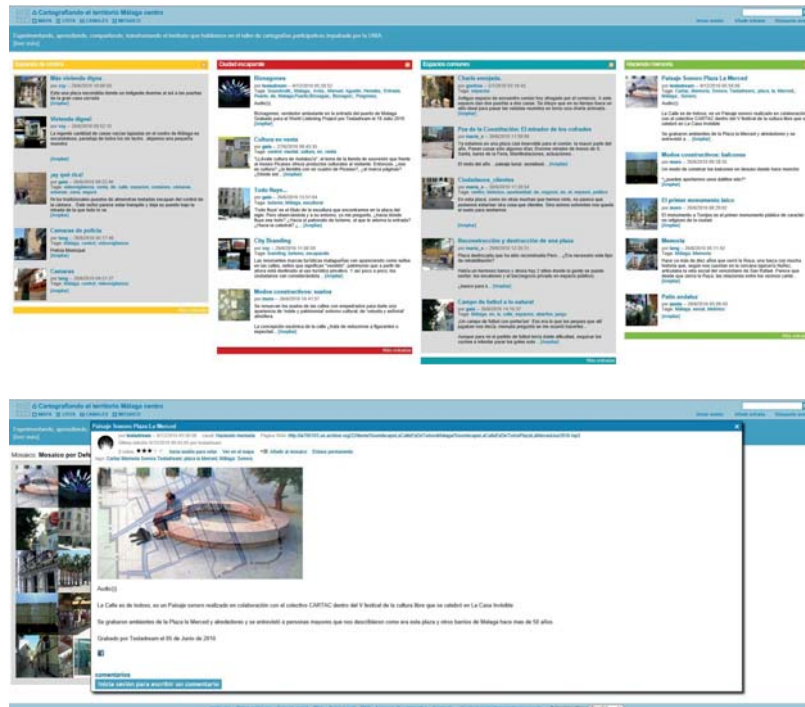
Padrón Alonso establece una serie de categorías desde las que analizar la producción contracartográfica que de manera más relevante se ha ido produciendo a nivel internacional durante los últimos años. Las cuatro categorías son: ‘cartografías o mapas del conflicto’, ‘de memoria’, ‘del imaginario’ y ‘en tiempo real’. Pertenecientes a estas categorías reproducimos aquí algunos de los ejemplos propuestos por Padrón Alonso, para ilustrar cada una de ellas. Concretamente los que nos han parecido más interesantes por contener puntos de conexión con nuestras reflexiones o nuestro territorio.

La cartografía o ‘**mapas de conflicto**’, ponen de manifiesto que el espacio no es un lugar de consenso y

⁴³ Esta creación es la que analiza y presenta de manera curatorial Padrón Alonso en su “Catálogo de Mapas Críticos”, o Stamen en “the Mapmaker Manifiesto”. Creaciones que no sólo quedaron a nivel de reflexión y muestra artística, algunas serían utilizadas como pruebas diagnósticas previas a intervenciones sociales o urbanas posteriores.

⁴⁴ Entendido el 15M como clima, que arranca en 2009, más que como movimiento o acontecimiento puntual.

Figura 37. Mapa colaborativo en software Open Source. Cartografiando el territorio de Málaga Centro.



⁴⁷ Véase: <http://meipi.org/loquemalaganocuenta.categories.php>

⁴⁸ Véase: Perec, G. (2008) *Lo infraordinario*. Madrid: Impedimenta.

⁴⁹ A través del Seminario di Ricerca e Formazione de la Fondazione Barruchello, dirigido por Carla Subrizi y Anna Cestelli Guido, en colaboración con la Galleria Nazionale d'Arte Moderna di Roma, el MACRO, el Instituto Cervantes, la Accademia di Spagna, el Archivio del Movimento Operaio, Casa Internazionale delle Donne, Edizioni Derive e Appropi, la Sapienza Università di Roma, y el Studio Colombari&De Boni.

aproximadamente en la misma línea que el anterior. El objeto de reflexión y experimentación fue la ciudad, para lo cual se utilizaron como métodos: workshops y derivas. La misión principal consistía en generar puntos de vista novedosos en torno a la ciudad, acudiendo en la reflexión a conceptos como la ‘narración espacial’, lo ‘infraordinario’⁴⁸ o los ‘microrrelatos’.

En la misma línea de investigación turística que nosotros proponemos se realizó en el año 2007, un proyecto titulado “Mappa di Roma”, coordinado por Rogelio López Cuenca⁴⁹, que formaba parte a su vez de un proyecto mayor titulado “Roma 77”. Inicialmente se promovía el regreso a los años setenta para recuperar su historia, y desde allí volverse a plantear las cuestiones que determinaron la construcción icónica de la ciudad a través de su itinerario turístico. Itinerario que, como consecuencia, deja atrás otras narrativas. Roma, ciudad turística desde antes de la existencia del mismo concepto de ‘turismo’, desde antes de que su industria se convirtiera en la primera para esta ciudad y para muchas otras. Roma no es más que la serie de imágenes que este nombre trae automáticamente a la mente: Fontana di Trevi, Coliseo, Plaza del Pópolo... Todo fruto de una elaborada construcción histórica de los grupos que tienen el poder para elaborarla, limpiarla de conflictos y unificarla, convirtiéndola en la historia oficial.⁵⁰

Se realizó un proceso de contracartografiado que consistió en confrontar modelos de vida, relaciones

entre política y cultura, sociedad y medios de comunicación, interrelacionando arte, tejido urbano y esfera pública, creando un texto polifónico que no rehúye la contradicción, sino que la evidencia.

Cartografía o ‘**mapas del imaginario**’, son aquellos que, según Padrón Alonso, «buscan otras formas de experiencia, nuevas subjetividades basadas en el pluralismo. (...) Apuestan por la multiplicidad de formas de entender la vida, reales o imaginadas; pasadas, presentes o futuras; a través de cartografías que se visualizan en mapas de todo tipo. (...) sonidos, olores, sabores, imágenes, lugares, ideas, sueños o espacios (...) da prueba de la gran diversidad de soportes posibles para la cartografía en cuanto proceso. (Padrón Alonso, 2011, p. 82)».

Es el caso del “Mapa del futuro abandonado”, que propone Regina de Miguel en 2006. Explica la autora que, a partir de los mapas geográficos que ilustran el desarrollo económico e industrial, superpone el término, de Ignasi de Solá Morales, Terrain Vague, –lugar expectante, potencialmente aprovechable, y partícipe de la doble condición de: vacante, vacío e improductivo, al tiempo que: indefinido y sin límites–. Este concepto se encuentra con el de los ‘futuros abandonados’ de Robert Smithson, en esa creencia suya de que lo nuevo siempre surgiría entre los restos de lo anterior, entre las grietas y las ruinas que había abandonado el pasado. [Nos resultan de gran interés las variables propuestas en la leyenda.]

En la línea de mapas del imaginario, en este caso ‘sonoro’ (en el contexto de los estudios aurales ⁵¹) ha venido trabajando el colectivo Escoitar. Con el objetivo puesto en la promoción de la escucha activa como vía de conocimiento y de estudio de la sociedad a través de su imaginario sonoro, para la posterior puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial. En el proyecto se fomenta la participación social en dicha construcción, a través de la creación de archivos sonoros geolocalizados en formato de cartografía, que cualquier interesado podía incorporar. Su labor sobrepasa a la del mero repositorio para instalarse en la promoción del «entendimiento y fomento de los diferentes modos de escucha colectivos -históricos, sociales, culturales...- e individuales -psicológicos- y reivindicar la inclusión del oído entre las cuestiones epistemológicas para así fomentar una escucha crítica (escoitar.org)».

En este sentido es en el que plantearían su experiencia “no tours”. Es decir, entendiendo la audioguía como un dispositivo que, superponiendo información cultural y aural, ofrece información sobre espacios relevantes y de interés público, no tours propone cuestionar su valor, así como el de los discursos oficiales, cerrados y lineales que contienen. Se trata de un modo de reivindicación del papel secundario que se le ha concedido a la escucha frente a la visión, del ‘paisaje sonoro’ de cada ciudad y cada momento.

No tours se apropia del sentido de la escucha y provoca la vivencia de cada sitio en concreto de una manera novedosa, genera situaciones sonoras en función del lugar. Esa es su vinculación con la cartografía.

Bajo esta categoría de ‘mapas o cartografía del imaginario’ se encuadra también el experimento “City Walks” de Andreja Kuluncic en Zadar, Croacia, en 2001, consistente en la propuesta de una guía turística

⁵⁰ Manifiesto de Rogelio López Cuenca para el proyecto “Mappa di Roma”, 2007.

alternativa. Utilizando la misma estética de una guía tradicional, se presentaban historias alternativas. Entrevistas a la gente corriente que hablan sobre la vida cotidiana en Zadar, aspectos que permanecen ocultos a los turistas y visitantes, y que son visibilizados mediante este trabajo. Estas entrevistas son transcritas y referenciadas con números en un mapa que las acompaña según el diseño de un típico folleto de información turística, que se reparte por la calle o en las oficinas de información turística.

A las anteriores y para terminar, Padrón Alonso añade los **‘mapas en tiempo real’**. Este tipo de cartografía la define como ‘contra-urbanística’ por abogar contra el propio concepto del urbanismo, que se refugia en su permanencia, sin vocación de modificación a corto plazo. Representar la vida como sucesión de momentos espontáneos necesita un medio afín, en el que su carácter efímero tenga cabida. Esta flexibilidad la proporciona el medio electrónico y concretamente sistemas que permitan la participación: subida, descarga, utilización de hipervínculos... Es el caso de las webs 2.0.

“Inventar Jugant”⁵², fue un taller que tuvo lugar en 2009 en Figueras, dentro del evento “WikiPlaza Figueras” consistió en una performance relacionada con la consideración del espacio público, en la cual cada participante intervenía sobre el pavimento aportando su versión inventada del entramado urbano, en una suerte de gran cartografía del imaginario efímera y por tanto en tiempo real.

“Megafone.net” es una plataforma que fue creada por Antoni Abad como proceso del trabajo de una serie de proyectos destinados a dar visibilidad a colectivos en riesgo de exclusión social –México DC, 2004; Lleida, 2005; León, 2005; Madrid, 2005; Barcelona, 2006; Costa Rica, 2006; Sao Paulo, 2007; Genève, 2008; Colombia, 2009; Argelia, 2009–. El artista encargado del proyecto facilitó a los participantes de herramientas de autorrepresentación –móviles con cámaras y GPS, a los que llamó megáfonos, por su capacidad para contar historias, actividades y relaciones sociales alternativas–.

“Alt-terats” es un proyecto que el Colectivo Rotor⁵³ desarrolla en 2004, en Ciutat Vella, Barcelona. En él se reivindican rutas de exploración que posibiliten el acceso a los tejados de las viviendas del casco antiguo de Barcelona, entendido como ‘bien común’, a partir de ‘derechos de paso’ concedidos por propietarios o responsables de los accesos. Ello quedó plasmado en un mapa territorial dinámico y espontáneo, ejecutado en tiempo real.

“Guías de descampados” es un proceso de cartografiado que Lara Almarcegui lleva realizando desde 1999, por distintas ciudades como Amsterdam, Lund Sao Paulo o Bilbao. Se trata de la detección y elaboración de listas georreferenciadas de espacios híbridos entre la ruina y la vida pública –heterotopías de la modernidad, que diría Foucault–. Visibilizándolos la artista crea la posibilidad de crear nuevos imaginarios, nuevas fórmulas de uso y habitación de los urbano. En sus procesos a menudo se incluyen intervenciones enfocadas a la recuperación e integración social de estos lugares, trabajos de documentación y elaboración de mapas. [En esta misma línea se moverían nuestros ‘espacios de posibilidad’].

En todos los ejemplos visibilizados, el mapa era entendido según la concepción deleuziana-guattariana,

⁵¹ Entendidos en su sentido más amplio como aquellos estudios culturales que proponen el sonido como sujeto transversal de disciplinas tradicionales (historia, geografía, biología, arquitectura, psicología...) y cuya finalidad es comprender y estudiar los significados y valores asociados con el acontecimiento sonoro más allá de procesos musicales o hablados.

como «”más acción que representación; la cartografía, antes que representar un mundo que esté ya dado, supone la identificación de nuevos componentes, la creación de nuevas relaciones y territorios, de nuevas máquinas, (...) no se limita ya al dibujo que representa en dos dimensiones un territorio geográfico –sino que, como herramienta de conocimiento y producción de lo real, se extiende a cualquier (re)presentación de una situación compleja que sitúa sobre un mismo plano (metafórico) relaciones y elementos heterogéneos, procesos sociales, políticos, mentales o tecnológicos, acontecimientos, lugares, imaginarios, etc.” (de Soto, 2014, p. 361)».

□ De la reflexión a la acción... Los mapas del 15M.

Nos interesa ahora pararnos en el acontecimiento del 15M, porque ejemplifica a la perfección cómo todas estas reflexiones anteriores sobre distintos espacios, cristalizan unidas en torno al ‘clima’ común que genera el 15M. El viraje de los mapas hacia la representación del espacio de los flujos sería una de las características fundamentales de estos mapas, pero lejos de instalarse en la sola representación, se constituyen en ‘acción’. Como se decía antes, los mapas se habían convertido en instrumentos colectivamente utilizados para representar un ‘paisaje latente’ que estaba tomando materialidad. Por un lado, adoptaron la función de ‘analizar y diagnosticar la realidad’, y por otro, la de ‘organizarse y actuar frente a dicha realidad’. El arquitecto Pablo de Soto reflexiona en torno a su producción y categoriza los modos de proceder según dos tipos: al primer grupo dice corresponder los, ‘mapas de malestar’ y al segundo grupo los ‘mapas de la potencia’.

Los ‘**mapas del malestar**’ son mapas descriptivos y de diagnóstico, que a partir de datos públicos construyen representaciones críticas. Son las «cartografías de conflicto» a las que se refiere Padrón Alonso. En relación al 15M respondían a una primera fase, en la que el clima latente de la revuelta se empieza a apoderar de un gran número de personas, que ven sus derechos menoscabados ante los planes de austeridad. De manera sin precedentes, estaban siendo representados algunos de esos ‘paisajes latentes’ de la ciudad. Es el caso del mapa “corruptódromo”, elaborado por la plataforma ciudadana ‘No les votes’, que situaba en la geografía española los casos documentados de corrupción, con una ficha técnica adjunta que incluye todos los datos referentes tipo: partido, lugar, delito o enlace para más Info.

“Casas tristes”, relacionado con el problema de acceso a la vivienda, recogía las casas vacías en España, denunciando su altísimo porcentaje.

“Ciudades sin fronteras”, relacionado con la discriminación de inmigrantes y la reivindicación de la libertad y los derechos sociales y laborales. En él se localizaban espacios de exclusión, checkpoints, Centros de Internamiento de Extranjeros, controles de identidad, redadas en locutorios...

Los ‘**mapas de la potencia**’ nacieron como mapas interactivos de organización y acción, que funcionaron

⁵² Dirigido por Sussana Tesconis y Penélope Serrano con la colaboración de la Sociedad Cooperativa Hackitectura, en el marco del Encuentro de Arquitecturas Colectivas.

⁵³ Vahida Ramujkic en colaboración con Laia Sadurni forman en 2001 el duo-colectivo Rotor, cuya producción se basa, entre otras cosas, en mapas temporales en barrios en transformación, exploraciones, safaris urbanos...

por agregación. Equivalentes a la categoría de ‘cartografía en tiempo real’ de Padrón Alonso, pero también a la ‘cartografía del imaginario’ o a la de ‘memoria’, según el caso, todas ellas completadas con la transcripción en la acción generada por la ‘multitud conectada’. Creados en muchos casos por hacktivistas (ya que suponen programación y mejora de software existentes). Mapas performativos que permitían «implementar una acción en un territorio concreto, y permiten “sincronizar la experiencia colectiva del acontecimiento tecnológicamente aumentado”⁵⁴» (de Soto, 2014).

“Llegan voces –dese la otra orilla del Mediterráneo–”, videoclip que sobre un mapa representa el ciclo de luchas que comenzó con la Primavera Árabe y cuyo reflejo en la orilla norte fue el 15M.

“Mapas de conversación”, herramientas de escucha activa (“tagboard”, “storify”...) entre ellas destaca “trends map” que analiza las conversaciones en tiempo real, geolocalizando las palabras o hashtags que se están produciendo.

“Interacciones entre usuarios 15M”, es una muestra geoposicionada de mensajes entre participantes del movimiento 15M en redes sociales. Y así otros muchos⁵⁵.

Los mapas del 15M han supuesto una gran innovación técnica y representativa, un desbordamiento en escala y complejidad de las prácticas cartográficas anteriores. Es el caso, por ejemplo, de los ‘**mapas conceptuales**’ utilizados para pensar y representar la historiografía del acontecimiento-movimiento, a modo de red de conceptos y enlaces entre ellos.

Otra de las tecnologías de representación más utilizada a partir de aquel momento, fueron los ‘grafos’, que son mapas de aristas y redes utilizados para visualizar set de datos. Aclara de Soto que, si bien la multitud es irrepresentable, los flujos de actividad en las redes sociales muestran una autoconciencia del movimiento acerca de sí mismo, así como de la influencia y la interacción de la calle con el ámbito digital, según mapas que representan el movimiento. Cartografías nuevas que dan cuenta de su propia representación.

Otra de las herramientas diseñadas, «para gestionar la espacialidad de los enjambres de cuerpos en un contexto de insurgencia urbana –donde puede haber violencia– (de Soto, 2014)», fueron los ‘sistemas de alerta y señales de multitud’. A través de los dispositivos móviles, se automovilizaban los cuerpos en un espacio tiempo concreto, según un principio de agregación solidaria y empática. Y según un sistema cooperativo, que Raúl Sánchez califica como, de tipo estigmérgico⁵⁷.

Este complejo e innovador panorama, se completaba con los ‘wikis y bases de datos georeferenciados’. Los wikis son páginas web que pueden ser editadas y, por tanto, contruidos por multitud de voluntarios. Enciclopedias, cartografías y multitud de textos contruidos de manera colaborativa, se han lanzado a la web desde inicios de siglo; y en el contexto del 15M se utilizaron con gran profusión.

Como afirma de Soto: «la cartografía ha devenido una práctica social instituida, fruto de la dimensión tecnopolítica creada por el acontecimiento. Combinando elementos antiguos y nuevos, la cartografía ha sido reinventada socialmente revelando su enorme importancia para los procesos de auto-organización,

acción distribuida y descentralizada, inclusividad y participación de actores diversos, y procesos de imaginación social (de Soto, 2014, p. 377)», que han logrado un componente de innovación tecnológica superior, a muchos proyectos financiados con dinero público.

Sus diferentes escalas, hablan de las dosis extremas de motilidad y de movilidad, que el ‘clima 15M’ insertó tanto a nivel local como global, y que posibilitaron agenciamientos multitudinarios transformadores, en ámbitos espacio temporales concretos. Otra consecuencia de este ‘clima 15M’ es la característica común a todos estos mapas, de que todos fueron creados por, lo que de Soto denomina, «el cuerpo máquina insurrecto⁵⁸», que todos se integran en un régimen de producción de ‘procomún’⁵⁹. Otra característica importante en relación al ‘arte de la cartografía de la multitud conectada’, es la capacidad que posibilitan las tecnologías digitales, en este clima de tecnopolítica, para cuantificar y medir la estructura rizomática, formulando como ecuación simplificadora rizoma + tecnopolítica = sistema-red. En palabras de Toret, «la tecnopolítica ha facilitado, gracias a su capacidad performativa y su inclusividad - viralidad, la capacidad de conectarnos al mundo, de creer en nuestra capacidad de afectarlo y bifurcarlo a través de su apropiación - invención modulada por emociones colectivas. (...) El sistema red en su estado de máxima actividad se manifiesta como una fuerza creciente, una máquina de producción de realidad que disputa la enunciación y la legitimidad a los poderes constituidos. Un contra socius, un cuerpo social como plano de inmanencia (Deleuze y Guattari), definido por un flujo del deseo compartido por quienes están conectados, que muestra la autonomía emotivo – cognitiva de una nueva subjetividad (Toret, 2013, pp. 85, 93)».

En analogía con el imaginario ciberpunk de las subculturas high-tech, de Soto define, el entorno construido como el ‘hardware’, la cartografía como el ‘software’ y los humanos (en tanto, partes biológicas compuestas de agua), como el ‘wetware’. Básicamente se trata de la misma analogía a la que aludíamos en el primer movimiento, establecida en relación a los imaginarios⁶⁰, siendo el ‘hardware’ el soporte físico construido, el ‘software’, lo intangible relacionado con eventos o representaciones simbólicas, donde encajaría la cartografía, a la que, de Soto añade el ‘wetware’. Dentro de la segunda dimensión de la que hablaban Paolo Russo y Arias Sans: ‘formal-informal’, aquí nos estaríamos moviendo sólo en la informal, la contra-hegemónica, en tanto manifestación espontánea no dirigida.

En definitiva, coincidimos con de Soto y con muchos otros autores, que el 15M constituyó un gran prototipo/laboratorio a muchos niveles, entre ellos el cartográfico, sentando las bases para el «futuro próximo del arte de los mapas (de Soto, 2014)».

En este futuro vienen trabajando multitud de grupos y colectivos, utilizando la cartografía como proceso y el mapa como herramienta para devolver las ciudades a la ciudadanía.

⁵⁴ Toret, J. (2013) *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Universitat Oberta de Catalunya. Internet Interdisciplinary Institute. Documento en línea: [http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20\(2\).pdf](http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20(2).pdf) [último acceso: 20/11/2016]

⁵⁵ “Mapas de los recorridos de las manifestaciones”, “Plano de la Acampadasol”, “Plazo de la acampada del 15M en la Plaza Catalunya”, “Denuncia 27M”, “Yes We Klang: Mapa sonoro de la #spanishrevolution”, “Mapa global de las acampadas”, “Mapa de la movilización global del 15O”, “Twitter maps 15O: Cartografías de la Revolución Global”, “Campaña Stop Desahucios”, “Campaña Stop CIES”, “Mapa conceptual de la Acampada Sol”, “Abre tu wifi para el 12M15M”, “Mapas de escraches de Barcelona”, “Toque a Bankia”, “Guía para registrar la Petición ‘Democracia 4.0’”, “Voces25s”, “Banco de Ideas 15m.cc”...

⁵⁶ De la comparación de las dos dinámicas que se muestran se puede acceder, de manera más intuitiva, a su interpretación. Se trata de un estudio, elaborado por 15Mdatanalysis, sobre las relaciones de los partidos políticos antes de las elecciones del 20N (arriba izquierda), donde destaca la inexistencia de interacción entre ellos. El de arriba a la derecha está realizado por LABIC Brasil, y prueba la endogamia del Partido de los Trabajadores (rojo) y el partido de la Social Democracia Brasileira (azul), frente al diálogo cruzado de las comunidades del Movimiento Passe Livre y Anonymous. Justo en las antípodas de las ‘redes competitivas’ de los partidos políticos de identidad cerrada y liderazgos permanentes, se encuentran las ‘redes cooperativas’ de las revueltas globales. En: Tecnopolítica, redes, periodismo. El blog de Bernardo Gutiérrez. <http://codigo-abierto.cc/como-el-2011-global-cambio-las-dinamicas-sociales-de-america-latina/> [último acceso: 20/11/2016]

⁵⁷ Sánchez Cedillo, R. (2012). *El 15M como la insurrección del cuerpo-maquina*. Universidad nómada. Rebelión.org. Disponible en línea <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=145402> consultado el 21/11/2016

Según explican Sanchez Cedillo y (de Soto, 2014), el sistema estigmérgico, es un sistema de cooperación que se establece entre una red descentralizada, cuyos componentes colaboran a través de pautas o hitos, que derivan de marcas y señales de todo tipo que permiten que individuos con facultad deliberativa puedan activar su cooperación, prescindiendo del paso de la deliberación (que la dilataría en tiempo y en incertidumbre).

⁵⁸ Mezcla de hackers, activistas e investigadores de áreas diversas, entre los que, curiosamente, no figuran geógrafos.

⁵⁹ Concepto donde la propiedad desborda la categorización público-privado, donde los mapas eran en muchos casos producidos de forma anónima y donde los dispositivos cartográficos, de soberanía digital, eran diseñados para ser promiscuos y escalables, servidores propios y software con licencias libres. (de Soto, 2014)

⁶⁰ (Paolo Russo & Arias Sans, 2007)

2/ ACCIÓN CONCEPTUAL

Llegado este momento hace aparición nuestra pretensión más ambiciosa, se trata de superar el campo reflexivo para adentrarnos en el propositivo.

Para esta tarea servirá de gran ayuda hacer algunas consideraciones previas que, a caballo entre constituirse en conclusiones o quedarse en reflexiones personales, se hacen indispensables en el proceso.

