

SEXO, SOL Y PLAYA**El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán - México**

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza*
Universidad Autónoma de Sinaloa
Mazatlán, México

Arturo Santamaría Gómez**
Universidad Tecnológica de
Escuinapa Escuinapa, México

Resumen: Se presenta una investigación cualitativa a partir de un estudio de caso. La finalidad de este artículo es analizar la participación del inconsciente del imaginario de los turistas en la construcción del imaginario turístico del objeto de estudio que es el destino turístico de sol y playa de Mazatlán (México). Las técnicas de investigación y recolección de datos consisten en una revisión teórica de primera mano hemerográfica y entrevistas semiestructuradas a prestadores de servicios turísticos. Por último, las conclusiones muestran que el imaginario ocupa para expresarse de la subjetividad, imaginación, imágenes físicas o mentales y de lo simbólico. Asimismo, el turismo de sol y playa probablemente puede ser el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

PALABRAS CLAVE: sol y playa, sexo, imaginario, simbólico, imaginario turístico, Mazatlán.

Abstract: Sex, Sun and Beach and The Unconscious of the Tourist Imaginary in Mazatlán, México. A qualitative study was presented from a case study. The purpose this paper is to examine the role of the unconscious imagination of tourists in the construction of tourist imaginary object of study is the tourist destination of sun and beach in Mazatlan (México). Research techniques and data collection consist of a theoretical review and Hemerography firsthand and semi-structured interviews tourist services. Finally, the findings show that the imaginary deals to express subjectivity, imagination, physical or mental imagery and symbolism. Also, the sun and beach tourism can probably be the best tourist imaginary sold worldwide

KEY WORDS: sun and beach, sex, imaginary, symbolic, tourist imaginary, Mazatlan.

INTRODUCCIÓN

En el turismo se pueden observar o expresar elementos naturales, espaciales o culturales que construyen símbolos y establecen imaginarios. En efecto, se tiene que hablar de imaginarios turísticos en plural y no tan sólo de imaginario turístico en singular. En este artículo se habla particularmente del imaginario turístico de sol y playa. En la interpretación que aquí se elabora el turismo de sol y playa revela una estrecha sociedad con la sensualidad y la sexualidad. La promoción turística de Mazatlán en este caso de estudio no hace explícita tal relación, pero en el imaginario de

* Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, México. Se desempeña como docente e investigador de la Escuela de Turismo de la Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, México. E-mail: victor0113@hotmail.com

** Doctor en Ciencia Política por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Se desempeña como investigador de la Universidad Tecnológica de Escuinapa, Escuinapa, México. E-mail: santamar24@hotmail.com

los turistas sí aparece constantemente.

Todo lo anterior establece como objetivo general de este estudio analizar la participación del inconsciente en los turistas para la construcción del imaginario turístico en Mazatlán (México) un destino turístico de sol y playa.

El artículo se estructura en dos partes. Primeramente, presenta la discusión teórica acerca de “lo simbólico en el imaginario”, el cual se estructura a través de fantasías e imaginación, percepción y cultura. En segundo lugar se aborda la relación entre lo simbólico y lo imaginario. Posteriormente, en una escala más empírica, se desarrolla el apartado “Playa, sol y sexo en el imaginario turístico” siguiendo la sugerencia analítica de Ian Littlewood, en su obra *Sultry Climates: Travel and Sex since the grand Tour*, donde se expone una reflexión acerca de una de las causas más poderosas que motivan a los individuos a hacer turismo en los destinos de sol y playa. En un siguiente apartado, se contextualiza el análisis del inconsciente en el imaginario de los turistas en diversos periodos vacacionales que se presentan en Mazatlán. Finalmente se entregan las conclusiones sobre la participación del inconsciente en el imaginario de los turistas de sol y playa.

LO SIMBÓLICO EN EL IMAGINARIO

Una de las dimensiones que contempla el análisis del imaginario es lo simbólico. Castoriadis (1983: 219) expresa que todo símbolo es un componente del imaginario sin importar el nivel en que lo sitúen. En efecto, lo imaginario recurre a lo simbólico no sólo para expresarse, lo cual es evidente, sino para pasar de lo virtual a lo real. Desde el sueño más reconfortante hasta la pesadilla más densa e inquietante están sustentadas con imágenes, pero estas imágenes brotan como representantes de otra dimensión y tienen como finalidad una función simbólica (Castoriadis, 1983: 219-220).

El imaginario, entonces, funciona sobre la base de representaciones que son una forma de traducir en una imagen mental una realidad material o bien una percepción de la realidad. En otras palabras, en la formación del imaginario se ubica nuestra percepción transformada en representaciones a través de la imaginación, proceso por el cual la representación sufre una transformación simbólica. Así mismo, el imaginario aporta un complemento de sentido a las representaciones, las transforma simbólicamente para ser tanto guías de análisis como de acción (Hiernaux, 2007: 20).

FANTASÍA E IMAGINACIÓN

La fantasía es una forma de inventar un estado no vivido de realidad que se construye utilizando tanta información externa como elaboraciones mentales propias. Así, el espacio turístico y la experiencia del turismo pueden ser apropiadas por cada individuo de manera diferente, conforme al tipo de fantasía que elaboran a partir de su predado y de la elaboración misma de elementos del

entorno (por ejemplo imágenes turísticas, información de terceras personas, entre otras). La fantasía suele ser consciente en el turista y por esta razón es susceptible de aceptar una ficción espacial y social, tales como las que se presentan, por ejemplo, en Las Vegas. En otras palabras, el turista no es forzosamente un ser desprotegido y engañado, tal y como lo sugiere con frecuencia alguna literatura académica, sino una persona capaz de adaptar dimensiones fantasiosas a una experiencia que le es ofrecida como tal y para la cual está dispuesto a pagar (Hiernaux, 2012: 4).

Así, entonces, la fantasía es un potente motor para la construcción de la “turistividad” de las personas, de los objetos, las experiencias y los espacios; es decir, *de este componente que hace que los mismos sean reconocidos como atractivos por el turismo, no sólo por su grado de “extrañeza” con relación al entorno cotidiano en ocasiones miserable como lo sostiene Lefebvre, sino además por el nivel de fantasía que se fija sobre los mismos, tal y como se observa en las fiestas de carnaval de cualquier ciudad en Disneylandia o Las Vegas* (Hiernaux, 2012: 5).

Sin embargo, hay opiniones diferentes a las de Hiernaux. Dice Walter Benjamín (1973), en contrario sensu, que la fantasía consiste en buena medida en un sueño despierto. El sueño más que un estado de reposo es uno de los momentos claves en los cuales el inconsciente adquiere un dinamismo quizás profundo pero ciertamente relevante para el equilibrio psíquico del individuo. Gastón Bachelard se cuestionaba con justa razón: ¿En qué espacio viven nuestros sueños? (Bachelard, 1970).

También, existe la ensoñación, estado de conciencia que muestra una percepción muy atenuada del mundo exterior. Durante la ensoñación, que es una suerte de “sueño despierto”, es cuando la mente puede evadir el entorno material y psicológico y navegar en otros mundos. *En siglos anteriores, la falta de movilidad física de los individuos para desplazarse provocó que la población recurriera al cuentista para producir esos estados de ensoñación* (Hiernaux, 2012: 4) que impide ver la realidad de las cosas. La tarea del investigador, dice él, es la de desenmascarar esa fantasía cuyo velo oculta la profunda miseria de la realidad. Si se acepta lo que dice Benjamín (1973) se entiende que la fantasía aplicada al turismo se ha vuelto una necesidad social para ocultar esa miseria; por lo tanto, se convierte en legítima en cuanto permite sobrellevar la cotidianidad. No obstante, Benjamín (1973: 5) dice que *es un instrumento de sometimiento de las personas y las sociedades que va claramente en contra de su liberación individual y colectiva*.

