

## Nota de investigación

# Turismo, identidad y espacio público en Puerto Vallarta, México. Apuntes sobre tres intervenciones recientes

José Alfonso Baños Francia\*

Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta (México)

**Resumen:** Puerto Vallarta es un destino turístico en México caracterizado por su imagen de poblado tradicional en la playa. Recientemente se ha experimentado un descenso en el número de visitantes y una estrategia de reposicionamiento consistió en regenerar espacios públicos emblemáticos para ofertarlos como productos renovados. En la participación se exponen tres intervenciones significativas (Malecón, Muelle y Pasarela) inserciones que se alejan del concepto tradicional de identidad arquitectónica y vivencia pública del espacio, recurriendo a la tematización y montaje escenográfico, modelando paisajes homogéneos destinados a cumplir con los imaginarios y deseos de los turistas contemporáneos.

**Palabras clave:** identidad, espacio público, territorio-tema, Puerto Vallarta.

### Tourism, identity and public space in Puerto Vallarta, Mexico. Notes in three recent interventions

**Abstract:** Puerto Vallarta is a well-known tourist destination in Mexico, characterized by its traditional village on the beach image. Recently there has been a decrease in the number of tourists and a repositioning strategy consisted of regenerate emblematic public spaces to offer them as renewed products. The paper discuss three significant interventions (Malecón, dock and footbridge) new spaces that transform the traditional concept of architectural identity and public experience, as park themes and scenography mounting modeling homogeneous landscapes to address the imaginaries and desires of contemporary tourists.

**Keywords:** identity, public space, theme territory, Puerto Vallarta.

### 1. Introducción

El turismo constituye una actividad significativa en el mundo global y es un poderoso imaginario lúdico de la sociedad contemporánea. En México su importancia es estratégica; en 2012, arribaron más de 23 millones de visitantes extranjeros los que aunado al desplazamiento de connacionales contribuyeron en la economía doméstica al generar una derrama superior a los doce mil millones de dólares norteamericanos, aportar con el 8 por ciento del Producto Interno Bruto,

albergar más de 1.8 millones de empleos y favorecer el desarrollo en ciertas regiones del país (OMT, 2013; SECTUR, 2011).

Sin embargo, la marca turística mexicana se ha visto afectada por una espiral de violencia vinculada al crimen organizado que repuntó particularmente en el sexenio 2006 y 2012 bajo la administración de Felipe Calderón. Una forma de abordar esta problemática ha sido facilitar la experiencia del turista, recurriendo, entre otras acciones, a la simplificación del territorio con el

\* Doctor en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad, CUAAD, Universidad de Guadalajara. Profesor investigador en el Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta. E-mail: cyberponx@yahoo.com. E-mail: jose.banos@tecvallarta.edu.mx

ánimo de configurar paisajes estandarizados y genéricos que aseguren la representación del ocio. Además, para contribuir a reforzar una percepción de tranquilidad en la geografía turística se recurre al montaje escenográfico para modelar paisajes de ficción en los destinos de playa del país.

En Puerto Vallarta, la identidad arquitectónica original se configuró gracias a la tradición constructiva de poblados serranos circunvecinos, cuya tipología pervivió durante más de un siglo (Baños, 2012). Las características de “pueblito” mexicano constituyeron la principal ventaja competitiva, sin embargo, con la maduración del destino comenzó un paulatino deterioro en su imagen debido a la inserción de edificios ajenos al lenguaje arquitectónico tradicional vallartense.

La pugna entre modernidad, tradición e identidad siempre estuvo presente en el desarrollo local aunque preveía el interés por mostrar el estereotipo arquitectónico de la autenticidad “mexicana”. Irónicamente, ante la reciente caída en el número de visitantes, las políticas turísticas apostaron por la rehabilitación de espacios públicos emblemáticos para ofertarlos como productos renovados pero con un enfoque que no consideró los elementos originales del lugar ni sus expresiones.

El objetivo de este trabajo es exponer tres intervenciones recientes llevadas a cabo en Puerto Vallarta, en particular en el Malecón, Muelle y Pasarela, obras que reconfiguran el concepto tradicional de identidad y ofrecen otra vivencia del espacio público. Esta nueva lectura se inscribe en las tendencias globales por simular espacios que generen paisajes homogéneos y aseguren el cumplimiento de los imaginarios de los turistas contemporáneos.

