

ACE 31

Electronic offprint

Separata electrónica

ESPACIO PÚBLICO E IDENTIDAD EN LA CIUDAD TURÍSTICA DE LITORAL. CASO PUERTO VALLARTA–BAHÍA DE BANDERAS, MÉXICO

José Ignacio Chavoya Gama

Cómo citar este artículo: CHAVOYA GAMA, J. I. *Espacio público e identidad en la ciudad turística de litoral. Caso Puerto Vallarta–Bahía de Banderas, México* [en línea] Fecha de consulta: dd-mm-aa. En: ACE: Architecture, City and Environment = Arquitectura, Ciudad y Entorno, 11 (31): 177-190, 2016. DOI: 10.5821/ace.11.31.4658. ISSN: 1886-4805.

ACE

Architecture, City, and Environment
Arquitectura, Ciudad y Entorno

c

PUBLIC SPACE AND IDENTITY IN THE COASTAL TOURIST CITY, PUERTO VALLARTA-BAY OF BANDERAS, MEXICO CASE

Key words: Metropolitan area; neighborhoods; social cohesion; tourism

Abstract

This article discusses four factors or senses, a sense of recognition, a sense of belonging, a sense of permanence and a sense of ownership, (Tamayo y Wildner, 2005), which related to public space, make up the urban identity of the inhabitants of the neighborhoods and suburbs of the tourist city known today as metropolitan area tourist Puerto Vallarta-Bahia de Banderas and picks up the value of the quality of public space. In recent years, the hand of new economic processes, political and cultural, in many cities specifically in the tourist, there have been changes in physiognomy and population structure, activities, and with this certain images and perceptions have tended to disappear at the same time that emerge new ones.

The public space allocated to the areas of encounter, in many cases of the colonies and neighborhoods studied have lost the sense of identity on the part of the inhabitants, is therefore a space that it is no longer considered as a place. These sites lead to neglect and the waste of the physical space in the context where they are placed, generating a negative perception on the part of the neighbors and visitors to these spaces, at the same time is converted to spaces that citizenship degraded prevented and treated to remove from their urban imagination. Given this scenario, the present work attempts to elucidate to which forwards this urban identity, understanding that the question of the genesis of this kind of identity is an obligatory step prior to then be able to analyze the speeches about his mutation or disappearance.

ESPACIO PÚBLICO E IDENTIDAD EN LA CIUDAD TURÍSTICA DE LITORAL. CASO PUERTO VALLARTA–BAHÍA DE BANDERAS, MÉXICO

CHAVOYA GAMA, Jorge Ignacio¹

Remisión inicial: 26-09-2015

Remisión final: 01-06-2016

Palabras Clave: Área Metropolitana; barrios; cohesión social; turismo

Resumen estructurado

En este artículo se analizan cuatro factores o sentidos, *sentido de reconocimiento*, *sentido de pertenencia*, *sentido de permanencia* y *sentido de apropiación*, (Tamayo y Wildner, 2005), que relacionados al *espacio público*, integran la *identidad urbana* de los habitantes de los barrios y colonias de la ciudad turística hoy reconocida como zona metropolitana turística Puerto Vallarta-Bahía de Banderas y se retoma el valor de la calidad del espacio público.

En los últimos años, de la mano de nuevos procesos económicos, políticos y culturales, en muchas ciudades específicamente en las turísticas, se han producido cambios de fisonomía y de composición poblacional, de actividades, y con ello ciertas imágenes y percepciones han tendido a desaparecer a la vez que surgen otras nuevas.

El *espacio público* destinado a las áreas de encuentro, en muchos casos de las colonias y barrios estudiados, han perdido el sentido de identidad por parte de los habitantes, es por consecuencia un espacio que deja de ser considerado como lugar. Estos sitios conllevan a un abandono y al desperdicio del espacio físico en el contexto donde se sitúan, generando una percepción negativa por parte de los vecinos y visitantes a éstos espacios, al mismo tiempo se convierten en espacios degradados que la ciudadanía evita y trata de eliminar de su imaginario urbano.

Dado este escenario, el presente trabajo intentara dilucidar a que remite esta identidad urbana, entendiendo que la pregunta por la génesis de este tipo de identidad resulta un paso previo imprescindible para luego poder analizar los discursos sobre su mutación o desaparición.

¹ Profesor Investigadora titular de la Universidad de Guadalajara, México. Director de División. Centro Universitario de la Costa. Av. Universidad de Guadalajara 203, Delegación Ixtapa, C.P. 48280, Puerto Vallarta, Jalisco, México. Teléfono: (52) 322 2262259 ext. 66259. E-mail: Jorge@cuc.udg.mx

1. El espacio público y la ciudad turística

Podemos afirmar que el espacio público en la ciudad es producto de las relaciones humanas, en el que se lleva a cabo un intercambio tanto social como cultural y recreativo. Tales intercambios, son parte de las necesidades que deberá abastecer la ciudad, a los ciudadanos que la habitan, con el objetivo de lograr y mantener un nivel de calidad de vida óptimo. Sin embargo, dichas necesidades no siempre son bien abastecidas por la ciudad, al descuidar los espacios que con anterioridad han sido destinados para llevar a cabo actividades encauzadas a satisfacerlas y generar cohesión social.

El espacio público es el lugar de encuentros e integración social, Borja (2005) establece que *“El espacio público concebido también como instrumento de redistribución social, de cohesión comunitaria, de autoestima colectiva. Y asumir también que el espacio público es espacio político, de formación y expresión de voluntades colectivas, el espacio de la representación pero también del conflicto. Mientras haya espacio público hay esperanza de revolución o de progreso.”* (p. 29)

En el contexto de los actuales procesos urbanos locales y globales ¿Cuál es el significado de hablar de ciudad y de espacio público? La palabra ciudad siempre ha tenido un sentido polivalente. Históricamente las ciudades se han desarrollado en forma relacional, cumpliendo con funciones estratégicas en los procesos locales, regionales, nacionales y mundiales. Las ciudades actuales son manifestación expresa de contextos histórico–sociales y procesos urbanos altamente diferenciados, pero que revelan de manera particular redes de relaciones locales y globales, modos diferentes tanto de producción y de organización del espacio urbano, como de usos y de apropiaciones de los sitios y lugares.