Al margen de lo anterior, el término imaginación como sustantivo aparece en las lenguas romances del siglo XII, deriva del latín *imaginativo* y se define como facultad de representarse imágenes. Esta facultad puede limitarse a evocar objetos que han sido vistos o percibidos (como mecanismo reproductor) o la de formar imágenes de objetos percibidos y hacer combinaciones nuevas de imágenes (como invención o creación). En cambio, el término imaginario derivado del latín *imaginarius* se introduce en lenguas romances a fines del siglo XV con valor adjetivo y significado de “irreal o ficticio”. Su utilización como sustantivo es reciente y significa *“dominio de la imaginación”*

(Belinsky, 2007: 12). Por otro lado, la imaginación desde Platón es concebida en principio como la facultad psíquica de formar, producir, reproducir o crear imágenes. Es decir, la imaginación debe entenderse como la capacidad creadora, como forma contrapuesta a la ciencia y la verdad (Banchs et al., 2007: 49).

Wunenburger (2003: 3-5) expresa que los términos de *imaginación* y *fantasía* se suman desde el siglo XIX al de *imaginario*, término que se refiere más al producto de la imaginación y a los contenidos de la fantasía que a la capacidad de producir imágenes o sistema de imágenes. Es un término que da cuenta del producto de la facultad de imaginar, de los resultados de un proceso imaginativo (Wunenburger, 2003: 49). Por otro lado, Grassi (2005: 16) comenta que la imaginación es una forma de acceso a la realidad, “... el proceso por el cual se realiza la representación-transfiguración simbólica [...] mientras que el imaginario es la capacidad, la fuerza de transformación” (citado por Hiernaux & Lindón, 2007: 158).

En contraposición con los conceptos de la imaginación y fantasía, el término *Imaginario* adquirió en el siglo XX un éxito creciente en la medida en que las ciencias sociales se ocupaban cada vez más de lo imaginado, de sus características, propiedades y efectos, que de la facultad psicológica de generar y utilizar imágenes (Hiernaux & Lindón, 2007: 49).

Bachelard (1994) comenta que la imaginación pasa por muchos problemas psicológicos y que la misma se ve perturbada por la falsa luz de la etimología. Siempre se quiere que la imaginación sea la facultad de formar imágenes. Y más bien es la facultad de deformar las imágenes proporcionadas por la percepción y, sobre todo, *la facultad de librarnos de las primeras imágenes; es decir, de cambiar las imágenes. Si no hay imaginación no hay acción imaginante. Si una imagen presente no hace pensar en una imagen presente [...] no hay imaginación. Lo que existe es percepción, una memoria familiar. Entonces, el vocablo principal que corresponde a la imaginación no es imagen sino imaginario* (Bachelard, 1994: 50-51).

PERCEPCIÓN Y CULTURA

Holloway (1997: 447) comenta que la motivación y el propósito están relacionados estrechamente. La percepción de un individuo sobre unas vacaciones, así como cualquier otro producto, es afectada por sus experiencias y actitudes (Santamaría Gómez & Flores Gamboa, 2012: 127).

Cornelius Castoriadis, en su obra “*La institución imaginaria de la sociedad II*” (2007), expresa que Freud procura compensar un “déficit” con la reproducción de la representación (que se postula como equivalente a la percepción) de una escena de satisfacción que tiene un antecedente en una percepción “real”. Y sobre la base de esto se ha tendido siempre a pensar en la cuestión de la fantasía y la imaginación (Castoriadis, 2007: 195). Además, Castoriadis (2007) expresa que para el

individuo social aparece entonces un tercer placer no siempre necesariamente consciente: el individuo puede y debe poder encontrar placer en una modificación del estado de las cosas exterior a él o en la percepción de tal estado de las cosas. Por lo tanto, para tener una percepción de la cosa como determinada, es menester prestarle atención, pero no demasiado; es menester tomarla en serio, pero no demasiado. Prestarle atención precisamente dentro de los límites de los individuos conscientes y actuantes de la institución histórico-social. *La percepción de la cosa es homóloga a la institución social del individuo (...) y es instituida también como tal por la sociedad* (Castoriadis, 2007: 243-255).

La percepción y la cosa no se dan simultáneas desde un comienzo, sino que desde el punto de vista psicogenético emergen de la historia del sujeto. Asimismo, no debe olvidarse que *la percepción es rodeada por la cultura* (Castoriadis, 2007: 273-275). De esta manera, existe una relación importante entre la percepción y la cultura. Es común pensar que todos tienen la misma manera de percibir un paisaje, los árboles, las flores o el campo, ya que están allí como objetos o símbolos a ser percibidos, sin embargo esto no es así. Todos pueden mirar pero no todos ven lo mismo, debido a que la percepción consciente está influida o determinada por la cultura.

Desde la perspectiva de Thompson (1998: 197) la cultura tendría que concebirse entonces, al menos en primera instancia, como *“el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad”*. O, más precisamente, como la organización social del sentido, como pautas de significados *“históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias”* (Thompson, 1998: 197). Pero ¿qué es lo simbólico? Siguiendo a Geertz (citado por Giménez, 2007) lo simbólico es el mundo de las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, también llamadas *“formas simbólicas”*, y que pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos y alguna cualidad o relación. *En efecto, todo puede servir como soporte simbólico de significados culturales: no sólo la cadena fónica o la escritura, sino también los modos de comportamiento, las prácticas sociales, los usos y costumbres, el vestido, la alimentación, la vivienda, los objetos y artefactos, la organización del espacio y del tiempo en ciclos festivos* (Giménez, 2007: 32).

En pocas palabras, la cultura de pertenencia, el grupo en el que se está inserto en la sociedad, la clase social, el género, la nacionalidad o la etnia a la que se pertenece, influyen sobre las formas como es concebida la realidad, las cuales son aprendidas y reproducidas por los sujetos sociales. Por consiguiente, la percepción pone de manifiesto el orden y la significación que la sociedad asigna al ambiente o contexto.

Entonces, por percepción se entiende *“el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social y otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la*

simbolización” (Vargas Melgarejo, 1994: 48).

Por otra parte, la percepción no es un proceso lineal de estímulo y respuesta sobre un sujeto pasivo, sino que por el contrario éstas se manifiestan a través de una serie de procesos en constante interacción, donde el individuo y la sociedad tienen un papel activo en la conformación de percepciones particulares a cada grupo social.

Así, se puede hablar de una percepción imaginaria según Armando Silva (2003), la cual corresponde en un primer lugar a la percepción como registro visual y en un segundo momento, en caso de estudiar la imagen registrada, será leída inicialmente con las marcas del que capta la imagen, y en tercera instancia por el del que la interpreta. *La búsqueda de ese nivel terciario es lo que se llama imaginario, que no depende de una imagen pues está más allá de ellas porque es una construcción del pensamiento* (Silva, 2003: 23).