(1) Hemos hecho confluír a lo largo de estas páginas el espacio real y el espacio cartografiado. Obviamente tanto textos, como imágenes constituyen también (re)presentaciones y no pueden [ni pretenden] sustituir, al espacio real, que únicamente es aprehensible a través de la experiencia. Partiendo de esa premisa, al hablar de ‘espacio real’ nos referimos a un espacio que se presenta a la vez en todas sus formas texto, imagen, experiencia, presencias, latencias, olvidos, recuerdos, simulacros, habitares, potencialidades, ocultamientos... Todas estas facetas constituyen el espacio real. Mientras que muy pocas de ellas o casi ninguna hacen su aparición en el espacio representado en los mapas oficiales. Solamente a través de la consideración que del Casino y Hanna hacen respecto del concepto de ‘espacio mapeado’, lograríamos acercarnos a conseguir la imbricación de ambos espacios

(2) Se han recogido las voces que hablan del hecho turístico como problema. Problema que motiva la pérdida de identidad de nuestros espacios públicos, la homogenización y estandarización de los mismos, su banalización en pro de unos intereses económicos... Pero también las que reconocen el hecho turístico como solución. Como empuje que ha permitido, a nuestras ciudades, caminar hacia el futuro en calidad, variedad y oportunidades. No se trata de hacer demagogia en ningún sentido, sino más bien reconocer potencialidades y debilidades y a partir de ello avanzar. El hecho turístico se viene insertando desde hace tiempo y con fuerza, en nuestras construcciones sociales así que parece conveniente su revisión y aprovechamiento en beneficio de todos.

(3) Se ha dado visibilidad también, en estas páginas, a paisajes de la revuelta, de la reivindicación, de la utopía, de la participación, del deseo... perfectamente armonizables con los paisajes del turismo. Aunque ello no ocurriera desde las premisas que marca el capitalismo global, sí lo hace desde las condiciones de extrañamiento, experiencia estética, interacción social o práctica alternativa o innovadora, que puede movilizar el ‘deseo’ –fuerza motriz– de desplazarse para experimentar un determinado ‘lugar’.

(4) Se han expuesto, también, algunas de las características de nuestra sociedad global inundada de ondas electromagnéticas, de bits que circulan en todas direcciones y de algoritmos capaces de explicar y predecir cualquier tipo de interacción, que podrían provocar el distanciamiento o la banalización de la experimentación corporal. Respecto a la cual, planteamos una toma de conciencia y un intento de aprovechamiento, de una dinámica que en la actualidad se encuentra totalmente implantada a la sola

espera de ser reconducida. Desde un cierto optimismo, pretendemos ver en este actual fluir reconducido, la posible medicina de algunos de los males que aquejan a nuestras metrópolis.

(5) Se ha hablado de la doble vertiente que caracteriza tanto a ‘recorridos’ (según Careri) como a ‘mapas’ (Deleuze y Guattari)⁶¹. Esta es la de su doble capacidad de ser generadores a la vez que generados, producidos a la vez que consumidos –según esa relación de retroalimentación que se establece entre la orquídea y la avispa–. Es de esa capacidad de la que, a nuestro criterio, se deben nutrir las nuevas operaciones diagramáticas a proponer en el futuro.

(6) Con respecto a la visión de Hanna y del Casino, o del resto de autores que mencionamos en el estudio, que trabajan con planos turísticos, consideramos necesario resaltar un aspecto que consideramos limitador, en el sentido en el que este trabajo se pretende propositivo. Ello es que al referirse a los planos turísticos, solamente se considera a los ‘turistas’ como los posibles usuarios, no contemplando la posibilidad abierta de que se pudiera establecer un público más amplio. Se desecha así, la posibilidad que tiene el plano turístico en tanto material altamente accesible de distribución gratuita y de significado y connotaciones muy determinadas y sólidamente establecidas en nuestras sociedades. En el mapa turístico vienen recogidos los lugares de ocio, de cultura, de esparcimiento y de recreo, que en última instancia, y según lo que se plantea aquí, podrían abarcar toda la ciudad y no sólo el centro histórico, y ello podría interesar a un público mucho más amplio que al solo usuario ajeno al soporte de la ciudad. Se promociona que Málaga es una “ciudad genial” entre los visitantes, pero no entre sus habitantes, quizá porque se está seguro de que sus habitantes lo sienten así, o porque no importa demasiado lo que ellos sientan...

No sería del todo justo pronunciar esta frase, sin romper a continuación una lanza en favor de nuestro gobierno local, quien sí parece que ultimamente está tratando de implantar nuevas dinámicas. Desde la aplicación para smartphones creada para la Noche en Blanco 2017, donde se ubicaba espacialmente de manera más eficaz las distintas actividades proyectadas, el proceso participativo a nivel ciudadano sobre el proyecto para el cine Astoria, o el salto a nivel urbano que ha dado la Fiesta del Deporte 2017, simultaneando cientos de actividades diseminadas por toda la ciudad, en lugar de concentrados en la zona de estadios como en ediciones anteriores. Obviamente no se trata de realizar una evaluación de ambas iniciativas, lo cual requeriría de una reflexión mucho más larga, sino de la simple enunciación de lo que consideramos un inicio de trabajo en sentido apropiado.

2.1.1/ El mapa rizomático de New Babylon

Nueva Babilonia –*New Babylon*–, es el proyecto que Constant idea en 1960 –justo en los albores del turismo de masas–, para el grupo de gitanos nómadas, cuyas dinámicas más se parecían a lo que, años más tarde, vendría a constituirse en todo un fenómeno de masas: el turismo.

⁶¹ Aunque podamos considerar a Deleuze y Guattari como los ideólogos primeros de este doble papel de los mapas. La construcción de la teoría a la que nos referimos ha sido muy matizada por otros autores que han venido después y particularizada para el caso de los ‘mapas turísticos’ por del Casino y Hanna.

⁶² Presidente de la Comunidad Mundial de los Gitanos. Declaración extraída de una entrevista publicada en “Algemeen Handelsblad, Amsterdam, 18 de mayo de 1963. Citado en (Constant, 2009, p.6)

Declaraba en aquel momento Vaida Voivod III⁶²: «somos los símbolos vivos de un mundo sin fronteras, de un mundo de libertad, sin armas, en el que todo el mundo puede viajar sin limitaciones desde las estepas de Asia Central hasta las costas atlánticas, desde las altas mesetas de Sudáfrica hasta los bosques finlandeses». Pero los sueños de Constant se evaporaron, cuando los intereses fueron reconducidos según una visión tecnológica que se apoyaba en la informática y las telecomunicaciones. Sus propuestas de creatividad, libertad y vida entendida como viaje sin fin, quedaron reducidos a una movilidad superficial y superflua. Rescatar las reflexiones de Constant en este proyecto, se nos antoja de gran validez propositiva. Pero no según la transcripción literal de sus intenciones como intenta Careri cuando va a Alba a visitar el campamento de sintos piamonteses donde todo había empezado, sino desde la traducción hacia nuestros intereses, y según los términos en los que nosotros pretendemos animar a dirigir la acción.

Probablemente Constant fue uno de los primeros individuos en ensayar con lo rizomático y lo laberíntico, para implantar su particular ‘paisaje de la utopía’, como un estrato –que más que superponerse se ‘sobreimponía’– sobre la preexistencia. El concepto del rizoma en conexión con el mapa –mapa rizomático–, viene a través de la creencia de Deleuze y Guattari de que no tienen objeto. En tanto que ensamblaje, se tiene a sí mismo en conexión con otros ensamblajes y con otros cuerpos sin órganos. Este punto de vista, como sugiere Corner, privilegia las acciones y los efectos sobre la representación y el significado, existiendo un interés explícito por nuevos tipos de relaciones e interconexiones. Un ‘mapa rizomático’ no presenta solo una cosa, sino más bien, una matriz de combinaciones complejas de cosas, que proporcionan un marco para muchos usos diferentes, lecturas, proyecciones y efectos. Más bien como un tesoro sin principio, fin, límites o ni tan siquiera significado.

No sólo nos interesa el hacer rizomático de Nueva Babilonia, sino que, a nuestro modo de ver, tiene numerosos axiomas de gran validez hoy en día y muy en consonancia con nuestra línea discursiva. De hecho, algunas de las condiciones previas que él imponía para asegurar el éxito de la Nueva Babilonia, tienen hoy en día una materialización real, con tendencia a su perfeccionamiento en el futuro. Tales son:

- La automatización de un gran número de actividades útiles y repetitivas.
- La desaparición de los horarios colectivos y la disposición de cantidad considerable de tiempo libre.
- La independencia respecto al lugar de trabajo y por consecuencia respecto a la de residencia.

Todo ello, ayudado del acortamiento de la jornada laboral, el reconocimiento de una serie de derechos en los trabajadores, entre los que destacan las vacaciones... o el incremento de la movilidad de cada individuo. Todo ello libera una energía que, como proponía Constant, podía ser empleada de forma creativa.

La implicación de un mundo derivado más bien, de una invención cultural, que de una naturaleza preformada, apenas ha empezado a ser explorado, especialmente al nivel de las prácticas cartográficas. Ambos: mapa y territorio, son «productos profundamente mediatizados»⁶³ y la naturaleza de sus intercambios está

⁶³ (Corner, 1999)

muy lejos de lo neutral o lo simple. La propuesta de Constant nos acerca a esta dimensión esencial. Probablemente Constant fue el primero en intuir lo que urbanistas como Reyner Banham, Edward Soja, David Harvey, Rem Koolhaas y Bernar Tschumi, antropólogos como Marc Auge y filósofos como Henri Lefebvre o Gilles Deleuze enunciaron después. Que el ‘espacio’ es más complejo y dinámico que los modelos formales anteriores permitidos. Las ideas acerca de la ‘espacialidad’ se alejan de los objetos físicos, hacia otra variedad de procesos sociales, psicológicos, políticos y territoriales que fluyen en el espacio. La interrelación entre las cosas y el espacio, al igual que los efectos que producen o se derivan de estas interrelaciones, se convierten en un punto de gran importancia a tener en cuenta en las intervenciones en el paisaje urbano. Las experiencias del espacio, no pueden ser separadas de los eventos que ocurren en él. Por lo tanto, como David Harvey⁶⁴ ha ya argumentado, no son las nuevas estructuras espaciales, de manera independiente, las que provocan nuevos patrones de socialización.

En Nueva Babilonia, el **espacio social** es la **espacialidad social**. No hay nada que separe el espacio entendido como dimensión psíquica (el espacio abstracto) y el espacio de la acción (el espacio concreto). La disociación entre ambos espacios sólo está justificada en una sociedad utilitarista con las relaciones sociales bloqueadas, en la que el espacio concreto posee necesariamente un carácter antisocial.

En cuanto a la **creatividad**, ¿qué ha significado, sino el rendimiento de las personas? Ahora bien, supongamos que cualquier trabajo que no sea productivo pueda ser automatizado por completo. (...)Imaginar, (...), un modelo social en el que la idea de libertad se convirtiese en la práctica real de la libertad, una “**libertad**” que, para nosotros, no consiste en la elección entre diversas alternativas, sino que es el desarrollo óptimo de las facultades creativas de todos los seres humanos. (...)Sólo como creador, sucederá que el ser humano pueda realizarse y alcanzar su más elevado nivel existencial.

El *homo ludens* querrá transformar, recrear este medio, este mundo, de acuerdo con sus nuevas necesidades. Entonces, la **exploración** y la **creación** del entorno coincidirán, puesto que el *homo ludens*, al crear él mismo el dominio que va a explorar, se dedicará a explorar su propia creación. De ese modo asistiremos a un proceso ininterrumpido de creación y recreación, sostenido por una creatividad generalizada que se manifestará en todos los campos de la actividad.

La cultura de nueva Babilonia no es el resultado de diversas actividades aisladas o de situaciones excepcionales, sino de la **actividad global** de toda la población mundial, de modo que todos los seres humanos están implicados en una relación dinámica con el medio. A priori, no hay nada que ate a las personas. (...)Lo urbano debe dar respuesta a la movilidad social, y ello implica, en relación a la ciudad estable, una organización más **rigurosa a gran escala** y, al mismo tiempo, una mayor **flexibilidad a pequeña escala**, que es la escala de la complejidad infinita.

En cualquier circunstancia la libertad de creación exige que dependamos lo menos posible de las contingencias materiales. Así pues, dicha libertad presupone una vasta red de **servicios colectivos**, más solicitados por una población en movimiento, que por las poblaciones estables de las ciudades funcionales. Por lo demás, la automatización lleva a una concentración masiva de la producción en unos centros gigantescos situados fuera...

Los centros de producción en el exterior y los equipamientos colectivos en el interior de este espacio determinan las líneas generales de una macroestructura en la que, bajo la influencia de unos movimientos indeterminados, se define una

⁶⁴ Citado en (Corner, 1999)

microestructura más diferenciada y necesariamente más flexible. (...) Una estructura que ya no está formada por nudos, como ocurre en el hábitat tradicional, se organiza siguiendo el trazado de los **recorridos**, tanto individuales como colectivos, de la vida errante: una red de unidades vinculadas entre ellas, de modo que forman unas cadenas que pueden desarrollarse y extenderse en todas direcciones. (...) La red del sector puede percibirse desde el interior como un espacio continuo.

Cada cual cambia de lugar cuando quiere, y va adonde quiere. La **vida es un viaje sin fin** a través de un mundo que se transforma con tanta rapidez que a cada instante parece **distinto**. (...) La flexibilidad del espacio interior de los sectores permitirá múltiples variaciones del entorno y del ambiente en unas superficies relativamente pequeñas. En cuanto a los medios de transporte, dejarán de ser indispensables para los desplazamientos (..) y se convertirán en los instrumentos de un juego.

El relieve topográfico de Nueva Babilonia plantea unos problemas que no pueden ser resueltos con los instrumentos habituales de la **cartografía**. Por una parte, puesto que la organización se realiza en base a distintos niveles (suelo, interior del volumen sectorial, cubiertas-terrazas), las conexiones entre dichos niveles, el tipo de comunicaciones y las soluciones de continuidad que se generan, sólo pueden mostrarse por medio de una maqueta. Por otra parte, las estructuras no son, ni mucho menos permanentes. En efecto, se trata de una microestructura en **transformación constante**, en la que el factor tiempo, la cuarta dimensión, juega un papel importante. Por consiguiente, la representación tridimensional sólo tendría el valor de una instantánea.

Las relaciones más o menos duraderas entre las personas no tienen por qué desaparecer, pero las relaciones sociales constrictivas habrán sido sustituidas por unos vínculos emocionales más **variados**, más cambiantes.

La vida lúdica de los habitantes de Nueva Babilonia, presupone transformaciones frecuentes en el interior de los sectores. (...) La construcción variable es el resultado del **ensamblaje** de unos elementos móviles (tabiques, suelos, escaleras, mangas de ventilación, puentes, etc.) que sean fáciles de transportar gracias a su ligereza y, por tanto, que puedan ser reutilizados.

En la sociedad actual, la propia **clase dominante** no puede actuar de forma creativa, y podemos entender fácilmente que dicha clase se sienta más frustrada que las **masas**, que no poseen nada pero que luchan por su futura libertad. Si el objetivo es la transformación de la sociedad, la herramienta de combate es la creación. (...) Cualquier ser humano siente la **necesidad latente de manifestar su creatividad**. Dicha necesidad no queda saciada en nuestra sociedad estática, en la que la realización por medio de la creación sólo puede ser potencial.

Lo más esencial de la cultura neobabilónica es el **juego** con los elementos que forman el entorno. Dicho juego es posible gracias al control técnico integral de todos los elementos, un control que, de ese modo se convierte en una creación consciente del entorno. (...) En ningún caso el efecto de sus intervenciones tiene una duración prolongada, puesto que cada intervención es una provocación que no puede quedar sin respuesta. (...) Una **cultura colectiva** es lo opuesto a la cultura de la competitividad que nosotros conocemos. Nadie cae en la trampa de los **hábitos**. (...) El dinamismo de una vida dedicada a la creación permanente excluye cualquier forma de automatismo.

La **desorientación** favorece la aventura, el juego, el cambio creativo. El espacio de Nueva Babilonia posee todas las características de un espacio laberíntico, en cuyo interior los movimientos dejan de sufrir las constricciones de una organización espacial o temporal. La forma laberíntica del espacio social neobabilónico es una expresión directa de la independencia social.

El uso colectivo del espacio conlleva un cambio cualitativo, puesto que tiende a reducir la pasividad. La **actividad** de los ocupantes de un espacio forma parte integrante de un ambiente que deja de ser estático y se vuelve **dinámico**. Es pura ficción una creación colectiva sin unos medios de comunicación adecuados. (...) Las **telecomunicaciones** no sirven solamente para

los intereses de orden práctico. También están al servicio de las actividades lúdicas, constituyen otra forma de juego.

En Nueva Babilonia, donde el carácter y la estructura del espacio cambian con frecuencia, se hará un uso más intensivo del espacio global. La amplitud del espacio social y del actividad social en el espacio tiene una doble consecuencia: el espacio de uso individual es de mayor tamaño que una sociedad formada por poblaciones sedentarias. Ahora bien, ya no queda espacio vacante, espacio inutilizado ni siquiera por poco tiempo y, puesto que se hace de él un uso creativo, su aspecto puede cambiar muchísimas veces, del mismo modo que una superficie relativamente pequeña ofrece tantas variaciones como un viaje alrededor del mundo. La **distancia recorrida** o la **velocidad** ya no dan la medida de los desplazamientos, y el espacio, vivido con mayor intensidad, parece **dilatarse**. Ahora bien, esta **intensificación del espacio** sólo es posible gracias a la utilización creativa de los medios técnicos, una utilización que nosotros, que vivimos en una sociedad en la que todos sus usos tienen una finalidad, apenas podemos imaginar.

(Constant, 2009)

□ Planteamientos Propositivos:

«Vogliamo uno spazio di tipo nuovo, che sia contemporaneamente tutto e niente, che significhi il meno possibile nell'espressione e il più possibile nelle potenzialità, nelle mutazioni; uno spazio che si presenterà a tutto ciò che vorremo con pochi mezzi».
Jean Nouvel.

Con esta cita de Jean Nouvel inicia el libro de Jacqueline Ceresoli (2005) “La nuova scena urbana: Cittàstrattismo e urban-art”, toda una declaración de intenciones de un libro que gira en torno a la infinidad de variantes de espacios urbanos, parándose intencionadamente en las periferias, y en los lugares de la imaginación a través del arte.

Desde este mismo punto es desde el que parten Lapayese y Gazapo⁶⁵ en su identificación del ‘paisaje abyecto’, ese localizado en torno a los ‘paisajes nucleares’. Para ello, se sitúan en los ‘paisajes culturales canónicos’ (espacios monumentales intemporales) y proponen rastrear los ‘paisajes residuales’ que, de algún modo, esperan alcanzar la categoría de paisajes culturales. Ello ocurre, dicen ellos, «en la medida en que seamos capaces de advertir en ellos valencias específicas, que los signen como especiales, y necesarios para definir nuestra biografía e identidad». Es desde esta ‘otra’ meseta de ‘paisaje cultural’ desde la que se reconocen las categorías de lo residual, lo precario, lo abyecto, como propias de nuestra contemporaneidad. Esto sólo puede ocurrir tras salir de la zona de confort que nos proporciona nuestra malla entretejida de inseguridades y carencias, disfrazada de máscara blindada e inamovible. Dejar atrás la inercia incapacitadora y lenta, que nos impide reconvertir nuestras referencias y nuestro modo de pensar. La forma de la mirada es definitiva en la comprensión de las narrativas. Para Duchamp⁶⁶ la percepción de lo oculto, de lo ‘infraleve’⁶⁷, se realiza a través de dos pequeños orificios efectuados en un antiguo portón.

«El vacío como puente, como enlace, como vínculo con la adimensionalidad».

⁶⁵ (Lapayese & Gazapo, 2009)

⁶⁶ Duchamp, M. (1987) *Manual de instrucciones para Étant Donnés*. Ed. Philadelphia Museum of Art. Citado en (Lapayese & Gazapo, 2009, pág. 199)

⁶⁷ Lo ‘infraleve’ es para Duchamp, aquella situación que ocurre en los márgenes de lo no medible, bajo los umbrales de lo matérico, ínfimas variaciones energéticas. Duchamp nos desvela la presencia de lo infrafino, de lo infraleve como realidad presente en el paisaje que todavía no ha sido percibida. «El calor de un asiento (que se acaba / de dejar) es infra-leve».

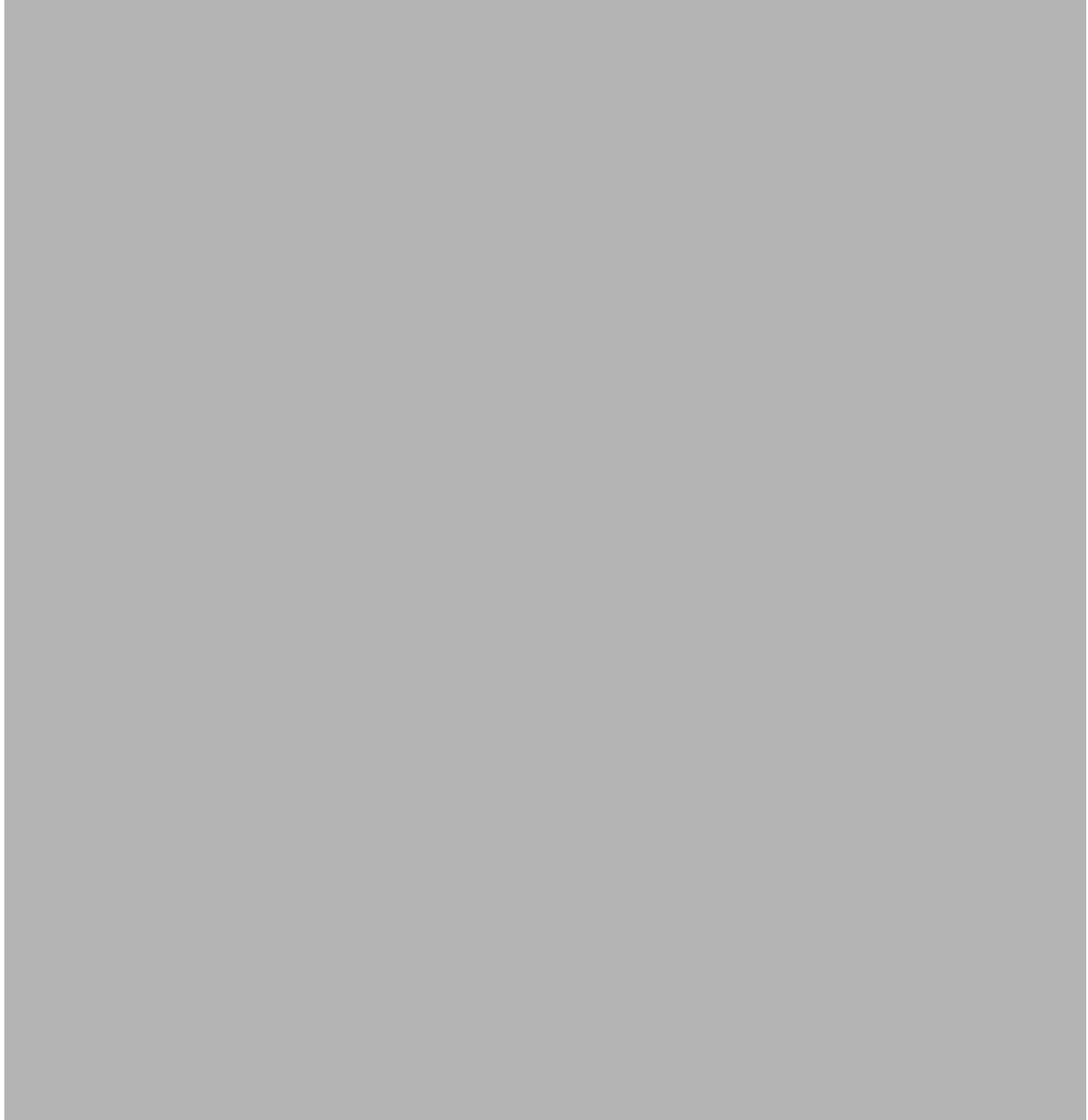
⁶⁸ Oteiza, J. (2002) *Conversaciones con Jorge Oteiza*. Archivo D.Gazapo/C. Lapayese. 1996/2002. Citado en (Lapayese & Gazapo, 2009, pág. 142)

De lo que tratamos en esta ‘acción conceptual’ es de proponer un sistema de activación referido a un modelo de gestión cultural. No hablamos de acciones puntuales, sino de creación de vínculos entre todas ellas y sus entornos desde la voluntad de construir un tejido común, que afecte a la creación de programas culturales, a la construcción y definición de normativas más generativas que respeten y construyan la memoria cultural y por tanto la dignidad de los pueblos.

Partimos de la premisa de que la mínima intervención paisajística en el territorio es no intervenir y probablemente en momentos de incertidumbres como los que vivimos sea la forma más segura de intervenir -siempre que no haya ningún proceso de degradación de por medio-. Una intervención que no modifica el objeto, al menos de manera sustancial, resulta ser bastante interesante además de reversible.

« (...) camarero, por favor, más burbujas, solo quiero vacíos (...)»⁶⁸

Epílogo.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

VOLVER A LA PÁG. 271

« (...) La experiencia de lo próximo parece derivar en tener que habitar el desierto, y desde esa precariedad, ir habitando otras secuencias de espacio, intentando cartografías con miradas, otras maneras de habitar paisajes preexistentes (...)

lo próximo es... la capacidad de crear nuevos paisajes

lo próximo es... advertir nuevas formas de habitar

lo próximo es... la voluntad para coexistir

lo próximo es... pensar, reflexionar. Meditar

lo próximo es... percibir, comprender, interpretar

lo próximo es... querer sentir emocionarse

lo próximo es... lo íntimo, lo privado, lo cálido

lo próximo es... lo cercano, lo subjetivo, lo propio

lo próximo es... asumir la incertidumbre

lo próximo es... la posibilidad de dislocarse, de desaparecer»

(Lapayese & Gazapo, 2009, págs. 152, 153)

integración sostenible de los usuarios temporales de los nuevos paisajes creativos fue, que la oferta cultural y turística de las comunidades locales creativas entraba en competencia con la oferta turística ofrecida por operadores turísticos convencionales. Ello provocó un necesario aumento de calidad y variedad en el producto ofrecido por los segundos. Obviamente, no fue todo tan fácil. Se hizo necesario estudiar a conciencia fórmulas para amarrear la economía creativa sólidamente a las estrategias de desarrollo urbano de la ciudad. La animación cultural estaría presente en la ciudad independientemente de las decisiones o propuestas de los productores creativos.