El método aborda conceptos vinculados a la actividad turística y su impronta en el territorio y el espacio urbano, donde prevalece la tematización, montaje escenográfico y simulacro arquitectónico, reinterpretando la identidad vallartense y las prácticas cotidianas de residentes y turistas.

## 2. Tematización, escenografía y espacio público en el territorio turístico

El territorio tiene profundas implicaciones en el turismo y el entorno espacial es fundamental para la construcción imaginada de la experiencia recreativa. Esta cualidad se ha venido diluyendo en las últimas tres décadas debido a una tendencia en la gestión turística que busca simplificar los lugares y su vivencia a través de la ‘cosificación’ del espacio para el consumo masivo (Greenwood, 2006).

En la vorágine del turismo actual, cada destino debe configurarse como una marca que se distinga,

caracterice y distinga de otras opciones recreativas hasta convertirse en el objeto de deseo, buscando generar imágenes que se retengan instantáneamente en la memoria colectiva favoreciendo su comercialización. Para alcanzar a estos objetivos se han establecido dos estrategias: la primera es la *museificación*, apostando por la inserción de equipamientos culturales que detonen la actividad turística, teniendo en el “efecto Bilbao” el paradigma mejor logrado (Ockman, 2006); y la segunda es la *tematización*, simplificando el paisaje (Muñoz, 2009) para convertirlo en una etiqueta identificable sin dificultad (Montaner y Muxí, 2011) como sucede en Las Vegas. En ambos casos se pretende esquematizar la identidad y las expresiones socio-culturales de los habitantes recurriendo a la homogeneización del paisaje en fragmentos acotados que faciliten el consumo masivo gracias al talento de arquitectos y diseñadores de renombre internacional (Koolhaas, 2006).

Con ello, el espacio turístico se modela para la experiencia efímera y el cumplimiento de los imaginarios de los turistas (Méndez, 2008) a partir de un montaje escenográfico donde la vivencia lúdica se desenvuelve en dos esferas claramente diferenciadas: el escenario, como ensamble para la representación del ocio, y la tramoya, donde el decorado turístico se diluye, en lo que Goffman denomina *front and back* (1979: 123). Con esto, las expresiones arquitectónicas en el espacio del turismo se proyectan para cumplir con la función de ser visitados, con vistas y marcadores generados a través de recorridos turísticos entre geografías de simulación y paisajes artificiales (Rodríguez, 2010).

En cuanto al espacio público, el concepto incluye tres acepciones: i) como escenario de y para las relaciones públicas visible y donde se desenvuelve lo ‘urbano’; ii) como un espacio de titularidad pública administrado por el Estado y accesible de manera universal; y, iii) desde una noción de filosofía política, como la esfera para la coexistencia pacífica de lo heterogéneo (Delgado, 2013). Con la globalización, se reconfigura la noción de lo ‘público’ particularmente desde la primera definición, donde el espacio tangible se dispersa en la dimensión geográfica y se adentra en la tesitura de lo virtual con localizaciones remotas y de localización variable mientras que el tiempo se acelera con flujos de información, personas y mercancías modificándose la percepción de la distancia para expandirse casi infinitamente.

Esta transformación de la noción pública del espacio encuentra en la ciudad del turismo una de sus manifestaciones más evidentes, donde se refuerza la tendencia por privatizar la experiencia urbana, reduciéndose el lugar físico de concurrencia pública, la libertad formal e igualdad de derechos.

### 3. Componentes de la arquitectura en Puerto Vallarta

En Puerto Vallarta la fisonomía arquitectónica original se deriva de la tipología serrana, dado que los primeros habitantes provenían de poblados cercanos, como San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende, trasladando con naturalidad dicha tradición constructiva. Esto le confería al poblado un aire de rústica simplicidad, con calles empedradas, muros encalados, y cubiertas con teja de barro, adaptándose a las rugosidades topográficas y predominando tres colores: gris en empedrados, blanco para muros y rojo en cubiertas. Además, la traza urbana se estructuró con una cuadrícula perpendicular, aplicando tanto en zonas planas como montuosas, por lo que las calles ‘suben y bajan’ de acuerdo con los accidentes del terreno (Baños, 2010).

Estas características originales se dieron de manera natural y armónica, conservándose sin alteraciones por más de un siglo, consolidando la imagen de “pueblito típico” mexicano, elemento que constituyó el principal atractivo para la comercialización de la imagen turística en Puerto Vallarta. Dicha particularidad es poco frecuente ya que la arquitectura se forjó con una identidad serrana pero implantada en un poblado costero y de clima tropical.

Con la adopción del turismo y la gradual transformación de la vocación económica se presentó una ruptura en la fisonomía serrana tradicional incorporándose el estilo ‘funcionalista’ como el medio de expresión de la modernidad vallartense a finales de 1940. Los primeros hoteles formales (Rosita, Paraíso y Chulavista) se edificaron con este lenguaje austero y eficiente para adaptarse a las necesidades del turismo, en donde la geometría se modificó al emplearse balcones y amplios ventanales horizontales, destacando la simplicidad de líneas y empleando tecnologías constructivas novedosas como el concreto y otros materiales. Esta modalidad de expresión coincidió en otros destinos turísticos nacionales como Mazatlán y Acapulco, donde se adoptaron soluciones similares (Baños, 2013).

Pero el funcionalismo no sería el único medio de transformación arquitectónica; con la aportación de Fernando Romero<sup>1</sup>, se inaugura un nuevo estilo, el ‘Vallarta’, reformulándose los valores constructivos tradicionales, involucrando expresiones modernas pero ancladas en la tradición e identidad vallartense (Arel, 2013). La suma de estas dos fuentes representó la materialización espacial de una sociedad local que había evolucionado y que se adaptaba a nuevos usos, materiales, técnicas e imaginarios.

Con el devenir temporal, tanto el funcionalismo como el estilo Vallarta se consolidaron como tipologías propias cuya presencia forma parte del patrimonio arquitectónico de la localidad, a pesar de que en la publicidad turística no aparezcan como manifestaciones propiamente vallartenses. Pero, su aportación y valor de los edificios emblemáticos le confieren una importancia relevante en el tejido urbano local.

En los últimos años, la arquitectura se adaptó a los apetitos del mercado inmobiliario enfocado a la edificación de masivos conjuntos habitacionales significando una transformación en el modelo turístico basado tradicionalmente en la oferta hotelera. La expresión formal responde más a una lógica económica que estética donde los edificios se proyectan con el objetivo de asegurar la rentabilidad económica de los inversionistas y no como una aportación a la belleza y al tejido arquitectónico local. Las herramientas empleadas para asegurar esta eficiencia suponen la violación a la normatividad urbana, edificación en gran altura y alteración del medio ambiente natural.

El proceso de homogenización del paisaje construido ha contado con la participación de firmas de arquitectos reconocidos como parte de una estrategia de mercadotecnia turística<sup>2</sup>. Así, diversos desarrollos aterrizan en la geografía vallartense con resultados mixtos, destacando la falta de adecuación a la realidad local, al paisaje y medio ambiente resultando en proyectos emblemáticos que no se adaptan al contexto propio.

De esta manera, en la arquitectura contemporánea en Puerto Vallarta parece ignorarse el sentido tradicional del lugar que se vino conformando a lo largo de los años, soslayando la tradición con la inserción de objetos construidos que siguen la lógica del mercado global antes que la identidad y valores que le dieron origen.

### 4. Tres intervenciones urbanas recientes

En los últimos años, Puerto Vallarta ha venido perdiendo atractivo como destino turístico tras el agotamiento de su ciclo de vida, siendo desplazado por otras opciones en la oferta de ‘sol y playa’. Ante ello, el Estado mexicano y los promotores turísticos apostaron por la regeneración de espacios públicos emblemáticos para relanzar la marca turística ‘Puerto Vallarta’.

Las soluciones formales y enfoque de los creadores responde a las tendencias de la arquitectura mundial por simular el espacio, donde la noción pública se expresa en manifestaciones con tintes globales, insertando fragmentos de paisaje contenidos en artefactos comunes, de lectura homogénea

y escaso compromiso con el lugar. Esta decisión diluyó la posibilidad de revalorizar la identidad arquitectónica vallartense en el presente y enriquecer la cultura local.

En las tres intervenciones destaca el papel protagónico de la mercadotecnia turística en el ensamblaje de los nuevos objetos construidos relegando las vivencias y aspiraciones de los residentes, quienes no fueron considerados para la implementación de dichas políticas turísticas, decididas en la esfera gubernamental, bajo el argumento del beneficio social de las obras y destinando fondos millonarios para su ejecución. Con esto, se reforzó la percepción ciudadana de despojo en la vivencia cotidiana del espacio urbano, con acciones de beneficio para los “turistas” en detrimento de la población local.

## 5. La renovación del Malecón

El Malecón es un andador localizado en el litoral en el Centro Tradicional de Puerto Vallarta con una extensión aproximada de un kilómetro. Su construcción comenzó tras el ciclón que en octubre de 1925 arrasó gran parte del antiguo poblado (Munguía, 1997); por su presencia y ubicación, se convirtió en el espacio público más significativo para los residentes locales y en uno de los atractivos turísticos del destino.

Con el devenir temporal, el Malecón se extendió en dimensión, uso y expresión. A partir de la masificación del turismo y su peso en la economía local, los edificios aledaños dieron paso a la instalación de numerosas ofertas comerciales y de entretenimiento (Córdoba y Díaz, 2008) como tiendas, comercios y variada oferta gastronómica<sup>3</sup>.

En 2011 el gobierno local, con el apoyo de la administración federal y estatal, promovió la rehabilitación del Malecón con el objetivo de regenerar este pasaje urbano. Para ello, se buscó peatonalizar y favorecer el comercio público de restaurantes, bares y terrazas. La propuesta consistió en una magna intervención cuyas principales acciones fueron cerrar el tráfico vehicular, reforzar el muro de contención en la playa, modificar el pavimento, transformar la forma del paseo, incluir una ciclo vía, colocar arbolado, adecuar el mobiliario urbano y mejorar la iluminación. Las obras iniciaron en mayo de ese año, a pesar del rechazo de un sector de la población ante la premura de la intervención y anticipando los impactos económicos que supondría su construcción (Baños y Nolasco, 2012).

La expresión arquitectónica empleada en el “nuevo” Malecón se adecúa en la tendencia contemporánea de intervención en el espacio público, fusionando el nivel de la banqueta con el del paseo marítimo y modificando la traza original rectilínea

por una ondulada y con rampas para acceder al litoral (figura 1). Una crítica recurrente fue el fiel parecido al Paseo de la Playa de Poniente de Benidorm (España) proyectada por los arquitectos Carles Ferrater i Lambarri y Xavier Martí Galí entre 2005 y 2009.

El deseo por contar con un Malecón digno, de “clase mundial” se tradujo en un proyecto que homogeniza el paisaje local con las tendencias globales en la arquitectura. Una debilidad importante radica en la deficiente ejecución de la obra donde la iluminación artificial es escasa, el mobiliario se ha deteriorado rápidamente, la vegetación es excesiva y la inadecuada colocación de las esculturas genera un espacio desarticulado y carente de identidad local. Al respecto, los vallartenses le adjudicaron el apodo del “Mal-hechón” en alusión a la mala calidad del proyecto y de la obra concluida. A pesar de ello, el proyecto se hizo acreedor al premio como la mejor intervención en espacio público en la XII Bial de Arquitectura Mexicana 2012 auspiciada por la FCARM (Federación de Arquitectos de la República Mexicana).

La decisión de insertar un “nuevo” Malecón se tomó como una acción gubernamental sectorial, sin considerar otras problemáticas más urgentes en la zona como la gestión del transporte urbano, el abandono del uso habitacional, la excesiva oferta de bares y discotecas, el tráfico de drogas, la carencia de equipamientos culturales, estacionamientos o de requerimientos sanitarios como baños públicos.

Con el paso del tiempo, se ha reforzado la percepción de que la intervención del “nuevo” Malecón no era necesaria y que el espacio público sufrió una transformación radical disminuyendo su atractivo y uso cotidiano por los vallartenses. Curiosamente, la opinión de los turistas, recabada mediante el análisis de sitios de redes sociales, es favorable con la renovación del lugar, a pesar del sentimiento local de que los resultados alcanzados distan mucho del discurso oficial y que la zona no vive la época de gloria que alguna vez llegó a tener.

## 6. La Pasarela

La isla de los Niños se localiza en el Centro Tradicional de Puerto Vallarta; su formación se debe a la apertura en dos cauces del río Cuale, icono relevante del imaginario social de los vallartenses (Olivera, 2012). En la margen norte del río se localiza el barrio de Gringo Gulch que albergan las fincas más representativas de la arquitectura Vallarta y que congrega a una importante comunidad de extranjeros, particularmente norteamericanos. Con el ánimo de generar un circuito turístico, se promovió la construcción de un puente/pasarela para conectar la isla de los Niños con Gringo Gulch,

porciones desconectadas debido a la topografía de la zona (figura 2).

Para ello se contrató, sin mediar concurso público, los servicios profesionales de arquitectos de Guadalajara cuyo proyectista principal es hermano del entonces director de Turismo en el municipio. Sin que el nepotismo sea un impedimento para la generación de propuestas arquitectónicas, en este caso se insertó un elegante elemento forjado en acero estructural pintado de blanco que recuerda las aportaciones de Santiago Calatrava e incorporando materiales tradicionales como el piso de mosaico de pasta y concreto.

La Pasarela se integra con el contexto de la isla y refuerza el carácter de su silueta, que rompe con la identidad tradicional pero que aporta al tejido urbano con su sutil inserción. Una aportación radica en la perspectiva que se tiene del paisaje natural y edificado en esta porción de la geografía vallartense, disfrutando de vistas significativas y que paulatinamente se ha consolidado como una centralidad que reúne a visitantes y vallartenses en torno suyo.

## 7. El Muelle

Localizado en la popular Playa de los Muertos, el Muelle sirvió como punto de atraque para embarcaciones de pequeño calado y como sitio para la pesca tradicional de los pobladores locales; la versión original se construyó con pilotes de concreto y tabloneros de madera en el piso (figura 3). En la década de 1980, se sustituyó la estructura existente por otra de concreto armado, misma que funcionó hasta el año 2011. La inserción del nuevo Muelle estuvo precedida por la reconversión de esta porción turística de Puerto Vallarta, también conocida como la 'Zona Romántica', que durante varios años ha albergado y promovido el turismo homosexual (gay), rosa y alternativo. Ello ha generado una nueva vitalidad que se observa en el número de restaurantes, cafeterías, centros de espectáculo y hasta un mercado de productos orgánicos que se instala cada sábado.

Alentados por esta dinámica, las autoridades y gestores del turismo promovieron la construcción de un nuevo Muelle que se erigiera en un nuevo ícono de la zona y la ciudad. En una primera etapa se procedió a dismantelar y demoler el viejo muelle; posteriormente se colocaron los pilotes de concreto dentro del lecho marino.

El autor del proyecto fue seleccionado por la Secretaría de Turismo de Jalisco (SETURJAL) sin que se sometiera a un concurso arquitectónico ni consideraran otras alternativas. A primera vista, destacan las líneas suaves de la pasarela así como el perfil de la cubierta metálica que, a manera

de vela envuelve el espacio interior y donde una estructura de acero sostiene la plaza de encuentro en forma circular así como el embarcadero (figura 4). Además, se incorpora un andador peatonal, plazoleta de ingreso, pasarela, mirador circular y embarcadero con capacidad para siete diferentes embarcaciones de diversos tamaños.

Dentro de los aspectos positivos del nuevo Muelle destaca la regeneración de esta porción urbana así como la dotación de un nuevo espacio de encuentro que incluye miradores y zonas de atraque de embarcaciones. Lo cuestionable es el retraso en su proceso de construcción, el costo final de las obras<sup>4</sup>, la adopción de una tipología arquitectónica con formas ajenas a la identidad arquitectónica local, el uso de luminarias de colores pero sobre todo, que la solución proyectual eliminó el uso del espacio con actividades significativas como la pesca popular, los clavados a mar abierto y su utilización a cualquier hora del día, toda vez que una vez inaugurado el nuevo Muelle se prohibieron dichas acciones, llegando al punto de impedir el acceso público de las 11 de la noche hasta las 7 de la mañana.

Con decisiones de esta naturaleza se asiste a la privatización de la noción pública de los artefactos construidos en el espacio turístico de Puerto Vallarta.

## 8. Consideraciones finales

El turismo y sus prácticas se desarrollan sobre el territorio y la interacción entre ambos es complementaria y esencial; para ello, el entorno se delimita con objetos arquitectónicos que se insertan en el espacio urbano como montajes escenográficos para cristalizar los imaginarios de los viajeros. Debido a la intensa competencia entre ciudades turísticas en la esfera mundial y con el ánimo de volverse cada vez más competitivos, los destinos recurren a dos tendencias para atraer segmentos más abundantes de turistas: la *museificación* y *simplificación* del espacio. En ambas situaciones, la cultura local es desplazada y se reconfigura para dar paso a las adecuaciones que el negocio recreativo demanda.

En este sentido, se requiere que los edificios y obras de arquitectura se transformen en referentes fácilmente identificables, en objetos cuya marca en el paisaje se tornen en logotipo como el de cualquier producto comercial pero a la vez, en íconos cargados de sentido cultural para ser usados por los contingentes de turistas. Así, en el espacio turístico se fortalecen los emblemas que conviertan el paisaje singular en geografías homogéneas y genéricas.

En el caso de Puerto Vallarta, ciudad turística consolidada en el Pacífico mexicano, la identidad arquitectónica de poblado serrano fue una de las principales ventajas competitivas en el mercado tu-

rístico de México al ofertarse como el único destino de playa auténticamente 'mexicano'. Esta particularidad le confirió una fortaleza que fue bien capitalizada en su ciclo de vida inicial atrayendo a segmentos exclusivos de turistas pero que con el tiempo perdió paulatinamente su encanto debido a la modificación de la tipología edilicia tradicional. Así, se desaprovechó un recurso cultural significativo para diluirse entre otras tantas opciones recreativas en el litoral.

Esta pérdida de competitividad en el mercado turístico global alentó la instrumentación de una estrategia de reposicionamiento enfocada a regenerar tres espacios públicos emblemáticos: el Malecón, Pasarela y Muelle. En los tres sitios, se recurrió a la utilización de un lenguaje arquitectónico ajeno al tradicional y cuyas manifestaciones no consideran los postulados de la identidad local y por el contrario, la renovación espacial se ajusta a los postulados globales de articulación espacial con propuestas similares a las de cualquier ciudad del planeta. Así, se ausenta el valor de los lugares únicos y excepcionales desaprovechando las cualidades intangibles de los entornos turísticos.

Con estas acciones se reformula el concepto y uso del espacio público, perdiendo su valor como sitio de alteridad social para convertirse en una esfera privatizada, simulada y sin riesgos ni peligros. Con ello, también se pone a discusión la nueva percepción de identidad local, alejada de los principios esenciales que le dieron sentido.

A su vez, se fortalece el sentido de despojo de los lugares públicos a los residentes locales, quienes no participan en el diseño ni implementación de las políticas turísticas enfocadas a transformar las porciones emblemáticas del destino, cuya decisión radica en las voluntades de funcionarios alejados de la realidad cotidiana. De esta manera, gravita la necesidad de ponderar la interacción entre actividad turística, identidad local y uso del espacio público en los destinos turísticos de playa de México y en particular en Puerto Vallarta.

## Bibliografía

Arel, Marie France

2013 "Espacio, forma y técnica del estilo arquitectónico Vallarta. De sus antecedentes a la propuesta de Fernando Romero Escalante". Tesis de licenciatura en arquitectura. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Baños, Alfonso.

2013 "Lugares y flujos en la modelación del escenario turístico globalizado. Acercamiento al caso de Puerto Vallarta, México". En Méndez, Eloy y Enríquez, Jesús (Eds.) Turismo e imaginarios. Hermosillo: El Colegio de Sonora (en prensa).

2012 "Ocupación del territorio litoral en ciudades turísticas de México". Bitácora Urbano Territorial, 20: 39-50.

2010 "Arquitectura y urbanismo en Puerto Vallarta". Puerto Vallarta: Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.

Baños, Alfonso y Nolasco, Karla.

2012. "Arquitectura e identidad en el espacio urbano de Puerto Vallarta". En: Investigación y Tecnología: alianzas estratégicas para el desarrollo tecnológico en Jalisco (pp. 83-94). Puerto Vallarta: Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.

Córdova Canela, Fernando y Verónica Livier Díaz Núñez.

2008 "Participación ciudadana y espacio público, análisis del marco legal de la gestión urbana. El caso del Malecón, Puerto Vallarta". Topofilia, Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales, I (1). Hermosillo: Colegio de Sonora.

Delgado, Manuel.

2013 "Espacio público: idealismo y verdad". Arquine, 63: 134-139.

Greenwood, Davydd.

2006 "Prólogo". En: D. Medina Lasansky y Brian McClaren (Eds.). Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar (pp. 7-13). Barcelona: Gustavo Gili.

Méndez, Eloy.

2008 "Imaginario del lugar". Topofilia, Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. I (1). Hermosillo: Colegio de Sonora.

Montaner, Josep María y Zaida Muxí.

2011 "Arquitectura y política. Ensayos para mundos alternativos". Barcelona: Gustavo Gili.

Muñoz, Francesc.

2009 "Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales". Barcelona: Gustavo Gili.

Koolhaas, Rem.

2006 "La ciudad genérica". Barcelona: Gustavo Gili.

Munguía, Carlos.

1997 "Panorama histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas". Guadalajara: Secretaría de Cultura de Jalisco y H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta.

Ockman, Joan.

2006 "La nueva política del espectáculo: "Bilbao" y la imaginación global". En: D. Medina Lasansky y Brian McClaren (Eds.). Arquitectura y Turismo: percepción, representación y lugar (pp. 261-274). Barcelona: Gustavo Gili.

Olivera, Ana.

2012 "Redes sociales, prácticas e imaginarios de Puerto Vallarta". En: Lucía González y María Teresa Pérez (comps.). Con-textos 4, Ciudad, Territorio y Sustentabilidad (pp. 33-50). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Organización Mundial de Turismo –OMT-. 2013 “Tourism highlights. 2013 edition”. Disponible en línea: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>  
 Secretaría de Turismo, México – SECTUR-. 2011 “Compendio Estadístico del Turismo en México”. Disponible en línea: <http://cestur.sectur.gob.mx/>

## Imágenes

**Figura 1. Propuesta de rehabilitación del Malecón (2011)**



Fuente: H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2010-2012

**Figura 2. Pasarela sobre el río Cuale**



Fuente: propia.

**Figura 3. Antiguo muelle en Puerto Vallarta**



Fuente: Puerto Vallarta (1981). Fideicomiso de Puerto Vallarta, pp. 21.

**Figura 4. El nuevo muelle en Puerto Vallarta**



Fuente: propia

## Notas

- 1 Mejor conocido como ‘Freddy’ Romero. Este autor no fue arquitecto de profesión, en su juventud se dedicó al baile, acrobacia y magia en el circo así como a la participación marginal en películas mexicanas. En 1949 se traslada a Puerto Vallarta, donde asumiría el trabajo arquitectónico de una forma distinta, creando un nuevo estilo de vivienda vallartense, diseñando en el sitio, desechando los procesos compositivos tradicionales de gabinete, dando instrucciones a los albañiles y recogiendo de ellos la tradición constructiva popular. Sus viviendas las modeló a la topografía del lugar, explorando dimensiones, pendientes, vistas, luz, asoleamiento, vientos dominantes, vegetación y la escala vecina. El autor murió en 1988 en Puerto Vallarta.
- 2 Entre las obras de arquitectos afamados destacan Icon Vallarta, proyectado por el diseñador francés Phillipe Starck en conjunto con Arquitectónica, Enclave (en proyecto) obra de Michael Graves, Nima Bay (autoría de Central de Arquitectura) y la propuesta de Museo del Tequila de Casa Cuervo de Frank Gehry.
- 3 Destacando lugares emblemáticos como el desaparecido restaurante ‘Carlos O’Brians’ sitio tradicional de encuentro para residentes locales y turistas
- 4 Superior a los 82 millones de pesos mexicanos, casi 6 millones de euros.

*Recibido:* 24/09/2013

*Reenviado:* 25/10/2013

*Aceptado:* 08/01/2014

*Sometido a evaluación por pares anónimos*