Hoy día, existen evidencias de que las actuales ciudades turísticas de litoral, se han convertido muy rápidamente en centros receptores de población migrante, cuyo crecimiento en México, supera la media nacional (Hiernaux, 2007), así mismo, han propiciado una ocupación extensiva del territorio para habitarlo y esta ocupación del territorio-ciudad, refleja procesos de integración altamente diferenciados en relación a la condición socioeconómica de su población, con lo que se generan procesos de segregación socioterritorial que entre otras consecuencias, aceleran la mala calidad y precariedad de los asentamientos humanos y su espacio público.

Sennet (1997) plantea que *“es probable que existan tantas ciudades como maneras diferentes de concebir lo que es una ciudad”* (p. 58), y señala que la definición más simple es que la ciudad es una colonia humana en donde es posible que los extraños se conozcan, establezcan vínculos sociales y relaciones de civilidad. La ciudad, entendida como espacio de la diferencia, *“es el instrumento de la vida impersonal, el molde en el cual se vuelve válida como experiencia social, la diversidad y la complejidad de personas, intereses y gustos. El temor a la impersonalidad es la fractura de dicho molde”* (Sennet, en Ramírez, 2014, p. 73).

Hoy por hoy las ciudades son lugares estratégicos donde se recrean nuevos procesos de procesos urbanos que se caracterizan por el establecimiento de redes funcionales que se interconectan a nivel local, regional y mundialmente. Estos procesos obedecen a la recomposición del capitalismo, a la emergente sociedad de la información y el avance del

conocimiento científico y de las nuevas esferas telemáticas que han abierto una veta para producir nuevas formaciones socio-espaciales tales como las áreas metropolitanas, ciudades sustentables, en correlación con el espacio de flujos (Castells 1997; Taylor 2003); también han generado nuevas escalas urbano–regionales como las regiones urbanas o las ciudades red y cambios tanto en la estructura, la imagen, las funciones y las actividades urbanas, así como en el significado de los lugares y en la relación entre la ciudadanía y las instituciones, entre el Estado y la sociedad. (Ramírez, 2014)

Los efectos fragmentadores, segregadores y excluyentes de estos procesos tienen lugar en distintas ciudades transformando el sentido de lo público urbano como espacio de todos, como lugar de encuentro, de relación y de aprendizaje de valores compartidos entre diferentes. (Ramírez, 2014)

El espacio público se ha convertido hoy en una expresión común; técnicos, legisladores, gobernantes, comerciantes y “el hombre de la calle”, identifican así el espacio al cual se puede acceder sin restricción alguna y donde es posible la expresión de sus derechos y obligaciones en el escenario de su vida cotidiana, que hacen de éste un concepto integrador del hombre como ser vivo y como ser social.

Quizá como ningún otro lugar, la ciudad turística de litoral amalgama la fragmentación socio–espacial, cultural y política, que resemantiza el sentido de lo público urbano, no solo como espacio de relación, de encuentro y de comunicación, sino como espacio de construcción de identidad. De acuerdo con Ramírez (2014) *“La ciudad pensada y vivida como espacio público nos acerca a las formas de desigualdad social, de inseguridad, de violencia y de ruptura de lazos sociales. Pero también a la comprensión de los referentes comunes entre grupos diferentes, y a los actores y factores que pueden contribuir a contrarrestar los efectos excluyentes y a reconstruir y redefinir la ciudad como espacio de identidad.”* (Ramírez, 2014, p. 75)

Es importante señalar que la ciudad turística de litoral sustenta su viabilidad económica básicamente en el turismo de sol y playa, y por lo tanto la actividad turística le imprime características particulares que se expresan en el territorio, por una parte el espacio turístico que se ubica a lo largo de la franja costera y está ocupado por los desarrollos y enclaves hoteleros y residenciales turísticos, por otra parte la zona central donde se distribuyen en su mayoría los servicios asociados al turismo y al consumo mezclándose con las zonas habitacionales y finalmente la periferia que sirve de soporte habitacional a un alto porcentaje de trabajadores y migrantes.

A la hora de investigar la construcción social de un “lugar” debemos analizar a los actores sociales que participan en su producción, regulación y consumo; las relaciones que establecen; la manera en que la configuración del espacio interactúa con la población; los diferentes significados con los que se dota de sentido al lugar; o las formas en las que las estructuras arquitectónicas y las infraestructuras urbanas se proyectan generando lugares con características particulares.

Es en este escenario donde el papel del espacio público, como espacio de construcción de identidad, puede aminorar las contradicciones que se expresan en la ciudad y contrarrestar los

efectos excluyentes y segregatorios que se manifiestan en estas ciudades y verifican los procesos de urbanización altamente diferenciados.

2. La ciudad turística e Identidad

En nuestra realidad cotidiana donde la única certeza que tenemos es el cambio permanente, formulamos algunas preguntas ¿es posible que la identidad pueda permanecer estática, inmutable, intacta, sin transformación alguna? Pareciera que la incertidumbre del entorno en el que habitamos también trasciende las fronteras colectivas de la construcción de la identidad y, sin embargo, hay algo que pareciera quedar inalterado, a salvo de la confusión que impera alrededor.

Los múltiples procesos de migración que se llevan a cabo en las ciudades turísticas, en específico en las de litoral como es el presente caso, se significan por la gran diversidad de individuos que llegan a asentarse a la ciudad, primero temporalmente y, muchos de estos, más tarde de manera permanente, atraídos por múltiples factores que hacen atractivo el lugar tales como; oportunidades de trabajo, residencia turística etc., donde al contacto cotidiano con otros ciudadanos nativos y migrantes, la identidad original y los valores sociales de cada uno de estos grupos se ven sometidos a fuertes presiones para integrarse a un contexto radicalmente opuesto al de origen, por una parte el contacto con nuevos grupos y sus costumbres más los nuevos hábitos adquiridos y por otra el contacto con los turistas y su cultura.