Se demostró lo que venían argumentando Van den Berg y Russo desde 2004, que las ciudades pueden escapar del 'monoculturalismo turístico', sólo, si desarrollan alternativas económicas, lo cual requeriría capital humano, nuevas organizaciones y redes sociales consistentemente integradas en el tejido urbano. También incidían, en que cualquier estrategia de desarrollo urbano que se propusiera llevar a cabo una transformación del ambiente o de los estilos de vida de una sociedad necesitaría de empresas sólidas que le dieran respaldo y redes sociales potentes, lo cual también se constató durante el proceso.

Fue desde la condición ético-estética que -tras un aprendizaje específico-, supuso el 'andar', y el '(re)presentar', como proceso generador y generado, que se conseguía construir la nueva 'mirada', y la conciencia de 'paisaje', o mejor 'el sentimiento del paisaje'.

La batalla contra el cambio climático, muchos de los procesos actuales de la metrópolis y los posibles cambios que nos acechan en el futuro próximo no se ganarán con la solución universal de la reforestación, sino que debemos aspirar a enfoques y lecturas más ambiciosas y generativas. «La idea de identidad entre el hombre y su paisaje, vincula el destino de ambos hasta tal punto de no poder llegar a comprenderse de forma unilateral, lo cual implica un devenir constante entre ambas entidades, un diluirse el uno en el otro, como el ser y su conciencia, de forma que el hombre tiende a construirse en paisaje, y el paisaje tiende a convertirse en hombre de manera insistente. Paratrasándose a Oteiza, a cada momento distinto de la historia, le corresponde una visión específica del paisaje...»⁸⁰

desarrollo turístico, en esa búsqueda experiencial y de interacción lúdica con el tejido social local, en lugar de representaciones idílicas, estáticas, manipuladas y poco profundas. Obviamente ninguno de ellos era ajeno a las dinámicas globales, y la interrelación entre cultura / inversión, y su esperable beneficio en respuesta –mediado por procesos de mercantilización o tematización– pudo haber desvirtuado el origen. Esa desvirtuación vendría de la conversión del paisaje creativo en un objeto de consumo basado en el lugar, tanto para usuarios habituales de la ciudad como para visitantes itinerantes. Pero desde el principio se aceptó su participación y se consideró un proceso asumible, para el que sólo había que estar preparado. Se sabía que al involucrar a la industria turística en el mismo, la simplificación que esta produciría sería la de una tematización más de las que había llevado a cabo a lo largo de su historia. Pero tampoco importaban demasiado las definiciones mientras que se respetaran los pasos y las dinámicas establecidos, que garantizaban la permanencia de la rescua y la energía propositiva que caracterizaría a los paisajes creativos. Al igual que en otros aspectos, también se ensayaron diferentes fórmulas en lo que a la colaboración público-privada se refiere. Las continuas revisiones y autocríticas fueron marcando un camino que estaba todo por construir. En efecto, el principal desafío con el que se encontró el proyecto, para la

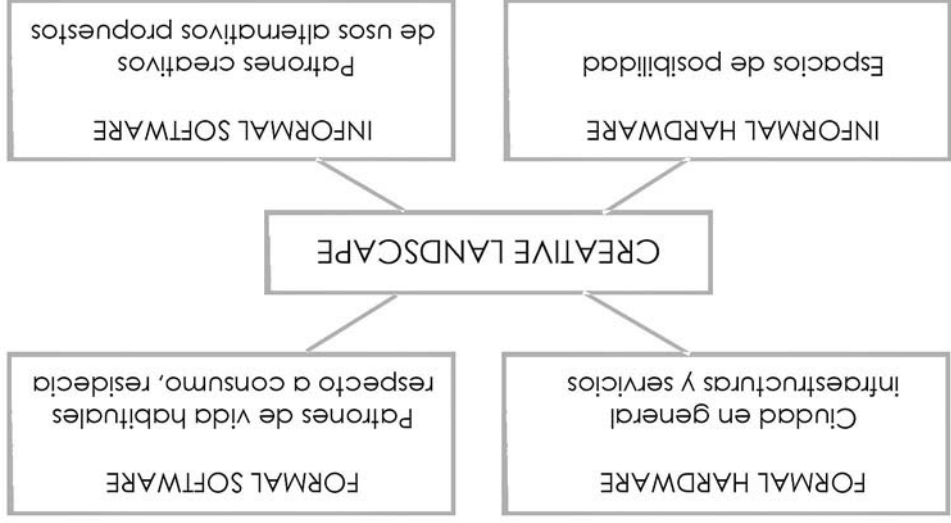


Figura 38. Análisis de la propuesta en analogía con el método propuesto por (Paolo Russo & Arias Sans, 2007).

iban convirtiendo en lugares de continua movilidad, que procuraban incansables cambios de dirección en la trayectoria de sus usuarios... Paisajes donde se materializan las fuerzas de avance y retroceso, doblandose y desdoblandose sobre sí mismos. El devenir ilimitado se sostenía en esa anchura recobrada, que constituían los 'espacios de posibilidad'.

«Los acontecimientos son como los cristales, no ocurren ni crecen sino por los bordes, sobre los bordes... por desplazamiento se pasará al otro lado, que no es otra cosa que el sentido 'inverso'... basta con seguir lo bastante lejos y lo bastante estrechamente, lo bastante superficialmente, para hacer que la derecha se vuelva izquierda e inversamente... es siguiendo la frontera, costeando la superficie, como se pasa de los cuerpos a lo incorporal... es la profundidad de la 'piel' (Deleuze, 1989)».

El sistema así planteado, puede ser analizado en los términos que Paolo Russo y Arias Sans proponen en su estudio⁷⁸ con respecto al consumo cultural de los paisajes. Las variables que intervienen en el modelo -traducidas a nuestro caso-, serían:

'formal hardware', constituido por la ciudad en general como de intercambio de servicios, residencia...

'informal hardware', los patrones creativos de los usos alternativos propuestos por las comunidades locales, en tanto grupos de trabajo activos.

'informal hardware', 'espacios de posibilidad', 'informal software', 'informal hardware', los espacios de posibilidad = 'informal hardware', serían los responsables de dar soporte y cabida dentro de la organización física, temporal y social a lo 'informal', eso que hasta entonces no había logrado encontrar una expresión pública, homogénea y orgánica, así como el responsable de la configuración de los nuevos paisajes creativos.

Según esto, cualquier espacio, de cualquier naturaleza es susceptible de convertirse en 'espacios de posibilidad'. En última instancia toda la ciudad constituiría el 'informal hardware'. Esa 'e-topía' que William J. Mitchell⁷⁹ proponía implementar, según un software que creara espacios virtuales y los interconectara electrónicamente, mezcla de 'distopía', que acude a lo 'informal', como método de emancipación del control político del 'código'.

Los 'paisajes creativos' así generados representaban un activo promotor de

⁷⁸ Paolo Russo & Arias Sans, 2007
⁷⁹ Mitchell, W. J. (1995) City of Bits: Space, Place and the Infoban, The MIT Press, Cambridge (Mass.)
Mitchell, W. J. (2001) E-topía, Gustavo Gili, Barcelona.
Citados en (García Vázquez, 2004)

de cada usuario. En función de las experiencias que se ofrecían cada día y de sus intereses, cada uno configuraba sus rutas.

Dicen las malas lenguas, que fueron trazando sobre el mapa sus ensambles particulares, alcanzando una composición tan peculiar que hoy viaja por la ciudad contenida en alguna de las cientos de exposiciones que la invaden. Al igual que la dialéctica, la representación tenía por objetivo mostrar como la ciudad había ido cambiando día tras día y año tras año, y como seguía siendo un proyecto sin final. Las diferentes realidades recogidas en los mapas que se habían ido generando comunicaban que la ciudad estaba inmersa en un proceso de rápida y profunda transformación. A pesar de que las estructuras físicas seguían siendo a grandes rasgos las mismas, el aspecto era totalmente distinto y la sociedad también había cambiado.

En definitiva, partir de las estrategias turísticas no habían sido más que un pretexto para lograr poner en marcha y gestionar todo un proceso de revisión crítica de la ciudad, en el cual se presentaban alternativas a las historias oficiales, se producía realidad, experiencia y conocimiento, procesos de autorrepresentación, que contrarrestaban el excedente de simulacro, los modelos antagonistas estimulaban la imaginación y el pensamiento emancipado, y el estudio crítico del espacio desarticulaba el dominio ejercido a través de su diseño y representación.⁷⁶ Por otro lado, se había generado una propuesta de valor clara a la ciudad en tanto que destino turístico. Lo que hubiera sido primero tampoco importaba demasiado, lo valioso era la efectiva convivencia entre ambas realidades -la ciudadana y la turística-.

La ciudad poco a poco se encontró a sí misma inmersa en un proceso emocionalmente esperanzador, que provocó que sus usuarios perdieran el miedo al conflicto y porque, aunque existiera de manera consustancial a la vida urbana, se había aprendido a gestionar de manera alternativa a la violencia. Dejaron de estar obsesionados por las experiencias controladas. Por primera vez en mucho tiempo eran capaces de tolerar la ambigüedad y la incertidumbre⁷⁷.

Cuando escuche el término de 'espacios de posibilidad', ¿pense? posibilidad de qué? La respuesta, intuitiva: posibilidad de creación/detección de nuevos paisajes desde las distintas plataformas. Todos los paisajes posibles e imaginables tenían cabida en esos espacios de posibilidad. Con su (re)presentación y uso se

⁷⁶ (Padrón Alonso, 2011, p.19)

⁷⁷ Richard Sennet defiende en su libro "Vida Urbana e identidad personal. Los usos del desorden" de 2001, según una visión culturalista que, para que las ciudades vuelvan a ser habitadas según un tejido social funcionalmente continuo, era necesario perder el miedo al conflicto.

cartografiado se sucedieron por toda la ciudad como paso previo, utilizando como soporte no sólo el mapa, sino cualquier instrumento o herramienta que la tecnología facilitaba. La detección de conflictos y posibilidades presentes en cada sector, la búsqueda de espacios sociales activos, potenciales u olvidados, tanto interiores como exteriores, ayudó a estructurar el entramado de los 'espacios de posibilidad' de toda la ciudad.

A partir de ello, se creó un nuevo tipo de 'planeamiento estratégico cultural' de la ciudad, que constituía el esqueleto diagnóstico del sistema, sólido pero flexible. Fue necesaria la creación de nuevos códigos, colores, leyendas... Hubo unos mapas de trabajo que, tras ser elaborados independientemente por cada equipo en su sector, se pusieron en común elaborando uno general que sirvió para homogeneizar más aún la propuesta. Pero el objetivo final constituido desde un principio, era generar unos mapas para unos usuarios determinados, que podían no entender de mapas pero que sí conocían y usaban la ciudad con bastante profundidad. Para ello se partió de la premisa de que los mapas no serían usados para llegar a una dirección en concreto, ni por los usuarios habituales ni por los esporádicos. Como desde hacía tiempo se venía demostrando.

La intención era que cada hogar de Málaga tuviera un mapa en su interior que lo vinculara con su exterior inmediato y con la ciudad en general, a modo de órgano y cuerpo. Se pertenece a un órgano en particular, pero en último extremo, a un cuerpo constituido por la ciudad en general. Los mapas ofrecían esa visión panorámica aérea del cuerpo en conjunto, mientras que los tour lo recorrían desde dentro, desde el campo de batalla, en un intento por poner a los usuarios frente a un espejo de posibilidades y de realidades.

Si los 'Schaustrasse maps' de Berlín, se actualizaban cada año, aquí los mapas hubieran debido ser imprimidos casi a diario. Sobre las islas que aparecían representadas en el mapa, se lanzaban órdenes de eventos de manera continuada. Aunque había una programación anticipada con bastante antelación, los usuarios urbanos podían proponer eventos menores que variaban desde un encuentro en el parque con los compañeros de fútbol -al cual se unían food trucks y chiringuitos de feria-, hasta una representación teatral del grupo de cabecera del barrio, - que permitían la entrada a cambio de un kilo de comida a beneficio de algún grupo necesitado-. Así que, esos mapas impresos donde se leía la multitud de historias por inventar, eran complementados por la aplicación digital capaz de configurar

⁷⁴ Se trata del programa 'Schaustelle Berlin' acometido por la ciudad al encargar su fase de reconstrucción tras la unificación y el derribo de su muro en 1990. Este programa puesto en marcha en 1996 a través de un convenio público-privado, se componía de una serie de tour por la ciudad, junto con eventos culturales, que iban por las áreas y los edificios en construcción, presentando la ciudad futura a sus habitantes. En el marco de este programa se ofrecía, además, una amplia información acerca de lo que había ocurrido en los 10 años anteriores a ese momento, contrastando todo ello con su identidad ciudadana, y se cominaba a los asistentes a compartir toda esa información, de manera que cada berlínés se convirtiera en un embajador de Berlín. Una vez que la ciudad estuvo totalmente terminada, el tour siguió existiendo pero en este caso lo que se enseñaba ya era «what happens here», lo que ocurría en cada sitio. Ellos no se encargaban de organizar los eventos, sólo de organizar los datos que recibían de ellos y de ayudar a los berlineses a organizar sus periodos vacacionales en función de ellos.

⁷⁵ (William Secin, 2009)

otros, seguía siendo un escollo a resolver. La comunidad estudiantil también tuvo un papel protagonista en el proceso. Su dinamismo y su implicación en el germen del proyecto fueron modélicos, y lograron crear una intensificación del espacio sin precedentes en la ciudad.

En el caso de Málaga, se replicó la idea, aunque lo que se enseñaba a los participantes en el tour no eran los futuros proyectos, sino los 'espacios de posibilidad' -mezcla de los 'terrazn vague' de Solá Morales, y los 'futuros abandonados' de Smithson-, en los que ellos deberían de encarnar sus utopías participulares. [Me puedo imaginar los autobuses rojos llenos de malagueños y malagueñas, junto con algún que otro extranjero]. Lo que se estaba enseñando era la 'ciudad potencial', a sus futuros creadores. Esta idea tuvo gran cabida y aceptación, debido al surgimiento de nuevos actores: 'proker' y 'proksumidor',⁷⁵ a raíz de la inauguración de las economías colaborativas y de estrategias -tipo 'airbnb'-, ahora totalmente difundidas.

Esta manobra demostraba como en el paso de mostrar la ciudad potencial, donde el objetivo era dar la información de 'qué podría ocurrir donde', se producía un cambio dialéctico y representacional. De estar enseñando los casos participulares del centro histórico cuyas historias estaban ya concluidas, se pasó a enseñar una ciudad con multitud de historias por escribir, lo cual además se reflejaba en los mapas. El proceso de construcción de los mapas no fue un proceso unívoco sino articulado en torno a un debate dirigido por especialistas. Esta autoridad dispersa se manifestaba en la posibilidad de expresar puntos de vista dispares, permitió la emergencia de saberes y prácticas espaciales que habían permanecido ocultas y que eran totalmente invisibles en los mapas previos hegemónicos.

La (re)presentación constituyó una parte esencial del proyecto. La inauguración de la programación cultural con el resto de planeamiento (espacial, urbano, estratégico...) fue una de las claves de su éxito. Se trataba de generar un tejido homogéneo y la fórmula que se usó fue la de la (re)presentación. Procesos de

para intentar otorgar otros significados a las envolventes y conseguir desvelar otras dimensiones de la interioridad de los espacios. Generar la conciencia y la necesidad de romper la impeneabilidad física de los parámetros, mediante la acción de perforar, de permear transversalmente con una serie de posibles 'em.plazamientos', y 'des.plazamientos'.

Superado el primer momento de 'sensibilidad estética', los otros dos momentos utilizaban el 'arte' como lenguaje y medio de expresión, y al 'artista', como profesional responsable en su deber 'ético' de generar, a través de sus creaciones, una sensibilidad estética de la percepción y por tanto del comportamiento. Surgió así, la siguiente situación de la que hablaba Oteiza, que es la 'situación estética y experimental'. El tercer momento⁷² vino marcado por la 'situación existencial', y devenía como consecuencia de las dos primeras. Aunque sus teóricos la asociaban a la figura del artista, en tanto ser transformado por su propio lenguaje, la influencia fue mucho más dispersa, al incluir la situación estética en la percepción y por tanto en el comportamiento. La concesión de 'bonus' por parte de la administración -en función de la 'productividad creativa' de cada sector-, fue un aliciente importante para que la iniciativa se prorrogara en el tiempo. Para ello, se implementó una aplicación que, por un lado, ayudaba en la organización y control de las actividades. Cualquiera podía promover una actividad con el aval de tres miembros activos de la comunidad local. Y, por otro, monitorizaba cada actividad para poder evaluar su aceptación y funcionamiento, a la vez que, según un sistema de baremación automático se concedía una puntuación a cada iniciativa traducida en 'bonus'. Estos 'bonus' eran canjeados por ayudas y beneficios de distinta índole. Esta iniciativa generó una especie de rivalidad creativa entre los distintos sectores, que hizo evolucionar a la ciudad en general, hasta el punto en el que se encuentra hoy.

Pero, en una idea que se plantea con tanta intermedicación de las tecnologías como se logró que los barrios más desfavorecidos/desconectados no se quedaran atrás? Además de prestarles especial atención justo a esos sectores, se instalaron pantallas en puntos estratégicos de los mismos que procuraban que la información llegara incluso a quienes no se encontraban conectados a las redes tecnológicas de distribución. La idea de 'multitud conectada'⁷³ era tremendamente potente, como ya se había demostrado, pero la desconexión de

⁷² Sugerida por Oteiza pero sólo de manera somera, aunque concretada por Lapayese y Gazapo. (Lapayese & Gazapo, 2009)

⁷³ Pablo de Soto, de manera muy acertada, ancla este concepto, por un lado con Negri y Hardt, que hablan de la 'multitud' como «forma de organización descentralizada y sin límites clásicos». Y por otro lado, su 'conexión', al hablar de 'multitud conectada' incide en el carácter digital, que provoca la ampliación del evento a través, «de la tecnológica de los procesos de autocomunicación de los cuerpos y subjetividades que la componen; definida como la "capacidad de conectar, agrupar y sincronizar, a través de dispositivos tecnológicos y comunicativos y en torno a objetivos, los cerebros y cuerpos de un gran número de sujetos en secuencias de tiempo, espacio, emociones, comportamientos y lenguajes" (de Soto, 2014, p. 360)». Entendiendo por 'tecnopolítica', la potencia de las multitudes conectadas.

pueda ser compatible con las características de cada espacio. En la nueva ciudad se había implementado un juego nuevo que consistía en construirla / (re) presentarla de otra forma, con las piezas dadas.

Por lo que puede saber, las fórmulas habían ido cambiando a lo largo del tiempo. Un sistema flexible había permitido ir probando distintas iniciativas. De manera que, ayudados por las nuevas tecnologías y abiertos al error colectivo –conscientes de que sin él cualquier tentativa de aprender quedaba incompleta–, se habían logrado instalar fórmulas realmente válidas.

El uso de GIS y bases de datos relacionales había permitido la catalogación de un buen número de edificios, solares y zonas públicas, en cada uno de los sectores, ofreciendo un conocimiento detallado de las patologías y problemas que se iban detectando. Ello, junto a unos cuestionarios en línea, que jerarquizaban el impacto social, el peso específico del ente en cuestión en la zona y la sensibilidad de los recursos disponibles en cada momento.

Para las investigaciones, la utilización de distintas aplicaciones y de páginas web que permitían la participación de un amplio sector de la población, permitieron simplificar los procesos de documentación. La figura del investigador, pasó de ser el detentador único de la autoridad textual/gráfica, a ser un interlocutor en un proceso de mediación continua de significaciones y representaciones.

También se pusieron en marcha unos ‘laboratorios de estética’ –al modo Oteiza–, con la pretensión de educar a todo aquel que se dejase y especialmente a los miembros activos de las comunidades locales, junto con educadores, políticos, creadores, escritores, artistas... en la ‘sensibilidad estética’. Este paso fue previo a cualquier acción social/conceptual. La ‘bio.entropología’ fue adoptada como estrategia posible para educar la sensibilidad estética del hombre ante los nuevos paisajes, que el mismo crearía, sin tener conciencia del acto creativo que tendría lugar.

Siguiendo los marcos de Oteiza, el laboratorio, estuvo dividido en tres momentos básicos: estético, ético y existencial. Constituiría una plataforma de excepción para construir esa ‘mirada’ ‘unívoca y diferenciadora de la que hablaba María Barco. ‘Mirada’ compuesta de miradas alternativas con la común capacidad de ampliar el espectro de las formas convencionales de pensar y advertir otras realidades. Desdibujar sus límites, desenfocar las percepciones inmediatas

establecido algunos acuerdos de colaboración con el gobierno municipal. Estas asociaciones contaban con experiencias pasadas en la organización del tipo de iniciativas que se pretendían implementar, las cuales sirvieron para ser revisadas y hacer un análisis DAFO.

También se incorporó la dimensión crítica en el sentido que venía proponiendo Rausel Köster. Esto fue –aun a falta de unos criterios universalmente reconocidos–, se comenzó con la aplicación sistemática de procedimientos de investigación social para valorar la concepción, diseño, implementación y utilidad del programa⁷¹. Se realizó una gestión transversal interdisciplinaria integrada que aunaba a los programas turísticos con los culturales y medioambientales en una acción de gobierno planificada y sistematizada.

En cada sector se empleaba a los vecinos de la zona, que así lo solicitaban, según la cualificación de cada uno, reforzando el sentido de comunidad local y ampliando el rango de participación y de oportunidades laborales. La ciudadanía se iba tornando cada vez más activa a todos los niveles, analítico, discursivo, propositivo, creativo, cultural. Es así como se fue creando una estructura en forma de red, que atrapaba a todo el tejido urbano. El polo de atracción principal que yo había conocido, constituido, casi en exclusividad, por el centro histórico se había diversificado. Y aunque seguía siendo el nodo con más masa crítica en el entramado de la ciudad, la adición de las periferias había aliviado su carga y había proporcionado multitud de nuevas posibilidades, en primer lugar, a ciudadanos y, como consecuencia, a visitantes.

«El ocio no debería tener un lugar específico en lo que Delenue denomina la ciudad desindustrializada, como no lo tiene el consumo o el trabajo. (...) El ocio es el resultado inevitable. Impregna la sociedad que se avecina, por ello todos los lugares lo son de uso mezclado, que no de mezcla de lugares destinados a usos distintos. En un tiempo que se comprime o alarga a distancias crecientemente reducidas, la pérdida de la vida comunitaria y la privatización absoluta de los recintos espaciales que no son sistemas abiertos, tiende a concretarse en la universalización forzada o voluntaria, del ocio colectivo sobre espacios privados (Hernandez Pezzi, 1998, pág. 209)».

Efectivamente si por ocio entendemos las actividades que tienen lugar durante nuestro tiempo libre, dentro de esta definición cabe todo. De lo que se trataba es de ser creativos a la hora de proponer actividades distintas cuya naturaleza

⁷¹ También reivindica la necesidad de criterios de uniformidad en la publicación de los presupuestos de las instituciones de patrimonio, de las estadísticas de visitantes a los museos y exposiciones, del número de excursionistas en los destinos culturales, de las pernociaciones turísticas, etc. Así como en la evaluación de exposiciones que debería estar inspirada por la mejora metodológica estadística. (Rausell Köster, 2014)

promover la mejora ambiental de sus entornos -mediante la diagnosis colectiva de profesionales y usuarios-, proponer la dinamización cultural de los mismos -mediante la creación de eventos de diversas escalas, algunos de ellos autogestionados y otros financiados por la administración pública-, detectar los aspectos invisibilizados en cada una de las comunidades y rescatarlos para ponerlos en valor para el disfrute de todos y la trasmisión a las generaciones futuras.

Estas dinámicas resultaron en proyectos que, ni la misma administración, se había planteado y que ponían en carga las capacidades y experiencias de las propias comunidades. Las dinámicas culturales que se proponían procedían de un estudio físico e histórico de cada lugar, y eran diseñadas a medida de su particular idiosincrasia, provocando la renovación física y social y, en última instancia, la reconciliación de la ciudadanía con su espacio social.

Variedad de discursos procedentes de los distintos sectores que se habían ido retroalimentando a lo largo del tiempo, generaron una autocrítica sin precedentes. Confrontación de nuevas visiones acerca de la ciudad desde una perspectiva que hasta entonces no se había tenido demasiado en cuenta, la de sus usuarios. La búsqueda de narrativas y discursos escondidos, se había materializado en la visualización de un sinfín de paisajes latentes que pugnan por salir a la luz desde hacía tiempo. Las aproximaciones desde la ausencia, la queja y el deseo de cambio, buscaron sentido más allá de los aparentes significados neutrales de las cosas. Y, al parecer, no se cometió la imprudencia de juzgar a los discursos escondidos que encontraron la luz en aquel momento como mas reales que los que se venían mostrando visibles. Probablemente eran sabedores de que la frontera entre ficción y realidad se teje y se desteje en todas las manifestaciones sociales. De lo que se trataba era de proporcionarle un papel en escena a todo aquel que quisiera participar, por un lado, y de llenarle el teatro, por otro.

