



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

EL ESCENARIO TURÍSTICO: IMAGINARIOS E IMÁGENES DEL DESTINO TURÍSTICO DE MAZATLÁN, SINALOA, MÉXICO.

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza¹

Bertha Elena Félix Colado²

Jesús Roberto Velarde Nava³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza, Bertha Elena Félix Colado y Jesús Roberto Velarde Nava (2018): "El escenario turístico: Imaginarios e imágenes del destino turístico de Mazatlán, Sinaloa, México", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/mazatlan.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25mazatlan>

Resumen:

El turismo es una fuente de producción de imágenes e imaginarios, en este trabajo se analizan estos aspectos desde las diversas percepciones de los turistas estadounidenses y mexicanos que permiten elaborar escenarios turísticos de Mazatlán. En este destino turístico se han presentado eventos de crisis como; inseguridad y violencia desde el año 2008 al 2013 provocando contextos inseguros y una imagen dañada a este sitio. Luego de revisar los aportes teóricos sobre el papel de los imaginarios turísticos e imagen turística permite conjuntar elementos determinantes que ayuda a construir dichos escenarios. Para cumplir con lo anterior es necesario utilizar una metodología mixta dado a que se ocupa aplicar técnicas como: la encuesta y la narrativa, con una muestra de 234 turistas mexicanos y 66 estadounidenses con la intención de recopilar la información precisa de las percepciones sobre imaginarios turísticos, imagen turística y escenarios turísticos. Por último, los resultados presentan a las Playas, el

¹ Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS) Culiacán, México. Es Profesor-Investigador de la Escuela de Turismo, Universidad Autónoma de Sinaloa en Mazatlán, Sinaloa. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel Candidato. Correo electrónico: victor0113@hotmail.com

² Maestra en Ciencias en Desarrollo Estratégico del Turismo por la Universidad de Occidente (UdeO) Mazatlán, México. Es Profesora de Asignatura y Directora de la Escuela de Turismo, Universidad Autónoma de Sinaloa en Mazatlán, Sinaloa. Correo electrónico: poly_colado@hotmail.com

³ Estudiante del IX Semestre de la Licenciatura en turismo de la Universidad Autónoma de Sinaloa e integrante becario del proyecto de investigación PROFAPI-2015/034 "Inventario de recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento por las actividades turísticas, en la modalidad de turismo alternativo, en Mazatlán y su área de influencia turística en la zona sur de Sinaloa. Correo electrónico: roberto_nava_13v@hotmail.com

Malecón y la Zona Dorada como las principales representaciones que orientan a percibir las como los imaginarios, imágenes y escenarios turísticos importantes de Mazatlán.

Palabras claves: Escenarios Turísticos, Imaginarios Turísticos, Imagen Turística, Mazatlán y Destino turístico.

THE TOURIST SCENE:

Imagery and images of the tourist destination of Mazatlán, Sinaloa

Abstract:

Tourism is a source of production of images and imaginary, in this paper these aspects are analyzed from the various perceptions of Americans and Mexicans tourists can develop tourism scenarios of Mazatlán. In this tourist destination, there have been presented crisis events like: insecurity and violence from 2008 to 2013 resulting in insecure contexts and damaged image to this site. After reviewing the theoretical contributions on the role of tourist imaginary and tourist image that allows combine determinants aspects that are going to help build these scenarios. To meet the above is necessary to use the mixed methodology were given deals apply techniques such as survey and narrative, with a sample 234 Mexicans tourists and 66 Americans with the intention of gathering accurate information on tourist imaginary perceptions, tourism image and tourist scenarios. Finally, the results are presented to the beaches, the Malecon, the Golden Zone among others as the main representations that help perceive as the imaginary, images and tourist scenarios of Mazatlán.

Keywords: Tourist Scenarios, Tourist Imaginary, Tourist Image, Mazatlán and Tourist Destination.

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se realizó un análisis sobre la percepción de los imaginarios e imágenes turísticas por los turistas estadounidenses y mexicanos durante su estancia vacacional en Mazatlán, Sinaloa. Después de haberse presentado diversos eventos de crisis como inseguridad y violencia tanto en la región frontal como trasera de este destino turístico durante los años 2008 al 2013 lo que dio como resultado un imaginario y una imagen turística afectada. En este sentido, el objetivo del trabajo es analizar las percepciones de los imaginarios e imágenes turísticas por estos mismos turistas con la intención de estructurar los diversos escenarios turísticos que conforman el destino turístico de Mazatlán.

El contexto contemporáneo que vive el turismo está acompañado de complejos actos cotidianos que se presentan a nivel mundial, nacional, estatal y local. No se puede negar que hoy en día, esta actividad se encuentra convulsionada por el narcotráfico, la violencia, la guerra, el terrorismo entre otros; de tal manera que el turista ha modificado su percepción de diversas maneras como: cuidándose o evitando visitar ciertos lugares turísticos o resguardándose por las noches en los mismos destinos, creando imágenes e imaginarios relacionados con la violencia e inseguridad lo cual ha generado situaciones que no tienen registros en el desarrollo del turismo, pero, el acontecimiento que ha impactado y continua

haciéndolo en México y en Mazatlán es la violencia e inseguridad generada por la lucha contra el narcotráfico iniciada por el expresidente Felipe Calderón (2006-2012) y por la actual administración nacional de Enrique Peña Nieto (2012-) convirtiendo a México, Sinaloa y este destino turístico en una zona violenta e insegura.

En la actualidad, el turismo y la violencia son hechos incompatibles. La violencia y la inseguridad provocada por el aumento de homicidios dolosos vinculados con la actividad del narcotráfico han impactado negativamente a la actividad turística en Mazatlán en la última década creando una baja afluencia del turismo extranjero y conexión aérea; por otro lado, el cierre de empresas turísticas (hoteles, restaurantes, comercios entre otros) provocando el retiro gradual y definitivo del arribo de cruceros turísticos generando al mismo tiempo “alertas de viaje” por el gobierno estadounidense a sus conciudadanos para considerar la visita a este destino del año 2010 al 2013.

Aún con este contexto adverso, el turismo es una actividad dinámica y diversificada que lo ha puesto entre los principales sectores económicos a nivel mundial en las últimas décadas. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2015, esta actividad constituyó el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) y crea uno de cada once empleos en el mundo (4to. Informe de Labores 2015-2016, Secretaría de Turismo, México, p: 19). Asimismo, el turismo en México representó en 8.5% del PIB en 2014 y en este mismo año generó alrededor de 2.3 millones de empleos remunerados, lo que representa el 5.8% del empleo total nacional (Ibíd.: 20). Para Sinaloa, el turismo aportó el 13% superando a la agricultura en 2014 (DEBATE, 2017); por último, Mazatlán es el principal destino y puerto turístico del estado de Sinaloa que aportó el 72% del total de turistas que visitaron al estado en 2015 (5to. Informe de Labores 2015, Gobierno del Estado de Sinaloa por Mario López Valdez, Sinaloa, p: 700).

De tal manera, siendo Mazatlán un destino de “sol y playa” en el pacífico mexicano, además calificado como un destino familiar por Travel city (2012) a pesar de los momentos de inseguridad y violencia que se presentaron en este puerto, esto constituye un momento adecuado para posicionarse como uno de los mejores destinos turísticos de México en la preferencia de los turistas nacionales y extranjeros, dado que tiene una costa con varias extensiones de playas y un malecón con 27 kilómetros de largo considerados como sus principales emblemas turísticos entre otros atributos; todas estas condiciones resultan favorables para el crecimiento de arribo de visitantes y el desarrollo de la actividad turística ante los diversos escenarios de inseguridad y violencias que se presentaron en años anteriores.

Para finalizar, este artículo se divide en varias secciones: la primera es la metodología aplicada al estudio, la segunda consiste en el marco teórico dividido en tres apartados como: imaginarios turísticos, imagen turística y escenarios turísticos, la tercera son los resultados de la investigación que se fundamenta en las diversas percepciones de los turistas durante su estancia vacacional en este destino de sol y playa, por último, se muestran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

2. METODOLOGÍA

La metodología que se aplica en esta investigación es mixta porque se utiliza las metodologías de tipo cuantitativo y cualitativo. Además, ese trabajo se apoya en antecedentes de estudios realizados con métodos del imaginario como la observación estructurada por Augé (1998) y de turismo como los escenarios por MacCannell (2003). Es importante mencionar que para la elaboración y la aplicación del cuestionario se basó en los estudios de Armando Silva (2004) y Eloy Méndez (2008). Asimismo, el levantamiento de estas técnicas de investigación se efectuó de diciembre de 2012 a marzo de 2014 dirigido a 234 turistas mexicanos y a 66 turistas estadounidenses en diversos lugares turísticos y de mayor flujo de visitantes como el Malecón, el Centro Histórico, Paseo de Olas Altas, y a fuera de hoteles de la avenida del Mar y Zona Dorada, por último, se optó por utilizar un tipo de muestreo Probabilístico y aleatorio simple.

3. MARCO TEÓRICO: IMAGINARIOS, IMAGEN Y ESCENARIOS DEL TURISMO

El enfoque teórico utilizado para la elaboración del bagaje conceptual consiste en retomar las propuestas teóricas sobre los estudios de los imaginarios e imaginarios turísticos (2002) por Daniel Hiernaux uno de los principales exponentes sobre estos temas; además, la propuesta teórica de la imagen turística desde la perspectiva de Baloglu y McCleary (1999) y para finalizar la construcción de los “escenarios turísticos” que evoca Dean MacCannell (2003) con su obra “El turista: una nueva teoría de la clase ociosa” donde presenta una forma de estudiar al turismo desde la sociología del turismo desde la visión de la microsociología de Erving Goffman. A partir de esta idea, es así como se nutre este marco teórico que a continuación se presenta.

3.1 Imaginarios e imaginarios turísticos

Uno de los precursores del concepto Imaginario es Cornelius Castoriadis (1983) expresa que es hablar de algo <<inventado>>, absoluto o un desplazamiento de sentido, es decir, el imaginario concurre en la incursión de símbolos en la representación de una idea cercana a la realidad, con elementos subjetivos, en ocasiones irracionales, que pueden llegar a la racionalidad, corriendo el riesgo de no llegar a la objetividad (Castoriadis, 1983).

Para los fines del presente trabajo, es importante destacar la propuesta de Daniel Hiernaux (2002) que expresa que el concepto de imaginario puede ser entendido como “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones subjetivas que se definen en torno a una actividad, espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. Además, propone que el imaginario es una construcción social que puede ser individual y colectiva en permanente remodelación. También, el imaginario requiere a las construcciones propias de la representación, construcciones sustentadas por la imaginación, el sueño, la fantasía individual o colectiva” (Hiernaux, 2002: 8-9). De esta manera, el imaginario forma parte de una representación en imágenes de determinadas actividades o espacios (Enríquez y Méndez, 2012).

Hiernaux-Nicolás (2002), uno de los principales exponentes del tema el imaginario turístico; comenta que “es aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar” (Hiernaux-Nicolás, 2002: 9) o el imaginario turístico se puede elaborar como una construcción compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o de medios de difusión (Ibíd).

Un componente del imaginario es la imagen. Para este caso los imaginarios de los turistas se forman de imágenes construidas y representadas de la ciudad turística de esta manera, les permite reconocer los procesos de cambio, valorar el lugar y sus características reales o imaginadas, apreciar los problemas y las consecuencias del destino turístico (Enríquez y Méndez, 2012).

3.2 Imagen turística

Entre las diversas definiciones de imagen Crompton (1979) y Kotler et al. (1993), Fridgen (1987) y Assael (1984) existentes en el bagaje conceptual de este término, puede destacarse la propuesta elaborada por Baloglu y McCleary (1999) debido a su profundidad y la definen como “la representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un objeto o destino” (Baloglu y McCleary, 1999).

De igual modo, el concepto de percepción tiene un específico interés entre la amplia gama de definiciones sobre la imagen de un destino turístico (Hunt, 1975; Assael, 1984; Gartner, 1986; Calantone et al., 1989; Echtner y Ritchie, 1991; Coshall, 2000). En este mismo orden de ideas, Murphy, Pritchard y Smith (2000) afirman que la imagen incluye la percepción personal de los múltiples componentes del destino turístico.

Por lo tanto, el concepto de imagen turística elaborado por Baloglu y McCleary (1999) dice que es “una representación mental de las creencias, sentimientos y la impresión global de un destino turístico”. Asimismo, determinan que la imagen turística está constituida por un componente cognitivo/perceptivo y un componente afectivo, (Baloglu y McCleary, 1999: 870). Es decir, el componente cognitivo se refiere a los conocimientos y creencias individuales sobre un objeto y a través de este tipo de componente se valoran los atributos percibidos del mismo y el componente afectivo se refiere a los sentimientos o apego generados hacia el destino turístico (Ibíd).

Además, de estos componentes que participan dentro de la formación de la imagen turística también se encuentran otros factores como los: personales (la formación de la imagen se sustenta en la percepción de los individuos de diferentes estímulos, está constituida por las actividades de exposición, atención e interpretación de estímulos externos, las cuales están condicionadas por las características de estímulos recibidos y por factores internos de las personas y estimulantes) (San Martín y Rodríguez, 2010) y los factores estímulos se refieren a un objeto físico, experiencia o estímulo externo (Ibíd). En específico, Baloglu y McCleary incluyen la familiaridad y las fuentes de información sobre el destino turístico como los principales factores de estímulo (Baloglu y McCleary, 1999). Ritchie (1993) comenta que la

familiaridad se ha vinculado tradicionalmente a la experiencia personal con el destino turístico, es decir, son las visitas efectuadas al lugar; Según, Baloglu y McCleary (1999) comentan que la experiencia directa con un destino turístico puede modificar la imagen que el turista tiene de éste último (citado por San Martín y Rodríguez, 2010).

3.3 Escenarios turísticos

La propuesta que crea Dean MacCannell (2003) en su obra *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa* donde presenta una nueva forma de estudiar al turismo a partir de la sociología del turismo. Partiendo de la semiótica de Marx acerca del proceso de producción de los obreros en las fábricas y su contraposición con los “tiempos de ocio” fuera de ella, MacCannell se propone constituir una teoría de la modernidad que cuestiona el valor en base a la “experiencia” que produce el comprador, y para MacCannell, las experiencias turísticas son experiencias culturales, es decir el valor de éstas provienen finalmente de los turistas y sus culturas de origen, así como también de las culturas presentes de los lugares donde se efectúa la visita turística (MacCannell, 2003).

A partir de esta idea, MacCannell se alimenta de la micro-sociología de Erving Goffman para estudiar el comportamiento del turista en lugares públicos. Al crearlo, va exponiendo cómo este comportamiento va estableciendo que ciertos lugares se transformen en “atracciones turísticas” a partir de ciertos signos, símbolos o atractivos que configuran ese imaginario que desea el turista. En ello interactúan el “turista”, una “vista” y sus “marcadores”, ya que la atracción turística es una “relación empírica entre el turista, una vista y un marcador (una información empírica sobre la vista)”. Algunas veces, MacCannell señala que algunas vistas son tan espectaculares que no necesitan ser marcadas por nadie: “tienen valor por sí mismas”. (*Ibíd*).

MacCannell recoge las aportaciones de Goffman, siguiendo una división de sentido común estructural de los establecimientos sociales a través de lo que denomina regiones delanteras y traseras también los considera como dos grandes escenarios. El frente “es el lugar de reunión de anfitriones y huéspedes o de clientes y personal de un servicio” y la región trasera es “el sitio a donde se retiran los miembros del equipo local entre una actuación y otra, con el fin de relajarse y prepararse” (*Ibíd*).

El desarrollo actual de la estructura social viene marcado por la aparición de espacios turísticos en cualquier lugar. Este espacio puede ser llamado escenario turístico o sencillamente escenario, según la medida en que se elabore la exhibición para el turista. Los escenarios se caracterizan porque el único motivo necesario para visitarlos es el deseo de verlos; en este aspecto son únicos entre los lugares sociales; están físicamente próximos a una actividad social seria o la actividad seria es limitada en ellos, y contienen objetos, herramientas y máquinas especializadas en rutinas específicas, sociales, ocupacionales e industriales, y están abiertos, al menos en horarios específicos, a la visita de los espectadores. La conciencia y representación turística viene motivada por el deseo de verlos y vivir las experiencias auténticas y el turista puede creer que está en esa dirección para la visita turística (*Ibíd*).

La estructura de los escenarios turísticos para Dean MacCannell (2003) “(...) pueden ser dispuestos en un continuo, comenzando por el frente y terminando por la trasera, reproduciendo la trayectoria natural del ingreso inicial de un individuo en una situación social” (*Ibíd*) donde se muestra indicadores empíricos y se distingue seis etapas (tres frontales y tres traseras) que permiten estructurar los recorridos, tours e itinerarios turísticos donde se exponen los escenarios turísticos, a través de un continuo.

Para MacCannell (2003) el escenario frontal es la “*Primera etapa*” es la región delantera de Goffman; es la clase de espacio social que los turistas intentan vencer o dejar atrás. (*Ibíd*). Es decir, la primera etapa, está configurada en la ciudad turística y se le llama región frontal. En cambio, Para MacCannell (2003) el escenario trasero comenta que es la “*Cuarta etapa*” es una región trasera abierta a extraños. Artículos sensacionalistas en revistas sobre las andanzas privadas de personajes famosos; revelaciones oficiales acerca de los detalles de negociaciones diplomáticas secretas. El hecho de que sean abiertos distingue estos escenarios turísticos especiales de otras regiones traseras; el acceso a mayor parte de estas regiones no turísticas está bastante restringido (*Ibíd*). En otras palabras, son algunos marcadores que no constituyen parte del escenario turístico, pero sí del recorrido o tour, es decir, son los lugares que los turistas desean encontrarse sin explicar en su búsqueda como mitos y leyendas.

4. RESULTADOS: PERCEPCIÓN DE IMAGINARIOS E IMÁGENES TURÍSTICAS EN LOS ESCENARIOS TURÍSTICOS DE MAZATLÁN, SINALOA.

A continuación se presentan los principales resultados de la investigación empírica del trabajo de investigación aplicado a la muestra de turistas estadounidenses y mexicanos en este destino turístico. Además, se va a exponer en primer término el perfil socio demográfico de los turistas; segundo, la percepción de los imaginarios e imágenes turísticas; por último, los escenarios turísticos del destino de Mazatlán.

4.1 Perfil socio demográfico de los turistas estadounidenses y mexicanos

El perfil socio demográfico de los turistas estadounidenses que visitan Mazatlán se integra de la siguiente forma con (48%) de los turistas pertenecen al sexo masculino y (52%) al femenino; la mayor parte de turistas que visitan Mazatlán son principalmente jóvenes-adultos de 18 a 30 años con (29%) y lo siguen los visitantes de 31 a 40 años con un (26%); el estado civil son casados con (47%) y solteros (32%); el nivel de estudio de los encuestados sobresalen los que tienen licenciatura con (55%); principalmente la ocupación de los turistas son empleados con (56%) y los turistas estadounidenses que visitan este destino turístico principalmente provienen de los estados de California con (38%), Washington con (14%) y otros estados con (37%), lo componen: Arkansas, Minnesota, Michigan entre otros. Además, 56% de los turistas visitaron por primera vez Mazatlán lo cual perciben la experiencia turística de manera auténtica, en cambio, el resto de los visitantes han visitado este destino lo han hecho en varias ocasiones por lo tanto se puede decir que estos individuos están socializados

con la ciudad turística porque evocan recuerdos de las percepciones anteriores al acto de viajar a este destino. Asimismo, el motivo de viaje que hace desplazarse desde su lugar de origen a los turistas a este destino turístico es la recreación con (44%) y disfrutar del sol, mar y la arena con (33%). Luego, los visitantes viajan acompañados por la familia con (45%) y amigos con (21%); por último, se hospedaron en hoteles con (80%) y en apartamentos con (15%) con una estancia de 1 a 7 días con (91%) y de 1 a 4 semanas con (6%).

Por otro lado, el perfil socio demográfico de los turistas mexicanos que visitan Mazatlán se compone de la siguiente manera: (57%) pertenecen al sexo masculino y (42%) al femenino; la mayor parte de turistas que visitan este sitio turístico son principalmente jóvenes-adultos de 18 a 30 años con (49%) y lo siguen los visitantes de 31 a 40 años con un (28%); el estado civil son casados con (50%) y solteros (47%); el nivel de estudios lo encabeza la licenciatura con (46%) y bachillerato con (35%); principalmente la ocupación de los turistas son empleados con (51%); por último, el turismo que visita a este destino turístico principalmente se le considera como un turismo regional debido a que la mayor parte de los visitantes que arriban son de los estados de Sinaloa (25%), Durango (8%) y Coahuila (17%) que se ubican cerca de Mazatlán y se tiene afluencia de otros estados como: Distrito Federal, Jalisco, Nuevo León. Además, (66%) de los turistas han visitado en más de dos veces a Mazatlán, es decir, estos individuos están socializados con la ciudad turística; en cambio, (34%) de los visitantes lo hacen por primera vez lo cual perciben la experiencia turística de manera auténtica.

El principal motivo de viaje que hace desplazarse desde su lugar de origen a los turistas a este destino es la recreación con (50%) y conocer otro destino turístico con (20%). Los visitantes viajan acompañados por la familia con un (54%) y amigos con (32%) y se hospedaron en hoteles con un (78%) y casa de familiares con (17%) con una estancia de 4 a 7 días con (56%) y de 1 a 3 días con (36%).

4.2 Percepción de los imaginarios turísticos de Mazatlán

Los turistas mexicanos que visitaron Mazatlán les gustaron los siguientes elementos que se vinculan con el turismo y configuran el imaginario turístico de este destino: en primer lugar son las Playas con (60%); segundo, la Vida Nocturna con (24%), estos dos conforman (85%) de los encuestados; también, les gustó el Centro Histórico, la Gastronomía, el Paisaje y la Calidez de la Gente. Además, en el imaginario colectivo se tiene registro de los lugares considerados como emblemáticos, estos tienen que ver con la historia de la ciudad relacionados con el turismo. El sentido del lugar expresa las representaciones colectivas que los turistas nacionales le conceden de manera significativa a los sitios. Estos se constituyen en miradas de los visitantes que evocan momentos históricos y a espacios que representan experiencias agradables para los visitantes. Estos son: en primer lugar las Playas con (40%), en segundo se ubica el Malecón con (25%), en tercero la Isla de la Piedra con (5%); por último, los turistas perciben como emblemas al Centro Histórico, el Faro, el Valentinis con (3%) cada uno.

Los imaginarios construidos por los turistas mexicanos sobre Mazatlán tienen que ver con la forma de caracterizarla según el color atribuido a la misma. Las percepciones acerca de color evocan, sin duda, un estado de ánimo relacionados con las expectativas del sujeto con respecto al lugar. De ese modo, el encuestado determine a la ciudad turística de acuerdo a las condiciones sociales, la imagen percibida en comparación con otros destinos turísticos que hayan visitado o tenido información de ellos. Por consiguiente, la principal percepción de los turistas es el color azul que lo relacionan con el mar con (84%), lo siguen los colores rojo y blanco con (3%) cada uno y a estos los relacionan con la pasión y la espuma del mar, por último el color amarillo con (3%) lo vinculan con el sol. Además, las percepciones acerca del olor que es un elemento de identificación y de exaltación del contexto natural y urbano de la ciudad turística. De ese modo, el encuestado determine al lugar de acuerdo a las condiciones sociales, la imagen proyectada en comparación con otros destinos turísticos que hayan visitado o tenido información de ellos. Hay que destacar que (41%) de los turistas perciben el olor de Mazatlán con el mar, lo sigue los mariscos con (24%), en cambio, algunos turistas identificaron el olor de este destino con una valoración negativa como: un mal olor y drenaje con (4%) y (1%) respectivamente.

De acuerdo a la percepción de los turistas durante sus vacaciones, ellos seleccionaron diversos atractivos o lugares como agradables que se ubican en la zona turística como en el resto del destino turístico. En primer lugar, los visitantes percibieron a las Playas como el lugar más agradable con (42%); luego, en segundo lugar es el Malecón con (14%), por último, ellos perciben en tercer sitio a la Isla de la Piedra y a los Antros con un (12%) y (11%) respectivamente y existen otros como: Acuario, Centro Histórico, Zona Dorada, el Faro. Sin embargo, en la memoria colectiva de estos visitantes están presentes los lugares considerados desagradables como: las calles en el centro de la ciudad con (8%), así como, lo sucio del centro de la ciudad, los hoteles con (7%) y los restaurantes con (6%). En suma, estas valoraciones negativas de la ciudad real percibidas por los turistas nacionales expresan un imaginario afectado por procesos o problemas urbanos, ecológicos y sociales experimentados en Mazatlán.

Por otro lado, los siguientes aspectos que se vinculan con el turismo y configuran el imaginario turístico de este destino por parte de los turistas estadounidenses son: en primer lugar con (53%) de los turistas estadounidenses comentaron lo que más les gusto fueron las Playas mazatlecas; en segundo lugar, les gusto el clima con (14%) y les agradó el Centro Histórico con (11%), en suma, estos tres rubros integran (77%) del total de los visitantes. Además, en el imaginario colectivo se tiene registro de los lugares considerados como emblemáticos, estos naturalmente tienen relación con la historia, la naturaleza y el urbanismo de la ciudad vinculados con la actividad turística. El sentido de lugar expresa las representaciones colectivas de los turistas estadounidenses que le atribuyen de manera significativa a los sitios. Estos se constituyen en marcas para la mirada de los visitantes que evocan momentos históricos y a espacios que representan experiencias agradables por ejemplo: las Playas con (48%), el Malecón con (20%) y el Centro Histórico con (14%), es decir,

ellos integran (82%) de la percepción total y son los principales emblemas que configuran el imaginario turístico de Mazatlán.

Los imaginarios construidos por los turistas estadounidenses sobre Mazatlán tienen que ver con la forma de caracterizarla según el color atribuido a la misma. Las percepciones acerca del color evocan un estado de ánimo relacionado con las expectativas del sujeto con respecto al lugar. De ese modo, el encuestado determine a la ciudad turística de acuerdo a las condiciones sociales que atrevese en el momento como la inseguridad, la imagen percibida en comparación con otros destinos turísticos o la imagen proyectada por los medios de comunicación que hayan visitado u obtenido información de ello. En consecuencia, el color azul lo relacionan con el mar de este destino con (83%); luego, los visitantes colocan al color amarillo con (8%) lo vinculan con la luz del sol y los colores café y rojo lo relacionan con la arena y la pasión. Además, las percepciones acerca del olor que es un elemento de identificación y de exaltación del contexto natural y urbano del destino turístico. Razón por la cual, el encuestado determine al lugar de acuerdo a las condiciones sociales y naturales, la imagen proyectada en comparación con otros destinos. Cabe destacar que (52%) de los turistas percibieron el olor de Mazatlán con el mar, lo siguen los mariscos y pescado con (27%) y (6%) respectivamente.

De acuerdo a la percepción de los turistas estadounidenses durante sus recorridos turísticos en la zona turística (región frontal) como en el resto de la ciudad (región trasera) de los escenarios turísticos del destino mazatleco. Entonces, ellos seleccionaron diversos lugares como agradables, por ejemplo, a las Playas mazatlecas con (47%); luego, en segundo ubican al Centro Histórico con (26%); por último, ellos prefirieron otros lugares agradables como: Isla de la Piedra, Antros y Valentino (Vida Nocturna) con (5%) cada uno. Sin embargo, en la memoria colectiva de los turistas estadounidenses están presentes los sitios considerados como desagradables. De acuerdo a la percepción de los visitantes durante sus vacaciones, ellos seleccionaron diversos lugares que se localizan en Mazatlán como las calles de la ciudad con (6%), Centro de la ciudad y Mercado con (5%) cada uno, también expresaron a la Isla de la Piedra con (3%).

Turista mexicano (hombre) expresa *“me gusta muchísimo Mazatlán porque todo está hermoso como las playas, el malecón, la isla de la piedra, también estos carritos como se llaman ah! (ummm) las pulmonías, las mujeres aunque me pegue mi vieja y no se diga observar esta puesta del sol acompañado de una cervecita... ustedes son unos afortunados de vivir aquí yo vengo de un lugar seco de Torreón y como dice la canción de José Alfredo Jiménez aquí en Mazatlán hasta un pobre se siente millonario. Eso es lo que puedo decir”*.

Turista de Coahuila (mujer) dice *“con mayor ambiente y continúe su vida nocturna y con seguridad”*.

Turista estadounidense (mujer) comenta *“descubrí hace más de 10 años a Mazatlán y cada año he venido con mi esposo y mis hijos. Ahora, vengo con mi hija que está casada con mi hierno y mi nieto. Nos gusta la gente, la comida, la cultura, las playas y su clima son fantásticos además hemos ido al acuario y nos gustó ver sus shows de aves y lobos marinos.*

Comenta su hija, mi esposo y a mí nos gustó la vida nocturna es excitante... y hemos visto seguridad. Habla el papá, a mí me gusta el Centro Histórico y el teatro Ángela Peralta. Toda la familia expresa que Mazatlán es muy hermoso”.

Turista estadounidense (mujer) más de 60 años expresa *“he venido un par de veces, nada ha cambiado en Mazatlán. Es muy relajante estar aquí en frente de las playas. Hay que disfrutarlo totalmente. Su clima y sus playas son extraordinarios. Amo Mazatlán”.*

4.3 Percepción de la imagen turística de Mazatlán

Un componente del imaginario es la imagen. Para este caso, los imaginarios de los turistas mexicanos se conforman de imágenes construidas y representadas del lugar turístico, que les permite reconocer los cambios, valorar el lugar y sus cualidades reales o imaginadas, apreciar problemas y sus consecuencias (Méndez y Enríquez, 2012: 65), por lo tanto, (71%) de los turistas mexicanos percibieron a las playas (sol, mar y arena) como la principal imagen turística de este puerto siguiéndoles la Vida Nocturna con (17%), la Zona Hotelera con (6%), el Centro Histórico con (2%), las Fiestas de Carnaval y las imágenes de Inseguridad y Narcotráfico con (2%) respectivamente. Asimismo, (74%) de los turistas estadounidenses percibieron a la playa como la principal imagen turística siguiendo la Zona Hotelera con (11%); la Vida Nocturna con (6%); el Centro Histórico (5%); finalmente el Faro, y las imágenes de Inseguridad y Narcotráfico con (3%) y (2%) respectivamente.

Imagen 1. Principal Imagen turística de Mazatlán (Las playas)



Fuente: Obtención propia

La imagen turística de Mazatlán ha sido impactada por diversos hechos, eventos o crisis de inseguridad y de violencia como asesinatos suscitados en la zona turística como en el resto de la ciudad que se manifestaron durante el periodo de 2008 al 2013. Por eso, La percepción de los turistas nacionales antes de visitarlo era una ciudad segura con (74%), en contraste, (26%) la percibieron como insegura sustentada por recomendaciones de amigos, familiares, internet o medios de comunicación. Después de que los visitantes hayan tenido sus experiencias turísticas y de haber realizado sus recorridos turísticos en la región frontal como en la trasera de los escenarios turísticos que integran el destino turístico en el día como en la

noche durante sus vacaciones, por lo tanto, más del (90%) percibió a un destino seguro, confiable y agradable finalmente 9 de cada 10 turistas percibieron unas vacaciones buenas a excelentes en Mazatlán.

Por otro lado, los turistas estadounidenses han vivido y percibido diversos actos de violencia en su país de origen como los atentados del 11 de septiembre de 2001 que han cambiado la forma de viajar por lo cual son cuidadosos al momento de trasladarse a un destino turístico mexicano tomando en cuentas los sucesos violentos en este país como en Mazatlán a través de la emisión de “alertas de viaje” realizadas por el gobierno estadounidense que consiste en recomendar sitios seguros con la finalidad de sus conciudadanos visiten estos lugares en México, por lo cual, (70%) de los encuestados le dan importancia a estos aspectos antes de realizar su viaje. Asimismo, estos visitantes percibieron al destino antes de visitarlo con (61%) como ciudad segura, en cambio, (38%) la consideraron como insegura, pero, (95%) como ciudad agradable.

Después de que los turistas americanos tuvieron y gozaron sus experiencias turísticas y de realizaron sus recorridos turísticos en la región frontal como en la trasera de los escenarios turísticos que se llevaron a cabo en día como en la noche integran el destino turístico durante sus vacaciones, por lo cual, más del 95% de los encuestados percibieron seguridad, confianza y un lugar agradable finalmente 99% de los estadounidenses percibieron unas buenas a excelentes vacaciones en Mazatlán.

Por último, (44%) y (59%) de los encuestados estadounidenses y mexicanos respectivamente comentaron que están de acuerdo que la violencia generada por el narcotráfico ha modificado su percepción sobre la seguridad turística de Mazatlán. También, (50%) y (70%) de los turistas estadounidenses y nacionales respectivamente expresaron que están acostumbrados o familiarizados con la violencia, inseguridad entre otros eventos de crisis en sus lugares de origen.

4.4 Construcción de los escenarios turísticos de Mazatlán

La estructura de los escenarios turísticos se divide en frontal y trasera. El frontal es la parte diseñada para el turismo, es la primera imagen percibida por el turista y es parte del recorrido turístico, en cambio, la trasera es la parte de la cotidianidad, la segregación o de la inseguridad de la ciudad turística que en ocasiones no forma parte del escenario pero si del recorrido realizado por los visitantes y se convierte atractiva para la visita de estos sitios.

Los escenarios turísticos del destino de Mazatlán se reconocen por el espacio físico y social, las imágenes proyectadas en la promoción turística del mismo apoyada por los símbolos naturales, espaciales y culturales que evocan el deseo por tener la experiencia turística, por el matiz de la región trasera y las grandes urbanizaciones destinadas al fomento del turismo de sol y playa, por lo tanto, los escenarios turísticos de este destino son: Las Playas, el Malecón, la Zona Dorada, Marina Mazatlán y el Centro Histórico además son considerados como los principales atractivos turísticos de esta ciudad turística.

Imagen 2. Principal escenario turístico de Mazatlán (Las Playas)



Fuente: Obtención propia

Entre los diversos atractivos naturales y el principal emblema turístico de Mazatlán es la Playa conjuntamente con el clima y el paisaje permite a los turistas nacionales y estadounidenses de disfrutar del ocio y la recreación durante el día. El calor, la humedad, la brisa del mar y la misma playa son elementos de un imaginario formado por cuerpos en bikini y shorts es decir en poca ropa, ver y ser vistos es una condición natural del ser humano. Específicamente, estar en la playa es sinónimo de reposo, de tiempo de ocio y estar fuera de la rutina, con la finalidad de interactuar con los integrantes de la familia, amigos o con tu pareja, hasta establecer nuevos lazos sociales con desconocidos.

Imagen 3. El Malecón: escenario turístico y elemento espacial del destino.



Fuente: Secretaria de Turismo, Mazatlán.

El malecón es un paseo obligado y su primera visita para el turista al momento de arribar al destino. Una de sus primeras acciones es tomar fotografías del malecón, de las esculturas o monumentos, de las artesanías, de las personas, de la playa, También recorrerlo a pie, en carro, en emblemáticos unidades móviles como la “pulmonía” o “aurigas” típicas del lugar o en tour turístico con la finalidad de observar por un lado el mar y por el otro la franja hotelera, restaurantera, de bares y otros establecimientos. En él, se tiene contacto con el mar, la arena, la brisa, el viento, la música y la vida social o la interacción con otros turistas,

trabajadores turísticos y residentes del lugar. Asimismo, es un indicador de la afluencia turística por medio de la saturación de este espacio.

En contraste, la parte trasera es importante en el análisis debido por la penetración de los turistas en la vida diaria de la sociedad o del destino que permite espiar u observar algunos detalles de esta región que puede producir un deseo turístico por verlos y compartir la vida real de este lugar. Por ejemplo, los sitios de inseguridad o de violencia que se han presentado en este destino como la detención o las casas confiscadas a los narcotraficantes.

Imagen 4. Hotel Miramar en Mazatlán



Fuente: www.NNC.mx

Imagen 5. Turistas en Hotel Miramar



Fuente: *El universal*

La imagen 4 y 5 muestran el hotel Miramar situado en el Malecón y plena Zona Turística de Mazatlán donde se capturó por segunda ocasión al narcotraficante mexicano Joaquín “El Chapo” Guzmán el 24 de febrero de 2014 lo que ocasionó que el establecimiento hotelero ganara notoriedad y fama inmediatamente después de la captura esta persona, al mismo tiempo, los turistas que visitaban Mazatlán les provocó el interés de visitarlo y tomarse fotos de ellos convirtiéndose como uno de los escenarios turísticos de este destino de sol y playa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

El análisis a partir del escenario frontal y trasero de los escenarios turísticos por (MacCannell, 2003) que retoma la propuesta de Goffman elaborada por la división estructural de los establecimientos sociales a través de lo que él lo denomina regiones frontales y trasera sólo que MacCannell lo aplica al turismo, ha permitido en esta investigación, que las percepciones de los turistas elaboren sus imaginarios e imágenes turísticas a través de sus recorridos o itinerarios en los diversos espacios turísticos que configuran los escenarios turísticos del destino de sol y playa de Mazatlán.

Las imágenes e imaginarios son el punto de inicio que hace legible el significado y el sentido del destino turístico de Mazatlán. Estas se recogen a través de las distintas percepciones de los turistas estadounidenses y mexicanos relacionadas con los motivos del viaje, colores, olores, lugares agradables o desagradables, recorridos y emblemas turísticos, imagen proyectada así como las experiencias asociadas a la realidad (confianza, seguridad e

inseguridad) durante su periodo vacacional que se busca identificar el escenario turístico de Mazatlán.

De acuerdo a las percepciones de los turistas estadounidenses y mexicanos determinaron que Las Playas, la Vida Nocturna, el Malecón, la Zona Dorada y el Centro Histórico son las principales imágenes, imaginarios y emblemas turísticos del destino de sol y playa de Mazatlán. Además, los principales colores como el azul y amarillo vinculado con el mar y el sol, y olores como el del mar y mariscos ayudan a construir las percepciones del destino turístico.

En la memoria colectiva de los turistas estadounidenses y mexicanos se elabora un imaginario social de un destino de sol, mar y arena aunado con la diversión nocturna y símbolos culturales como el Carnaval y escenarios turísticos frontales como: el Malecón, la zona hotelera aunque, la violencia y la inseguridad fueron constantes de 2008 al 2013 expuestas por los medios de comunicación hizo pensar en un destino inseguro, pero no fue así, debido a las diversas percepciones favorables de los turistas sobre la imagen turística de seguridad y confianza durante sus recorridos turísticos en Mazatlán.

El imaginario dominante en la ciudad turística es aquel que hace del paisaje o la imagen turística del sol, mar y arena un producto rentable, además organiza los espacios para el turismo en términos de la cercanía con los atractivos naturales y urbanos. La imagen construida fortalece el imaginario del turista que llega buscando el mar y el sol en muchas ocasiones, además, el turismo requiere de seguridad y confianza en un destino para serlo atractivo para la próxima visita del turista

Por último, el espacio turístico es una clara muestra de la cara frontal de los destinos turísticos realidad imaginada del turista donde lo importante es satisfacer el deseo mismo por encontrar el sitio indicado por lo cual al señalar el lugar se considera como de atracción, encuentro y promocionado por el marketing para ser presentado al visitante de modo que pasa a ser una "frente delantera o región frontal". Por ejemplo, los principales escenarios turísticos de Mazatlán son: Las Playas, El Malecón y la Zona Dorada. Se concluye, que los escenarios se caracterizan porque el único motivo necesario para visitarlos es el deseo de verlos; en ocasiones, la región trasera se vuelve interesante o atractiva para ser visitada y mirada por el turista por ejemplo el sitio o espacio donde se presentan hechos de inseguridad como la captura de un narcotraficante en un hotel de Mazatlán.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Augé, M. (1998): "La guerra de los sueños: ejercicios de etno-ficción". Editorial Gedisa, Barcelona.

Assael, H. (1984): "Consumer behavior and marketing action". Kent Publishing, Boston.

Baloglu, S. & McCleary, K. (1999): "A model of destination image formation". *Annals of Tourism Research*, N. 26 volumen 4, p. 868-897.

Calantone, R.J. et al. (1989): "Multiple multinational tourism positioning using correspondence analysis". *Journal of Travel Research*, N. 28 volumen 2, p. 25-32.

Castoriadis, C. (1983): "La institución imaginaria de la sociedad I". Editorial Tusquets, Buenos Aires.

Coshall, J.T. (2000): "Measurement of tourist's images: the repertory grid approach". *Journal of Travel Research*, N. 39, p. 85-89.

Crompton, J.L. (1979): "An Assessment of the Image of Mexico as a vacation Destination and the influence of geographical location upon the Image". *Journal of Travel Research*, N. 18, volumen 4, p. 18-23.

Echtner, C.M. & Ritchie, J.R. (1991): "The meaning and measurement of destinations image". *The Journal of Tourism Studies*, N. 2, volumen 2, p. 2-12.

Enríquez Acosta, J. E. y Méndez Sainz, E. (2012): "De itinerarios, paisajes e imaginarios: Miradas y acercamientos al estudio del turismo". Universidad de Sonora, Hermosillo.

Fridgen, J.D. (1987): "Use of cognitive maps to determine perceived tourism region". *Leisure Sciences*, N. 9, p. 101-117.

Gartner, W. C. (1986): "Temporal influences on image change". *Annals of Tourism Research*, N. 13, volumen 4, p. 635-644.

Hiernaux-Nicolás, D. (2002): "Turismo e imaginarios", en *Cuadernos de Ciencias Sociales* 123, Flacso, Costa Rica.

Hunt, J.D. (1975); "Image as a factor in tourism development". *Journal of Travel Research*, N. 13, volumen 1, p. 1-7.

Kotler, P. et al. (1994): "Mercadotecnia de localidades". Diana, México.

MacCannell, D. (2003): "El turista: una nueva teoría de la clase ociosa". Editorial Melusina, Nueva York.

Méndez, E. (2008): "Imaginario del lugar". *Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, N. 1, p. 1-34.

Murphy, P. et al. (2000): "The destination product and its impact on traveller perceptions". *Revista Tourism Management*, N. 21, volumen 1, p. 43-52.

San Martín Gutiérrez, H. y Rodríguez del Bosque, I. (2010): "Los factores estímulos y personales como determinantes de la formación de la imagen de marca de los destinos turísticos: un estudio aplicado a los turistas que visitan un destino vacacional". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, N. 43, p. 37-63.

Silva, A. (2004): "Imaginarios urbanos: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos- Metodología". Editorial Convenio Andrés Bello-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Otras fuentes:

4to. Informe de Labores 2015-2016, Secretaria de Turismo, México, p: 19.

4to. Informe de Labores 2015-2016, Secretaria de Turismo, México, p: 20.

Periódico El Debate, Consultado en <https://www.debate.com.mx/culiacan/Turismo-supera-a-agricultura-en-economia-20151228-0030.html> fecha de consulta 07 de junio de 2017 a las 10:16am

5to. Informe de Labores 2015, Gobierno del Estado de Sinaloa por Mario López Valdez, Sinaloa, p: 700.