Tamayo y Wildner (2005) proponen que la identidad no es un hecho observable. No es un dato empírico que aparece en forma clara en la realidad, sino una *construcción analítica*. Y es aquí donde se encuentra el problema, porque cualquier explicación puede en apariencia definirse bajo el tamiz de la identidad y justificar un comportamiento y rol social. *“Por eso nos ha parecido importante ordenar los criterios que se han establecido sobre la identidad urbana en cuatro grandes componentes constitutivos: reconocimiento, pertenencia, permanencia y apropiación.”* (Tamayo y Wildner, 2005, p. 16)

Continuando con Tamayo y Wildner, establecen que esta jerarquización permite un entendimiento más cabal del concepto identidad, pero advierte también que es importante resaltar, que no implica que tales componentes se manifiesten de manera empírica como hechos estáticos y estables, más bien se expresan de forma dialéctica y de manera compleja. La identidad es un proceso constante de recomposición. No es algo determinado. *“Es dinámica y es emergente. Surge y cambia, construye sus límites, desarrolla conciencia, es resistencia y negociación, conservadurismo y liberación. Por eso no podemos pensar en la identidad como preexistente y preestablecida. La identidad no es una carga genética que se tiene de una vez y para siempre. No es estática, sino dinámica.”* (Tamayo y Wildner, 2005, p.22)

Erikson (1994), considera a la identidad como un factor de continuidad interior como *“mismidad”*, es decir el *sentido del ser* que va unido a la percepción de continuidad de la propia existencia en el tiempo y en el espacio, unida a la noción de que otros reconocen tal existencia. La permanencia y continuidad en el tiempo de la identidad es un factor relevante. Laing (1961) define a la identidad como; *“aquello por lo que uno siente que es él mismo en este lugar y este*

tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado.” (p. 66)

En este sentido, la *identidad colectiva* va ligada también a un sentido de pertenencia a distintos grupos socio-culturales con los que consideramos que compartimos características en común y con los cuales nos reconocemos como parte de ese o esos grupos, lo que determina que exista también un sentido de reconocimiento. Ello, en correspondencia con un proceso dialéctico de formación de la propia identidad, a partir de la representación imaginaria o *construcción simbólica* de ella y la identidad social que se elabora a partir del reconocimiento, en la propia identidad, de valores, creencias, rasgos característicos del grupo o los grupos de pertenencia, que también resultan definitorios de la propia personalidad, y en términos de esta construcción identitaria cobra valor paralelo el sentido de pertenencia que también se refleja en las posibilidades de calidad del espacio público donde tiene lugar gran parte de la identidad social. Tajfel y Turner (1982) han definido a la identidad social “...como aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia.” (p. 22)

Bolaños (2001) establece que “La identidad de un pueblo se forma en el transcurso de una historia compartida dentro de un territorio, con idioma, religión e idiosincrasia comunes, sin descontar la variación a que dan lugar formaciones locales. No existe ningún país con una composición racial o cultural totalmente homogénea.” (p. 173)

Por otra parte, De la Torre (2008), plantea una importante definición para la identidad personal y colectiva: “Cuando se habla de la identidad de un sujeto individual o colectivo hacemos referencia a procesos que nos permiten asumir que ese sujeto, en determinado momento y contexto, es y tiene conciencia de ser él mismo, y que esa conciencia de sí se expresa (con mayor o menor elaboración) en su capacidad para diferenciarse de otros, identificarse con determinadas categorías, desarrollar sentimientos de pertenencia, mirarse reflexivamente y establecer narrativamente su continuidad a través de transformaciones y cambios.

[...]...la identidad es la conciencia de mismidad, lo mismo se trate de una persona que de un grupo. Si se habla de la Identidad personal, aunque filosóficamente se hable de la igualdad consigo mismo, el énfasis está en la diferencia con los demás; si se trata de una identidad colectiva, aunque es igualmente necesaria la diferencia con “otros” significativos, el énfasis está en la similitud entre los que comparten el mismo espacio socio-psicológico de pertenencia.” (pp. 97-123)

En ese orden de ideas, De La Torre (2008) apela también a la necesidad que tienen las personas de construir su identidad individual y su identidad colectiva, sobre todo por la seguridad y estabilidad que proporcionan. Resulta entonces muy gratificante el sentido de pertenencia a diversos grupos humanos que se ven a sí mismos con cierta continuidad y armonía, dadas por cualidades, representaciones y significados construidos en conjunto y compartidos. Pertenecer al género humano debería ser en principio el punto de partida de toda construcción identitaria o autoconcepto de identidad. A partir de allí, cada uno puede identificarse con el resto de los grupos sociales y culturas que habitan y conviven en este mundo.

Como señalamos anteriormente, los múltiples y complejos procesos que se desencadenan en las ciudades turísticas de litoral como lo es el proceso de migración que atrae diferentes grupos sociales con sus características y costumbres, alientan la tensión y fragmentación de la identidad original que en el contacto cotidiano con los demás habitantes, inmigrantes, residentes y turistas en el espacio público, van perfilando nuevas identidades urbanas.