«En esta edad de la historia, el cambio le corresponde, al menos en algunas escenas, a las mujeres y a los hombres corrientes, como en otro momento les cupo a príncipes y prisioneros (Boyer, 1996)».

Se empezó a trabajar con asociaciones ya creadas, que de manera arbitraria e inconsciente y, por supuesto, sin visión de conjunto, estaban trabajando en este sentido. Fue el caso de 'Barrio Pícasso' o 'Soho Málaga'. Donde la asociación como personalidad jurídica había sido creada con antelación y habían

timidas propuestas individuales autogestionadas, había inundado toda la ciudad desbordando el centro histórico, según una red espacial que se había extendido sin precedentes.

Pero? cómo lo habían conseguido?,? cómo habían logrado que tantas voluntades participaran del mismo proyecto? Sin duda parecía un nuevo proyecto de ciudad. Un proyecto en el que los distintos procesos de coproducción habían ido encontrando su sitio. Nuevas relaciones entre ciudadanos, técnicos profesionales, constructores, instituciones, administraciones y procesos materiales, habían sido los responsables de coproducir un ensamble productor de procesos, que habían desarrollado la ciudad pero sin consumir más territorio, sino repensando y evolucionando sobre lo ya existente.

Y cómo se habían hecho coincidir tantos intereses contrapuestos? «La coproducción, no tiene por qué limitarse a una coproducción en consenso. Coproducir, es también cooperar en la diferencia, es pensar en agencias inesperadas, alianzas no previstas, choques dispares entre diferentes. Una idea-proceso-proyecto, no tiene por qué anular otro. No tienen porque coexistir, pensemos también como pueden coexistir. Es una posibilidad para ser diversos con lo diferente»⁶⁹.

Al parecer las iniciativas de participación de las comunidades locales en la puesta en valor del patrimonio cultural habían sido la semilla de toda una revolución posterior. Aquel hashtag #salvemostamundial, (re)apareció en el interior de mi retina. Entender el potencial del patrimonio cultural, como recurso para consolidar la cohesión social a través de la promoción de una responsabilidad compartida sobre los lugares habitados, fue el primer paso. Este cambio reforzó la mutación del concepto del 'patrimonio por asignación', al 'patrimonio por apropiación'. Eran los ciudadanos los encargados de proponer y solicitar la inclusión de ese y de otros tipos de elementos patrimoniales, bajo criterios más subjetivos que los habituales.⁷⁰

Su formalización advino a través de una ley de ámbito local que obligaba a la creación de asociaciones a nivel de barrio/distrito, en las cuales podía participar todo aquel que estuviera interesado, además de los presidentes de las comunidades vecinales, y los comerciantes de cada sector. Estas comunidades locales, realizaban siempre su trabajo asesorados por un equipo multidisciplinar que financiaba la administración, en el que se incluían dinamizadores culturales, arquitectos, artistas... El trabajo común de todos ellos tenía como objetivo:

⁶⁹ *Coproducción urbana y ciudadana: Marínlab* (18/02/2016) [http://viveroiniciativas ciudadanas.net/2016/02/18/coproduccion-urbana-y-ciudadana-marinalab/](http://Disponible online: http://viveroiniciativas ciudadanas.net/2016/02/18/coproduccion-urbana-y-ciudadana-marinalab/) [último acceso 09/12/2016]

⁷⁰ (Ciudadano, 2016)

Volví a Málaga después de tantos años, movida por el deseo de revivir algunos de los espacios que había experimentado entonces, y de los que guardaba una grata ausencia. Sentí mi presencia en el de recepción, por volver a repetir un punto en el mapa de experimentar una nueva ubicación.

En cambio, la nueva ciudad con la que me topé, cambió mi forma de ver la ciudad turística. La ciudad respiraba nueva energía bajo su azul turquesa y su inspiradora luz. La actividad fluía por doquier, reparadores, señoras con sus bolsas de compra, grupos de escolares cruzando la calle, turistas escuchando explicaciones en inglés, todo dentro de lo habitual en una ciudad turística. En mi plaza favorita de la ciudad había una instalación muy interesante que, al parecer, había montado una asociación de comerciantes. Así que recordé esos eventos que, de vez en cuando, organizaba el 'Barrio Picasso' y pensé que se trataría de algo de eso.

Dispuesta a disfrutar del maravilloso clima y del buen ambiente que se respiraba en la plaza sentándome en una terraza, vi que en el interior del local había un acto la mar de concurrido, a pesar de ser horario laboral. Se trataba de la presentación de un libro, que se celebrara en la hora del desayuno, con lo que algunos trabajadores habían dejado su escritorio para desayunar de una manera distinta, - ¡interesante iniciativa! - pensé. Sorprendida por tantos estímulos, pregunté si es que se trataba de alguna celebración o día especial y cuál fue mi sorpresa...

La ciudad ha cambiado mucho, ahora en los mapas turísticos no sale solo el centro histórico, el ámbito de interés se ha ampliado a toda la ciudad. Y los eventos del tipo de este, tienen lugar en la mayoría de los locales de la ciudad.

No sólo presentaciones de libros y cuentacuentos, en cualquier lugar era posible encontrar cualquier cosa, pase de modelos en la tienda de ropa, talleres de papirflexia en la librería, representaciones de magia en la azotea de unos vecinos. Entonces me acordé de mi amigo Rafa, ese que organizaba exposiciones de pintura en su óptica. De aquella vez que, animados por el deseo de experimentar algo nuevo, organizamos una representación teatral en la terraza de nuestra vivienda. O de los festivales sonoros alternativos que solía organizar la Casa Invisible de vez en cuando. Al parecer eso, que había empezado años atrás como

Conclusiones y futuras líneas de investigación.

«Un hombre se propone la tarea de dibujar el mundo. A lo largo de los años puebla un espacio con imágenes de provincias, de reinos, de islas, de peces, de habitaciones, de instrumentos, de astros, de caballos y de personas. Poco antes de morir, descubre que ese paciente laberinto de líneas traza la imagen de su cara».

(J.L. Borges)

Tras un arranque del epílogo un tanto alternativo en cuanto a su formulación –que resume nuestra visión del turismo como alternativa a tener en cuenta como solución y no como problema–, concluimos el trabajo con unas últimas reflexiones.

‘Producir’ el hecho turístico hoy en día, se ha convertido usando palabras del profesor Nigel Thrift⁸¹, «en el arte de producir el permanente suplemento a lo ordinario, el sacramento para lo cotidiano y el himno de lo superfluo». Con estas palabras él no se refiere a lo turístico en particular, sino a la política de lo que está ocurriendo en general en lo cotidiano, mediante lo que él traza su particular «geografía de lo que ocurre». Apropiarnos de estas palabras para describir lo que a nuestro entender está ocurriendo con el hecho turístico, como hecho totalmente insertado y adaptado a nuestra corporeidad, nos parecía apropiado, como nos lo parece en general su teoría de lo ‘No-Representacional’. En realidad esta ha sido una de las reflexiones que más tarde se ha incorporado al trabajo y que lo dota de bastante coherencia respecto a lo que, desde un principio, se está tratando de argumentar.

A lo largo de nuestro trabajo se habla de habitares, de escenarios, de actores, de (re)presentaciones y de acciones, pudiera parecer que de un modo un tanto inconexo, salvo por el nexo que les proporciona la criba de la ‘experiencia humana’.

Respecto a ella, respecto a esa experiencia humana, lo más destacable que podemos decir es que no es estable ya que la percepción humana está constantemente siendo reinventada a partir de las distintas partes, gadgets y aplicaciones que le vamos añadiendo a nuestros propios cuerpos. Por lo tanto, volvemos a coincidir con el profesor Thrift y con otros muchos teóricos, en que «el cómo y el qué se experimenta como experiencia, es en sí mismo variable». Parece que de lo que se trataría más bien, es de producir una suerte de nueva invención sobre la invención anterior, que sometiera a un duro interrogatorio a lo que nos fue dado a través de la experiencia.

La teoría No-Representacional se alinea con una especie de experimentalismo al que no preocupa dejar una especie de cuenta abierta al mundo. Pareciera tratar de inyectar una dosis de capacitación para la sorpresa y lo imprevisto en una ciencia social que, demasiado a menudo, asume que debe explicarlo todo. Una voluntad por ‘probar a’ más que por ‘juzgar[lo]’. Las ‘prácticas’ representan esa disposición previa

⁸¹ (Thrift, N., 2008) Autor de la *Teoría No-Representacional*.

que precede y supera al pensamiento contemplativo y a la reflexión, dicho de otro modo llevan aparejada la condición de movimiento o más específicamente –tal y como hemos visto a lo largo de estas páginas– la de movilidad.

Tanto en las ‘prácticas de vocación’ de Thrift como en nuestra acción conceptual –puesta en marcha a través del ‘andar’– los ‘afectos’ juegan un papel primordial. ‘Afectos’ entendidos no como sentimientos personales, sino como intensidades internas que se manifiestan en el paso de un estado vivencial de nuestro cuerpo a otro y que conllevan un aumento o disminución de nuestra capacidad subconsciente para actuar y participar de acciones conjuntas, que no se refieren ni a mí ni al otro, sino que se constituyen en relaciones que inspiran al mundo.

Estas prácticas, al modo de Thrift, son entendidas como «cuerpos materiales de trabajo o estilos que han adquirido [o susceptibles de adquirir] suficiente estabilidad en el tiempo, a través, por ejemplo, del establecimiento de rutinas corporales y dispositivos especializados que las reproducen (Thrift, N., 2008)». La influencia de Merleau-Ponty nos conduce al afirmar que el actor no ‘es’ de manera independiente de la ‘escena’, sino que es como es gracias a su incomparable habilidad de evolucionar conjuntamente con las cosas, en consonancia con el entorno, e incluso incorporando diferentes partes a su propia corporeidad generando diferentes híbridos con diferentes funciones y alcances. En este interés respecto a la co-evolución ‘ser humano – cosas’, la Teoría No-representacional da igual valor a ambas –en nuestro caso: ‘actor’ y ‘escena’–. Esto significa referirse a una serie de ensamblajes híbridos de conocimiento, sistemas de juicio, edificios, espacios... en interacción conjunta. Se abandona así la noción cartesiana de los agenciamientos. Otro aspecto que nos vuelve a interesar de la teoría No-representacional, y a pesar de su nombre, es –más allá de su interés por las prácticas/representaciones/performance– que dicha focalización sobre las representaciones, no pretende elevarlas al plano de código a seguir / romper, o de estructura fija o representativa de algo, sino que las ‘representaciones/prácticas’ son tratadas para ser aprehendidas, como performativas en sí mismas, como medios y no como fines.

Llevando un poco más la teoría No-representacional a nuestro terreno, podríamos pensar en ella a la inversa, es decir, a partir de la certeza de que no se trata de una teoría real y de que no pretende constituirse en una suerte de solución permanente, proponer una serie de ‘prácticas’ que –a modo de intentos de fuga de lo cotidiano y convencional– puedan llegar a echar raíces en ciertas ocasiones o caer en tierra yerma y ser olvidadas en otras, sin causar ningún tipo de frustración. A través de esta dinámica se impone que un nuevo sujeto –el actor– y no el objeto –el escenario–, se convierta en el centro de reflexión que fluye alrededor de los habitares. Asumiendo que es el actor el único capaz de dar sustrato al escenario, por ser él quien lo habita y lo construye, y que a su vez se modifica y adapta en función de los cambios que experimenta dicho escenario. Este sujeto social reclama a profesionales e instituciones las armas que le posibiliten desarrollar sus nuevos modelos de vida, sus nuevas inquietudes habidas de espacios polisémicos, de lugares

construidos por sus habitantes a diario a través de un habitar activo y cotidiano que desborda los límites de lo íntimo de la vivienda, para disfrutar –con ese mismo sentimiento de apropiación– de lo colectivo. Son estas las armas que a nuestro entender puede proveer la teoría No-Representacional a la inversa, en un intento de implementar herramientas que permitan la participación y la ampliación del mundo, más que la explicación o la representación inmóvil del mismo.

En este sentido la intervención urbana cobra más bien un sesgo de re-habitación, más que de re-habilitación, es decir, de proponer modificaciones en el uso de los espacios que satisfagan las necesidades de sus usuarios, incluso de un modo puntual, momentáneo, temporal y efímero, sin voluntad de permanencia en el tiempo, con la aceptación de que una vez cumplida su misión desaparecerá para dejar su lugar a un nuevo acontecimiento/intervención. Construir la ciudad a través de estas dinámicas, como construiríamos nuestra casa, pero con etiquetas apropiadas para la dimensión urbana: regeneración, colectividad, conectividad, autogestión, resiliencia o adaptabilidad.

La posibilidad de estas prácticas, la reflexión en torno al modo de concebirlas, conducir las, producirlas y su traducción en acontecimientos reales, sería objeto no de “una geografía de lo que ocurre” sino de una ‘geografía de lo que podría ocurrir’ en esa capa del hojaldre que conformarían los ‘espacios de posibilidad’. Preguntarse por ¿qué he/hemos hecho? o ¿qué debo/debemos de hacer?, se plantea infinitamente más complejo especialmente cuando el estatus del sujeto de esas preguntas ha venido siendo significativamente socavado. Mereciera la pena pasar directamente a la acción y sacar conclusiones más tarde, en ese intento de ‘probar a’ más que ‘juzgar[lo]’.

La nueva perspectiva que nos da la lectura de la tesis, hace posible afirmar que el punto de partida es un necesario ‘cambio de mirada’. ‘Cambio de mirada’ hacia el ‘hecho turístico’ en general y hacia el ‘mapa turístico’ en particular.

Hacia el ‘hecho turístico’, en tanto potencialmente acreditable para ampliar su visión no sólo hacia otras zonas de la ciudad distintas del centro histórico o los ‘edificios mónada’ creados ex profeso, sino hacia historias personales o propuestas experienciales informales, alternativas y en connivencia con las oficiales. El hecho turístico capaz de insuflar aire oxigenado en las zonas degradadas de la ciudad –pero no a través de la construcción de maravillosos y costosísimos edificios que, tras unos años quedan vacíos–, sino a través de procesos de empoderamiento de los ciudadanos mediados por la cultura –como los que aquí se describen o la mirada que se pueda proponer–. El hecho turístico como solución y no como problema. Cambio de mirada también, hacia el ‘mapa turístico’, en tanto que herramienta inacabada por definición, coproducida a la vez que experimentada por sus usuarios (propios de la ciudad o ajenos). En tanto que (re) presentación mediada por las historias y las referencias espaciales que no salen en el mapa pero que junto a este se encargan de mapear el espacio convirtiéndose en agente activo de la intervención cultural.

Los paisajes de la utopía son fruto de ese cambio de mirada, que nace desde el inconformismo y la protesta y que apuestan por otra realidad como posibilidad plausible, por otra relación entre espacio y sujeto espacial, y entre sujetos entre sí, por otro tipo de espacialidad social. Son esos paisajes capaces de hacer resurgir un futuro esperanzador de unas ruinas aplastantes.

Ubicado el punto de mira *–you are here–*, lo que sigue es trazar los recorridos que, a través de nuevos procesos, generarán sus conexiones en un proceso sin fin, pero renovado a cada momento *–here and now–*. Como dicen Lapayese y Gazapo estamos seguros de que la batalla contra los retos que nos plantea hoy, tanto la metrópolis como nuestra sociedad, no se ganan desde soluciones universales, sino que requieren pensar lo global desde lo local.

En este sentido, nuestra creciente ‘desterritorialización’ –desde que la movilidad en el espacio se ha visto incrementado–, nuestra desvinculación con el entorno inmediato –desde que somos capaces de controlar las condiciones de confort–, nos desconecta más cada vez de nuestra ‘espacialidad social’ quedando reducida a lo virtual. Las ciudades y los espacios son cada vez más dependientes de la configuración inmaterial de los procesos y espacios en red o ciberespacios. En palabras de Corner: «la experiencia espacial de la vida hoy, es tan inmaterial como lo es física, tan ligada a las conexiones relacionales y temporales, como lo está a las nociones tradicionales de recinto y de lugar». Y es que, aunque aún no somos ‘cibernautas’, en el sentido que García Vázquez advierte como condición para acceder al ciberespacio –con injertos en ojos, manos, piernas, cabeza...–, sí que nos hemos hecho inseparables de la tecnología y la conexión que nos proporciona, como una extensión incorpórea de nuestra corporeidad.

Como se ha venido demostrando a lo largo de estas páginas, la interactuación corporal y psíquica que supone la actividad del ‘andar’ puede constituirse en un excelente punto de salida para vascular dicha relación espacial y (re)mover unos afectos, abandonados en cierto modo. A medio camino entre la e-topía –como tecnofilia–, y la distopía –como tecnofobia–⁸². Más aún si, como dice Rudolf Arnheim, «toda percepción es también pensamiento, todo razonamiento es también intuición, toda observación es también invención».

Pensar en clave turística no está desvinculado de pensar en clave ciudadana y viceversa, más aún, cuando vemos ambos términos aunados bajo el concepto de ‘usuarios’, y cuando, como venimos viendo a lo largo de todo el trabajo, el lugar turístico no es más que otra construcción social. Construcción o artefacto donde, lo importante no son las singularidades del lugar, sino el tejido de estructuras y relaciones sociales que, en última instancia, son quienes lo construyen geográfica e históricamente.

Por otro lado, pensar en clave ciudadana es pensar en clave sostenible. Dice Richard Rogers (1997) en “Cities for a small planet” que la ciudad sostenible es la ciudad justa, bella, ecológica, «una ciudad que favorezca el contacto, donde el espacio público induzca a la vida comunitaria y a la movilidad de sus habitantes y donde la información se intercambie tanto de manera personal como electrónica. Una

⁸² (García Vázquez, 2004)

ciudad diversa, en la cual el grado de diversidad de actividades solapadas anime, inspire y promueva una comunidad humana vital y dinámica».

Conscientes de la complejidad de la metrópolis moderna, acudimos al término paisaje, a su (re)presentación y su (re)construcción -según el abanico de posibilidades que se ha planteado en estas líneas y en las que se puedan plantear a partir de ellas-, como modo de acercarnos a esta realidad. Es decir, la realidad no es algo externo y dado para ser aprehendido; más bien está constituida a través de nuestra participación con las cosas. Como el filósofo Jacob Bronowski⁸³ observa, «no hay apariciones que fotografiar, ni experiencias que copiar en las cuales no tomemos parte. La ciencia, como el arte, no es una copia de la naturaleza sino una recreación de la misma».

En cuanto a la creatividad y en consenso absoluto con la afirmación de Constant, de que la creatividad no es otra cosa que el rendimiento de las personas. Apostamos por el trío: cultura, creatividad y libertad. Trío susceptible de poner en marcha nuevos motores de cambio de rumbo y avance en nuestras sociedades. Quizás la Nueva Babilonia esté más cerca de lo que nos podamos imaginar. Este necesario cambio de rumbo, como se ha visto, viene siendo solicitado desde multitud de altares del mundo de la cultura y el arte, las ‘artes corruptas’ que alude Kantor, el cine de Daniel Cuberta y otros como museos, centros culturales y grupos activistas.

Intuimos que en el proceso de retroalimentación –nutrida desde la dialéctica anterior–, un nuevo usuario podría ser destilado, a medio camino entre el ‘planeteur’ y el ‘neobabilonio’.

La capacidad de atracción de los destinos está directamente relacionada con su peso relativo, y ese peso relativo no depende ya del tejido productivo y consolidado, ni siquiera del acceso a redes de transporte de alta eficiencia o con un mercado laboral y consumidor avanzado. Ahora que las tecnologías permiten relativa libertad para elegir ubicación, los motivos que más puntúan en la escala de valores son la calidad de vida (relacionado con variables complejas del tipo esperanza de vida, educación, condiciones sociales, climatología, PIB per capita...). Esta reflexión hace intuir que las propuestas de valor diferenciador, son clave para seguir perteneciendo a ese espacio de los flujos, en el que probablemente nos interesa seguir estando, y ello no es incompatible, [más bien lo contrario] con el hecho de tener un tejido social cohesionado, formado y creativo.

Los mapas en su doble vertiente de producción y consumo en retroalimentación, se nos antojan una herramienta a tener muy en cuenta a la hora de plantear nuevas dinámicas como las que se plantean en este discurso. (Re)presentar el conjunto –que no significa reproducir lo conocido, sino reformularlo–, hace pensar la realidad como un todo, en proceso de ida y vuelta entre la pequeña escala y la grande, entre las unidades acotadas e independientes pero al interior de un conjunto mayor dentro del cual se relacionan todas. Lo existente es mucho más que los atributos físicos visibles del terreno. Lo existente incluye las fuerzas escondidas (procesos naturales como el viento y el sol, eventos históricos o historias locales,

⁸³ Citado en: (Corner, 1999)

condiciones económicas o legislativas, intereses políticos o estructuras programáticas) que subyacen al funcionamiento de un determinado lugar. Es así como los procesos sociales encuentran su explicación y justifican la expresión superficial de un complejo y dinámico sistema de interrelaciones e interacciones. Este proceso participa en cualquier despliegue de futuro.

1. El primer paso es definir donde está el observador.

“You are here [and now]”

Tomar conciencia del punto en el que nos encontramos es el inicio del camino. En este punto numerosas consideraciones subjetivas entran en juego, tanto relativas a la existencia e historia del lugar, como las referidas a la lente a través de la cual el observador interpreta el lugar según su ley propia y la bases regulares del mundo.

Tomar conciencia del lugar puede ayudar en el despertar del propio ser –en dicho lugar– de cada uno. Como afecta el lugar a nuestro ser y como afectamos nosotros con nuestro caminar, respirar y comportarnos en ciertas maneras.

El lugar es un espacio que ha sido activado a través de nuestra conciencia de observador y la propia observación combinada. Son ambos extremos, dónde estamos y quiénes somos, los que construyen lo que observamos sobre un lugar, y sus componentes pueden ser reveladores sobre nosotros mismos como localización en el lugar.

2. El segundo paso es determinar que tenemos alrededor de nosotros.

La observación de un lugar es algo muy personal. Vemos la ciudad como una dinámica y viva configuración de cambios constantes de patrones, en la cual interviene la observación focalizada, como una herramienta de estudio del sistema. Los patrones físicos, efímeros y vividos presentes en cualquier ubicación en un momento del tiempo son una compleja y delicada orquesta de interacciones, donde dos momentos no se van a repetir de la misma manera, ni dos individuos tampoco la experimentarían en idéntica o parecida forma.

Diseñar procesos que continuamente reúnan información de los lugares en modo cualitativo, expansivo y no convencional, se hace imprescindible. Como un juego o un experimento científico donde las reglas y la práctica intentan revelar tanto las diferencias como los descubrimientos.

El mapa como herramienta –objeto/sujeto–, puede convertirse en un acto de optimismo, descubrimiento y exploración; una oportunidad de ir a través de, a lo que Deleuze y Guattari, se refieren como el ‘seguimiento’, *«remake territory over and over again, each time with new and diverse consequences»*. En la creencia que planteaba Smithson, de que la solución siempre estaba contenida en el problema, y de que lo nuevo siempre surgiría entre los restos de lo anterior, entre las grietas y las ruinas que había abandonado

el pasado.

3. El tercer paso es decidir dónde queremos ir y cuáles son las posibles alternativas para alcanzar ese lugar en concreto.

Es tan importante el viaje como el destino, y cómo lleguemos hasta él es tan trascendente como el propio camino que cojamos. Dejémonos a nosotros mismos leer nuestros datos y permitirles cambiar nuestra dirección. Contemplación como forma de recreación.

Cualquier modalidad de mapa existente o imaginable es una selección –arbitraria o no– de hechos, en sus dos dimensiones. El cómo la gente interactúa con esos hechos representados, es una investigación en curso, una experiencia de aprendizaje, una clase de antropología en abierto.

El mapeado es un agente activo en la intervención cultural.

La función del mapa sobre la que enfocamos la atención, no es la de representar la realidad, sino la de engendrar la reorganización de la misma, a sabiendas de que allí vive gente, que no es un trozo de desierto por habitar. Se trata de emancipar potenciales, enriquecer experiencias y diversificar los mundos.

Como revela James Corner⁸⁴, la ‘mentira’ del mapa no es la reproducción ni la imposición, sino, más bien, el no destapar realidades previas no vistas o no imaginadas. En este sentido, se refiere a los cuentos de Jorge Luis Borges, o al de Lewis Carroll titulado “Sylvie and Bruno”, como narraciones en las cuales, no sólo se captura la cartografía imaginaria, sino que se traslada al corazón mismo de la tensión entre realidad y representación, entre territorio y mapa. En relación a ambas fábulas refiere Corner, que no sólo es el mapa una representación secundaria del territorio situada en un plano de importancia inferior, sino que cuanto más detallado y fidedigno se esfuerza en ser, más redundante e innecesario resulta. Y los compara con los cuadros y las pinturas, los cuales, a diferencia de los mapas, tienen la capacidad de soportar el parecido directo con las cosas a las cuales representan, mientras que los mapas deben ser necesariamente abstractos si quieren sostener significados y utilidad. Y tal abstracción –la pesadilla de quien no está acostumbrado a leer un mapa–, no es en absoluto su fallo sino más bien su virtud.