RELACIÓN ENTRE LO SIMBÓLICO Y EL IMAGINARIO

Lo simbólico y el imaginario están profundamente vinculados porque el imaginario recurre al símbolo para expresarse y el símbolo al imaginario para hacerse reconocer. Es por ello que a partir de la dimensión simbólica se pueden identificar los imaginarios en una sociedad o cultura en los que existe un destino turístico. La morada del imaginario es la imaginación; es decir, es un hecho de la conciencia humana. De esta manera el imaginario es inevitablemente subjetivo, le pertenece al individuo (al turista), es él quien lo crea, lo porta y le otorga un valor y significado. Los imaginarios están constituidos por imágenes físicas o mentales. Imágenes que están fabricadas del mismo material con que se elaboran los símbolos. Pensar e imaginar, entonces, es parte del conocimiento y por ende de la experiencia turística. La imaginación, como proceso psicológico es individual y sus efectos son los imaginarios pero cuando estos se materializan, se comparten y se convierten en sistemas simbólicos, como en obras fundadas en imágenes o en formas de habla, adquieren un carácter social por lo cual tienen un carácter colectivo y es entonces cuando se habla de representaciones sociales.

Figura 1: Una hermosa mujer en las bellas playas de Mazatlán, México



Fuente: <http://gomazatlan.com/>

A modo de ejemplo, la imagen femenina que se observa en la Figura 1 se deriva de un análisis de contenido de un sitio web de promoción turística del destino turístico donde captura tres escenarios turísticos físicos visibles: en un primer término, una mujer tomando el sol en una playa de Mazatlán que sugiere la relación del espacio natural con el ocio; en un segundo plano se observa la cadencia del oleaje del mar y su atractivo color azul; y al fondo, en tercer plano, la vista panorámica con un cielo esplendente de la franja hotelera localizada. Un cuarto escenario imaginado o fantaseado, subliminal, es que la bella mujer sugiere la fantasía masculina de su conquista y a las mujeres les despierta la imagen de ser ella esa dama bella y seductora. De esa manera se combinan cuatro o más escenarios que construyen varios de los posibles imaginarios turísticos de Mazatlán.

Los elementos simbólicos del cuerpo humano, más los naturales, culturales y espaciales con los que se representa el imaginario de Mazatlán construyen, consciente o inconscientemente valores, creencias, subjetividades y experiencias realizadas en espacios turísticos donde se valora la actividad concreta y física pero también la onírica o mitificada del destino turístico.

Aún y cuando los turistas procedan de realidades sociales y culturales diferentes, durante su periodo vacacional comparten imaginarios dominantes debido a la influencia de las herramientas de comunicación y significación que contribuyen a erigir sus imaginarios.

El turismo y el ocio ofrecen la oportunidad de tener experiencias que satisfacen ciertas necesidades, casi siempre de formato colectivo, que producen un beneficio individual. Descubrir espacios y culturas, ver y ser visto, integrarse, experimentar, descansar, pero también flirtear, seducir y conquistar sexualmente son motivos propios de los desplazamientos de un turista a un destino de playa. La elección de visitar un espacio de sol y playa lleva consigo imaginarios vinculados a la playa, el clima y la diversión, la exhibición y observación de los cuerpos, y para los adolescentes y adultos con frecuencia la fantasía sexual.

Mazatlán al igual que otros destinos de sol y playa está representado por dichos simbolismos; sin embargo, sus elementos distintivos son el sol y la playa, los cuales son las sustancias más importantes de este escenario turístico donde los turistas extranjeros y mexicanos se reconocen, interactúan y se encuentran entre sí y/o con la población local. Este escenario tiene una fuerte carga simbólica con la que trabaja la imaginación colectiva de los turistas porque conecta con el mar, el sol y los cuerpos humanos, el clima cálido, la gente alegre, la vida nocturna, el ocio y la sensualidad. Es evidente, entonces, que es en la playa donde se inicia la fantasía con la contemplación de los cuerpos, sus olores, formas y colores, del flirteo, la seducción y la conquista del otro o de la otra.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación es de carácter cualitativo y se ha basado en las siguientes técnicas de investigación y recolección de datos: una revisión teórica de

primera mano y hemerográfica, la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido. Asimismo, se llevó a cabo una revisión de la literatura con el propósito de tener un encuadre de la relación de lo simbólico en lo imaginario (fantasía e imaginación y percepción y cultura) hasta relacionarlo con el turismo. También se realizó una revisión hemerográfica en diversos periódicos locales y nacionales. Además, se realizó una investigación de campo donde la finalidad es obtener información de los encuestados (20 Bell boys) de diversos hoteles de 4 y 5 estrellas de Mazatlán) a través de la entrevista donde el informante puede contestar y expresar libremente sus puntos de vista. Por último, se hizo un análisis de contenido a una imagen obtenida de un sitio web de promoción turística de Mazatlán con el objetivo de expresar los imaginarios turísticos que se encuentran en la misma.

PLAYA, SOL Y SEXO EN EL IMAGINARIO TURÍSTICO

El estudio del placer es una parte necesaria de las ciencias sociales dice Lionel Tiger en su obra *The Pursuit of Pleasure* (Tiger, 1992: 1). Con él coincide de alguna manera Dean MacCannell (1976), en su obra *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*.

Por su parte, Ian Littlewood (2002), antropólogo australiano, en su obra "*Sultry Climates: Travel and Sex Since the Grand Tour*" propone una óptica muy sugerente para entender una dimensión poco abordada en los estudios del turismo: el estímulo sexual para realizar un viaje.

Littlewood (2002) en su investigación no recurrió prácticamente a ningún libro o revista de temas turísticos, sino a la lectura detallada de numerosas cartas de viajeros ilustres, entre ellos el novelista inglés E. M. Forster, el inmenso poeta Lord Byron, el célebre Oscar Wilde y un amplio número de personas no conocidas. La tesis central de Littlewood sostiene que es muy común particularmente en hombres heterosexuales u homosexuales la necesidad de encuentros eróticos, la cual es uno de los resortes principales que los impulsa a viajar como turistas.

Ian Littlewood (2002) arranca su obra afirmando que la versión formal de las cosas rara vez revela la verdad de las mismas y para demostrarlo escudriña cartas escritas por viajeros. El autor narra cómo, mientras realizaba una investigación sobre expatriados en París y Venecia, encontró que *la literatura y la experiencia a menudo eran dos mundos aparte. De un lado, toda la plática era sobre arte y cultura; y del otro yacía un cúmulo de escritos más personales- cartas, diarios, memorias, poemas, novelas- que apuntaban hacia temas marcadamente diferentes. La versión pública del turismo como aventura cultural era desafiada por una versión privada, por mucho tiempo desconocida, que sugería que también era una aventura sexual* (Littlewood, 2002: 1).

Por su parte Hans J. Knebel, varias décadas antes que Littlewood, también hablaba de la búsqueda de placer en los viajes de los *jóvenes caballeros* de la burguesía europea del siglo XIX; sin embargo, el especialista alemán centraba su atención en los viajes a los *balnearios* donde *todos coincidían con los mismos deseos de diversión: aventuras galantes y juegos de azar de todo tipo*

(Knebel, 1974: 20-25). Es decir, Littlewood y Knebel coinciden en que durante el siglo XIX, tanto la juventud masculina de la burguesía europea como los artistas y escritores, con frecuencia pertenecientes a la misma clase social, se encontraban tanto en sus visitas a las grandes ciudades como a los *balnearios*; es decir, las playas es el lugar ideal para darle salida a sus frustraciones, fantasías, deseos o insatisfacciones sexuales. En el siglo XIX, se podría decir que el imaginario turístico europeo masculino de playa ya se relacionaba con las aventuras sexuales, pero era oculto. Publicitariamente no se explotaba abiertamente la sexualidad en el turismo como va a suceder a partir de los sesenta del siglo XX en la mayoría de los países que ofrecen sol y playa.

De cierta manera, lo que sostienen Littlewood (2002) y Knebel (1974) no es exclusivo del individuo que emprende un viaje y como parte de él busca la realización de sus deseos sexuales, sino que describiría lo que hombres y mujeres, ya de todas las condiciones sociales en el siglo XX, hacen en su vida cotidiana: trabajar, comer, responder a sus inquietudes culturales y satisfacer sus necesidades sexuales. Liliith Lash, veterana meretriz estadounidense, entrevistada para la obra *Sex Work* coincide con los expertos en el estudio del turismo, cuando dice que *“Algunas veces los hombres quieren “marcas” para llenar sus fantasías cuando viajan o viven solos”* (Delacoste & Alexander, 1998: 51).

No obstante, la diferencia entre realizar este ciclo de actividades sociales y funciones biológicas en un lugar diferente al cotidiano les otorga a los individuos una satisfacción ilusoriamente mayor, más aún cuando está ausente la obligación de trabajar. Los viajes crean la ilusión de que la obtención de placer es más plena que en los sitios diarios donde se trabaja y convive todos los días. Esta es una de las construcciones más exitosas del imaginario turístico de sol y playa, es ahí donde el placer es pleno.

El imaginario del turismo de sol y playa propone la idea, a veces abierta a veces subliminal, que a través de él se obtiene el verdadero placer ya sea del descanso, la diversión, la cercana relación con la naturaleza o la aventura sexual.

Jeremy Bentham (1789), escritor político del siglo dieciocho, es muy sugerente para entender la importancia del placer, a pesar de lo esquemático de su definición y estar inscrito en la tradición conservadora, cuando habla de la dialéctica entre dolor y placer en su *Introducción a los Principios de la Moral y la Legislación*:

“La naturaleza ha colocado a la humanidad bajo el gobierno de dos poderes soberanos, el dolor y el placer. Son ellos los que nos señalan lo que nosotros deberíamos hacer, como también determina lo que deberemos hacer. Por un lado establece los criterios comunes de lo que es correcto y equivocado, por el otro señala la cadena de causas y efectos que dependen de su poder. Ellos nos gobiernan en todo lo que hacemos, en todo lo que decimos, en todo lo que pensamos...” (Bentham, 1789: 12).

Bentham (1789) no estaba pensando en una reivindicación de los placeres sexuales, mucho menos los ligados al turismo, algo que estaba muy lejos de sus preocupaciones y de las reflexiones de su tiempo, pero aquí se cita casi al azar porque presenta una idea muy sugerente para entender la importancia que tiene para las personas la búsqueda del placer. Bentham no fue el primero ni el último en observar la relación entre *dolor y placer*, Freud (1976) propone conceptos semejantes en *Eros y Tanatos*, pero precisamente el británico por ser un pensador conservador, sorprende que encuentre una importancia trascendental en el placer aunque no hable explícitamente del sexual.

Una definición del placer es difícil porque es muy privada (Tiger, 1992); sin embargo, invariablemente tiene que ver con la sexualidad, las artes, el clima, la comida, la conversación, el deporte, el vestido, etc. Tiger atina al decir que hay ribetes idiosincrásicos en la búsqueda y realización del placer.

El antropólogo francés David Le Bretón (1999: 2) va más lejos que Tiger cuando dice con lucidez que *“las percepciones sensoriales o lo sentido y la expresión de las emociones parecen la emanación de la intimidad más secreta del sujeto, pero no por ello están menos social y culturalmente modelados”*. El placer no es, entonces, una mera manifestación fisiológica ni una simple psicología sino una fórmula combinada que se revela corporalmente de diferentes maneras según las culturas. *“De una sociedad a otra los hombres experimentan afectivamente los acontecimientos de su existencia a través de repertorios culturales diferenciados que a veces se parecen, pero no son idénticos”* (Le Bretón, 1999: 2). Cada pueblo crea prácticas culturales que visten y alimentan al placer con diferentes formas, sabores y tonalidades las cuales lo pueden hacer más intenso o menos satisfactorio; sin embargo, cuando del placer se habla aquí, se refiere, en última instancia, a una misma función biológica en todos los seres humanos, a una misma experiencia sensorial. Cuando se aborda el estudio del placer, en gran medida se habla de la satisfacción de los sentidos. Las vacaciones y el turismo se presentan justamente como dos usos del tiempo y dos prácticas ejercitadas por grandes conglomerados humanos que pretenden llenar las necesidades de la realización del placer.

Aún habiendo una amplia gama de matices conceptuales alrededor de las conductas del placer se puede afirmar que la industria del turismo se inscribe entre las actividades que buscan, o al menos pretenden proporcionar condiciones para la obtención del placer.

Dentro de esta industria el turismo de sol y playa es el más cercano a la búsqueda del placer sexual. El imaginario turístico de playa y sol despierta fantasías sexuales. Ir a la playa es un soñar despierto. En la playa, y quizá la montaña, las personas huyen de la productividad, la actitud existencial que domina al sujeto moderno.

La productividad, dice Marcuse (1972) autor de obras relevantes como *El Hombre Unidimensional* y *Eros y Civilización* contradice el principio del placer. En las vacaciones de sol y playa donde no se

trata de aprender y producir nada sino de gozar o por lo menos de fantasear que se goza, la productividad pierde su poder. Al ser las vacaciones una esfera ajena al trabajo lo que brota es la escenificación temporal de la libertad. En la playa, la fantasía permite que las imágenes irrazonables de la libertad lleguen a percibirse como posibles o reales, y “los bajos fondos” de la gratificación instintiva, si se concretan, pueden asumir una nueva realidad más satisfactoria, así sea efímera. Frente al mundo de la actuación productiva encamada en Prometeo y Pandora, recuerda Marcuse (1972), el principio femenino de la sexualidad y el placer aparecen como una maldición para la productividad y por lo tanto son destructivos.

“¿Porque son tal maldición las mujeres? Porque son la encarnación del placer, la renuncia de la productividad. La belleza de la mujer y la felicidad que promete son fatales en el mundo del trabajo de la civilización”, cita Marcuse a los clásicos griegos. No es gratuito, entonces, siguiendo el hilo de este discurso, que en la publicidad turística de los destinos de sol y playa, sea más frecuente la imagen de la mujer bella y en bikini que la del hombre atlético y bien parecido. Es en Brasil donde manera explícita donde se utiliza el imaginario de la mujer bella y sensual como icono de la propaganda turística oficial (Gomes, 2013: 220).

Si Prometeo es el héroe cultural del esfuerzo y la fatiga, la productividad y el progreso, Orfeo, Narciso y Dionisos defienden una realidad muy diferente. Su imagen es la del gozo y la realización; la liberación del tiempo que une al hombre con Dios, al hombre con la naturaleza. De una manera semejante, en el mundo moderno, en el imaginario turístico de sol y playa se recrea el paraíso. En la playa las personas se rebelan al esfuerzo y la dominación del trabajo. La experiencia del mundo órfico y narcisista, donde se desea y pretende que sean las vacaciones en la playa húmeda y caliente se desmorona en el mundo de la productividad. Al menos temporal y quizá ilusoriamente se diluye la oposición entre el ser humano y la naturaleza. En la playa, sobre todo la de clima cálido se despojan los cuerpos de sus ropas y busca descubrirse la sublimación de la sensualidad. En el mundo moderno y dominado por las ansias de la ganancia y la productividad, sólo en el ocio y más particularmente en las vacaciones puede emerger la catarsis libidinal del individuo y de las relaciones libidinales con otros.

Mientras que fuera del mundo privado de la familia la existencia del hombre está determinada principalmente por el valor de cambio de sus productos y actuaciones, la vida en su casa y en su cama tiene que estar cubierta por el espíritu de la ley divina y moral, revela Marcuse (1972), uno de los grandes autores de la famosa Escuela de Frankfurt. Sin embargo, en la playa alentados por su imaginario, desde el siglo XIX, los vacacionistas hombres y mujeres buscan o imaginan transgredir esa prohibición legal y moral intentando la conquista, la seducción o al menos el flirteo. No obstante, si Eros es la expresión de la sexualidad en condiciones no represivas, es decir “la autosublimación en relaciones duraderas y en expansión que sirven para intensificar y aumentar la gratificación instintiva, entonces en realidad la sexualidad del turismo playero de hombres y mujeres solteros no es una plena realización erótica, sino más bien un escape fugaz, una mera relación carnal.

Sin importar lo anterior el turismo en la playa es al mismo tiempo una de las ilusiones más acariciadas por las habitantes de las grandes ciudades, los espacios donde habitan los seres más presionados y abrumados por las exigencias de la productividad, y por tal motivo el turismo de sol y playa continúa siendo el más atractivo y masivo en el mundo. Es probablemente el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

MacCannell (1976), quien escribió su obra en los mismos años en que Knebel y Marcuse dan a conocer sus principales obras, consideraba que el ocio estaba desplazando al trabajo del centro de los arreglos sociales modernos. Lo que este autor dice es que a partir del ascenso de la ciencia y la tecnología en el imaginario de las sociedades contemporáneas y en el mundo real de la producción, las fábricas y otros centros de trabajo complejos se convierten en atracciones museográficas por lo tanto turísticas. Pero más allá de eso, el autor observaba particularmente en las sociedades desarrolladas como la estadounidense que el tiempo libre o el ocio habían aumentado y que por lo tanto el estilo de vida de amplias capas sociales sobre todo de las clases medias se había modificado destinando muchos de sus intereses y prácticas sociales al uso del tiempo libre y la búsqueda del placer.

Las características que describen MacCannell (1976) y otros autores como Daniel Bell (1974) en las sociedades desarrolladas entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y los años setenta, se modifican drásticamente. No en su esencia tal y como la analiza Marcuse en las obras aquí citadas, porque el hombre y la mujer modernos han profundizado su dependencia al mundo de la productividad y con ello su alienación. Pero las nuevas tecnologías, como la informática, la electrónica y la robótica han aumentado la productividad a niveles antes nunca alcanzados y al mismo tiempo han contribuido a la reducción progresiva del empleo a principios del siglo XXI lo cual produce una nueva síntesis laboral en la que trabaja cada vez menos gente pero con una mayor intensidad y con jornadas más largas de trabajo. En este contexto, los períodos vacacionales también se han acortado y el turista busca consumir emociones cada vez más intensas en un tiempo más concentrado que en el pasado. Las condiciones societarias sobre las cuales escriben Marcuse y MacCannell, no son exactamente las mismas que las de los años sesenta y setenta del siglo anterior, pero observadores de la sociedad del nuevo milenio como Le Bretón (2002), Rifkin (2010) o Baudrillard (2009) la ven como aún más enajenante. *“Como carece de los límites de sentido proporcionados por la sociedad, el individuo busca físicamente a su alrededor límites de hecho y cuando los límites proporcionados por el sistema de sentido y valores que estructuran el campo social pierden su legitimidad, las exploraciones de los “extremo” adquieren “fuerza”* (Le Bretón, 2002: 93).

En este nuevo arreglo societario, los turistas de los países desarrollados particularmente de Estados Unidos, territorio donde están más acentuadas las características de la nueva era, persiguen más intensamente conquistar todo tipo de placer, entre los que el sexual ocupa un sitio predilecto. Si bien, Ian Littlewood (2002) sostiene que la motivación sexual ha estado presente en el deseo de los turistas desde hace por lo menos un siglo en la sociedad digitalizada e hipermoderna, la búsqueda de

la satisfacción sexual es más abierta y frecuente. Es por eso que la industria turística explota la libido de los turistas en los destinos de sol y playa de manera más explícita que en ninguna otra época. El imaginario turístico de sol y playa en esta época está más relacionado con la sexualidad que nunca antes. Lo fue a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y lo es más aún en el nuevo siglo. La publicidad a la que recurre no lo oculta en ningún momento. En el ínter de las dos guerras mundiales del siglo XX el sexo es revelado cada vez de manera más abierta como un recurso publicitario; no obstante, a partir de los años sesenta, la década de *la revolución sexual* que propusieron jóvenes de muchas partes del mundo, el sexo es reutilizado por la industria de la publicidad en una escala mayor y más explícita. La razón estriba en que *“fundamentalmente la organización social de la existencia humana descansa sobre deseos y necesidades básicas de la libido: altamente plásticos y moldeables, ellos son formados y utilizados para “unir” a la respectiva sociedad”* (Marcuse, 1972: 222).

“La aceptación del principio de realidad significa para el individuo la aceptación de la regimentación civilizada de sus necesidades instintivas, especialmente en el terreno de la sexualidad” (Marcuse, 1972: 224).

Por cuanto el placer descansa en la libido, el imaginario turístico ha sabido vender la playa y el sol como sus lubricantes preferidos a las diferentes tribus sexuales, las cuales tienen sus diferentes códigos de honor, su propia moral, sus propios guiones y traducciones del deseo, sus propias reglas de admisión y exclusión.

LA SEXUALIDAD NO PUBLICITADA DEL IMAGINARIO TURÍSTICO DE MAZATLÁN

Mazatlán ha presumido las costumbres sociales y el comportamiento sexual más relajados del estado de Sinaloa, por lo menos de la segunda mitad del siglo diecinueve en adelante. En ello ha influido la cotidiana convivencia con el ir y venir de visitantes temporales. Los encuentros fugaces de marineros con la población local desde los inicios del siglo XIX y de los turistas extranjeros y nacionales con los mazatlecos desde los años veinte del siguiente siglo han hecho que la población del puerto esté acostumbrada al trato con la diversidad de costumbres, gustos y hábitos los cuales no han dejado de influir en ella. La invención del Carnaval a finales del siglo XIX añadió el pretexto que faltaba para que, año tras año en medio de la multitud, el baile, las máscaras y las bebidas embriagantes, los nativos del puerto inventaran carnalidades efímeras.

El Carnaval es el máximo regocijo colectivo de la población local, el *momentum* cíclico de mayor libertad y la oferta más conocida de su imaginario turístico, en el que caben los excesos particularmente de los jóvenes. En el maremagnum del Carnaval los más rebeldes han roto las fronteras que la moral de la época les ha impuesto. Ya desde el siglo XIX había quejas de los guardianes de las *buenas costumbres* por los excesos de los desarrapados del *mueye* y del rastro durante las fiestas del Carnaval, pero después la inconformidad ya en la segunda mitad del siglo XX

se dirigiría también hacia los homosexuales y los hippies. No era nada nuevo que se responsabilizara a los turistas de la decadencia inmoral, en los años treinta se calificaba de indecentes a los individuos que tan solo con taparrabos se bañaban en el mar y se calificaba de sodomitas a una pareja que en traje de baño y completamente intoxicados por el alcohol, se encontraban sobre la arena acariciándose y besándose en forma descarada (Santamaría, 2005).

Ya en los años sesenta espantados por la juventud sexualmente activa, irreverente y anticonvencional que se extendía a lo largo y ancho de Estados Unidos, la Asociación de Hoteleros de la localidad anunció que se había firmado un Convenio México-Americano para impedir la salida de los *beatniks* hacia el país. En realidad, tal convenio no impidió el arribo a Mazatlán de *beatniks* y *hippies*. Uno de los más célebres escritores del primer clan, Jack Keourack, pasó varias semanas en el Hotel Siesta embriagándose día y noche, ni se pudo impedir que los jóvenes estadounidenses de los sesenta y setenta contagiaran con sus vestimentas, música y nuevas costumbres a los mazatlecos y a jóvenes de todo el país.

Los turistas estadounidenses como portadores en carne y hueso de las nuevas modas han influido desde hace varias décadas en la vestimenta y accesorios de amplias capas de la población mazateca. Los californianos en particular, tanto por ser quienes más visitan al puerto como por haber desarrollado toda una cultura influida por la abundancia de sol y la cercanía del mar en su propio estado, han dejado una profunda huella en el atuendo e incluso en el lenguaje de la población local más ligada a las actividades turísticas, y en los jóvenes de mayor arraigo urbano de la población.

En las prácticas y costumbres sexuales los turistas norteamericanos no parecen haber influido mucho en la población local en las décadas de la llamada revolución sexual de los sesenta y setenta. En esta atmósfera, a partir de mediados de los ochenta, arriban masivamente a Mazatlán los primeros hijos adolescentes de los jóvenes de los sesenta, los primeros grupos de estudiantes preparatorianos y universitarios estadounidenses llegan al inicio de las vacaciones de primavera (el *spring break* en la jerga estudiantil de Estados Unidos o *colectur - College Tour* en inglés.) el contagio a la población juvenil porteña empezó a ser muy visible.

La historia del *spring break* en Estados Unidos data de los años sesenta pero su presencia organizada en México se inició a mediados de los ochenta. Uno de sus impulsores en México, Robert Bianchi Rossi, de origen italiano pero residente en Minneapolis (Minnesota), en una entrevista al periódico *El Sur* recordó que en 1987 “Mazatlán era el destino turístico número uno para los *spring breakers*”. En ese año Bianchi Rossi inicialmente y después Tony Cegardy desde Arizona y Craig Lufquist también desde Minnesota, promovieron a Mazatlán hasta convertirlo en su destino preferido cuando lo visitaban alrededor de 10 o 12 mil estudiantes (El Sur, 24 de marzo de 2002).

En el periódico *El Sur* (24 de marzo de 2002) se establece que los *spring breakers* viajan buscando “la libertad ética, la permisividad erótica y los excesos lúdicos. Son los hijos de un dios

Dionisio de plástico llamado VTI (Viaje Todo Incluido) y su filosofía hedonista es tan amplia como se lo permiten las cinco semanas que dura la temporada en estas tierras llenas de sol, mar y arena". La opinión dominante entre la población adulta y los medios de comunicación de Mazatlán sobre la conducta de los jóvenes turistas estadounidenses suele ser de rechazo. El siguiente reportaje publicado en el diario *Noroeste* refleja fielmente lo anterior:

"Casi a finales de marzo, se ven por Mazatlán los llamados colleges tours (los cuales) se han constituido como nuevos personajes del puerto, no obstante su carácter temporal y transitorio. Alrededor de ellos se ha tramado un mito: la imagen del desenfreno absoluto de la juventud norteamericana. Son considerados una influencia negativa para la juventud por sus actitudes. Se tiene una opinión generalizada acerca de que "vienen a la ciudad a hacer el relajo que no les está permitido en su país" (Lizárraga Durán, 1998).

El periódico *El Sur* (24 de marzo de 2002) resume el comportamiento de *spring breaker* en un decálogo:

1. Te olvidarás de las reglas de comportamiento.
2. Te reventarás día y noche.
3. Perderás todas tus inhibiciones.
4. Jamás permanecerás sobrio.
5. Dormirás estrictamente lo necesario.
6. No aprenderás nada, sólo te divertirás.
7. Si algo te estorba, avientalo por la ventana.
8. Te desnudarás aún sin provocaciones.
9. Todo el sexo del mundo, pero con protección.
10. Lo que pasa en Acapulco (o Mazatlán), se queda en Acapulco (o Mazatlán).

La desinhibición sexual en Mazatlán no es algo reciente dentro de los marcos culturales mexicanos, ni es un reflejo mecánico de las influencias de las diferentes generaciones de turistas jóvenes de Estados Unidos, pero han contribuido a moldearlas. El comportamiento público en bares, restaurantes, playas, hoteles o calles del puerto de amplias capas sociales de la población local reproduce con frecuencia los bailes, estilos de vestir y cachondeos de los llamados *colecturs*. El anterior decálogo no es adoptado fielmente por los hombres y mujeres, jóvenes y adultos de Mazatlán, pero alguno de sus mandamientos son respetados sin remilgos.

Para Pat Califia (2000) la sociedad actual, brutalmente competitiva, agresiva y frustrante, y a la vez dadora de menos oportunidades de trabajo y satisfacción social, necesita de excesos sexuales y eso explica la conducta radical de sectores importantes de su población. Dice la autora de la obra *Public Sex*: *"A pesar de nuestra mortalidad, la carne es la única ruta que se puede tomar para alcanzar la eternidad. Desear el manoseo de otros es la primera protesta en contra de la soledad*

existencial que inexorablemente “aperra” la condición humana” (Califia, 2000: 12). Se llega a otra persona para que te proporcione confianza, seguridad, distracción, el goce y sobresalto de la satisfacción erótica. Al menos por algunos segundos, quizá se siente lo que podría ganarse al recibir a otra u otro. Pero luego se regresa al estado de soledad y vacío. Y se repite el ciclo, una y otra vez, hasta que quizá también se empieza a buscar una compañía más sublime con nuestro creador, quien tiene el poder de convertir sus preguntas más dolorosas en paz interior y enfrentar nuestro coraje y miedo con un amor que no se encoge. Mientras esa paz interior y sublime no llegue la sexualidad radical es una especie de placebo cíclico al que recurren las tribus de la sociedad contemporánea.

El análisis que hace Califia (2000) tiene una mayor correspondencia, aunque no exclusiva, en las sociedades postindustriales y digitalizadas como la estadounidense y se cita en menor medida con una sociedad subdesarrollada como la mexicana. No obstante, la adopción cada vez más extendida de la sexualidad radical en destinos turísticos como Mazatlán y otras ciudades del país revelan que las frustraciones existenciales descritas por la autora se reproducen en diferentes ámbitos de la sociedad global.

La conducta sexual de la sociedad predigital es ya vista como tradicional por el radicalismo del sexo público. El beso en la boca, que era o es considerado por grupos sociales más tradicionales como *un atributo de la intimidad amorosa y más aún si se trata de besos sobre otras partes del cuerpo, cuya connotación sexual no escapa a nadie* (Le Bretón, 1999: 80), es cosa del pasado. Es decir, no es más un acto íntimo ni entre el turismo estudiantil de Estados Unidos que visita Mazatlán, ni tampoco lo es en gran parte de la juventud local. Dice Le Bretón (1999: 80) que el beso “*está reservado al ámbito privado, so pena de suscitar -en la calle, por ejemplo- miradas ofendidas o incómodas o bien sonrisas indulgentes, porque prácticamente no deja indiferente a ningún transeúnte. A veces, bajo el fuego de esas miradas, las bocas se abandonan a disgusto y la pareja indica con su risa la dicha de la transgresión, la mujer traduce su incomodidad con una sonrisa avergonzada o se esfuerza sin convicción por alejar la boca golosa de su compañero*”.

En 1998, año en que Le Bretón publicó su obra en francés, en muchas partes del mundo se podía observar que el beso en la boca era algo muy común en espacios públicos como el transporte colectivo, parques, universidades, calles, bares, discotecas, etc. Sin embargo, en los destinos de playa donde por clima, cultura y propaganda se invita a la semidesnudez y a una mayor libertad los individuos, especialmente los turistas, liberan sus fantasías sexuales incluyendo una práctica más recurrente, abierta y transgresora del beso público.

En Mazatlán o cualquier otra playa turística mexicana los *spring breakers* son el extremo de una nueva conducta sexual pública. Pero no tan solo ellos dan rienda suelta a sus juegos y fantasías, sino también con formas más discretas y sutiles, otros hombres y mujeres de todas las edades y las condiciones sociales.

No hay hombre mexicano solo, joven o maduro (Entrevistas por el autor a *Bell Boys* de diferentes hoteles de cinco y cuatro estrellas de Mazatlán, a lo largo de 2004), que estando de visita en Mazatlán deje de acariciar la ilusión de la conquista a una turista o lugareña. Especialmente, para los nacionales, el Carnaval, las vacaciones de Semana Santa y de verano, son las temporadas en las que sus deseos de conquista se desbordan y ocasionalmente se cumplen. Un reportaje del diario mazatleco *Primera Hora* (Mendoza, 6 de noviembre de 2002) refuerza la observación de un grupo de *bells boys* de hoteles locales:

“los taxistas dicen que por lo menos el 90% de los turistas solos o en grupos pequeños y del mismo sexo que vienen a Mazatlán buscan el placer sexual como una forma de diversión en el puerto. Más de dos tercios son del sexo masculino”.

Para las mujeres locales, especialmente las jóvenes y/o solteras, Semana Santa es la temporada en la que se estrenan bikinis (aunque después se protejan en la playa con pantaloncillos a diferencia de las extranjeras que no lo hacen) y visitan masivamente las playas, aún las y los que por norma no lo hacen a lo largo del año. En las noches portan sus vestidos más audaces y seductores e intentan conocer a muchachos fuereños. Por una extraña y paradójica razón en una cultura que se declara mayoritariamente católica, los y las turistas mexicanas en Semana Santa expresan más que en ningún otro momento la intensidad de sus deseos y fantasías sexuales. Los cuales pueden limitarse al simple coqueteo, la vestimenta reveladora, el cachondeo en un baile, promesas de encuentros futuros o cumplirse plenamente con los coitos furtivos.

En un destino turístico de playa como Mazatlán, incluso las mujeres y hombres conservadores, cumplen sus fantasías eróticas, ya sea mediante un vouyerismo temporal y/o más abierto que en sus lugares de origen o mediante el uso de prendas sexualmente sugerentes, impensables de portar en sus localidades.

Acerca de Semana Santa, dice Nery Córdova (2004) reivindicando nuevamente a los iconoclastas y transgresores y comprobando la intensa sexualidad de los turistas que visitan Mazatlán:

“...de Chihuahua, de Durango, de Nayarit, de Jalisco, de Sonora, y de otras entidades, son quienes en su mayor parte han tomado de nuevo por asalto los hoteles, las playas y las calles de Mazatlán. En tanto, la juerga hierve poro a poro en el escándalo lúdico de un impensado movimiento hedonista volcado sobre la fiesta que, en Mazatlán, parece eterno...es un multitudinario baile que le pide poco al carnaval de invierno-primavera recién transcurrido. Las parejas, y hombres y mujeres solos, danzan extasiados y con frenesí...la tristeza y los pudores han quedado simplemente proscritos, en un hábitat donde solo tienen cabida el desenfreno y el encuentro sumario con el jolgorio y el reventón. Las parejas y hombres y mujeres solos, danzan extasiados y con frenesí...la tristeza y los pudores han quedado simplemente proscritos, en un hábitat donde solo tienen cabida el desenfreno y el encuentro sumario con el jolgorio y el reventón. En las playas, entre los ecos y sonos

placenteros de las voces del mar, entre la semioscuridad y las penumbras, entre casas de campaña y numerosas tribus acompañadas de estéreos portátiles, los placeres corren, se beben, se agarran y hasta cogen furtivamente entre el descaro, la valentía y la plenitud. A finales de cuentas las bajísimas pasiones son un cercano acontecer cotidiano que se concreta, se muestra y se exhibe cada vez más en las cuasi públicas esferas del mundo social. La sociedad del espectáculo y del ocio encuentran sus formatos como por encargo en un puerto festivo, brillante y cachondo, pero también de oscuridades y sombras como Mazatlán” (Córdova, 2004: 8).

En efecto, los *spring breakers* y los turistas nacionales de Carnaval y Semana Santa son los actores centrales de una conducta sexual y social rompedora de tabúes y normas establecidas. Su congregación, en multitudes ansiosas e incontrolables es uno de los factores que los anima, en un destino de playa paradisiaco, a la entrega pecadora.

En Acapulco, Mazatlán o Cancún, Semana Santa es un una verdadera orgía y no hay excepciones. Pero en el caso del puerto sinaloense el Carnaval es su mejor escuela festiva. En realidad, esa fiesta anual es el elemento aculturador número uno de la ciudad porque los efectos de sus prácticas y costumbres continúan a lo largo del año, tal y como sucede en la Semana Mayor. La anarquía enfiestada del Carnaval deja un contagio duradero porque además de reproducir el aquelarre en Semana Santa, miles de familias tienen su carnavalito en cada cumpleaños privatizando las calles de la ciudad o alquilando salones de fiesta.

En realidad, en Mazatlán la importancia del hedonismo y el valor otorgado al cuerpo de las mujeres existen prácticamente desde su fundación como puerto. Geografía y cultura se han conjugado para crear un culto al hedonismo, al cuerpo y a la apariencia que ha hecho que las conductas sexuales desafiantes, antes y ahora, sean más aceptadas o al menos más toleradas.

En la sociedad digital, más productivista que cualquier otra época, de competencia salvaje y futuro incierto, las conductas sexuales particularmente de los jóvenes rompen con los marcos sociales y culturales establecidos ya no por generaciones lejanas sino por una que se preciò de revolucionaria y rebelde: la de los sesenta. Lo provisorio de la sociedad contemporánea, que propicia el desconcierto por un lado pero también la iniciativa por otro lado, *impulsa a los individuos jóvenes a las exploraciones y conductas extremas, a la frontalidad, la inmediatez y el riesgo* (Le Bretón, 2002: 92-93).

Jean Baudrillard (1970: 200) confirma lo que se ve todos los días en la cultura de masas, el descubrimiento del cuerpo *“después de una era milenaria de puritanismo, bajo el signo de la liberación física y sexual, su omnipresencia en la publicidad, en la moda, la cultura de masas o el culto a la higiene, de las dietas, de la terapéutica con que se lo rodea; la obsesión por la juventud, la elegancia, la virilidad/femineidad, los cuidados, los regímenes, las prácticas sacrificadas vinculadas a ellos, el mito del Placer que lo rodea, todo da cuenta hoy de que el cuerpo se ha vuelto un objeto de*

salvación” (Le Bretón: 2002: 88-89) . David Le Bretón (2002: 89) resume que “*La retórica del cuerpo, dirigida por una moral de consumo, sustituyó la retórica del alma*”.

La retórica del cuerpo, aunque no con los extremos recientes, es una vieja historia mazatleca. Con la conversión de Mazatlán en una ciudad turística de manera definitiva o al menos por varios lustros más, a partir de los años sesenta del siglo XX, se acentuó el culto al cuerpo y con ello se propagó un imaginario subliminal disfrazado de destino familiar, donde subyace el deseo atávico de los hombres y mujeres por satisfacer sus deseos más instintivos.

CONCLUSIONES

Lo simbólico y el imaginario están profundamente enlazados porque el imaginario acude al símbolo para expresarse y el símbolo al imaginario para hacerse reconocer. Como lo dice Castoriadis, el símbolo es un componente del imaginario a cualquier nivel que lo sitúe. Es por ello, que a partir del trabajo simbólico se puede introducir a los imaginarios en una sociedad o cultura (ya sea estadounidense o mexicana) que se ha establecido en torno a un destino turístico de sol y playa al momento en que lo simbólico otorga al imaginario la capacidad de construir un conocimiento de lo real.

La morada del imaginario es la imaginación, en pocas palabras es un hecho de la conciencia humana. De esta manera, el imaginario es subjetivo, le pertenece al individuo (turista), es él quien lo crea, lo porta y le otorga un valor y significado. Los imaginarios están formados por imágenes físicas o mentales. Imágenes que están elaboradas del mismo material con que se construyen los símbolos, pensar e imaginar forman parte del conocimiento por ende de la experiencia turística. Además, la imaginación como proceso psicológico es individual y sus efectos son los imaginarios, pero cuando estos se materializan se comparten y se convierten en sistemas simbólicos como imágenes o formas de habla que adquieren un carácter social por lo cual tienen un carácter colectivo.

De acuerdo a Littlewood (1999), Knebel (1974) y Tiger (1992) algunas de las causas más poderosas que motivan a los individuos (turistas) a hacer turismo en los destinos de playa son: a) los hombres buscan encuentros eróticos; b) dar salida a las frustraciones, fantasías o deseos y c) la obtención plena del placer.

El imaginario del turismo de sol y playa propone la idea, a veces abierta a veces subliminal, de que a través de él se obtiene el verdadero placer ya sea del descanso, la diversión, la cercana relación con la naturaleza o la aventura sexual. Asimismo, el turismo de sol y playa es una de las ilusiones más deseadas por los posibles visitantes de las grandes ciudades, los espacios donde habitan son conglomerados, bulliciosos y ruidosos por las exigencias del sistema económico. De tal manera, el turismo de sol y playa continúa siendo el más atractivo y masivo en el mundo, además que despierta fantasías sexuales. Es, probablemente, el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

En cuanto el placer descansa en la libido, el imaginario turístico ha sabido vender la playa y el sol como sus lubricantes preferidos a las diferentes tribus sexuales de turistas, las cuales tienen sus diferentes códigos de honor, su propia moral, sus propios guiones y traducciones del deseo, sus propias reglas de admisión y exclusión como son en las sociedades estadounidenses los “spring breakers” y en la mexicana los “turistas carnavaleros” o de “semana santa” que se manifiestan en los distintos periodos vacacionales en el destino turístico de sol y playa “Mazatlán”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bachelard, G.** (1994) “El aire y los sueños: ensayo sobre la imaginación del movimiento”. Fondo de Cultura Económica, Santa Fe de Bogotá
- Bachelard, G.** (1970) “El derecho a soñar”. Fondo de Cultura Económica, México
- Banchs R.; Agudo, A. & Astorga, L.** (2007) “Imaginario, representaciones y memoria social”. En: Arruda, A. & de Alba, M. (Coord.) Espacios imaginarios y representaciones sociales: Aportes desde Latinoamérica. Anthropos, México, pp. 47-95
- Belinsky, J.** (2007) “Lo imaginario: Un estudio”. Nueva Visión, Buenos Aires
- Bell, D.** (1974) “The coming of post-industrial society”. Harper Colophon Books, New York
- Benjamin, W.** (1973) “La obra de arte en la época de la reductibilidad”. Taurus, Madrid
- Bentham, J.** (1789) “Introducción a los principios de la moral y la legislación”. Editorial Pickering, Londres
- Braudillard, J.** (2009) “La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras”. Siglo XX, Madrid
- Califia, P.** (2000) “Public sex. The cultural of radical sex”. Class Press, San Francisco
- Castoriadis, C.** (1983) “La institución imaginaria de la sociedad I”. Tusquets, Buenos Aires
- Castoriadis, C.** (2007) “La institución imaginaria de la sociedad II”. Tusquets, Buenos Aires
- Córdova, N.** (2004) “Imágenes de Mazatlán: de contrastes sociales, hedonismo y liviandad”. Mimeo, México
- Delacoste, F. & Alexander, P.** (1998) “Sex work, writings by women in the sex industry”. Cleis, San Francisco
- El Sur** (2002 – 24 de marzo) “La conducta de los springbreakers”. Acapulco
- Freud, S.** (1976) “El Yo y el Ello”. Amorrortu, Buenos Aires
- Giménez, G.** (2007) “Estudios sobre la cultura y las identidades sociales”. CONACULTA: ITESO, México
- Gomes S, M.** (2013) “(Des) (Re) Construcción del imaginario social <mujer brasileña> en los discursos sobre Brasil en Portugal”. Revista Estudios y Perspectivas en Turismo 22(2): 216-234
- Grassi, V.** (2005) “Introduction à la sociologie de l’imaginaire: une compréhension de la vie quotidienne”. Eres, Ramonville Saint Agne
- Hiernaux, D.** (2007) “Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos”. Revista Eure 13(99): 17-30
- Hiernaux, D.** (2012) “Fantasías, sueños e imaginarios del turismo contemporáneo”. Colegio de Sonora, Hermosillo

- Hiernaux, D. & Lindón, A.** (2007) "Imaginarios urbanos desde América Latina. Tradiciones y nuevas perspectivas". En: Silva, A. Imaginarios urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos. Antoni Tàpies, Barcelona, pp. 157-167
- Holloway, J. C.** (1997) "El negocio del turismo". Diana, México
- Le Breton, D.** (1999) "Las pasiones ordinarias. Antropología de las pasiones". Nueva Visión, Buenos Aires
- Le Breton, D.** (2002) "La sociología del cuerpo". Nueva Visión, Buenos Aires
- Littlewood, I.** (2002) "Sultry Climates: Travel and sex since the grand tour". Southern Cross University, Sidney
- Lizárraga Durán, R.** (1998 – 8 de abril) "La imagen de los estudiantes estadounidenses collegesoturs en Mazatlán". Periódico Noroeste, Mazatlán, pp. 6B
- Knebel, H. J.** (1974) "Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno". Hispano Europea, Barcelona
- MacCannell, D.** (1976) "The tourist. A new theory of the leisure class". Shocken Books, New York
- Marcuse, H.** (1972) "Eros y civilización". Alianza, México
- Mendoza, D.** (2002 – 6 de noviembre) "Turismo sexual, la otra cara del placer". Periódico Primera Hora, Mazatlán
- Rifkin, J.** (2010) "El fin del trabajo". Paidós, Barcelona
- Santamaría Gómez, A. & Flores Gamboa, S.** (2012) "Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos: Mazatlán como estudio de caso". Facultad de Ciencias Sociales, Mazatlán
- Santamaría, A.** (2005) "Del alba al anocher: el turismo en Mazatlán (1972-2004)". Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán
- Silva, A.** (2003) "Bogotá Imaginada". Convenio Andrés Bello-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá
- Thompson, J.** (1998) "Ideología y Cultura Moderna". Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Tiger, L.** (1992) "The pursuit of pleasure". Little, Brown and company, London
- Vargas Melgarejo, L. M.** (1994) "Sobre el concepto de percepción". Alteridades 8: 47-53
- Wunenburger, J. J.** (2003) "L'imaginaire". PUF Collection Que Sais-Je, Paris

Recibido el 05 de Junio de 2015

Reenviado el 10 de Julio de 2015

Aceptado el 13 de Julio de 2015

Arbitrado anónimamente