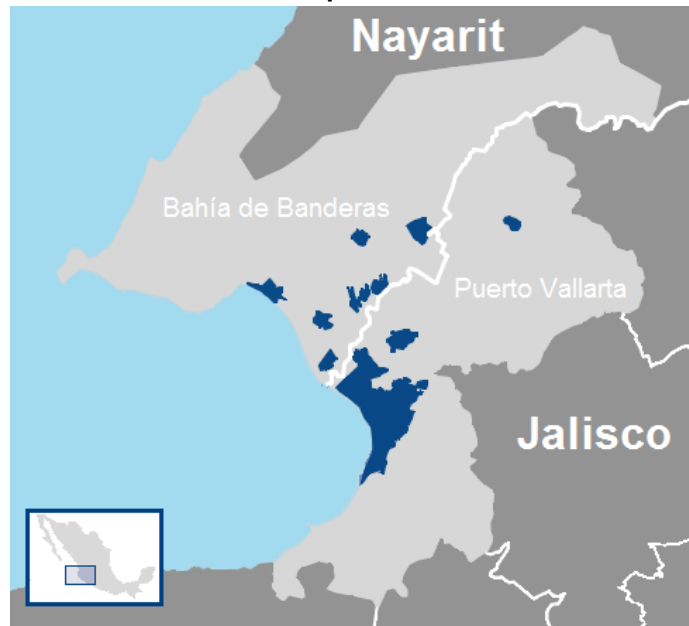
Esta situación va propiciando una percepción diferente del contexto urbano y sus interrelaciones generando poco a poco la fragmentación de la identidad debido a los rasgos multiculturales de su conformación y sus complejos procesos de integración en una continuidad que se expresa en el espacio socioterritorial.

3. Puerto Vallarta-Bahía de Banderas, ciudad, espacio público e identidad

Esta área metropolitana cuenta según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía con aproximadamente 400,000 habitantes (INEGI, 2010), está considerada por el sistema urbano nacional (SUN) como una de las 58 zonas metropolitanas en el país, además es la segunda en importancia tanto para el estado de Jalisco como para el de Nayarit fuera de las áreas metropolitanas de sus capitales, de acuerdo con datos de la secretaria de turismo del estado de Jalisco, recibe anualmente cerca de cuatro millones de turistas (SETUJAL, 2014), lo que representa según datos oficiales que sea considerada como el segundo destino turístico de sol y playa más importante del país después de Cancún en el Caribe mexicano.

Esta posición le ha significado fuertes procesos de transformación urbana acompañados de importantes flujos de población migrante que han venido a densificar nuevas áreas urbanas y a ocupar nuevos territorios tanto en el mercado formal como informal de suelo y vivienda, lo que ha contribuido a que de una manera acelerada, haya tenido lugar la formación de lo que hoy conocemos como área metropolitana interestatal de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas.

Figura 1. Localización de la zona metropolitana Puerto Vallarta-Bahía de Banderas



Fuente: Secretaría de Turismo del estado de Jalisco. 2014

A continuación de los turistas llegaron los nuevos sectores de población a radicar: *“primero, en los años ochenta, población trabajadora, después, en los años noventa, otros sectores sociales atraídos por la belleza del lugar y su proximidad a la Ciudad de Guadalajara y la región del Bajío, así como del oeste de EUA y Canadá.”* (Chavoya, 2009, p. 6) Esta tendencia ha continuado en la primera década del siglo XXI y se presupone que continuará este escenario tendencial.

“Dentro de este proceso de atracción de nuevos pobladores y ocupación de territorio se han ido estructurando los barrios y colonias, de los cuales en un alto porcentaje se poblaron de manera informal ocupando predios ejidales y poco a poco se fueron extendiendo en el territorio, las áreas urbanizadas y consolidadas se mezclan con áreas por consolidar lo que representa la formación de una continuidad-discontinua de carácter rural-urbano con intersticios urbanos deprimidos y áreas urbanas consolidadas en franco despoblamiento.” (Chavoya, 2015, p. 62) Esto ha venido a catalizar una amalgama multicultural que manifiesta abiertamente el descuido y abandono del espacio público y su relación con la construcción de la identidad urbana de los habitantes y su vida cotidiana.

4. La identidad en la zona metropolitana

Para definir la identidad urbana de los pobladores que habitan los barrios y colonias de área metropolitana y su relación con el espacio público, tomamos como base los cuatro elementos que proponen Tamayo y Wildner (2005): *“reconocimiento, pertenencia, permanencia y apropiación.”* (p. 16) Para ello se consideró una muestra de ochenta y siete barrios y colonias de los dos municipios metropolitanos, la selección de estos se determinó por zonas

homogéneas, de las cuales 54 pertenecen al municipio de Puerto Vallarta y 33 al de Bahía de Banderas, se elaboró un levantamiento físico (check list) para observar el estado de urbanización y calidad del espacio público, posteriormente se elaboró un cuestionario con 12 preguntas clave que se aplicó a 4,000 hogares de las 87 colonias para hacer una primera aproximación en el análisis de la construcción de la identidad urbana y su correlación con el espacio público, y de esa manera aportar al estudio de estas formaciones identitarias urbanas.

El espacio público se constituye como parte fundamental en la formación de barrios y colonias donde tiene lugar la construcción de identidad urbana, hoy la ciudad entendida como el área metropolitana, se debate en este proceso debido a las formas de urbanización y ocupación del suelo, cuya evolución los define como altamente diferenciados con el espacio turístico, espacio de buena calidad y su contraparte, el espacio de la mayoría de los habitantes caracterizado en términos generales por su mala calidad o precariedad.

La autoridad local ha dejado de lado la responsabilidad de mantener y conservar el espacio público, lo que implica su deterioro y en consecuencia su abandono, de forma tal que los habitantes aun cuando reconocen, y permanecen en los barrios y colonias, no se corresponde con el espacio público, no se lo apropian ni sienten que les pertenece, es de todos y no es de nadie, la identidad no termina de construirse, los flujos estacionales de pobladores no contribuyen a la formación sólida de un tejido social que defina las características del espacio público en su función de construcción de la identidad.

Los barrios y colonias se convierten en territorios marginales frente a la opulencia de la franja turística, el mercado informal de suelo es la moneda de cambio para nuevos asentamientos donde los viejos y los nuevos pobladores buscan alojarse, construir su hábitat y procrear su descendencia en un entorno precario y desfavorable, la otra cara de la moneda vive en condiciones más afortunadas, se organizan y conviven pero no generan condiciones de identidad.

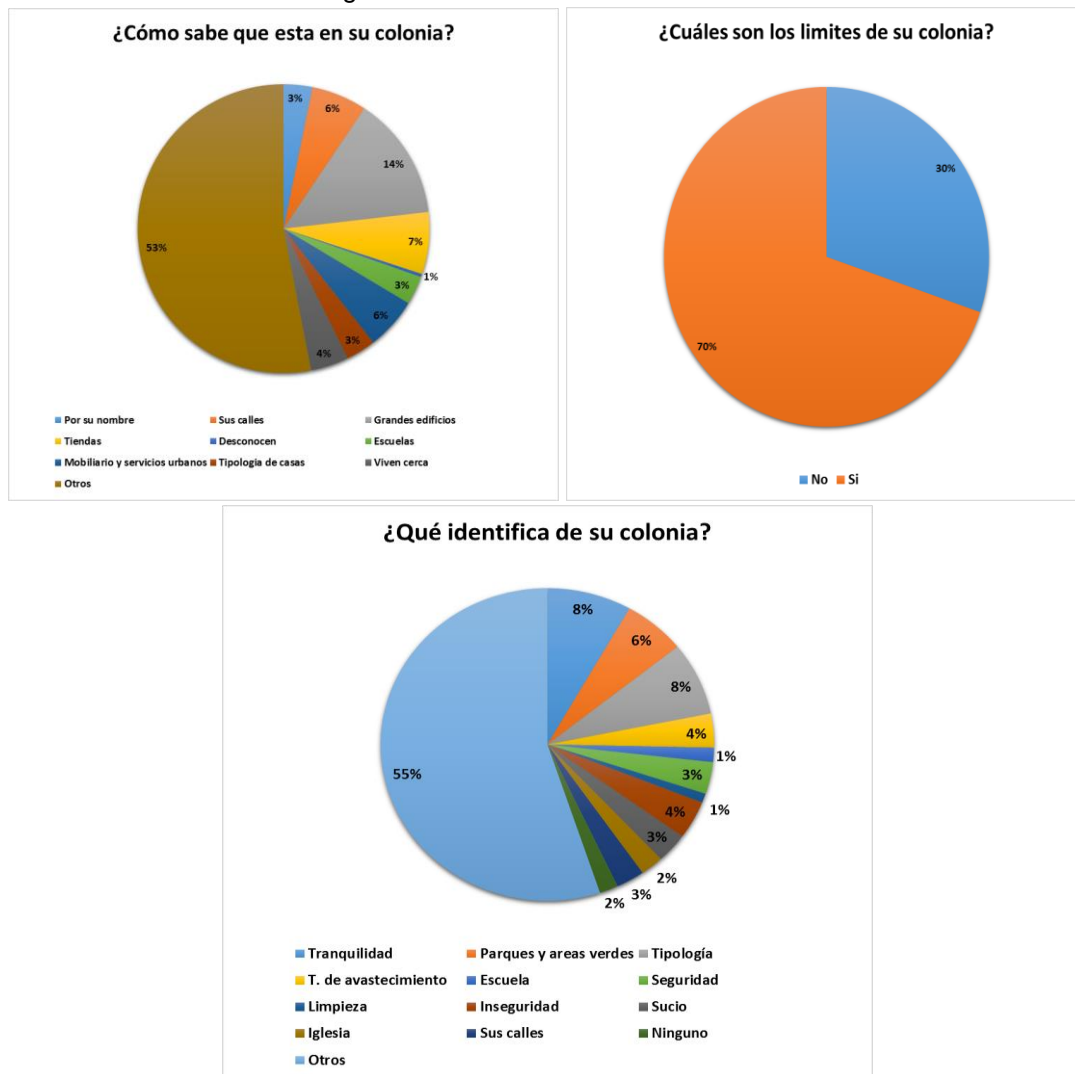
4.1 *Sentido de Reconocimiento*

El primer elemento de la identidad es el reconocimiento, entendido como el sentido de ser, el concepto del yo, un proceso de autoidentificación, de autoestima y autodeterminación, es decir, de reconocerse a sí mismo y su entorno. (Tamayo y Wildner, 2005)

Me reconozco y me reconocen. Es el sentido de quién se es y cuál es la relación de mí con los otros. Identidad es la construcción de una personalidad, como algo singular, auténtico y original. Trasladado al espacio público es el reconocimiento del lugar, la certeza de identificar y saber que es el lugar de uno, donde el individuo se reconoce y se recrea. La importancia de reconocerse entre sí y que se identifique el lugar en el que habitan permite construir este sentido, por lo que los resultados obtenidos son los siguientes:

El 53% de los habitantes indicó que sabe cuál es la colonia donde habita, el 70% de los habitantes reconoce los límites de sus colonias, el 55% de los habitantes identifica a su colonia por la tranquilidad, estos atributos manifiestan que tienen una relación de reconocimiento con su colonia y espacio público y hace referencia a la relación entre vecinos y habitantes como tranquila, tal y como se manifiesta en la Figura 2.