El mapa siempre precede al territorio, y sólo se convierte en territorio a través del acto de delimitarlo y hacerlo visible. Baudrillard afirma –liberando con ello una gran presión–, que el acto de diferenciar entre lo real y su representación ha dejado de ser significativo.

Para concluir, recordar que, detrás de cada conquista social hubo un gran número de personas luchando por alcanzarla y otro por frenarla y que todos tienen algo que decir y el derecho a ser escuchados, incluso los más pequeños.

⁸⁴ (Corner, 1999)

Líneas de investigación futuras:

A continuación se recogen algunos de los temas tratados, que podrían tener un desarrollo posterior.

- En primer lugar, el futuro de los mapas turísticos en relación con su soporte. Adaptabilidad, flexibilidad, actualización instantánea, accesibilidad digital, frente a una mayor legibilidad, facilidad de uso (dependiendo del caso), mayor rango de territorio abarcado en un solo vistazo –debido básicamente a su tamaño–, que permite hacerse una composición de lugar más completa y adecuada⁸⁵.

- Estudio de los datos virtuales a analizar, de los que poder obtener resultados útiles para gestionar los territorios turísticos, tales como afluencia a un determinado evento, ocupación de espacios públicos y de viales de circulación...

- Vista la potencialidad existente a la hora de implementar nuevos diseños de mapas, sería interesante explorar los grados en que un mapa turístico resulta atractivo o interesante por la eficacia de sus ilustraciones o de sus dibujos y en qué grado convendría usarlos para elaborar mapas turísticos estéticamente más atractivos.

- Utilizando el poder interpretativo de las vías deconstructivistas, tanto la que propone Brian Harley para interpretar lo invisible y que conjuga: contexto del cartógrafo, contexto de los otros mapas y contexto social, como las que proponen otros autores como Christian Jacob; se podría acometer la interpretación –a través de la deconstrucción–, de algunos de los mapas inéditos que se presentan en nuestro trabajo en clave histórica y/o turística, o como historia del turismo.

- Para lograr implementar una aplicación informática que funcionara en los términos que se plantean en el trabajo sería conveniente analizar las investigaciones realizadas⁸⁶ que usan datos de seguimiento móviles, para medir distintas magnitudes relativas al turismo y poder tomar la decisión de cuales elegir para generar el sistema más eficiente posible.

- Otro tema que se insinúa a lo largo de estas líneas es el del nuevo proceso de sustitución de los habitantes de los centros históricos. Tras el primer proceso de decadencia de la etapa de la posguerra –momento en que las clases de alto poder adquisitivo se retiraron a las periferias–, sobrevino una oleada de rehabilitaciones de cascos históricos y el consiguiente retorno de las clases adineradas. Ahora, otra serie de problemas

⁸⁵ En el estudio de Yan y Lee, en relación con las mapas de Macao, el 53% prefiere el soporte electrónico, frente al 47% que elige el papel. Aunque también el 60% de los encuestados perciben mayor facilidad de uso en los mapas en papel, que en los digitales. (Yan & Lee, 2015)

⁸⁶ Un ejemplo es el que desarrolla Raun en su artículo “Measuring tourism destination using mobile tracking data” una metodología específica, basada en las cinco dimensiones que tiene el turismo: espacial, temporal, composicional, social y dinámica. Entre 2011 y 2013 aplicaron su método para la medida de



Figura 39. Fotografía tomada en la calle Ángel (Ámbito del Centro Histórico de Málaga).

las tres primeras dimensiones en Estonia y en la actualidad la Oficina de Turismo de Estonia utiliza una herramienta de monitorización basada en esta metodología. También Ahas, propone una metodología para el uso de los datos móviles provenientes de los sensores de detección de diferencias espaciales y temporales y argumentan una gran aplicabilidad para medir la distribución respecto de las actividades temporales en las ciudades y el seguimiento de los cambios urbanos con los datos del teléfono móvil georeferenciados. Para más información ver: (Raun, Ahas, & Tiru, 2016) y (Ahas, y otros, 2015)

como son: la sobrecarga de usuarios de todo tipo, el exceso de ruidos en horas de descanso, la escasez de servicios, falta de aparcamiento... Todo ello unido a los beneficios económicos que proporcionan los alquileres de corta temporada, están provocando un nuevo abandono de los usuarios permanentes en pro de los usuarios efímeros. Un tejido social totalmente desvinculado del entorno y con unas dinámicas consumidoras voraces.

- Otra idea insinuada, es la de constituir unos servicios pensados para una población flotante, es decir, concebidos y proyectados para adaptarse a la demanda de necesidad. Caracterizados por una flexibilidad y adaptabilidad que les haga adaptarse a situaciones tanto de uso masivo, como de funcionamiento bajo mínimos. De modo que ningún usuario se vea agraviado. Este estudio tiene sentido, no sólo pensando en los usuarios permanentes –que en épocas de gran afluencia de otro tipo de usuarios, ven mermados sus servicios–, sino en eventuales avalanchas de refugiados o migraciones climáticas.

- Con respecto a la movilidad –cuyas evoluciones han ido paulatinamente reconfigurando el territorio–, hay algunas preguntas lanzadas al aire en el texto sobre las que merecería la pena reflexionar: ¿cómo sería la vuelta atrás cuando esos automóviles ya no necesitaran del soporte físico que les proporciona la carretera para circular, o cuando no necesiten de conductor?, ¿cómo se re-convertiría el territorio a esa nueva demanda?

- Cartografía urbana y publicidad, es un matrimonio que se fragua a finales del siglo XIX y que dura hasta nuestros días. Reflexionar en torno a cuáles son los motivos de su buen advenimiento, su modo de desarrollo a lo largo del tiempo o cuál podría ser su futura línea de colaboración, nos parece de gran interés en lo que al futuro de los mapas divulgativos se refiere.

« ¿Cómo llegar a hablar sin dar órdenes, sin pretender representar a algo o a alguien? ¿Cómo llegar a hacer hablar a quienes no tienen derecho a hacerlo, y a devolver a los sonidos su valor de lucha contra el poder? Sin duda es esto: estar como extranjero en la propia lengua, trazar una especie de línea de fuga para el lenguaje».

(Gilles Deleuze)

«En la vida y en el trabajo lo más interesante es convertirse en algo que no se era al principio. Si se supiera al empezar un libro lo que se iba a decir al final ¿cree usted que se tendría el valor para escribirlo? Lo que es verdad de la escritura y de la relación amorosa también es verdad de la vida. El juego merece la pena en la medida en que no se sabe cómo va a terminar».

(Michel Foucault)

Glosario de términos

‘andar’ actividad corporal con dos dimensiones específicas y necesarias: tiempo y espacio. Demasiado lento sería ‘flanear’, y demasiado rápido sería ‘correr’. Desarrollada por los vacíos del ‘espacio líquido’ en el que flotan los fragmentos llenos del ‘estar’. Proceso generador y generado, dominado por la condición ‘ético-estética’, guiado según una nueva ‘mirada’ -configurada entorno a una conciencia / sentimiento de ‘paisaje’-. Práctica estética promotora de encuentros e instigadora de afectos -intermediados por experiencias-, a modo de ‘escritura automática’ en el inconsciente. Herramienta crítica desde la que mirar, describir y modificar el paisaje. Forma de intervención, cuyo producto es el ‘recorrido’ y su relato del espacio atravesado. ‘Movimiento’ constituido / constituable en ‘movilidad’

‘bio.entrópico’ término que proponen (Lapayese & Gazapo, 2009), como consecuencia de la confluencia de los modos de acercamiento al ‘paisaje’ de Oteiza y de Smithson, para referirse a un «entorno atento a las condiciones vitales y a los grados de desorden de las estructuras espaciales habitables. Tiene un funcionamiento complejo, en tanto el bio.espacio es cíclico y el espacio.entrópico es terminal. Los desplazamientos en este ‘otro’ paisaje, son sinusoidales y asintóticos».

‘Cartografiando el territorio de Málaga’ es un proceso cartográfico participativo surgido gracias al trabajo de reflexión, búsqueda y puesta en común que fomenta el desarrollo de workshops. En el marco de Espacio-Red de Prácticas y Culturas Digitales de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), las asociaciones CarTac y Trayectos.org organizaron en 2010 el taller ‘Lo que los mapas no cuentan’ uno de cuyos productos cartográficos fue un mapa meipi: “Lo que los mapas no cuentan” en el cual se produjeron entradas desde cuatro canales: Puntos de Control, Ciudad escaparate, Zonas Comunes y Memoria. <http://meipi.org/loquemalaganocuenta.meipi.php> <http://www.trayectos.org/es/node/7>

‘crisis’ una sociedad está en crisis cuando sus componentes experimentan una serie de cambios como amenazantes en relación a la conservación de sus recursos y/o a su propia supervivencia. No basta con percibir la situación como crítica para declarar el estado de crisis. Los procesos objetivos de crisis generan problemas de autogobierno irresolubles. Además de la dimensión objetiva de la crisis, también hay una dimensión subjetiva, y ambas se tienen que manifestar para diagnosticar un fenómeno tendente a la generación de crisis social.

‘deriva’ para hablar de ‘deriva’ hay que referirse al Movimiento Situacionista, que pusieron en

marcha un grupo de artistas y activistas entre los años 50 y 60 del pasado siglo. La deriva -como acción-significa: andar sin objetivo específico en la ciudad. Guy Debord –filósofo situacionista- propone una reflexión y posterior ruptura en torno al acto de experimentar la vida urbana dentro de la propuesta de la psicogeografía, salir de la rutina cotidiana, dejándose llevar por las emociones y mirando a las situaciones urbanas de una nueva forma. Lo más interesante para nosotros acerca de la deriva, es el modo en el cual lo contingente, lo efímero o lo fugaz de la experiencia espacial para ocupar el primer plano. La deriva hoy, sigue constituyendo una herramienta en uso que permite la crítica de las circunstancias contemporáneas, no desde fuera, ni desde arriba sino desde la participación en la realidad política e instrumental.

‘distopía’ entorno encarnado por la ‘ciberciudad’ donde, a entender de los ‘tecnófobos’, se ocultan infinitud de mecanismos de control y explotación social. Intuición relativa a la destrucción de la noción de lugar, de un grupo de autores –procedentes de la crítica social marxista- entre los que destacan: el filósofo Jean Baudrillard, la urbanista Marie Christine Boyer, el profesor Vladimir Krstic, el pensador Paul Virilio, o el filósofo y matemático Javier Echeverría. Visión tecnológica opuesta a la ‘e-topía’.

‘espacios de posibilidad’ ‘terrain vague’ de Solá Morales, ‘futuros abandonados’ de Smithson, ‘espacios de posibilidad’ aquí. Posibilidad de creación/detección de nuevos paisajes desde las distintas plataformas. Espacios intensificados donde cualquier uso o cualquier paisaje posible o imaginable tienen cabida. Lugares de movilidad continua, capaces de procurar incesantes cambios de dirección en la trayectoria de sus usuarios... Paisajes donde se materializan las fuerzas de avance y retroceso, doblándose y desdoblándose sobre sí mismos. El devenir ilimitado se sostiene en esa anchura recobrada, que constituyen nuestros ‘espacios de posibilidad’.

‘estratificación’ nueva práctica para el mapeado, emergida en los diseños contemporáneos de la gran escala urbana y el paisaje. Consiste en la superposición de varias capas independientes para producir una superficie heterogénea. Las capas no son el mapeado de un sitio o contexto existente, sino que representan la complejidad del programa del sitio, mediante matrices de datos analizados y sintetizados, de los cuales derivará una determinada geometría. Cuando todas esas capas se superponen, una amalgama estratificada de relaciones entre las partes aparece. En este caso las estrategias del mapeado proponen un sistema-campo organizativo que instiga y sostiene un rango de actividades e interpretaciones en el tiempo.

‘e-topía’ entorno igualitario y liberador resultado de la tecnofilia que promueven una serie de autores -entre los que destaca William J Mitchell-. Convencidos, de que la entrada en el ciberespacio y la sustitución de la ciudad tradicional por la ‘ciberciudad’, resolverá muchos de los problemas que aquejan a la

primera. «Ajenos a todo tipo de nostalgias, los tecnófilos encuentran en la desmaterialización de la ciudad numerosas ventajas: es económica, ya que es más barato construir un portal electrónico que un edificio; es ecológica, ya que no emite residuos; y elimina intermediarios en las transacciones comerciales. También la desmovilización es conveniente. En primer lugar porque, al permitir la asincronía en las actividades urbanas (en la ciberciudad cualquier cosa podrá ser realizada en cualquier momento y sin necesidad de desplazamiento) desaparecerán las congestiones de las horas punta. En segundo lugar, porque reducirá el consumo de combustible, la contaminación, las pérdidas de tiempo, las infraestructuras de transporte, etc. Por último, el hecho de que la casa asuma funciones laborales, comerciales, de ocio y de relación social, augura un retorno al hogar que activará la vida comunitaria (García Vázquez, 2014, p.181)».

‘Golden Nica’ es el máximo galardón que concede ‘Prix Ars Electronica’. Es uno de los premios de frecuencia anual más importantes en los campos del arte interactivo y electrónico, animación, cultura y música digital. Ars Electronica es un festival que se organiza en la ciudad de Linz desde 1979 en el cual se premia la excelencia experimental y visionaria de propuestas de diversa índole: científicas, investigadoras, digitales, artísticas, tecnológicas, etc. <http://www.aec.at/prix/gewinner/>

‘heterotopía’ término planteado por Michael Foucault en 1967 que define como ‘contraespacios’, como utopías efectivamente verificadas y encarnadas / localizables. Espacios totalmente distintos de los espacios de los que son reflejo y alusión, relacionados con la ‘utopía’ a través del espejo. La heterotopía tiene el poder de yuxtaponer en un único lugar real distintos espacios, varias ubicaciones que se excluyen entre sí. O bien desempeñan el papel de espacio ilusorio que denuncia como más ilusorio aún el espacio real –donde la vida humana se desarrolla-, o bien erigen un espacio tan perfecto, exacto y ordenado como anárquico, revuelto y patas arriba es el nuestro.

‘Industria del ocio’ Fue en la década de los 80 del pasado siglo cuando esta industria empezó a tener su momento de auge. Los sociólogos lo fundamentaron en la evolución que había experimentado la generación de clase media nacida durante el baby boom de los 60, ajena a las dificultades de la postguerra durante su crecimiento, y que habían incorporado el ocio a su cotidianidad. Ello exigía la oferta de formas de entretenimiento en el tiempo diario y en el espacio habitual, que se completaría con la sofisticación tecnológica que colmara las expectativas de sensaciones fuertes, hiperreales. En los 90 sería el ‘parque temático’ con ‘Disneyland’ a la cabeza el tema monopolizador de la atención de la visión sociológica de la ciudad, como espectacular expresión del ocio actual. La exitosa fórmula expandida por la geografía mundial (Orlando, París, Tokio, Hong Kong) era la de tematizar un recinto poniendo las últimas tecnologías al servicio de la simulación para, a continuación, ser extrapolada a los espacios

culturales, de consumo y a la urbe en general. Es lo que se llamó el proceso de ‘disneylandización’, que invadió todos los aspectos de la vida, cines, teatros, e incluso gastronomía. John Hannigan en *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis* (1998) denomina eentertainment a la actividad de los restaurantes temáticos -Hard Rock Café, Forest Cafe, etc., donde comer es secundario respecto al entretenimiento, las compras y el decorado.

En nuestro texto nos referiremos indistintamente a ella como industria del ocio, industria del espectáculo o industria turística por considerar que todas coinciden en incluir entre sus mecanismos el de la creación/simulación de una hiperrealidad que satisfaga la necesidad de otredad/alteridad que compense la monótona cotidianidad ya sea ‘aquí o en la China’; y entre sus objetivos el de posicionamiento de los lugares como nodos presentes en el mapa global destinados a la atracción de flujos.

‘La Ciudad Demudada’ es un trabajo de experimentación e investigación en torno a la urbe que pretende, mediante el contacto directo con la calle a través de la deriva, generar un mapa caleidoscópico, una ciudad remezclada que hable de ella misma y sus ciudadanos, así como del derecho de estos a definir lo que este espacio común y de convivencia significa. Demudada viene del latín ‘demudare’: Mudar, variar, alterar, disfrazar... <http://laciudaddemudada.net/wp/>

‘modelo de la abundancia e innovación’ modelo que William Secin (2009), implementa para la transformación de los destinos turísticos. Conceptualmente válido para cualquier ámbito de la sociedad red se basa en: la ‘abundancia’ como concepto económico de la sociedad red, que se contrapone al de la escasez de la sociedad industrial. Se refiere a la ‘abundancia’ «de contenidos, de información, de conocimiento, ... en definitiva de inputs que posibiliten generar outputs personalizados, de acuerdo con las necesidades de cada miembro de la red». La abundancia se logra siguiendo tres dictados que son: «traspasar todo el negocio a la Red; desmembrar el negocio en unidades más pequeñas; y hacer que todos los agentes del sector puedan ser activos en la producción de valor». Este ‘valor’ ahora es individual, relativo y lo da el propio consumidor, no la oferta; con lo cual cualquier actor puede ejercer de intermediario en este cambio de paradigma comercial en el que el valor concedido a una circunstancia será otorgado en función de los logros que posibilite o del bienestar que produzca. Por último la morfología de la red existente debe ser distributiva, ni centralizada, ni descentralizada.

‘nómada’ característica de lo móvil, lo cambiante, lo no sedentario, lo no estático que, al interior del territorio, convive en relación de osmosis con sus contrarios.

‘otramálaga04’ es una iniciativa investigadora de corte no académico de varios colectivos

llevada a cabo en el año 2004, que recoge el interés por la dinámica de los Foros Sociales como espacios de conocimiento y conexión de movimientos desde una perspectiva crítica que, con el apoyo del Foro Social Provincial, recoge tres de las tendencias transformadoras del territorio: Trabajo/Precariedad, Flujos Migratorios, Modelo de Desarrollo/Especulación. <http://www.trayectos.org/es/content/otram%C3%A1laga-04>

‘paisaje de la utopía’ según se presenta en el texto, se trata de heterotopías efímeras, en las que la utopía que se encarna no es la del control, la homogeneidad y el orden, sino la de la ‘liberación del comportamiento’ según un proyecto ininterrumpido de creación y destrucción como el que propone Constant. La que se propone demostrar que otro (des)orden de las cosas es posible. Al respecto Constant proponía: «la liberación del comportamiento exige un espacio social laberíntico, pero que al mismo tiempo pueda ser modificado constantemente. (...)Se entiende que un proceso como este no podrá preverse o proyectarse sin que se ponga al mismo tiempo en práctica (Constant, 2009)»

‘procomún’ concepto donde la propiedad desborda la categorización público-privado, donde la autoría es indiferente al interno de una constelación de recursos activamente gestionados y protegidos por el bien común. Que reconoce la pluralidad de los modos de existencia, abarca la diversidad de bienes naturales, culturales, sociales y corporales y que fundamentalmente percibimos cuando se encuentra en situación de amenaza o peligro de desaparición.

‘rizoma’ características inacabadas e indeterminadas pueden ser conectadas a la forma-proceso del rizoma. Según argumentan Deleuze y Guattari, a diferencia de los árboles o sus raíces, el rizoma conecta cualquier punto con otro, sin principio ni final, siempre crece y se desborda constituyendo multiplicidades lineales. El rizoma no tiene centro ni es jerárquico y está en continua expansión. Permite multitud de modos de entrada, salida y líneas de fuga, que posibilitan una pluralidad de lecturas, usos y efectos.

‘strip’ concepto que nace en EEUU antes de los 60, que describe a las carreteras infinitas y lineales que atraviesan el país y cuyo uso se intensifica en esa década, con el uso que harían sus ciudadanos al democratizarse el uso del vehículo privado y ponerse de moda la actividad de emprender un viaje por carretera, cuyos motivos podían ser cualesquiera: lúdicos, trabajo, ocio o por vivir una aventura, y donde lo importante no era tanto el destino como la aventura del viaje.

‘tecnopolítica’ concepto que Toret, aleja del ‘clickactivismo’ y del ‘ciberactivismo’. La tecnopolítica reconoce a la multitud como un nuevo sujeto político. La tecnopolítica genera movimientos

red, acción multicapa que hibrida la esfera física y la digital. Según esta definición, hay quien no está de acuerdo en llamar al 15M movimiento social, sino más bien ‘red tecnopolítica ciudadana’. «Esta multitud conectada tiene una anatomía híbrida, física y virtual, en la que destacan las identidades colectivas, posee forma de red y la capacidad de producir activaciones emocionales, convirtiendo el malestar en empoderamiento (Toret, 2013)».

‘tercerespacio’ concepto que propone Edward Soja como modo capaz de superar las formas de pensar binarias que explican la realidad social desde la espacialidad. Es el tercer ‘otro’, el lugar donde están todos los lugares reales imaginarios «comprende todo, lo real y lo imaginario, lo abstracto y lo concreto, lo subjetivo y lo objetivo, lo conocible y lo imaginable, la estructura y la agencia, la vida cotidiana y la historia a largo plazo. (...) en la dialéctica de la espacialidad pueden diferenciarse tres momentos o espacios cuyas dinámicas son indivisibles (Soja, 1996) e interconectadas en la producción del espacio (Lefebvre, 1986). El primer espacio se refiere al espacio físico, de la materialidad concreta de las formas espaciales (según Soja se refiere a lo que Lefebvre denomina prácticas espaciales, el espacio percibido por los sentidos). El segundo espacio, el espacio concebido, pensado en ideas, “en representaciones reflexivas de la espacialidad humana bajo formas mentales o cognitivas” (Soja, 1996, p. 8), que permiten que las prácticas espaciales se comprendan, sea con las nociones del sentido común sea con las de las disciplinas académicas que se vinculan a las prácticas espaciales (según Soja, este espacio coincide con lo que Lefebvre denomina representación del espacio, el espacio concebido). Por último, el tercer espacio, es el espacio vivido, significado e imaginado, hace referencia a la construcción simbólica del espacio que imagina nuevos sentidos o nuevas posibilidades de las prácticas espaciales (de acuerdo a Soja, refiere a lo que Lefebvre denomina como espacios de representación). Estos espacios son los espacios llenos de elementos imaginarios y simbólicos, contruidos y modificados en el transcurso del tiempo por los actores sociales. El tercer espacio es una forma de los otros (primer y segundo espacios), los abarca y, al tiempo que los transforma, los trasciende. En este sentido, la espacialidad es una dialéctica de la espacialidad física, de la espacialidad concebida y de la espacialidad vivida; la espacialidad no es resultado de la sumatoria del devenir independiente de los tres momentos o espacios, sino de la interrelación, superposición e interdeterminación de los mismos.» (Almirón A. V., 2004, pág. 173)

‘utopía’ lugar sin espacio real o estable. Sueño efímero, que establece con lo real una analogía de máxima perfección o de negación.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Bibliografía

- Ahas, R., Aasa, A., Yuan, Y., Raubal, M., Smoreda, Z., Liu, Y., . . . Tiru, M.** (2015). *Everyday space-time geographies: using mobile phone-based sensor data*. International Journal of Geographical.
- Aleman, L.** (2015). *La mística del paseante*. www.elmundo.es. Madrid.
- Almirón, A., Troncoso, C., & Lois, C.** (2007). *Promoción turística y cartografía: La Argentina turística en los mapas de la Secretaría de Turismo de la Nación (1996-2004)*. Investigaciones Geográficas, (62), pp. 138–154.
- Almirón, A.** (2004). *Turismo y Espacio. Aportes para otra Geografía del Turismo*. GEOUSP: Espaço e Tempo (Online), 16, pp. 166-180.
- Alonso, L. E.** (2005). *La era del Consumo*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Álvarez Guillén, M.** (2016). *Del boom museístico a los laboratorios del procomún: un recorrido por la crítica a la institución en el caso español*. Ágora, 3(5), pp. 77–94.
- Amendola, G.** (2000). *La Ciudad Postmoderna. Magia y Miedo de la Metrópolis Contemporánea*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Amnistía Internacional.** (2015). www.amnesty.org.
- Andrade Marques, M. J., & Peralta, A.** (2015). *Puertos Urbanos I: La integración Ciudad-Puerto*. En P. M. (coord.) (Ed.), Territorio y Configuración de la Ciudad (pp. 167-172). Málaga.
- André, M., Cortés, I., & López, J.** (2003). *Turismo cultural: cuando el recurso cultural supera al destino turístico. El caso de Figueres*. Barcelona: XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio.
- Attali, J.** (2000). *La mutación como superación*. En A. Lavalou (Ed.), Mutaciones (pp. 268–279). Barcelona: Actar.
- Augé, M.** (2000). *Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana*. Revista Memoria, (129).
- (1998). *Viaje Imposible. El Turismo y sus Imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- (2007). *Las paradojas de un mundo global*. Patrimonio Cultural, 12(44), pp. 22,23.
- Augé, M., & Mizraji, M. N.** (1998). *Los no lugares, espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Bailly, A.** (1979). *La percepción del espacio urbanoconceptos, métodos de estudio y su utilización en la investigación urbanística*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local.
- Barber, S.** (2006). *Ciudades proyectadas: cine y espacio urbano* (1st ed.) Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
- Barco, M. A.** (2013). *Mirar el lugar, contruir el paisaje: estrategias proyectuales en el paisaje español del siglo XX*. ZARCH: Journal of Interdisciplinary Studies in Architecture and Urbanism, (1), pp. 94–103.
- Bardolet Jané, E.** (2014). *La actividad turística en España y en el mundo*. En 20 años de la actividad turística en España (pp. 33-47). Madrid: Síntesis.
- Barrera Fernández, D.** (2014). *Corrientes de Pensamiento en la Gestion Patrimonial y Turística de la Ciudad Historica*. Universidad de Málaga. Facultad de Turismo. Tesis doctoral inédita.
- Barthes, R.** (1995). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
- Basurama.** (2015). *Sobre nuestra capacidad de imaginación política para el espacio público*. Post En Basurama.org.
- Baudrillard, J.** (2009). *¿Por qué todo no ha desaparecido aún?* México: Libros del Zorzal.
- (1993). *El intercambio simbólico y la muerte*. (2a ed.). Caracas: Monte Avila Eds.
- Bauman, Z.** (2002). *Modernidad Líquida*. S.L. Fondo De Cultura Economica De España.
- (1999). *Turistas y vagabundos*. La globalización: consecuencias humanas, (pp. 103-133).
- (2003). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (2006). *Vida Líquida*. Paidós Ibérica.

- Bengoa, J.** (2007). *La diversidad como valor. La torre de Babel*. Patrimonio Cultural, 12(44), pp. 20,21.
- Beck, U.** (1992). *Risk Society*. London: Sage.
- (2008). *Costruire la propia vita*. Bolonia: Il Mulino.
- Benjamin, W.** (1997). *El retorno del flâneur*. En HESSEL, F. [1929] Paseos por Berlín. incollection, Madrid: Tecnos.
- Bennett, T.** (2013). *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. Routledge
- Berger, J.** (2006). *El Sentido de la vista: escritos*. Madrid: Alianza.
- Beriain, J.** (2008). *Aceleración y tiranía del presente: la metamorfosis en las estructuras temporales de la modernidad*. (Rubí, Ed.) Barcelona: Anthropos.
- Bertoncello, R.** (2002). *Turismo y territorio. Otras prácticas otras miradas*. Aportes y Transferencias, 6(2), pp. 29-50.
- Bianchi, R., & Stephenson, M.** (2014). *Tourism and Citizenship: Rights, Freedoms and Responsibilities in the Global Order* (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility). Routledge.
- Bianchini, F.** (1999). *The relationship between cultural resources and urban tourism policies: issues from European debates*. En Planning European Cultural Tourism. Amsterdam: Boekman Foundation.
- Bigné Alcañiz, J. E.** (1996). *Turismo y márketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro*. Estudios Turísticos(129), pp. 105-128.
- Blanco, P.** (2004). *Usos, abusos y desusos del espacio público*. Artecontexto: Arte, Cultura, Nuevos Medios = Art, Culture, New Media, (1), pp. 6–21.
- Bonet, L., & Courchesne, A.** (2011). *From Creative Nations to Creative Cities: An example of center–periphery dynamic in cultural policies*. City, Culture and Society, 2(1), pp. 3–8.
- Borja, J., Castells, M., Belil, M., Benner, C., & United Nations Centre for Human Settlements.** (1997). *Local y global : la gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- Borja, J., & Drnda, M.** (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza.
- Bote Gómez, V.** (1995). *Estructura y Desarrollo del Turismo en Economía del Turismo*. Colegio de Economistas., pp. 13-50.
- (1996). *La investigación en España sobre el turismo y desarrollo económico*. Estudios Turísticos(129), pp. 9-22.
- Boyer, M.** (1996). *The City of Collective Memory: Its Historical Imagery and Architectural Entertainments*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Braidotti, R.** (2000). *Sujetos Nomadas*. Buenos Aires: Paidós Ibérica.
- Brito, M.** (2009). *Ciudades históricas como destinos patrimoniales. Una mirada comparada: España y Brasil*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- Buck-Morss, S.** (2009). *Estudios Audiovisuales e Imaginación Global*. Antípoda. Revista de Antropología Y Arqueología, (9), pp. 19–46.
- Burtenshaw, D., Bateman, M., & Ashworth, G.** (1991). *The European city. A western perspective*. Londres: David Fulton Publishers.
- Cacciari, M.** (2002). *Nómadas prisioneros*. Casabella, (705), pp. 4–7.
- Caligaris, R.** (2008). *Apuntes sobre la huella mnémica y la representación*. Documento en línea: <http://psicologiaunreclinicaunoa.blogspot.com.es/2008/10/apuntes-sobre-la-huella-mnmica-y-la.html>
- Calle Vaquero, M.** (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Grupo Planeta.
- Callizo Soneiro, J.** (2014). *Aproximación a la Geografía del turismo*. (1991 1ªedic ed.). Madrid: Síntesis.
- Calvino, I.** (1998). *Ciudades Invisibles*. Siruela.
- Canzler, W.** (2016). *The paradoxical nature of Automobility*. En Tracing mobilities: Towards a Cosmopolitan Perspective (pp. 105–118).
- Canzler, W., Kaufmann, V., & Kaufmann, Vincent, P. D.** (2016). *Transport and Society : Tracing Mobilities : Towards a Cosmopolitan Perspective*. Abingdon, Oxon, GB: Routledge.
- Carcavilla Puey, L.** (2014). *Historia y simbolismo del mito del zombi:*

un análisis imaginal de la psique colectiva contemporánea desde el sonámbulo magnetizado hasta la realidad virtual. Tesis Doctoral. Madrid.

Careri, F. (2005). *Walkscapes: El andar como práctica estética*. (1a ed.2002) Barcelona: Gustavo Gili.

— (2016). *Pasear, detenerse*. Barcelona: Gustavo Gili.

Carpentier, A. (1988). *Los pasos perdidos*. Madrid: Alianza Editorial.

Ceresoli, J. (2005). *La nuova scena urban: cittàstrattismo e urban-art*. Milán: Serie di architettura FRANCOANGELI

Chapple, K., Jackson, S., & Martin, A. J. (2010). *Concentrating creativity: The planning of formal and informal arts districts*. City, Culture and Society, 1(4), pp. 225-234.

Chihuilaf, A. (2007). *Indocilidad de las culturas*. Patrimonio Cultural, 12(44), pp. 30, 31.

Chib, S., & Kadt, E. de. (1979). *Tourism: Passport to Development?* Oxford: Oxford University Press.

Choay, F. (2007). *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili.

Cimadomo, G. (2016). *Patrimonio como valor. Nuevas herramientas para la participación de las comunidades en la puesta en valor del patrimonio cultural*. PH90 Perspectivas, 20, pp. 212–214.

Clavé, S. A. (2008). *Turismo y ciudades: de la oportunidad del turismo urbano a los usos turísticos de las ciudades*. En Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones? pp. 53–80.

Clawson, M., & Knetsch, J. (1974). *Economics for Outdoor Recreation*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press for Resource for the Future.

Clifford, J. (1997). *Routes, Travel and Translation in the late twentieth century*. Cambridge, London: Harvard University Press.

Cohedent, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2011). *Rethinking urban creativity: Lessons from Barcelona and Montreal*. City, Culture and Society, 2(3), 151-158.

Cohen, E. (2005). *Principales tendencias en el turismo contemporáneo*. Política y sociedad, 42(1), pp. 11-24.

Coleman, S., & Crang, M. (2002). *Grounded Tourist, Traveling*

Theory. En *Tourism, Between Place and Performance* (pp. 1-17). Oxford: Berghahn Books.

Constant, N. (2009). *La Nueva Babilonia*. (1a ed. 1997) Barcelona: Gustavo Gili.

Corner, J. (1999). *The Agency of Mapping: Speculation, Critique and Invention*. London: Reaktion Books.

Corpas Laotrre, R., & Olmedo Granados, F. (2013). *ANDALUCIA, la imagen cartográfica. de la Antigüedad a nuestros días*. (inédito). Sevilla.

Correa A., M. E., & Zapata, J. (2015). *La otra ciudad- otros sujetos: los habitantes de la calle*. Prospectiva, 12, pp. 181-204.

Cuadra, A. (2011). *La obra de arte en la época de su hiperreproductibilidad digital*. Revista Digital Ciencia Abierta.

Cyrano de Bergerac. (1968). *El otro mundo. Los estados e Imperios de la luna. Los estados e imperios del sol*. Buenos Aires: Aguilar.

Dasilva, F. B. (2011). *El pensamiento de Merleau Ponty: la importancia de la percepción*. Miriada. Investigación En Ciencias Sociales, 3(6), 93–118.

de Certeau, M. (1990). *La invención de lo Cotidiano. Artes de Hacer. Vol. I*. Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Gallimard.

de Diego Otero, E. (2008). *Contra el mapa: Disturbios en la geografía colonial de occidente*. (La Bibliot) Madrid: Siruela.

de San Eugenio Vela, J. (2012). *Teoría y métodos para marcas de territorio*. Barcelona: UOC.

de Soto, P. (2014). *Los mapas del #15M: el arte de la cartografía de la multitud conectada*. 15MP2P. Una Mirada Transdisciplinar Del 15M, pp. 363–387.

del Amo Benito, R. (2005). *Transformaciones económicas y cambios sociodemográficos en el espacio de conurbación Tarragona-Reus (1960-1996)*. Tesis Doctorales en red.

del Casino, V. J., & Hanna, S. P. (2000). *Representations and identities in tourism map spaces*. Progress in Human Geography, 24(1), pp. 23–46.

- (2006). *Beyond The “Binaries”: A Methodological Intervention for Interrogating Maps as Representational Practices*. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 4(1), pp. 34–56.
- Deleuze, G.** (1989). *Lógica del sentido*. Paidós.
- Deleuze, G., & Guattari, F.** (1988). *Mil mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia*. Valencia: Pre-textos (edición original en francés de 1980).
- Delgado, M.** (2005). *Ciudades de mentira. El turismo cultural como estrategia de desactivación urbana*. *Revista Archipiélago*, 69, pp. 17–27.
- Derrida, J.** (1989). *Freud y la escena de la escritura. En La escritura y la diferencia*. (pp. 271–317). Barcelona: Anthropos.
- Díaz Núñez, V. L., & Ortiz Alvis, A.** (2014). *La ciudad y la arquitectura del miedo. Estudio conceptual comparativo entre el fraccionamiento habitacional cerrado de lujo contemporáneo y la bastida medieval*. *Revista Nodo*, 16(8), pp. 25–41.
- Dirksmeier, P., & Helbrecht, I.** (2015). *Resident Perceptions of New Urban Tourism: A Neglected Geography of Prejudice*. *Geography Compass*, 9(5), pp. 276–285.
- Dodds, R., & Joppe, M.** (2001). *Promoting urban green tourism: The development of the other map of Toronto*. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), pp. 261–267.
- Duque, F.** (2008). *Habitar la Tierra. Medio Ambiente, Humanismo, Ciudad*. Madrid: Adaba Editores.
- Durán Heras, M. Á.** (2008). *La ciudad compartida: conocimiento, afecto y uso*. Ediciones Sur.
- (2007). *Paisajes del cuerpo*. En *La construcción social del paisaje*. (pp. 27–62). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Elliot, A., & Lemert, C.** (2007). *Il nuovo individualismo. I costi emozionali della globalizzazione*. Turín: Einaudi.
- Esteve Pérez, J.** (2014). *Turismo de Cruceros. En 20 de la actividad turística en España* (pp. 141-154). Madrid: Síntesis.
- Estévez, X.** (2007). *Paisajes Urbanos con-texto y sin-texto. En La construcción social del paisaje*. (pp. 263–292). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Fariás, I.** (2011). *Tourist maps as diagrams of destination space*. *Space and Culture*, 14(4), pp. 398–414.
- Feifer, M.** (1985). *Going places*. London: Macmillan.
- Fernández Gonzalo, J.** (2011). *Filosofía Zombi*. Barcelona: Anagrama.
- Fernández, B. Z., & Rodríguez, M. F. M.** (2004). *Los hitos paisajísticos en la evolución de la estructura urbana de la ciudad de Málaga*.
- Ferruelo Magán, Y.** (2006). *Espacios, prácticas y bienes: la representación del Patrimonio desde una mirada antropológica*. En *Las ciudades históricas del Mediterráneo: el sector turístico, la dinamización cultural y las nuevas tecnologías aplicadas al Patrimonio Cultural*. (pp. 77–94). Departamento de Historia del Arte.
- Ferraz-Leite Ludzik, A.** (2009). www.laconstrucciondelpaisaje.com (07 de 2009)
- Fforde, M.** (2005). *Desocializzazione. La crisi della post-modernità*. Siena: Cantagalli.
- Florida, R.** (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Ford, R.** (2008). *Manual para viajeros por España y lectores en casa Vol. I*. Turner.
- Foucault, M.** (1997a). *Esto no es una pipa: Ensayo sobre Magritt*. Barcelona: Anagrama.
- (1997b). *Los espacios otros*. Astrágo: Revista Cuatrimestral Iberoamericana., (7), pp. 83–91.
- Franklin, A.** (2002). *Tourism. An Introduction*. London: Sage.
- Füller, H., & Michel, B.** (2014). *“Stop Being a Tourist!” New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), pp. 1304–1318.
- Galí Espelt, N., & Donaire Benito, J.** (2005). *The social construction of the image of Girona: a methodological approach*. *Tourism*

Management, 26(5), pp. 777-785.

Gallardo, M. (2007). *Consideraciones sobre el uso y el lugar. En Anotaciones al Margen* (pp. 11–15). Barcelona: Gustavo Gili.

García, F. F. (2000). *El turismo forzoso: las cárceles de la libertad*. *Gazeta de Antropología*, (16).

García, Y. (2009). *La ciudad como espectáculo. Marketing territorial, internet y atracción turística en Santiago de Compostela. ¿Éxito o fracaso?* UOC Papers: Revista Sobre La Sociedad Del Conocimiento, (8).

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, Ed.

— (2005). *Imaginario urbanos*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.

— (2007). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.

García Espinosa, S. (2003). *Los centros históricos ¿una estrategia de sustentabilidad?* Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales.

García Vázquez, C. (2004). *Ciudad Hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.

García Hernández, M., & De la calle Vaquero, M. (2014). *Turismo Urbano. En 20 años de la actividad turística en España* (pp. 91-106). Madrid: Síntesis.

García Moreno, A., Moreno Pérez, J. R., & Arredondo Garrido, D. (2010). *¿Patrimonializar el Turismo?* En X Congreso Internacional Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación. Nuevas Perspectivas y Dimensiones del Patrimonio. Chile: Exhibits.

García Sanchez, A. (2015). *20 años de la actividad turística en España* (1a ed.). Madrid: SINTESIS.

Gautier, T. (2008). *Viaje por España*. MAXTOR.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity.

Gil, J. (1998). *Metamorphoses of the Body. Vol. 12*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

— (2005). *El miedo de existir o cómo televivir*. www.jornada.unam

Gonzalez Alonso, A. (2009). *Competencias Comunitarias, Estatales y Autónomas en Materia del Turismo*. *Estudios Turísticos*, 180, pp. 65–113.

González Virós, I. (2007). *La percepción y el trazado del territorio latente*. En *La construcción social del paisaje* (pp. 163–180). Madrid: Biblioteca Nueva.

González-Romero, D. (2010). *Turismo y ciudad: espacio y lugar de imaginarios líquidos*. *Puerto Vallarta. Revista nodo*, 5(9), pp. 5-18.

Graeme, E. (2007). *Creative spaces, tourism and the city*. En *Tourism, Creativity and Development Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility* (pp. 57-72). Oxon, New York: Routledge.

Guerra de Hoyos, C., Pérez Humanes, M., & Tapia Martín, C. (2011). *El Territorio como “Demo”: demo(a)grafías, demo(a)cracias y epidemias - Universidad Internacional de Andalucía - Servicio de Publicaciones*. Sevilla: UNIA.

Gurrero, M. T. S. (1979). *La decoración pictórica del Teatro Cervantes de Málaga*. Baética: Estudios de Arte, Geografía E Historia.

Gurrero, R. M. D. (2001). *El espacio público como escenario cinematográfico: la arquitectura como obscenidad: aproximación a la arquitectura de una teoría cinematográfico-semiótica del proyecto arquitectónico: desde una interpretación hecha por Deleuze de la lógica triádica de Ch. S. Pierce*. Tesis doctoral.

Gustafson, P. (2002). *Turismo y movimientos migratorios estacionales de personas jubiladas*. *Annals of Tourism Research en Español*, 4(2), pp. 337-359.

Hall, P. (2002). *Cities of tomorrow: An intellectual history of urban planning and design since 1880*. Malden (USA): Willey-Blackwell

Hall, P. G., & Freixa, C. (1996). *Ciudades del mañana : historia del urbanismo en el siglo XX*. Madrid: Ediciones del Serbal.

Hanna, S. P., & Del Casino, V. J. (2003). *Mapping Tourism*. Minneapolis, Londres: University of Minnesota Press.

Hannigan, J. (2004). *Boom Towns and Cool Cities: The Perils and*

Prospects of Developing a Distinctive Brand in the Global Economy. En Resurgent City Lever-hulme Trust Symposium. London.

Harvey, D. (2013). *Ciudades Rebeldes: del derecho de la ciudad a la revolución urbana.* Madrid: Ediciones Akal.

Hayllar, B., & Griffin, T. (2005). *The precinct experience: a phenomenological approach.* *Tourism Management*, 26(4), pp. 517–528.

Hernández Ramírez, J. (2004). *Turismo Inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial.* En I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI. Osuna.

Hernandez Pezzi, C. (1998). *La ciudad compartida : el género de la arquitectura.* Madrid: Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España.

Hodes, S., Vork, J., & Gerritsma, R. (2007). *Amsterdam as a gay tourism destination in the twenty-first century.* En *Tourism, creativity and development.* (p. 178).

Ivars Baidal, J. A., & Vera Rebollo, J. F. (2008). *Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad.* En XI Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (p. 532). Alicante: AguaClara, SL.

Jackson, J. B. (1994). *A sense of place, a sense of time.* Binghamton, NY: Yale University Press.

Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades* (1961 (1a e). Capitan Swing Libros.

Joyanes Díaz, M. (2013). *Génesis y evolución de los campos de Golf.* En *Turismo líquido* (pp. 158-163). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.

Judd, D. (2003). *The Infrastructure of Play: Building the tourist city.* London: M.E. Sharpe.

Judd, D., & Fainstein, S. S. (1999). *The Tourist City.* New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Jurdao, F. (1990). *España en venta.* Madrid: Endymion.

Kaufmann, V., & Montulet, B. (2016). *Between Social and Spatial Mobilities: The Issue of Social Fluidity.* En *Transport and Society :*

Tracing Mobilities : Towards a Cosmopolitan Perspective (pp. 37–55). Abingdon, Oxon, GB: Routledge.

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2008). *Place marketing: How did we get here and where are we going?* *Journal of Place Management and Development*, 12, pp. 150-165.

Kessler, M. (2000). *El paisaje y su sombra.* Paris: Idea Books S.A.

Kiektik, M., & Alonso, J. (2016). *Adiós flâneur.* LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada., (15), pp. 257–264.

Lamas, M. (1999). *Cidadania e feminismo.* Sao Paulo: Melhoramentos.

Lanquar, R. (2007). *Turismo, migraciones y codesarrollo.* *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, XLV(48), pp. 221-241.

Landry, C., Greene, L., Matarasso, F., & Bianchini, F. (1995). *The Art of Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity.* Comedia.

Lapayese, C., & Gazapo, D. (2009). *La construcción del paisaje, entre la interioridad y la exterioridad.* Navarra: DAPP Publicaciones Jurídicas.

Laplantine, F. (1979). *Introducción a la etnopsiquiatría.* Ba: Gedisa.

Lara García, M. P. (2008). *Historia del Cine en Málaga. Anuario.* *Real Academia de Bellas Artes de San Telmo*(8), pp. 21-37.

Lasansky, D. M., & McLaren, B. (2006). *Arquitectura y turismo : percepción, representación y lugar.* Barcelona: Gustavo Gili.

Latour, B. (1993). *We Have Never Been Modern.* (H. M. Collins, Ed.), Noûs (Vol. 12). Harvard University Press.

Lazzeretti, L., Capone, F., & Cinti, T. (2011). *Open innovation in city of art: The case of laser technologies for conservation in Florence.* *City, Culture and Society*, 2(3), 159–168.

Lefebvre, H., & González Pueyo, J. (1978). *El derecho a la ciudad.* Ediciones Península.

Lesmes, D. (2011). *Echar a andar (como práctica estética).* Blog Del Guerrero.

Lewis, N. (2001). *The climbing body, nature and the experience of modernity.* En *Bodies of Nature.* Londres: Sage.

Li, Y., Ye, Y., Xiao, L., Xu, W., Law, A., & Wang, D. (2016).

Classifying community space at a historic site through cognitive mapping and GPS tracking: The case of Gulangyu, China. Urban Design Internatinal.

Lindón, A. (2007). *La construcción social de los paisajes invisibles del miedo.* En *La construcción social del paisaje.* (pp. 217–240). Madrid: Biblioteca Nueva.

Llano, J. (2012). *La notación del intérprete. La construcción de un paisaje cultural a modo de huella material sobre Valparaíso.* Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño Y Comunicación, (41), pp. 163–181.

Lois, C. (2009). *Imagen cartográfica e imaginarios geográficos.* Scripta Nova REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES, 13(298).

López Martínez, I. (2008). *El retorno del flâneur: hacia una cartografía de la deriva.* IMAFRONTE, (19–20), pp. 197–207.

Lynch, K. (2015). *La imagen de la ciudad.* Gustavo Gili.

MacCannell, D. (2003). *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa.* Barcelona: Melusina.

Maitland, R. (2007). *Tourists, the creative class and distinctive areas in major cities.* En *Tourism, Creativity and Development Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility* (pp. 73–86). Oxon, Nueva York: Routledge.

— (2010). *Everyday life as a creative experience in cities.* International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research., 4(3), pp. 176–185.

Maitland, R., & Newman, P. (2004). *Developing metropolitan tourism on the fringe of central London.* International Journal of Tourism Research, 6(5), pp. 339–348.

Mantecón, A. (2011). *El proceso del turismo residencial: Análisis sociopolítico de los discursos públicos desde una perspectiva cualitativa.* Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales, (21), pp. 17–38.

— (2008). *La experiencia del turismo : un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial.* Barcelona: Icaria.

Marín Cots, P. (2015a). *Territorio y Configuración.* Málaga.

— (2015b). *Densidad y Compacidad Urbana: El Proceso de Urbanización de la Ciudad.* En *Agenda Local 21* (pp. 87–102). Málaga.

Marín Cots, P., Andrade Marques, M. J., & Blasco López, J. (2012). *Puerto-Ciudad.* Estudio comparativo de buenas prácticas. Málaga: Servicio de Programas europeos del Ayuntamiento de Málaga.

Marine-Roig, E. (2011). *The image and identity of the Catalan coast as a tourist destination in twentieth-century touris guidebooks.* Journal of Tourism and Cultural Change, 9(2), pp.118–139.

Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2016). *Destination Image Gaps Between Official Tourism Websites and User-Generated Content.* En *Information and Communication Technologies in Tourism 2016* (pp. 253–265).

Martín, M. J. (2012). *Memoria del Prácticum. Análisis de necesidades del barrio de La Latina.* Madrid.

McClelland, D. (1976). *Developing local business in the promotion of tourism.* (E. de Kadt, Ed.). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, inpress.

Mejías Cubero, R. (2013). *¿Quién construye nuestro imaginario urbano? On the Waterfront,* (28).

Millán, J. A. (2001). *La huella y el signo.* Retrieved November 25, 2016

Millard_Ball, A. (n.d.). *Pedestrians, Autonomous Vehicles, and Cities.* Journal of Planning Education and Research.

Minca, C. (1996). *Lo spazio turistico postmoderno.* En *Il Viaggio. Dal “Grand Tour” al turismo post-industriale* (pp. 123–133). Napoles: Magma.

Mitchell, D. (2007). *Muerte entre la abundancia: los paisajes como sistemas de reproducción social.* En *La construcción social del paisaje.* (pp. 85–110). Madrid: Biblioteca Nueva.

Mitchell, W. J., & Valderrama, F. (2001). *E-topía : vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos.* Barcelona: Gustavo Gili .

Montoya Arango, V. (2007). *El mapa de lo invisible. Silencios y*

gramática del poder en la cartografía. Universitas Humanistica, (63), pp. 155–179.

Morales, R. J. (2007). *Realidades ficticias: el parque temático y su relación con la industria cinematográfica*. Area Abierta, (18).

Moreira Mandueño, J. M. (2001). *La Cartografía hoy. ¿Evolución o revolución?, las nuevas tecnologías y los cambios de representación del territorio*. En L. A. Ribot García, J. Valdeon Baroque, R. Villares, & (coords) (Ed.). (pp. 433-452). Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.

Müller, D. K., Hall, C. M., & Keen, D. (2004). *Second home tourism impact, planning and management*. Tourism, Mobility and Second Homes: Between Elite Landscape and Common Ground, pp. 15–32.

Muñoz, J. L. V. (2008). *Cinco décadas de Geografía de la percepción*. Ería: Revista Cuatrimestral de Geografía, (77), pp. 371–384.

Muñoz Ramírez, F. (2007). *Paisajes Aterritoriales, Paisajes en Huelga*. En La construcción social del paisaje (pp. 293–323). Madrid: Biblioteca Nueva.

— (2008). *Urbanización paisajes comunes, lugares globales*, Barcelona: Gustavo Gili.

Muriel, D. (2016). *El modelo patrimonial: el patrimonio cultural como emergencia tardomoderna*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(1), pp. 181-192.

Nebot Gómez de Salazar, N. (2013). *Génesis y evolución de la marina turística*. En Turismo líquido (pp. 120-138). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.