Figura 2. Sentido de reconocimiento



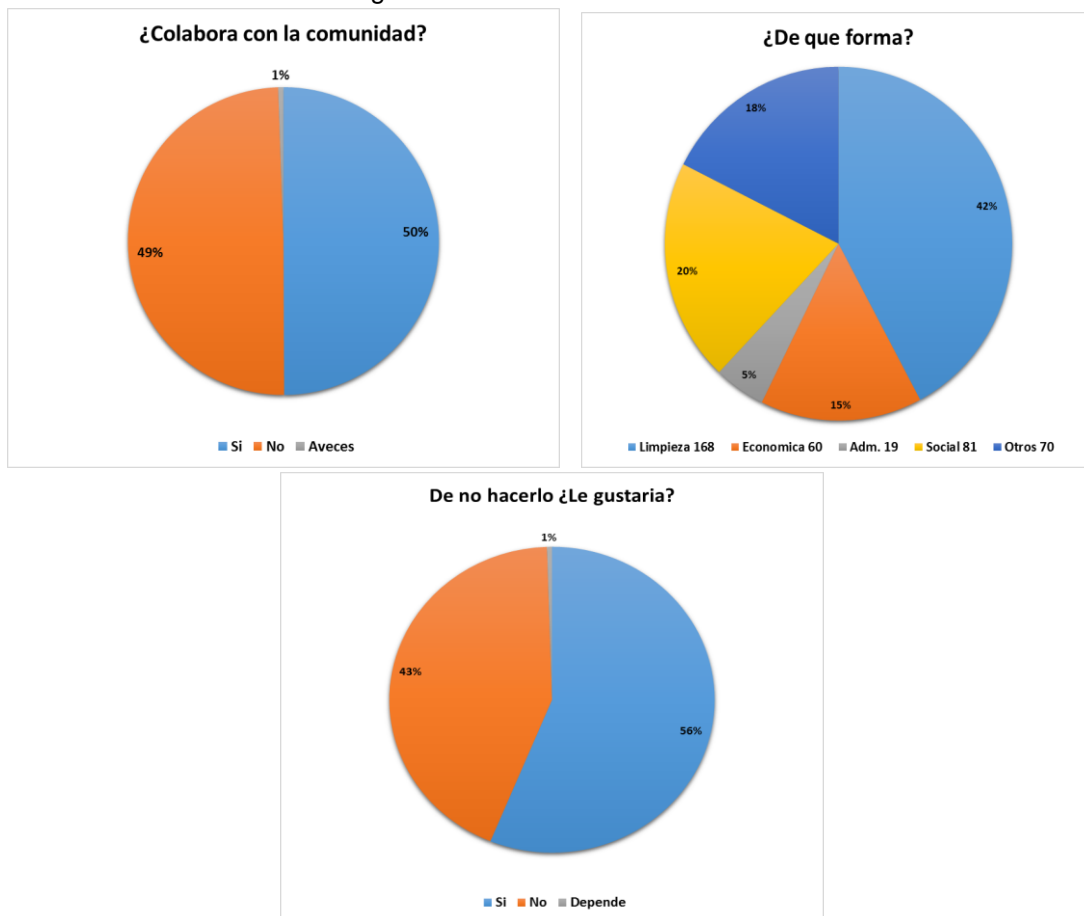
Fuente: Elaboración propia, a partir del cuestionario aplicado.

4.2 Sentido de Pertenencia

El segundo elemento de la identidad es la pertenencia. Significa tener el dominio de algo, incluso de uno mismo. Es el proceso de situarse y al mismo tiempo poseer, apropiarse de las cosas, del espacio. Es adquirir, disfrutar o gozar de algo y, por lo tanto, del derecho a participar, de tener competencia sobre algo, formar parte. En tal sentido, si el reconocimiento está asociado al ser, la pertenencia está asociada al hecho de estar en un lugar, y por lo tanto es creación o apropiación del espacio, del territorio, de la jurisdicción. (Tamayo y Wildner, 2005)

Como ya se ha señalado el sentirse integrado a un grupo le da sentido de pertenencia a un individuo o un grupo, una vez procesados los datos los resultados son los siguientes: un 50% los habitantes que colaboran con la comunidad, el 49% no colabora y el 1% restante afirmó que a veces colabora, el 42% colabora básicamente en la limpieza, y el resto en diferentes actividades, por otra parte a los que no colaboran respondieron con un 56% que si les gustaría colaborar contra un 43% que no colaboraría. Esto nos indica que todavía existe un alto porcentaje de habitantes que no participa en su barrio o colonia y por lo tanto el sentido de pertenencia no se ha consolidado. (Ver Figura 3)

Figura 3. Sentido de Pertenencia



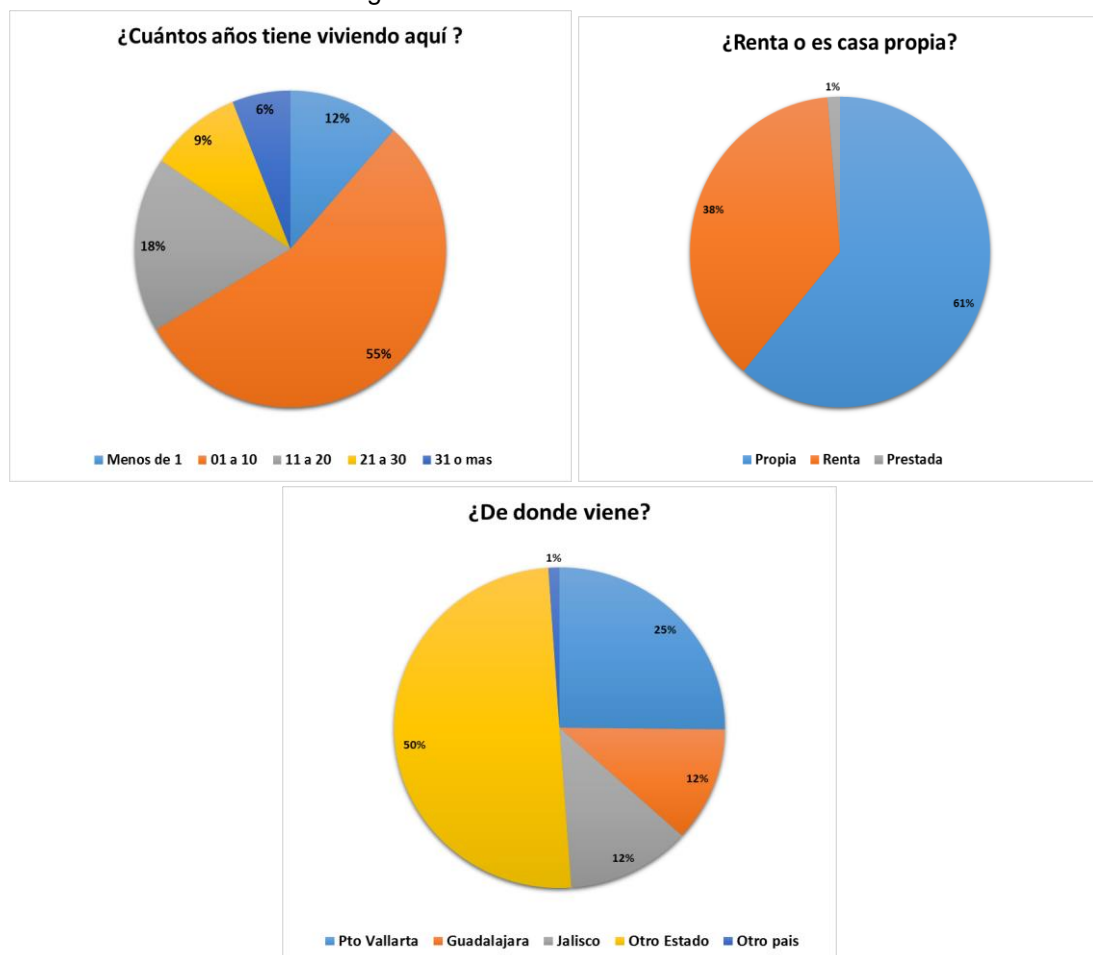
Fuente: Elaboración propia, a partir del cuestionario aplicado.

4.3 Sentido de Permanencia

El tercer componente de la identidad es la permanencia. Se relaciona en forma estrecha con el tiempo y la duración del estar en un lugar, que comunica niveles de arraigo. Es la duración de sentirse parte de un nosotros semejante. Así, puede haber identidades de mayor permanencia que otras, como la diferencia entre pertenecer a un grupo étnico, ser mujer u hombre, pertenecer a un club deportivo, tener devoción religiosa o simpatía política por un partido, ser de una generación, de un grupo juvenil o de adultos mayores, etcétera. (Tamayo y Wildner, 2005)

Una vez se analizaron los datos, se obtuvo que el 61% de la gente tiene casa propia contra un 38% que renta. Un 56% de los habitantes tiene de 1 a 10 años viviendo en la zona, un 17% de 11 a 20 años, un 10% de 21 a 30 años, un 6% los que tienen de 31 años en adelante y siendo un porcentaje importante con 11% los que tienen menos de un año habitando la zona metropolitana. Por otra parte, se denota con claridad el alto porcentaje de personas que emigran a esta zona, el 50% de los habitantes proviene de otro estado, el 25% es nativo de la zona, el 12% proviene de Guadalajara, otro 12% proviene de alguna localidad de Jalisco y el 1% es de origen extranjero. Se advierte por tanto, poca permanencia y una rotación constante de la población. Podemos apreciar cómo el 75% de los habitantes son inmigrantes y provienen en su mayoría de otro estado. (Ver Figura 4)

Figura 4. Sentido de Permanencia



Fuente: Elaboración propia, a partir del cuestionario aplicado.

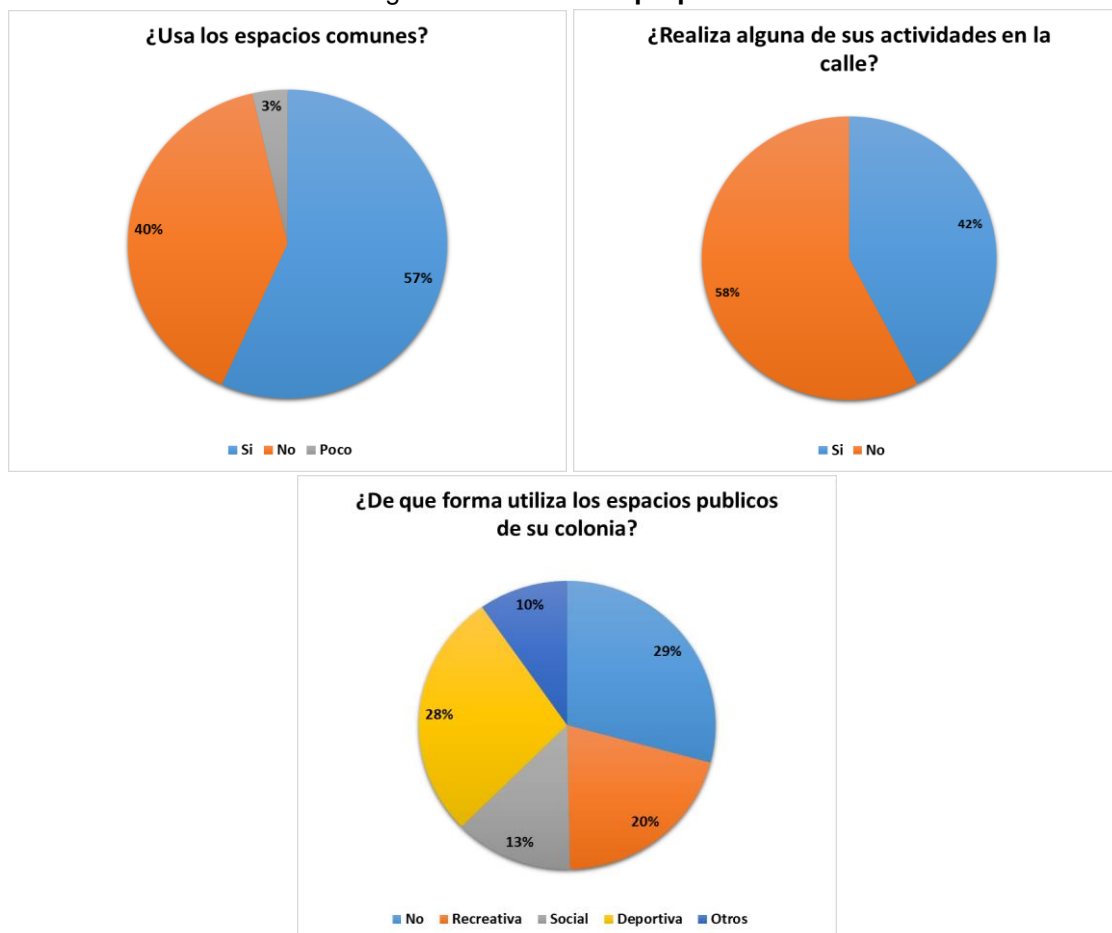
4.4 Sentido de Apropiación

El cuarto componente de la identidad es la apropiación, la vinculación y la interacción social y simbólica, la relación intersubjetiva, la formación del “nosotros”, la solidaridad. Si la identidad es el proceso de reconocerse, también es el acto de reconocerse en el otro. Y ese acto es la

manera en que un individuo puede y decide compartir con otro el mito, la plática, la moda, los gustos, la lucha, los sentimientos, el espacio. Todo eso se hace a través de la intersubjetividad, y ello convierte la idea del “yo” en “nosotros”, define la identidad como ese acto de vincularse entre sí, de compartir, que a su vez construye la idea de comunidad. (Tamayo y Wildner, 2005)

Este componente de vinculación expresa con claridad el sentido de pertenencia a un grupo, a una red o a una institución. Y también se apropia de ideas y valores que son comunes de la colectividad. Es una forma de integrar y asimilar, y en ese sentido hay un proceso explícito o implícito, dependiendo del tipo de identidad que se trate de reproducción de la identidad que asegura la asimilación y su mantenimiento. Una vez analizados los datos se observó que el 57% de los habitantes usa los espacios comunes siendo las actividades deportivas y recreativas las más frecuentes, y en cuanto a la apropiación de realizar alguna actividad en la calle, el 58% de los habitantes no realiza actividades en la calle. La forma en que se utiliza el espacio público no tiene muchas variables, un 28% de los habitantes, lo utiliza para realizar alguna actividad deportiva, un 20% lo utiliza para actividades recreativas y un 13% para actividad social, sin embargo un 29% de los habitantes no utiliza el espacio público para actividad alguna. Esto permite deducir que el espacio público en la ciudad en un alto porcentaje no se considera apropiable. (Ver Figura 5)

Figura 5. Sentido de apropiación



Fuente: Elaboración propia, a partir del cuestionario aplicado.

Esto ocurre en el marco de un intenso proceso de metropolización con el vecino estado de Nayarit al norte, lo cual ha impreso su configuración en el territorio, manifestando una formación policéntrica de los asentamientos en el área metropolitana que en conjunto suman una población de casi 400,000 habitantes, quienes se tienen que desplazar de una localidad a otra para la realización de sus diferentes actividades, tensando con ello la capacidad de las infraestructuras locales, en este ir y venir cotidiano a los centros de trabajo, educación y consumo se generan nuevas narrativas y discursos acerca de la apropiación de los espacios públicos, la falta de integración como tejido social pone en valor la instauración triunfante del modelo globalizador acuñando esta nueva cotidianeidad.

5. Conclusiones

Las ciudades actuales y particularmente las turísticas de litoral, quizá como ningún otro lugar amalgama la fragmentación socio-espacial, cultural y política, que resemantiza el sentido de lo público urbano, no solo como espacio de relación, de encuentro y de comunicación, sino como espacio de construcción de identidad. La identidad urbana es una forma de comprender la manera en que la gente se organiza social y espacialmente, se identifica entre sí, se enfrenta y lucha, e interpreta su posición social y espacial, su historia y las acciones y estrategias que adopta. Es comprender el sentido que los individuos dan a su vida y a la vida de los demás en las ciudades y a las ciudades mismas. La zona metropolitana de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas está experimentando profundos procesos de recualificación del territorio, el espacio público de hoy, juega un papel fundamental en la formación de los barrios y colonias que nutren a la zona metropolitana, dentro de ella, los viejos y nuevos pobladores están construyendo su vida cotidiana ligada a los sentidos de permanencia, apropiación, pertenencia y reconocimiento, transformando o abandonando su espacialidad con el discurso de una nueva narrativa que los conduce a integrarse y des-integrarse con nuevas identidades.

Bibliografía

BOLAÑOS, L. *La identidad perdida y otros mitos*, Vila Editores, México, 2001. 237 p.

BORJA, J. *La ciudad conquistada*, Editorial Alianza, Madrid, 2005. 382 p.

CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Editorial Alianza, Madrid, 1997. 628 p.

CHAVOYA, J. *Ciudad y Turismo; la incidencia del sector inmobiliario en la transformación urbana de Puerto Vallarta, Jal. 1995-2005*. Tesis doctoral. Universidad de Guadalajara. México. 2009. 256 p.

CHAVOYA, J. *El mercado de suelo y su regulación en una ciudad turística de litoral; Puerto Vallarta, Jalisco. México.* En: Revista del Colegio de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Autónoma de Sinaloa, ACR, año 2, núm. 2: 58-71. México, 2015.

DE LA TORRE. C. *Las identidades: una mirada desde la psicología.* Ruth Casa Editorial, 2da. Edición, La Habana, Cuba, 2008. 293 p.

ERIKSON, E. *Identity: Youth and Crisis.* W W Norton & Co; Edition: Revised, New York-London, 1994. 331 p.

HIERNAUX, D. *Turismo en México: modelo de masa, del estatismo al mercado.* En: DUTERME et al, Turismo hoy: ganadores y perdedores. Alternativas Meridionales. Madrid, Edit. Popular, 2007. pp. 225-236.

INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *Censo de población y vivienda 2010*, México, 2010.

LAING, R. *El Yo y los Otros.* Fondo de Cultura Económica, México, 1974. 187 p.

RAMIREZ, P. *La reinención de la ciudadanía desde el espacio público en la ciudad fragmentada.* En: Interdisciplina, Revista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades - UNAM, 2, núm. 2: 71-96. México, 2014.

SETUJAL, Secretaria de Turismo de Jalisco, *Cuadernos estadísticos*, Jalisco, 2014.

SENNET, R. *Carne y Piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental.* Editorial Alianza, Madrid, 1997. 227 p.

TAJFEL, H y TURNER, J. *Social identity and intergroup relations.* Cambridge University Press, UK, 1982. 523 p.

TAMAYO, S. y WILDNER, K. *Identidades Urbanas.* Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, Cultura Universitaria No. 85, Serie Ensayo, México, 2005. 386 p.

TAYLOR, P. *World city network. A global Urban Analysis.* London and New York, Routledge, 2003. 231 p.