Nel-lo, O. (2007). *La ciudad, paisaje invisible*. En La construcción social del paisaje (pp. 181–196). Madrid: Nueva Biblioteca.

Nikolic, M. (25 -27 enero 2012). *City of museums: museum cluster as a manifesto of the paradigm shift*. Barcelona: Proceedings of the 6th Conference International Forum on Urbanism TOURBANISM.

Nogué, J. (2007). Madrid: Biblioteca Nueva .

— (2011). *Otros mundos, otras geografías. Los paisajes residuales*. Revista da ANPAGE, 7(1).

Nogué, J., & de San Eugenio Vela, J. (2011). *The communicative*

dimension of landscape: A theoretical and applied proposal. Revista de Geografía Norte Grande, (49), pp. 7–24.

Nogués Pedregal, A. M. (2000). *Una propuesta estratégica de relación entre anfitriones y huéspedes: el patrimonio y el turismo en un marco de desarrollo regional*. Demófilo: Revista de Cultura Tradicional, No 33-34, 2000, pp. 201-220, (33), pp. 201–220.

— (2009). *Genealogía de una difícil relación entre antropología social y turismo*. Pasos: Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural, Vol. 7, No. 1, 2009, pp. 43-56, 7(1), pp. 43–56.

— (2012). *El Cronotopo del Turismo: Espacios y Ritmos*. Revista de Antropología Social, No 21, 2012 (Ejemplar Dedicado a: Antropología, Globalización Y Prácticas Etnográficas), pp. 147-171, (21), pp. 147–171.

— (2003). *Cultura y Turismo*. Sevilla: Signatura Demos.

Nogueira Bernárdez, B., Infantes Ramos, M., & Gonzalez Coca, M. (2013). *Ensayos para un atlas de la Costa del Sol: Cartografías para la comprensión de un fenómeno complejo*. En Turismo Líquido (pp. 298-337). Barcelona: Universitat Tecnica de Catalunya.

Olmedo Granados, F. (2016). *Málaga en el bolsillo: planos viajeros y divulgativos*. Conferencia ciclo Málaga a través de la cartografía histórica. Sede de la UNIA. Málaga 24/11/2016

OMT. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. www.e-unwto.org.

OMT & Comisión Europea de Turismo. (2005). *El Turismo urbano y la cultura - La experiencia europea*. Madrid: OMT.

Orellana Plaza, R. (2013). *Recuerdos de viaje. Historia del Souvenir en Andalucía*. Sevilla: J. Centro de Estudios Andaluces.

Ouranes, K., & Mougoyanni, C. (2001). *España: sol y sombra*. Cátedra.

Ozomek Fernández, A. I. (2012). *Geografía del desastre, una minuciosa descripción del expolio del centro de Málaga que tiene más cosas nuevas que históricas*. www.revistaelobservador.com.

Padrón Alonso, D. (2015). *Prácticas Cartográficas Antagonistas en la Época Global. Catálogo de Mapas Críticos*. Proyecto Final de

Master.

Page, S. (2002). *Urban tourism: evaluating tourists' experience of urban places*. En C. Ryan (Ed.), *The Tourist Experience* (pp. 112–136). London: Continuum.

— (1995). *Urban tourism*. London: Routledge.

Paolo Russo, A., & Quaglieri Domínguez, A. (2010). *Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico*. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales, XIV(323).

Paolo Russo, A., & Arias Sans, A. (2007). *Student communities as creative landscapes*. En *Tourism, Creativity and Development Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility* (pp. 161–177). Oxon, Nueva York: Routledge.

Parr, M. (1999). *Boring postcards*. London: Phaidon.

Paz Gago, J. M. (2011). *Guía de lugares inexistentes*. Pigmalión Edypro.

Pérez, J. R. M. (2001). *Tránsito de vida, escenarios hacia el espectáculo*. Arquitectos: Información Del Consejo Superior de Los Colegios de Arquitectos de España, (158), 97.

Pérez Bourzac, M. T. (2010). *Ciudad, espacio público y construcción ciudadana*. ACE: Architecture, City and Environment, (14), 67–78.

Pérez Humanes, M. (2008). *La imagen poética de la Ciudad Contemporánea: Entre el Vacío y la Ausencia*. República de Las Letras: Revista Literaria de La Asociación Colegial de Escritores, 108, 71–98.

— (2010). *Patrimonio y Espectáculo. Imagen y desaparición: olvidar y recordar*. Out_Arquias_Publicaciones. misc, Sevilla: Investigación para los límites en arquitectura proyecto editorial.

— (2004). *Sociedad y auto representación: la imagen de lo global*. Revista de Historia Y Teoría de La Arquitectura, (4), pp. 167–186.

Pérez de Lama, J. (2009). *La avispa y la orquidea hacen mapa en el seno de un rizoma. Cartografía y máquinas, releendo a Deleuze y Guattari*. Pro-Posições, Campinas, v. 20, n. 3 (60), pp. 121-145.

Pié i Ninot, R., & Rosa Jiménez, C. (2013). *Turismo Líquido*. Barcelona: Universitat Politecnica de Catalunya.

Poria, Y., & Ashworth, G. (2009). *Heritage tourism - current resource for conflict*. *Annals of Tourism Research*, 36(3), pp. 522-525.

Porter, T. (2004). *Archispeak : An Illustrated Guide to Architectural Terms*. Routledge.

Pratt, A. (2011). *The cultural contradictions of the creative city*. *City, Culture and Society*, 2(3), pp. 123-130.

Prentice, R., & Andersen, V. (2007). *Creative tourism supply. Creating culturally empathetic destinations*. En *Tourism, Creativity and Development Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility* (pp. 89-106). Oxon, Nueva York: Routledge.

Quaglieri Dominguez, A., & Paolo Russo, A. (2010). *Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico*. SCRIPTA NOVA. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, XIV(323).

Rabe, A. M. (2011). *Huellas de la Ciudad. Reflexiones sobre la relación entre ciudad, monumento y fotografía a partir de Walter Benjamin*. ARBOR Ciencia, Pensamiento Y Cultura, 187(747), pp. 143–168.

Ramírez Blanco, J. (2014). *Utopías artísticas de revuelta*. Madrid: Cátedra.

Ramos Lizana, M. (2008). *De la crítica museológica a la museología crítica o ¿cómo evaluar los grandes eventos mediático-culturales?* En B. S. Ballano (Ed.), *Patrimonio cultural y medios de comunicación* (pp. 47-55). Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico - Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

— (2012). *Turismo, museos y sostenibilidad ante el azote de la crisis*.

Raun, J., Ahas, R., & Tiru, M. (2016). *Measuring tourism destinations using mobile tracking data*. *Tourism Mangement*, 57, pp. 202-212.

Rausell Köster, P. (2014). *La cultura como eje del cambio productivo en Europa*. *The Economy Journal*, 6-9.

- Reina Gutiérrez, E.** (2009). *Cuestiones del Litoral: Equilibrios y Desestabilizaciones: Parte I: Pasado, Presente y Futuro en el Territorio Turístico*. Sevilla.
- Reyes corredera, S., & Camino Martínez, G.** (2013). *La investigación en turismo desde las disciplinas afines*. En Turismo Líquido (pp. 80-89). Barcelona: Universitat Politecnica de Catalunya.
- Richards, G., & Wilson, J.** (2007). *Tourism, Creativity and Development Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility*. Oxon, Nueva York: Routledge.
- Ritzer, G., & Liska, A.** (2007). "McDisneyization" and "Post-Tourism": *Complementary Perspectives on Contemporary Tourism*. En *Tourism, Creativity and Development* (pp. 1-34). Londres: Routledge.
- Ripmeester, M.** (2010). *Missing memories, missing spaces: The Missing Plaques Project and Toronto's public past*. *City, Culture and Society*, 1(4), 185–191.
- Roberts, L.** (2012). *Mapping Cultures: Place, Practice, Performance*. (Springer, Ed.). Palgrave Macmillan UK.
- Rochel, J. J. B., & Mellado, P. R.** (2002). *Concepto y estimación del turismo residencial: aplicación en Andalucía*. *Papers de Turisme*, 31, pp. 66–89.
- Rojas Moyano, E.** (2010). *Aprendiendo de la N-340. Una reflexión sobre la arquitectura de la Cultura de Masas*. Tesis Doctoral. Málaga.
- Rovira Soto, M. T.** (2008). *Consideraciones Metodológicas para el estudio de los nuevos Procesos Territoriales y Turísticos en Destinos Litorales Consolidados*. En *Espacios Turísticos. Mercantilización, Paisaje e Identidad* (pp. 183-192). Alicante: AguaClara S.L.
- Rubio Díaz, A.** (2003). *Málaga de Ciudad a Metrópolis*. Málaga: Asociación de Promotores y Constructores de la provincia de Málaga.
- Rubio Gil, Á.** (2003). *Sciología del Turismo*. Barcelona: Ariel Turismo.
- Saarinen, E., & Taylor, M. C.** (1994). *Imagologies: Media Philosophy*. Londres: Routledge.
- Salas, J. G.** (2006). *Imagen global y espacio público*. Área Abierta, (13).
- Salvatierra, P. J.** (2008). *La asignación de valor cultural al producto turístico y sus contradicciones*. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales*, (12).
- Sasaki, M.** (2010). *Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study*. *Cities*, 27, s3-s9.
- Sauret Guerrero, M.** (1979). *La Decoración Pictórica del Teatro Cervantes de Málaga*. Baética: Estudios de arte, geografía e historia, 2, pp. 71-78.
- Schivelbusch, W.** (1986). *The Railway Journey. Trains and Travel in the Nineteenth Century*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Schopenhauer, A., Volpi, F., & Morales, F.** (2009). *Aforismos sobre el arte de vivir*. Barcelona: Alianza.
- Selby, M.** (2004). *Understanding urban tourism: Image, culture and experience*. New York: I.B. Tauris.
- Secín, E. W.** (2009). *Ecosistema del Turismo Red: Modelo de la Abundancia e Innovación en las Islas Canarias*. (Tesis doctoral inédita)
- Sennet, R.** (2001). *Vida Urbana e identidad personal. Los usos del desorden*. Barcelona: Península.
- Shaw, G., & Williams, A. M.** (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. London: Sage.
- Shields, R.** (1991). *Places on the Margins: Alternative Geographies of Modernity*. London: Routledge.
- Silvestre, F. L.** (2013). *Los pájaros y el fantasma: una historia del artista en el paisaje*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Soja, E., & Ribeiro, V.** (1993). *Geografías Ps-modernas : a reafirmao do espaó na teoria social crítica*. Jorge Zahar.
- Sloterdijk, P.** (2003). *Esferas II*. Madrid: Siruela.
- Solís, J. B.** (2008). *El espacio público en las estrategias de construcción de la ciudad* (1st ed., pp. 124–147). Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- Sorkin, M.** (2004). *Variaciones sobre un parque temático: la nueva*

- ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Stotz, P., & Tack, A.** (2013). mappable.info.
- Thrift, N.** (2008). *Non-Representational Theory. Space, politics, affect*. Oxon, USA and Canada: Routledge.
- Toret, J.** (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona.
- Tufte, E.** (2011). *The Visual Display of Quantitative Information*. Connecticut, USA: Graphics Press.
- Tur, A. A.** (2008). *De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial*. Arbor: Ciencia, Pensamiento Y Cultura, (729), pp. 99–113.
- Turner, L., & Ash, J.** (1975). *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable Limited.
- UNWTO, W. T.** (2011). www.ictur.sectur.gob. (31 de octubre de 2011)
- Urbain, J.-D.** (1989). *The tourist aventura and his images*. Annals of Tourism Research, 16(1), pp. 106-118.
- Urquizu, I.** (2016, May). *La crisis de la representación en España*. Eldiario.es.
- Urry, J.** (2002). *The tourist gaze* (1a ed. 1990). SAGE Publications Ltd.
- (2008). *La globalización de la mirada del turista*. METROPOLIS. Revista de información y pensamiento urbanos.
- (1997). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
- (2016). *Moving on the Mobility Turn*. En *Transport and Society : Tracing Mobilities : Towards a Cosmopolitan Perspective* (pp. 13–23). Abingdon, Oxon, GB: Routledge.
- Valverde y Álvarez, E.** (1888). *Guía del antiguo reino de Andalucía* (En Archivo Municipal de Málaga. Biblioteca de Málaga 6/90 ed.). Madrid: Imprenta de Fernando Cao y Domingo de Val.
- Van den Berg, L.** (25004). *The Student City: Strategic planning for students' communities in EU cities*. Aldershot: Ashgate.
- Veblen, T., & Mellizo, C.** (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Venturi, R., Scott Brown, & Izenour, S.** (2016). D. 1931. *Aprendiendo de Las Vegas : el simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Gustavo Gili.
- Vera Rebollo, F. J., & López Palomeque, F.** (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo blanch.
- Vidal, T., & Urrútia, E. P.** (2005). *La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares*. Anuario de Psicología, 36(3), pp. 281–295.
- Virilio, P.** (1988). *Estética de la Desaparición*. Anagrama.
- Wickens, E.** (2002). *The sacred and the profane: A tourist typology*. Annals of Tourism Research, 29(3), pp. 834–851.
- William Secin, E.** (2009). *Ecosistema del Turismo Red: Modelo de la Abundancia e Innovación en las Islas Canarias*. Las Palmas de Gran Canaria: Tesis Doctoral.
- Wolton, D.** (2007). *Hay que pensar en la cohabitación de las culturas*. Patrimonio Cultural, XII(44), pp. 6-7.
- Wolton, D., & Barbero, J. M.** (2007). *Las fronteras unen más que separan*. Patrimonio Cultural, 12(44).
- World Tourism Organization.** (2011). *Tourism towards 2030 : global overview*. World Tourism Organization.
- Yan, L., & Younghee Lee, M.** (2015). *Are tourists satisfied with the map at hand?* Current Issues in Tourism, 18(11), pp. 1048–1058.
- Zayas Fernandez, B., & Mérida Rodríguez, M. F.** (2004). *Los hitos paisajísticos en la evolución de la estructura urbana de la ciudad de Málaga*. Estudios de Arte, Geografía e Historia (26) pp. 155-172.
- Zukin, S.** (1996). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Zukin, S., Kasinitz, P., & Chen, X.** (2016). *Global cities, local streets : everyday diversity from New York to Shanghai*. Oxon: Routledge.

Zusman, P., Lois, C., & Castro, H. (2007). *Viajes y Geografías: exploraciones, turismo y migraciones en la construcción de lugares*. Buenos Aires: Prometeo.

www.worldmapper.org
www.demasiadosuperavit.net
www.laciudaddemudada.net
www.inteligenciascolectivas.org

Películas

Khemir, N. (1984). *El-Haimoune / Los balizadores del desierto*. Francia, Túnez.

Tarkovski, A. (1979). *Stalker / La Zona*. Unión Soviética.

Webs

<http://www.fronterasur.es/>
<http://hackitectura.net/>
<http://rede.blogaliza.org/>
<http://meipi.org/>
<http://tecnopolitica.net/>
<http://codigo-abierto.cc/>
<http://www.rebellion.org/>
<http://viveroiniciativasciudadanas.net/>
<http://mapmaker-manifesto.tumblr.com/>
<http://www.mappadiroma.it/>
<http://reginademiguel.net/>
<http://www.andreja.org/>
<http://www.rotorrr.org>
<http://www.eldisparate.de/andalucia>
<http://losmadriles.org/>
<http://www.aec.at/prix/gewinner/>
<http://laciudaddemudada.net/wp/>
<http://www.trayectos.org/es>
<http://www.malagahistoria.com>
<http://www.uclg.org>
<http://www.citylab.com>
<http://fundacionarteymecenazgo.org>
<http://www.basurama.org/>
<http://www.paisajetransversal.org>

Movimiento 1.

Figura 1. Fotografía de la exposición en la Bienal de Venecia 2016. La autora.

Figura 2. Emil Brack (1860-1905). “Planning the Grand Tour”. WIKIMEDIA COMMONS. File: Emil_Brack_-_Planning_the_Grand_Tour.jpg. Austriacus (2013)

Figura 3. “Rafael de Lacour. “Almacenes Félix Sáenz”. FONDO GRÁFICO DEL IAPH. File: 70_0102963.jpg en <http://hdl.handle.net/11532/144870> [último acceso: 19/07/2016]

Figura 4. Evolución del suelo urbanizado de Málaga entre 1950 y 2010 Fuente: OMAU Málaga

Figura 5. Antón Ozomek 2011. “Geografía del desastre. Una minuciosa descripción del expolio del centro de Málaga, que tiene más casas nuevas que históricas”. http://www.revistaelobservador.com/images/stories/envios_12/abril/expolio_centro_malaga2.jpg (Ozomek Fernandez, 2012)

Figura 6. Esquema de las variables en las que se basa la metodología de Quaglieri Domínguez y Paolo Russo. Fuente: Elaboración propia según los datos que se muestran en su artículo.

Figura 7. Llegadas de turistas Internacionales. ((UNWTO), 2011, p. 13))

Figura 8. Oferta de apartamentos turísticos en el centro de Venecia para un periodo al azar. (2016) AIRBNB.

Figura 9. Convocatoria para concentración a favor de la protección del patrimonio de Málaga, Palacete de los Condes de Benahavís / La Mundial de Málaga. (2016) FACEBOOK. Málaga Ahora.

Figura 10. Antón Ozomek 2011. “Geografía del desastre. Una minuciosa descripción del expolio del centro de Málaga, que tiene más casas nuevas que históricas”. <http://www.revistaelobservador.com/opinion/47-la-fachada-indiscreta/6200-geografia-del-desastre-una-minuciosa-descripcion-del-expolio-del-centro-de-malaga-que-tiene-mas-casas-nuevas-que-historicas> File: expolio_centro_malaga1.jpg. (Ozomek Fernandez, 2012)

Movimiento 2.

Figura 1. Panorama de actores en relación a las movilidades. Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Hiernaux, 2006. “Los tipos de tiempos y su relación con la sociedad”.

Figura 3. Claremont Road en imágenes. Fotografías de la autora.

Figura 4. Plaza Tahrir el 29 de julio de 2011. WIKIMEDIA COMMONS. Ahmed Abd El-Fatah (2011)

Figura 5. Celebración de actividades en El Campo de Cebada. Fotografías de la autora.

Figura 6. Agenda el espacio de El Campo de Cebada, en Elcampodecebada.org

Figura 7. Plaza Esperanza. Lagunillas. Fotografías de la autora.

Figura 8. Lagunillas. Fotografías de la autora.

Figura 9. Lagunillas en Imágenes. Fotografías de la autora.

Figura 10. “Como empieza a molar esta zona de Málaga. ¿El verdadero SOHO?” Así reza el post de mi querido amigo Antonio. (Fotografía: Antonio Vera Santiago © 2016) Facebook.com

Figura 11. Exposición HEP Laveta Eyewear, en Óptica Visual, calle Álamos, Málaga. (Fotografía: Visual Málaga © 2016) Facebook.com

Figura 12. Presentación del libro “Legado de Sangre”, en Café con Libros, plaza de la Merced, Málaga. (Café conLibros, Málaga © 2016) Facebook.com

Figura 13. Detroit Institute of Arts instala réplicas de sus colecciones en las comunidades locales. Dias.org

Movimiento 3.

Figura 1. Presentación de la exposición celebrada en Málaga del 21 octubre al 24 noviembre 2016

Figura 2. «Primicia de la Antigüedad. El mapa de la provincia Bética romana del geógrafo Ptolomeo (90-168 d.C.) es la primera imagen cartográfica que representa de manera específica el territorio aproximado de Andalucía. Con abundante toponimia escrita en griego, es el mapa más temprano de la región»¹⁰. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016. Fotografías de la autora.

Figura 3. «Una joya medieval. El avance de la cartografía árabe medieval, que hereda los conocimientos de la Antigüedad, se refleja en el mapa de al-Andalus realizado por el geógrafo al-Idrisi en el siglo XII. Orientado al sur, al revés que los mapas modernos, delinea la sección meridional de la Península Ibérica»¹¹. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016

Figura 4. «Andalucía al completo. Al inicio del siglo XVII por fin se publica un mapa de conjunto de la región actual de suficiente tamaño y rigor cartográfico. Refleja su articulación en la Edad Moderna: el título de Andalucía se aplica a los reinos de Sevilla, Córdoba y Jaén, junto al espacio diferenciado del reino de Granada»¹². Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 5. «La imagen más difundida de Andalucía. La representación de Andalucía con sus cuatro reinos se consolida a mediados del siglo XVII en esta pareja de mapas que sirvieron de modelo para muchos otros posteriores. Por entonces, la región es ya un componente obligado de los numerosos atlas que se publican en formatos muy diversos». Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 6. «Imágenes primeras de Malaga. Los primeros testimonios topográficos de Málaga, tomados hacia 1564, se deben a los flamencos Wyngaerde y J. Hoefnagel, cuya vista malagueña se publica en una trilogía (Sevilla, Cádiz, Málaga) de los grandes puertos andaluces del atlas Civitates orbis terrarum. Una imagen que fue luego recreada por Emilio de la Cerda»²⁴. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 7. «Málaga desde los Montes y el Mar. Este par de ingenuas perspectivas de mano anónima en sendas visiones cruzadas desde el interior y el mar reviste gran interés iconográfico por mostrar mediante una detallada identificación los principales edificios y lugares de Málaga justo

antes de los notables cambios de fines del XVIII»25. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 8. «Hito de la cartografía malagueña. Las representaciones de Málaga en la Edad Moderna culminan en el plano firmado por Joseph Carrión de Mula en 1791. Una realización crucial por su escala y trazado novedoso, en la que se reflejan las decisivas iniciativas ilustradas de la Alameda y la nueva Aduana, aprobadas en 1785 y 1788». Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Este Plano de la Ciudad y Puerto de Málaga, visitable en el Museo del Patrimonio Municipal de Málaga, está realizado en tinta y aguada, sus dimensiones son de 159,5x202cm y su escala 1:1.149

Figura 9. Plano dedicado a la Bahía de Málaga de Joseph Roux (1764). Archivo Municipal de Málaga.

Figura 10. Plano del Puerto y Parte de la Ciudad de Málaga, 27 x 33 cm. (1813) Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 11. Plano de la península con indicación de las principales conexiones practicables. Incluido en la presentación del profesor Olmedo Granados, titulada: “Málaga en el bolsillo: planos guía, turísticos y divulgativos”. 24/11/2016

Figura 12. “Plano de la ciudad y Puerto de Málaga“ de Onofre Rodríguez (1805), adjunto a la publicación “Breve descripción de la fiebre amarilla en las Andalucías” de Juan Manuel de Aréjula (1806)

Figura 13. Plano de la ciudad perteneciente a la “Guía del Viajero en Málaga”. (1861) Benito Vilá.

Figura 14. “Plano de Málaga”, Rafael Mitjana litografía, (1838) Biblioteca Cánovas del Castillo. Diputación de Málaga. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 15. “Plano y guía del viajero en Málaga”, Emilio Valverde y Álvarez, Madrid, 1886. Impreso, 15 cm. Escala 1:16.000 Archivo Municipal de Málaga. Exposición: ANDALUCÍA, la imagen cartográfica. De la antigüedad a nuestros días. Celebrada en Málaga del 21 de octubre al 24 de noviembre 2016.

Figura 16. Plano de Málaga Jose Duarte de Belluga, incorporado en la Guía de Málaga de Urbano y Duarte de 1888

Figura 17. Mapa de la provincia de Málaga de Jose Duarte de Belluga, incorporado en la Guía de Málaga de Urbano y Duarte de 1888

Figura 18. Litografía a color recogida en la publicación: “Itinéraire général descriptif, historique et artistique de l’Espagne et du Portugal”, de Alfred Germond de Lavigne (1880), Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 19. Plano de Málaga de las guías londinenses O’Shea de España y Portugal (1895) Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 20. Plano de Málaga de Joan Calvet i Boix (1887) Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 21. Plano de Málaga de Emilio de la Cerda y Gariot (1892) Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 22. Plano-guía de José María Revello y Cazar (1928), editado por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento. Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 23. Plano-guía de José María Revello y Cazar (2ª versión) (1929-30). Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 24. Plano de Málaga, “Guía del neumático Michelin”. (Edición 1936-1938). Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 25. Plano de Málaga, “Málaga”. Juan José Palop. (1967)

Figura 26. Plano de Málaga, sin fechar, sin datos de autoría. Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 27. Plano de Málaga, 1997, Cartografía GCAR S.L. (Madrid). Cedido por el profesor Olmedo Granados

Figura 28. Plano de Málaga, anexo a “Guía turística de la Ciudad de Málaga”, folleto promocional editado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, 1997. Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 29. Plano de Málaga, folleto plegable, sin fechar y sin datos de autoría. Cara A. Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 30. Plano de Málaga, folleto plegable, sin fechar y sin datos de autoría. Cara B. Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 31. Mapas turísticos de Málaga, tamaño bolsillo. Fuente: fotografía de la autora.

Figura 32. Mapa turístico de Málaga, previo a la construcción del Museo Picasso. Cara A. Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 33. Mapa turístico de Málaga, previo a la construcción del Museo Picasso. Cara B. Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 34. Folleto Málaga Tour. Hop On Hop Off (2011). Cedido por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Figura 35. Imagen de la web de Mapmaker Manifesto. <http://mapmaker-manifesto.tumblr.com/> [último acceso: 29/11/2016]

Figura 36. Desplazamiento de la Frontera Sur, Hackitectura y Frontera Sur, Cádiz, 2006-2007. En <http://arte-politicas-practicasespaciales.blogspot.com.es/2011/12/la-cartografia-como-practica.html> [último acceso: 27/12/2016]

Figura 37. Mapa colaborativo en software Open Source. Cartografiando el territorio de Málaga Centro. Vistas de la plataforma web interactiva. <http://meipi.org/loquemalaganocuenta.categories.php> [último acceso: 26/11/2016]

Figura 38. Análisis de la propuesta en analoga con el método propuesto por (Paolo Russo & Arias Sans, 2007). Fuente: elaboración propia.

Figura 39. Fotografía tomada en la calle Ángel (Ámbito del Centro Histórico de Málaga). Fuente: fotografía de la autora.

Anexos.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Entrevistas realizadas.

Entrevista a D. Fernando Olmedo Granados. Historiador, reconocido experto en cartografía andaluza, director técnico de la exposición: “Cartografía de Málaga. Puerto, Industria, Turismo”. (20-12-2016)

Eva Reina (E.R.): Habido conocimiento de su implicación con la producción de algunos de los mapas turísticos que circula o ha circulado por nuestras ciudades en manos de los turistas en los últimos años, nos gustaría saber más sobre su producción.

En nuestra tesis se recoge la teoría de que en general ha habido una falta de interés por los mismos en tanto que documentación histórica de valor, ¿Qué opina usted de esta información?

Fernando Olmedo (F.O.): Desde mi punto de vista, es cierto que en general no se les ha prestado una atención específica, aunque, de hecho, bastantes elementos de cartografía que circulan, del último siglo y medio, sobre ciudades andaluzas pertenecen a publicaciones de viajes y, en definitiva, turísticas o prototurísticas, si bien con frecuencia no se identifican como tales.

En todo caso, el interés más “profesional” en el ámbito cartográfico es lógico que se interese más por la cartografía básica, la que obedece a nuevos levantamientos con aportaciones renovadoras en una acepción técnica, que por la cartografía derivada, en la que se encuadran los mapas y planos divulgativos, y, por supuesto, los de viajes y turísticos.

E.R.: Tras la revisión de un grupo de mapas turísticos que nos ha facilitado el área de turismo y deporte de Málaga, a los que les presuponemos pertenezcan a alguna fecha enclavada en el periodo de los últimos 25 años, nos surgen una serie de preguntas.

1. **E.R.:** ¿Quién hace el encargo de un nuevo mapa turístico y por qué motivos?

F.O.: Los encargos responden a la doble vía habitual de entidades públicas de fomento y promoción del turismo (nacionales, autonómicas, municipales...) y a las editoriales privadas con colecciones de turismo, que a menudo se benefician también de patrocinios oficiales, como Anaya, SM, Aldeasa, El País Aguilar, Everest, Salvat, por citar algunas de las más importantes entre fines del siglo XX y comienzos del XXI.

La razón del encargo es obvia: servir de guía y complemento cartográfico para uso de turista y viajero.

2. **E.R.:** Una vez obtenido el encargo ¿bajo qué términos se desarrolla? Es decir, ¿hay enumerados

una serie de hitos, fotografías, textos, leyendas... que deben aparecer en el mapa? o ¿es una propuesta del equipo redactor?

F.O.: Suele ser resultado de la selección de equipo redactor, que, según la orientación de la publicación (generalista, cultural, para un fin de semana...), resalta unos u otros elementos. En todo caso, se tiende a los lugares de común acuerdo, con algunas incorporaciones más originales o novedosas, según lo dicho, la orientación concreta de la edición.

3. **E.R.:** ¿Quién compone esos equipos?

F.O.: Hay normalmente un equipo o una empresa externa a cargo de la cartografía, como GCAR, que hacía gran parte de las bases cartográficas para varias editoriales, que luego retocaban en estilo gráfico y contenidos los equipos o empresas contratadas por las editoriales u organismos. Estos equipos se ponen de acuerdo con los autores de textos y diseñadores gráficos, trasvasan información, etc., por medio de un coordinador editorial.

4. **E.R.:** ¿Es o ha sido planteable la revisión crítica de los hitos que aparecían en los mapas, en alguno de sus encargos?

F.O.: Es habitual. La tendencia es a incorporar cierta renovación, aunque hay que tener en cuenta que la mayor parte de los hitos representados son elementos comunes de larga duración y de presencia obligada (monumentos principales, museos, etc.). La variación suele ser más bien de detalle, pero desde luego que sí, en una edición de cierta calidad siempre hay una revisión crítica. Con todo, circunstancias como las de los últimos años, en que los niveles de inversión editorial se han desplomado, al tiempo que ha hecho irrupción la cartografía digital de los dispositivos móviles, ha redundado en una esclerotización de la producción cartográfica divulgativa, reimprimiéndose una y otra vez los mismos materiales.

5. **E.R.:** ¿Por qué los mapas turísticos no tienen fecha de edición?

F.O.: Entre otras cosas para alargar su vigencia. Si se pusiera la fecha de realización o edición de un plano o mapa con una presencia muy explícita, en poco tiempo estarían aparentemente desfasados, dada la voracidad consumista del mundo actual. Nadie compraría en 2015 una guía con un plano de una ciudad de 2003, aunque no hubiera cambiado lo más mínimo.

6. **E.R.:** Me comentaba usted que los mapas turísticos en los que los edificios de interés, eran representados según su volumetría, eran de su cosecha. ¿Podría hablarnos de este cambio de estrategia, quien lo propuso y bajo que premisas?

F.O.: Bueno, el gran programa de planos turísticos en una perspectiva de volumen, axonométrica

creo, fue el de José Loeches en los años 60. Mi intervención más bien fue otra, programar una serie de carteles de las ocho capitales andaluzas y algunas ciudades más, como Ronda, en las que se mostraba un conjunto de varias decenas de sus monumentos principales plasmados en falsa perspectiva en dibujos acuarelados y coloreados con témpera, debidos al artista británico Richard Butterworth. Al iniciarse la serie, a finales de los 80, era algo que podía verse en Italia, Gran Bretaña, Francia o Estados Unidos, pero que estaba por completo ausente de Andalucía. Aquí seguía primando el cartel turístico de la línea fotográfica vigente desde los 60, de gran calidad, pero aún centrado en personajes y “momentos” de tipismo (la sombra de un farol de forja sobre un paramento encalado, un busto femenino de espaldas con un sombrero de ala ancha, la línea del mar sobre la arena dorada...), y nuestro propósito fue impulsar una vertiente “cultural”, de hacer valer ante todo la arquitectura, los monumentos, el cuerpo artístico de las ciudades. Una especie de planos ideales ilustrativos, pero sin el menor sentido cartográfico. Fueron un éxito; en conjunto, con tiradas en formato mayor (el famoso “setenta/cien”), medio, para colocarse en escaparates, tiendas, etc., y un formato menor cercano a la postal, se llegaron a imprimir más de un millón, y aún se ven a la venta, aunque las tiradas fueron únicamente promocionales.

7. **E.R.:** ¿Cuáles son los objetivos a satisfacer que, según su opinión, se le presuponen a un mapa turístico?

F.O.: La cercanía, la claridad, la utilidad como guía del viajero. Son elementos de uso. Pero desde luego, el atractivo es crucial, su calidad de diseño. Un elemento tosco, sin gracia, estilo u originalidad no transmite, no sirve para ser útil, no llega a los mínimos.

8. **E.R.:** ¿Cómo cree que estos objetivos y su satisfacción han cambiado a lo largo del tiempo? Con esta pregunta me refiero a que, según mi opinión, ahora menos que nunca los mapas turísticos no son utilizados para llegar a los destinos (ya que tenemos herramientas tecnológicas que nos resuelven fácilmente este punto). Y tengo la sensación de que las necesidades son otras y que los mapas actuales no logran del todo satisfacerlas.

F.O.: En mi opinión, el mapa, el plano turístico ya solo tiene sentido como pieza de recuerdo, artística, como objeto atractivo, o, en una posición diametralmente opuesta, como elemento de usar y tirar, como la prensa gratuita que se consume y se tira. El plano turístico estándar ha sido ya sustituido por la cartografía móvil digital.

9. ¿Opina usted que es planteable una revisión crítica de los modos de hacer cartografía turística? En mi tesis propongo la posibilidad de recoger narrativas alternativas a las históricas, previo mapeado por un equipo multidisciplinar, de la ciudad por zonas. ¿Opina usted, como yo, que una estrategia del tipo sería

beneficiosa tanto desde el campo de lo social, como desde el campo del beneficio económico?

F.O.: Bueno, al fin y al cabo es una aproximación temática trasladada al campo de la cartografía, ahora la línea está marcada por las visiones transversales, y creo que sí, ahí hay un buen campo novedoso y abonado para dar continuidad al mapa y el plano de viajes o turístico en un sentido objetual.

10. **E.R.:** Creemos que la visibilización de paisajes y zonas del mapa ocultos/ocultados podría proponer narrativas alternativas que en connivencia con las oficiales enriquecieran las lecturas de nuestras ciudades. ¿Podría darnos su opinión al respecto?

F.O.: Se trataría, según lo que plantea, de hacer una especie de realidad aumentada, con orientaciones diversas y variables programas de contenidos, a partir del plano. Desde luego hay aquí materia más que suficiente para reinventar el plano turístico, porque también el usuario tiene ahora una mayor amplitud de intereses y no viaja solo para remitirse a lo convencional, está más abierto a los “descubrimientos”, a matizar el lugar que pisa desde otros puntos de vista.

11. **E.R.:** Por último, planteamos que el espacio mapeado (es decir espacio en el que el mapa se ha enriquecido con la búsqueda de referencias históricas, personales y espaciales que no aparecen en los mapas) podría ser una herramienta / agente activo en la intervención cultural. ¿Qué opinión le merece esta afirmación?

F.O.: De algún modo es claro que el mapa, el plano, puede ser un soporte abierto de contenidos múltiples, una herramienta de modelado y actividad cultural. En esto entronca con la cultura visual, porque una pieza cartográfica facilita conocer, pero también, al dejarte ver, te hace sentir, asimilar conocimiento y experiencia. La cartografía seguirá vigente.

Entrevista a D. Eduardo Serrano. Arquitecto Urbanista, Profesor colaborador en las universidades de Málaga y Granada, miembro de Cartac o de Fundación Rizoma, entre otros proyectos ciudadanos. (28-12-2016)

Eva Reina (E.R.): Es más que conocida tu implicación con los procesos de revisión y crítica urbana no sólo a través de Cartac y por medio de la cartografía, sino a través de múltiples plataformas y colaboraciones. Es por ello que nos gustaría conocer tu opinión sobre algunas de las hipótesis que lanzamos en nuestra tesis, más aún a la luz de la experiencia previa que acumulas.

Para meterte un poco en materia te diré, que tras hacer una revisión del desarrollo de nuestras urbes, desde que el fenómeno turístico de masas se instaló en ellas, reconociéndolo culpable de un montón de crímenes –que no de todos–, y vista su vocación de continuidad. Nos empeñamos en intentar verlo, como solución y no como problema. Esta solución parte de un necesario ‘cambio de mirada’ hacia el hecho turístico en sí y hacia la mediación que ejerce la cartografía y los mapas –entendidos estos últimos en el sentido deleuziano-guattariano, que incide en la acción por encima de la representación–.

Sin contarte nada más, ¿qué opinión te merece esto, así enunciado?

Eduardo Serrano (E.S.): Será solución en la medida en que se plantee adecuadamente el problema, es decir se reconozca su complejidad y por tanto la dificultad de dar con una solución (por lo cual el problema también es nuestro: no tenemos una solución a mano; de hecho hay que desconfiar mucho de las soluciones rápidas).

La industria turística es parte estructural, muy importante por volumen y funcionalidad, de la economía capitalista actual. Si hablamos de lo que aquí sucede no veo motivos para el optimismo, pues se refuerza la dependencia de la economía local respecto al exterior, tanto en la producción como en el consumo y en la financiación de ambos; la crisis ha reducido la capacidad de decisión local. En el reparto mundial del trabajo formamos parte de lo que se ha venido en llamar circuito secundario de acumulación del capital (enunciado por D. Harvey y reformulado y adaptado para nuestro entorno por I. López y E. Rodríguez), fundamentalmente mercancía inmobiliaria, en el que nuestro país se ha especializado de manera muy destacada, y a lo que el turismo está muy vinculado.

El turismo, tal como lo conocemos en su versión dominante y mainstream, funciona bien como negocio, por lo que no hay motivo para que pueda cambiar desde dentro, mientras que la capacidad para cambiarlo desde fuera es mínima.

Pero además el turismo hay que entenderlo como un dispositivo, en el sentido de Foucault, un instrumento de conformación de las subjetividades, de modo que no es solo actividad económica. Su importancia es estratégica para el mantenimiento de la situación actual, lo que no quita que sea sumamente frágil, sobretodo para los destinos particulares. Y a no tan largo plazo también la propia actividad en sí está

amenazada, debido a su insostenibilidad energética y medioambiental.

En cuanto al segundo tema, tienes razón en lo oportuno de explorar el potencial de la cartografía. Pero como actividad, no como producto (que serían los mapas); y por tanto preguntar sobre quién cartografía, para qué y cómo. Ahí está, creo, la cuestión principal, porque la cartografía no es solo para describir el medio territorial, también es un instrumento de construcción de territorio, y en primer lugar de territorio social y de la subjetividad.

E.R.: La decisión de recurrir al hecho turístico para resolver parte de los problemas de nuestras ciudades proviene, del convencimiento de la existencia / posibilidad de procesos de retroalimentación entre las dinámicas urbanas y las turísticas que favorezcan a ambos cuerpos. La industria turística está ávida de nuevas historias que contar y la ciudad y sus usuarios deseosos de contarlas. ¿Se te antoja un matrimonio planteable?

E.S.: No creo en ese matrimonio. La industria turística construye sus relatos a partir de capturas de la producción social espontánea y también la de los profesionales y expertos. No crea nada, solo lo desnaturaliza y vampiriza, esa es su manera de hacer. El turismo mainstream produce su propia ciudad, que no es sino la ciudad del capital, es decir una máquina cada vez más automática, donde sobra la gente, solo permite habitantes flotantes y descomprometidos, de los que los turistas son un subtipo. Un ejemplo de este proceso es lo que se nutre del patrimonio histórico y artístico, que ha acabado por ocultar, como sugieres en la próxima pregunta, a la memoria viva de la gente.

E.R.: Creemos que la industria del turismo se ha encargado de crear una narrativa unitaria que simplifica en exceso el hecho urbano y que invisibiliza una miríada de narrativas latentes, que en conjunto conforman tanto la fachada como la esencia de nuestros espacios. Pero el transcurrir del tiempo y los acontecimientos, han acreditado a esta industria para no ser cuestionada en sus propuestas. ¿Correspondería a esta misma industria que los ocultó, el volver a visibilizarlos? Y lo que es más importante ¿crees que es la única que hoy por hoy ostenta el poder de hacerlo?

E.S.: No tiene, en mi opinión, interés alguno en devolver la visibilidad de aquello que una vez fue ocultado y sustituido; y eso porque esa es la esencia de su funcionamiento, como el mismo MacCannell descubrió con amargura al actualizar su libro “El turista”. Por otro lado, ya no es posible volver atrás, solo quedan, en el mejor de los casos, memorias fragmentarias de aquello que ocurrió. Sin embargo, esa reconstrucción de la memoria, inevitable, puede ser ocasión para la creatividad, algo que tiene poco que ver con la producción de mercancías y mucho con el ‘devenir’ y el ‘deseo’. Es ese flujo de vida el que debería ser ‘desocultado’. No es exacto (y probablemente tampoco justo) hablar de “turismo” como si fuera una sola cosa, por mucho que la actividad social a la que atribuimos este nombre este dominada por una corriente poderosa con una

notable coherencia en sus planteamientos básicos. Como en toda actividad en el seno del capitalismo, hay una especie de centro y hay unos márgenes, donde tienen lugar tanto capturas como fugas, muchas manifestaciones del turismo en expresiones harto diversas. Es en los márgenes donde se pueden dar, y de hecho suceden, fenómenos realmente creativos, justamente una miriada de narrativas; pero eso no acontece en el centro, en lo que llamamos industria del turismo.

E.R.: Nuevas historias en nuevos lugares... Planteamos la posibilidad de que el hecho turístico desborde el centro histórico para instalarse en toda la ciudad, convertido en una especie de mutante entre lo creativo, lo cultural y lo experiencial. Para ejemplificártelo te nombraré la “Nueva Babilonia” de Constant, encarnable en lo que llamamos: ‘espacios de posibilidad’. Una suerte de ‘terrain vague’ y ‘futuros abandonados’, con potencialidad para convertirse en otros ‘Campos de Cebada’ que fueran rizomáticamente colonizando nuestros espacios. Creemos que la industria turística está respaldada por estructuras de poder lo suficientemente fuertes para que esta utopía se pueda materializar. ¿Lo ves plausible?

E.S.: Si, de hecho así está ocurriendo. Además creo que es apropiado hablar de rizoma; ahora por ejemplo lo que está sucediendo en la corona norte del Centro Histórico de Málaga. Esa aparente espontaneidad coexiste con una conciencia y una voluntad bien deliberada, por parte del ayuntamiento, de estimular dicho proceso de crecimiento y colonización (por ejemplo en el documento Estrategia Urbana Integrada Sostenible Perchel-Lagunillas se prefigura el Perchel como “barrio museo popular”). Pero eso no quiere decir que sea deseable, porque ese proceso (realmente una gentrificación) se produce contra sus actuales habitantes y desembocará tarde o temprano en su expulsión. Ese rizoma no da a la gente poder para decidir sobre su vida y su futuro, no produce autonomía, ni individual ni colectiva. “Rizoma” no es equivalente a “campo de la cebada”. En cuanto a la dimensión cultural lo que se fomenta por parte del ayuntamiento al apostar decididamente por eso del ‘turismo cultural’, es cultura de escaparate o de espectáculo, exhibición de productos ya acabados, casi siempre importados.

La paradoja es que los ‘espacios de libertad’ del capitalismo, como sinónimo de ausencia de imposiciones exteriores, en especial del estado, únicamente pueden funcionar gracias a un tremendo blindaje de normas y leyes que los protegen del exterior, como ya descubrió Karl Polanyi. Ahora mismo el neoliberalismo, especialmente en su versión ‘ordoliberal’, así lo propugna.

E.R.: Analizando las reflexiones que ciertos autores (Hanna y del Casino, por ejemplo) realizan sobre los mapas turísticos, observamos que no se plantean la posibilidad de que los destinatarios del mapa sean otros distintos de los turistas, lo cual desde nuestro punto de vista es tremendamente limitante. Especialmente cuando lo que se plantea es un cambio de estrategia global, donde el mapa se nos antoja herramienta indispensable para los usuarios de la ciudad y el no distinguir entre turista y ciudadano, sino considerarlos

a todos ‘usuarios’ (con sus particularidades) ayudaría en la definición de la estrategia. Además de en otras cuestiones, nos basamos para ello en la afirmación de MacCannell, entre otros, de que ‘todos somos turistas’ o cuando menos tenemos socialmente insertado el hecho turístico. ¿Crees que el grado de dispersión existente entre todos los usuarios de una ciudad asumiría la inserción de dinámicas globales del tipo de la que se propone?

E.S.: Es cierto que no podemos olvidar la condición de turista como uno de los atributos del habitante de nuestro tiempo, y por lo tanto no podemos obviar el turismo. Y aquí viene la ‘oportunidad’: al ser la problemática del turismo una cuestión territorial (algo que va mucho más allá de lo social, y que lo incluye), el trabajo que podríamos llamar cartográfico tiene un alto contenido estratégico. Si el asunto es el bien común, algo que compete a todos, todos deberíamos conocer ese juego, es decir convertirnos en cartógrafos.

Es claro que en este planteamiento el significado de la palabra turismo no es la habitual y que está bastante lejos de lo que entienden por tal los prescriptores de sentido. Entonces surge otra cuestión: ¿qué oculta el turismo, como fenómeno universal contemporáneo, que nos hace pensar en espacios posibles que pueden ser muy diferentes a los que produce el turismo?

E.R.: Obviamente ese proceso de visibilización sería la consecuencia de otro previo de búsqueda casi arqueológica, en el cual la sociedad y los procesos de cartografía, en su versión antagonista tendrían mucho que decir. ¿Qué obstáculos crees que se pueden encontrar en ese camino? Y ¿qué tesoros se te antojan latentes en nuestra ciudad de Málaga? A mí personalmente las jornadas de “La Ciudad Demudada” me desvelaron dos: uno relacionado con la Málaga industrial y otro relacionado con su paisaje sonoro, que me parecen de gran valor y potencial.

E.S.: Se me ocurren dos tipos de obstáculos: la dificultad de que sean respaldadas por las instituciones debido al conformismo respecto la “necesidad” del turismo convencional (creación de empleo, característica “identitaria” de nuestra economía...); y en segundo lugar el que estas prácticas, si son producto de un activismo combativo, choquen con los intereses de los empresarios turísticos dominantes.

Es inmenso el abanico de posibilidades, tu misma las conociste: por ejemplo las derivadas de la activación del cuerpo en un mundo de potencialidades inexploradas, las actividades que tienen objetivos docentes (prácticamente a cualquier nivel de edad y en múltiples disciplinas), la provocación de situaciones social y políticamente interesantes, etc.

E.R.: Contar con la participación de la industria turística sería aceptar inicialmente la posibilidad de que el proceso de generación de realidad contra el exceso de simulacro que se propone, viniera a través de una suerte de ‘tematización’. Y aunque fuera una tematización social, creativa, participativa, comunitaria,

de eventos consensuados, autogestionados, compartidos, criticados y mejorados socialmente, podrían ser desvirtuados por el camino. ¿Crees que sería asumible a priori esa posibilidad? ¿Se te ocurre algún mecanismo que implementado desde el principio impidiera dicha desvirtuación?

E.S.: La desvirtuación ocurrirá con mucha probabilidad, especialmente si lo que interesa a quien tiene más poder, es hacer negocio, por ejemplo usar la creatividad para inventar nuevas fórmulas para ser ‘más competitivo’, como suele decirse. ‘Competitivo’ generalmente se entiende como ser capaz de conseguir más porción del pastel del negocio, no para ser más ‘competente’; la finalidad no es crear ideas o cosas interesantes, sino hacer más dinero.

En relación con tu segunda pregunta, no creo que existan mecanismos para resolver esta y las muchas e importantes cuestiones que planteas en la entrevista. Pero de todas formas intento responder, y si me lo permites lo hago recurriendo a lo que pensaba Heidegger sobre el habitar, como un velar por la potencia de las cosas (que en definitiva es la nuestra).

En el habitar, habitación y habitante se construyen recíprocamente. Entender que el espacio construido es un objeto separado de sus usuarios, en el sentido de indiferente y ajeno a estos, es lo opuesto a este concepto de construir-habitar. Su alienación trae consigo la pérdida de capacidad de decisión de las personas respecto a aspectos cruciales de su entorno, es decir sobre su propia vida. Y para mí es muy cierto que las empresas turísticas al uso se interponen entre turistas y los destinos turísticos, o mejor dicho, construyen ambos polos del turismo, separándolos, los turistas y el territorio turístico (medio territorial y población). La respuesta real y operativa no se da en el terreno de la teoría, sino en el de las prácticas; y eso lo hacemos de una manera imperceptible todos los días en los espacios más cercanos y privados, siendo cada vez más difícil en el entorno público porque está secuestrado y vaciado de vida; pero también el ámbito doméstico está sometido a esa tensión. En cualquier caso exige un esfuerzo considerable, una actividad creativa continua que es prácticamente una resistencia.

E.R.: Y por último, ¿crees que este planteamiento podría dar respuesta a algunas de las preguntas que se planteaba Cartac en sus procesos de autocritica y que te recuerdo a continuación? A algunas de ellas creemos que el terremoto del 15M se encargó de responderlas.

« ¿Cómo interconectar problemas con transformaciones?

¿Cómo la cartografía -en tanto que investigación- permitiría reinventar las relaciones con el territorio por un lado, y cómo producir un lenguaje de conflicto y rebeldía por otro?

¿Cómo nuevos dispositivos comunicativos servirían a distintas dinámicas de acción?

¿Cómo conectar redes a partir de las cartografías para producir organizadamente conocimiento?

¿Cómo simplificar las cartografías?

¿Cómo traducir todo ello para aplicarlo a la vida cotidiana, es decir, superar el ámbito reflexivo para introducirse en el propositivo?

¿Cómo conseguir que los tres formatos descriptivo, analítico y propositivo sean simultáneos?

¿Quién produce el conocimiento y a quién va destinado?»

E.S.: Hay que tener en cuenta las circunstancias en que se redactó el texto al que haces referencia; las consideraciones que transcribes fueron producto del encuentro Fadaiat 05, en Tarifa, junio de 2005. Esas cuestiones críticas surgieron de un ambiente bastante académico y responden a un planteamiento del trabajo investigador que bien podríamos llamar ‘teoremático’. Todas ellas tienen en común una separación entre categorías que ahora nos parecen muy artificiosas. Como producto de ese evento se formó Cartac (Cartografías Tácticas), cuya actividad en cierta manera las fue respondiendo en su práctica a lo largo de 5 años, desarrollando una actividad que fue casi desde el principio muy pragmática, muy pegada al territorio, inventándonos en cada ocasión el cómo actuar, olvidándonos de métodos previos, en un proceder que podríamos llamar ‘problemático’, en el sentido de Deleuze y Guattari.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA