

## LOS IMAGINARIOS TURÍSTICOS DE LOS JÓVENES EN MÉXICO<sup>1</sup>

Denice Anel Ordáz Mejía

[denice091287@hotmail.com](mailto:denice091287@hotmail.com)

Universidad Autónoma del Estado de México

<http://www.uaemex.mx/>

Maribel Osorio García

[maribelosorio2@gmail.com](mailto:maribelosorio2@gmail.com)

Universidad Autónoma del Estado de México

<http://www.uaemex.mx/>

Alejandro Mantecón Terán

[alejandro.mantecon@ua.es](mailto:alejandro.mantecon@ua.es)

Universidad de Alicante

<https://www.ua.es/>

### RESUMEN

El objetivo de este artículo es reconocer los principales imaginarios turísticos que orientan el comportamiento de viaje de los jóvenes en México, bajo el supuesto de que los imaginarios permiten comprender el comportamiento social y reconocer el sentido de la realidad en determinados contextos espacio-temporales. En esta línea, se llevó a cabo una investigación cualitativa que tuvo como sujetos de estudio a un grupo de jóvenes de la Universidad Autónoma del Estado de México, en un campus ubicado cerca de la ciudad de México, aplicando como estrategia metodológica entrevistas cualitativas y análisis del discurso. Los resultados permitieron la identificación de tres imaginarios predominantes: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo, reconociendo que aún se preservan esquemas tradicionales heredados por la familia junto con ideas modernas de libertad y superación.

**Palabras clave:** imaginarios, turismo, viajes, jóvenes.

---

<sup>1</sup> La investigación que se presenta forma parte de una tesis de grado correspondiente a la Maestría en Estudios Turísticos, programa inscrito en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACYT). Particularmente, el tema de imaginarios turísticos fue trabajado durante una estancia de investigación realizada en el Departamento de Sociología de la Universidad de Alicante, España.

## ABSTRACT

The objective of this article is to recognize the main tourist imaginaries that guide the travel behavior of the Mexican young, under the assumption that the imaginary allow to understand the social behavior and to recognize the sense of the reality in certain spatio-temporal contexts. In this line, a qualitative research was carried out, which had as subjects of study a group of young university students from Universidad Autónoma del Estado de México, located near of Mexico City, applying as methodological strategy qualitative interviews and discourse analysis. The results allowed the identification of three predominant imaginaries: family union, pleasure of freedom and the encounter with the world and with itself, recognizing that traditional schemes inherited by the family are still preserved along with modern ideas of freedom and improvement.

**Key words:** imaginary, tourism, travel, young people.

### 1. Introducción

Los imaginarios sociales han sido presentados como un problema selecto en la agenda de investigación social dada la transformación continua de la realidad. Autores como Chateau (1976), Bachelard (2000), Durand (2000), Augé (1998), Castoriadis (1983) y García (2015) tratan de explicar la forma en que la realidad social une lo tangible con lo simbólico en determinados contextos espacio-temporales. Imaginar y crear es una permanente cualidad humana que conforma la subjetividad en los hombres y las mujeres (García 2015). Estudiar los imaginarios ayuda a comprender el comportamiento social: “...se vuelven una fuerza actante que desencadenan actitudes e intervenciones directas de los individuos en su quehacer cotidiano” (Hiernaux 2009:114).

Según Vedrine (citada en Lindón y Hiernaux, 2012), los imaginarios pueden ser entendidos como mundos de creencias, ideas, mitos e ideologías. Fuentes (2016) comenta que el imaginario es una matriz de significados, es un orientador de sentidos asignados a determinadas nociones vitales como el amor, el mal o el bien, o ideológicamente compartidas por miembros de una sociedad. Lindón (2008) afirma que constituyen un patrimonio de ideas y de imágenes mentales acumuladas, recreadas y tejidas en una trama por parte del individuo en el curso de su socialización a lo largo de su vida, ya que ningún individuo elabora éstas construcciones en un sentido aislado, sino a través del diálogo y en interacción con los otros, es decir, intersubjetivamente, donde todo tiene una existencia simbólica y un sentido comprendido de forma colectiva (Augé, 1998). Se entiende entonces que abordar el tema de los imaginarios en una sociedad determinada no es tarea fácil, ya que están profundamente arraigados y derivados de las primeras e íntimas experiencias de vida (Gravari y Graburn, 2012), por lo que es necesario adentrarse en la subjetividad propia del protagonista y conocer su comportamiento en el mundo social que cimienta su realidad.

Particularmente, con respecto a los imaginarios turísticos, Fuentes (2016) afirma que deben entenderse en la esfera social y económica de donde emergen, puesto que son influenciados y transformados en base a los idearios culturales, el desarrollo

tecnológico y económico de la vida cotidiana que se contrapone al espacio-tiempo en un ámbito de contingencia específico, por lo que propone entender al imaginario turístico como un esquema mental en un proceso continuo de conformación, más que un objeto finalizado, elaborado gracias a la capacidad dinámica de la imaginación que crea, recrea y proyecta imágenes simbólicas como guías para modelar y anticipar las prácticas y experiencias de los diversos actores que participan.

En el campo de estudio del turismo, los imaginarios han sido estudiados sumamente vinculados al *marketing*. Por ejemplo, en el ámbito internacional, Mazón (2013) afirma que en el imaginario popular se ha creado la imagen de que los españoles son sólo toreros y bailadoras que no superan el perfil de la siesta, la sangría y la tortilla española, por lo que los turistas van en busca de ello. En el análisis realizado en Australia, Forsey y Low (2014) demuestran que la imagen del canguro es uno de los imaginarios que la promoción se ha encargado de difundir de este país. En Brasil, Gomes (2013) comenta que la imagen erótica de la mujer ha sido estereotipada como prostituta y es usada para atraer al turismo creando un imaginario hipersexualizado. En Portugal, Cadavez (2015) critica el propósito ideológico de proyectar a ese país como un país ideal para el turismo. También se identifica otra línea de estudio vinculada con el análisis territorial, con trabajos como los de Berthier (2013) y Goycoolea (2008), con el tema de la configuración urbana; y el de Enríquez y Robles (2014) sobre la expansión de lugares residenciales turísticos en Roses, Cataluña.

En México, los imaginarios turísticos han sido estudiados por autores como Hiernaux (2009 y 2015), Zamudio (2012), Colín (2013), Sánchez y Santamaría (2015), López y Valverde (2016), y Osorio, Monge, Serrano y Cortés (2017). La aportación más destacada es sin duda la de Hiernaux, quien ha identificado los imaginarios dominantes del turismo: el regreso a la naturaleza, la playa y el heliotropismo, la buena vida, la competencia y la ciudad como lugar “exótico” (2015: 80-91). Los estudios en México han seguido un corte más fenomenológico que de mercado, indagando sobre la configuración de los imaginarios en cierto tipo de turistas para comprender sus motivaciones de desplazamiento y sus diferencias con las comunidades locales. En seguimiento de esta línea y con la pretensión de contribuir a esclarecer los imaginarios sociales en el turismo, el objetivo de este artículo es reconocer los imaginarios turísticos que orientan el comportamiento de viaje de los jóvenes en el contexto social mexicano, bajo el supuesto de que develar sus imaginarios proporcionará entendimiento sobre la “fuerza actante” que orientará sus patrones de movilidad turística en los próximos años.

## **2. Los jóvenes y el turismo**

Varios estudios (Marinao, Torres & Chasco, 2014; Lazzari, Mouliá, Fernandez, Chiodi, Chelmicki, Chiodi & Eriz, 2009; Binkhorst, 2008), indican que el turista delinearé cada vez más sus propias normas de comportamiento, segmentando sus actividades y dando origen a tipologías paulatinamente más diferenciadas, pasando de un modelo turístico fordista a otro post-fordista o individualizado, caracterizado por un interés creciente en la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y la cultura, la evasión de

entornos masificados, la consolidación de un determinado estatus, la pertenencia a ciertos grupos sociales y el reforzamiento de la propia identidad.

Así, por el surgimiento de nuevos tipos de turismo y el cambio de actitudes, necesidades y comportamientos de viaje, se ha producido una adaptación del mercado a una demanda más exigente y activa, como es el caso del segmento juvenil, pues los jóvenes demandan experiencias y conocimientos distintos a los brindados por la oferta fordista tradicional ligada al sol y playa, así como la utilización de nuevas tecnologías e internet, durante todo el viaje turístico, desde su planeación hasta su culminación. Para este segmento, el manejo del teléfono móvil se ha vuelto primordial, ya que les permite compartir emociones y experiencias vividas a través de las redes sociales (Korstanje, 2010; Orgaz & López, 2015; He, Yang & Guan, 2014; Biz, Neves & Bettoni, 2014).

De acuerdo a las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) (2012) entre los años 2000 y 2010, el turismo realizado por jóvenes creció de 136 a 187 millones de viajes internacionales, representando el 20 por ciento del turismo mundial, previéndose que para el año 2020 los viajes juveniles llegarán a 300 millones, datos que justifican la relevancia en la investigación social de los jóvenes en el contexto del turismo.

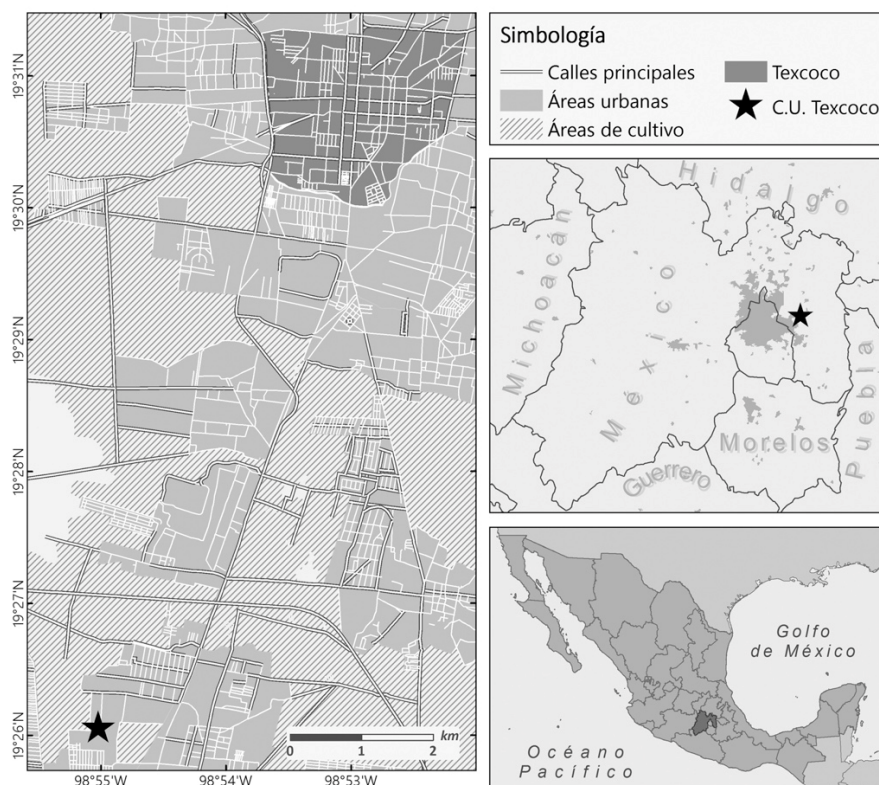
Particularmente, los jóvenes nacidos entre el año 1980 y 2000, conocidos como *millennials*, se distinguen por ser nativos digitales con actitud emprendedora. Se asume que el frecuente uso de la tecnología y el hecho de estar constantemente informados, les ha generado una conciencia social y ambiental con significativos efectos sociales y culturales, como potencializar el diálogo y el entendimiento mutuo entre las culturas (Ortega 2012, Matteucci, 2012, Rifai, 2012). Existen particularidades con respecto al comportamiento turístico de los jóvenes. Por una parte, asumen a los viajes como una forma de aprendizaje, de conocer a otras personas y de ponerse en contacto con otras culturas. Para ellos, los viajes son una fuente de desarrollo profesional y un medio de superación personal, incorporándolos como parte de su identidad. Son viajeros que con mayor probabilidad regresan a destinos ya visitados, concediéndoles mayor valor a lo largo de sus vidas. Así también, es menos probable que el terrorismo, la agitación política y civil, las enfermedades o los desastres naturales los disuadan de viajar a destinos donde se presenten estas manifestaciones (OMT et al. 2012). Por otra parte, los jóvenes también se han distinguido por presentar excesos en el consumo de alcohol y drogas y manifestarse sexualmente de manera libre, como los *spring breakers* estadounidenses, los *Benidorm boys* británicos y los *schoolies* australianos (Chronis, 201; Olivares, 2009; Korstanje, 2010; Monterrubio, 2013; Monterrubio, Mendoza & Huitrón, 2013; y Forsey & Low, 2014), alterando la cultura y valores de las comunidades anfitrionas.

Así entonces, los comportamientos turísticos de los jóvenes se muestran ambivalentes, buscando conocer la cultura e interactuar con la gente local, pero a la vez externando sus pasiones sin consideración del impacto que generan. Sin duda esto presenta matices en los contextos turísticos, tomando aquí la postura de que la raíz de los diferentes comportamientos estriba en los imaginarios que albergan los jóvenes de acuerdo a sus esferas económicas y sociales de origen, fuente de sus motivaciones y

actitudes de viaje (Amirou, 1995). Lo anterior bajo el supuesto de que el sentido social es la condición mínima y necesaria para que puedan desarrollarse los procesos imaginarios de forma metafórica, los cuales proveen de sentido a las juventudes para un comportamiento ambivalente durante el viaje turístico. Particularmente, se trata de reconocer los imaginarios de los jóvenes mexicanos, para distinguir los esquemas que les son propios y con ello comprender parte de la realidad social en la que viven. Como dice Augé (1998: 130) *lo imaginario mide la intensidad de la vida social*.

En esta línea, la investigación cualitativa que a continuación se presenta elige como sujetos de estudio a un grupo de jóvenes universitarios de la zona metropolitana de la ciudad de México, quienes cotidianamente viven el entrecruzamiento de la centralidad económica, urbanística, tecnológica y cultural de la capital del país, con el ambiente semirural de la ciudad de Texcoco, poblado periférico localizado a tan sólo 32 kilómetros de aquélla, que aún tiene presente su pasado prehispánico y su historia agraria (Figura 1).

**Figura 1. Mapa de Localización del Centro Universitario Texcoco en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, México.**



Fuente: elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México.

En Texcoco actualmente se entretajan estilos de vida entre lo moderno y lo tradicional, situación que fue de interés para estudiar los imaginarios del viaje turístico en los jóvenes de esa localidad. Se eligió entonces como sujetos de estudio a los estudiantes del Centro Universitario de Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, campus fundado en 1995 en el que se ofrecen estudios profesionales en ciencias sociales y humanidades, ciencias aplicadas y ciencias económico-administrativas, en el nivel de educación superior.

### 3. Metodología

La investigación cualitativa da la posibilidad de conseguir datos significativos a partir de la participación libre de la gente, lo que permite que el investigador se concentre en el estudio subjetivo de las acciones de la gente y en aspectos concretos de la realidad social (Bryman, 2004; Flick, 2004). Los conceptos y la elaboración teórica surgen a partir de la recopilación de información, por lo que a menudo la investigación se encuentra en sintonía con la evolución de los acontecimientos en el tiempo y de las acciones de los participantes en situaciones sociales.

Para la recopilación e interpretación de la información en este estudio, se siguió una estrategia metodológica compuesta por la entrevista cualitativa y el análisis del discurso. La entrevista tiene el propósito de explorar, describir, comprender e identificar situaciones que se desarrollan en contextos sociales y culturales, con el fin de obtener datos acerca de la conducta a través de un contacto directo y en situaciones específicas, procurando que sea mínima la distorsión producida en los resultados a causa de la subjetividad del investigador como agente externo (Haynes 1978, Grineell 1997, Patton 1980, Jorgensen 1989, entre otros citados en Hernández, Fernández y Baptista, 2004). Cabe señalar, que la entrevista es probablemente el método más utilizado en investigaciones cualitativas por ser más flexible y abierta, donde el entrevistado es el “experto” que discurre y genera narrativas de sumo interés para el investigador, que posteriormente estudia, generalmente, mediante el análisis del discurso o el análisis de contenido. El análisis del discurso es un método que ha logrado ser aceptado en las ciencias humanas y sociales, puesto que permite la creatividad analítica, una creatividad que gracias a la teoría y al análisis se mantiene en los márgenes de las exigencias científicas (Santander, 2011).

La entrevista estuvo dirigida por una guía de preguntas abiertas centradas en las experiencias de viaje de los jóvenes universitarios, haciendo énfasis en su articulación con tres unidades de análisis: la trayectoria de vida, el círculo social y la formación profesional. Mediante las entrevistas fue posible reconstruir los esquemas expresados por los actores e inscritos en su memoria, logrando la transmisión de las experiencias que han tenido en su círculos sociales (Hiernaux, 2009). En la tabla 1 se pueden observar las características de los alumnos entrevistados, dando como resultado la participación de jóvenes en el rango de edad de los 18 a los 25 años, todos ellos habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de México, que estudiaban del primer al noveno semestre de sus respectivas carreras. Se realizaron un total de 29 entrevistas en las instalaciones del mismo campus universitario, participando por voluntad propia entre los meses de noviembre 2016 y febrero 2017.

**Tabla 1. Perfil de los alumnos entrevistados en la investigación.**

Alumno	Género	Edad	Semestre	Lugar de procedencia	Lugar de nacimiento	Ocupación
Ent.1	H	18	3er	CDMX	Nezahualcóyotl	Estudiante
Ent.2	H	19	3er	San Vicente	Nezahualcóyotl	Estudiante
Ent.3	H	21	5to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.4	M	22	7mo	Tepetlaoxtoc	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.5	H	22	5to	Los reyes	CDMX	Estudiante
Ent.6	M	19	3er	Chiconcuac	Chiconcuac	Estudiante
Ent.7	M	22	3er	Los reyes	CDMX	Estudiante
Ent.8	M	22	5to	Chimalhuacán	CDMX	Estudiante y ama de casa
Ent.9	H	21	8vo	Texcoco	CDMX	Estudiante
Ent.10	H	25	8vo	Texcoco	Guerrero	Estudia y trabaja
Ent.11	H	20	3er	Texcoco	Texcoco	Estudia
Ent.12	H	20	4to	Texcoco	--	Estudia
Ent.13	M	19	4to	Texcoco	--	Estudia
Ent.14	H	21	4to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.15	H	21	6to	San Vicente	--	Estudiante
Ent.16	M	20	6to	Texcoco	--	Estudia
Ent.17	H	21	6to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.18	M	21	7mo	San Vicente	--	Estudiante
Ent.19	H	21	7mo	Ecatepec	California, EUA	Estudia y trabaja
Ent.20	H	21	6to	Texcoco	Texcoco	Estudiante
Ent.21	M	22	9no	Los Reyes	Texcoco	Estudiante
Ent.22	M	21	3er	Ixtapaluca	Los Reyes	Estudiante
Ent.23	M	21	7mo	San Vicente	CDMX	Estudiante
Ent.24	M	19	2do	Texcoco	--	Estudiante
Ent.25	H	18	1ero	Texcoco	CDMX	Estudia y trabaja
Ent.26	M	22	8vo	Texcoco	--	Estudiante
Ent.27	M	20	5to	San Vicente	CDMX	Estudiante
Ent.28	M	22	9no	Texcoco	--	Estudiante
Ent.29	M	19	3er	Ixtapaluca	Texcoco	Estudiante

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Una vez identificado el punto de saturación en la información, se obtuvo un relato autobiográfico que fue transcrito para crear un meta-texto. A dicho texto se le aplicó el análisis del discurso logrando formar “conjeturas” que de acuerdo con Conde (2010) permiten explicar el conjunto más amplio posible del mensaje de los entrevistados. Dichas conjeturas fueron elaboradas a partir de la repetitividad de los significados del viaje entre los estudiantes, las cuales fueron claramente identificables en los textos. Cabe señalar que los fragmentos que acompañan el siguiente análisis se han colocado sólo como una muestra ilustrativa de los discursos predominantes de la totalidad de los meta-textos transcritos.

#### 4. Resultados

El viaje turístico ha estado presente en la vida de los jóvenes, gran parte de los estudiantes entrevistados muestran que desde los primeros años de vida tuvieron experiencias de esta naturaleza, recordando así los viajes más significativos y representativos de su vida, especialmente los mencionados de índole familiar, viajes con amigos y por prácticas escolares. Dichos viajes muestran rasgos característicos de recreación, tiempo libre, preparación profesional y convivencia familiar que personifican a las sociedades occidentales actuales. De acuerdo a la investigación, en las narrativas de los jóvenes entrevistados con respecto a sus viajes se identificaron tres imaginarios de manera dominante: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y consigo mismo. Se describe cada uno a continuación.

##### 4.1. La unión familiar

Las familias de la zona metropolitana del Valle de México han sufrido transformaciones en su composición, estructura y formas de vida específicas, ya que los ciudadanos destinan gran parte de su tiempo para movilizarse en la ciudad y conseguir un crecimiento económico y alcanzar un desarrollo significativo para la familia. Los alumnos afirmaron que la familia es un factor importante que influye en ellos para realizar un viaje, ya que expresan gran apego por los integrantes parentales como lo son papás, hermanos, tíos, primos y/o abuelos, según sea el caso. Asimismo, resaltan la solvencia económica o el apoyo moral y psicológico que ellos les brindan para que puedan viajar.

Los viajes familiares durante la niñez fueron los mayormente recordados por el estudiante, refiriendo así experiencias utópicas de felicidad y armonía familiar, difíciles de alcanzar en su vida cotidiana, permitiéndoles sentir un acercamiento estrecho con su familia fuera del contexto sociocultural común y reconociéndolos como un constructo importante de su vida social. Los jóvenes expresaron que los viajes con la familia son los que tienen mayor sentido y significado para su vida, pues gracias a éstos se fortaleció la comunicación, el tiempo y la dedicación entre ellos, factores que en la vida diaria tienden a descuidarse por las diversas actividades a realizar como el trabajo, la escuela, los amigos y/o los tiempos de desplazamiento, incluyendo el traslado agotador por el tránsito vial y el estrés que representa la vida en la Ciudad de México y la zona metropolitana del Valle de México<sup>2</sup>.

Los viajes en familia otorgaron un tiempo para demostrar los sentimientos que existen entre ellos, como el cariño, respeto, amor y paciencia que se tienen, que no pueden ser expresados habitualmente: "*...fue el primer viaje que tuvimos toda la familia completa...en la plática todos expusieron sus disgustos y gustos (Ent. 20)*". El viaje representó entonces la oportunidad de poderse comunicar y armonizar:

---

<sup>2</sup> De acuerdo a Castellanos, García & Rosas (2013) los viajes metropolitanos ocupan de dos a cuatro horas del tiempo diario de los ciudadanos, lo que reduce el tiempo de convivencia entre las familias.



*"...antes del viaje había muchas peleas entre mis padres, y yo creo que fue muy bueno que hiciéramos ese viaje porque regresamos todos muy alegres, ya no había peleas en la casa y por eso me gustó mucho ese viaje porque como que nos unió a todos..." (Ent. 29)*

Al conversar sobre sus viajes significativos, algunos jóvenes con alegría y/o llanto pudieron vivificar emocionalmente los recuerdos de la convivencia que existió en viajes con familiares ahora fallecidos, expresando el aprendizaje sobre la valoración de las personas con las que conviven a diario.

*"...15 días antes de que mi mamá falleciera, mi tía tenía un viaje planeado a Acapulco...pero mi mamá ya estaba enferma, estaba bastante mal, ya no caminaba pero en ese viaje caminó muchísimo, comió todo lo que pudo..el doctor ya nos había dicho que no tenía caso que la cuidáramos..mi mamá se la pasó muy bien y a mí me gustó verla así feliz y contenta, fue muy recreativo para ella y se desinhibió un poco de lo que estaba pasando en su vida..." (Ent. 3)*

Por ello, algunos jóvenes mencionan el deseo de viajar con ánimo de hacer que sus familiares más cercanos como papá, mamá o abuelos los acompañen durante ese viaje, como una especie de compensación y agradecimiento por el apoyo que han recibido al permitirles dedicarse al estudio.

*"...me interesa mucho Dubai es como una meta a mediano plazo una vez que tenga un trabajo, salir con mis papás, sé que han dejado muchas cosas por darnos carrera a los tres, entonces sí, retribuirles algo de no sé ¡vámonos de viaje!..." (Ent. 11)*

Los jóvenes llevan en su mente el recuerdo de los viajes que han hecho con sus familiares desde su infancia y muy posiblemente lo mantengan alojado en su memoria hasta sus últimos años de vida por el valor y el significado que representa, por ello se dice que "la unión familiar" se ha quedado como parte de su imaginario turístico, pues el viaje configura una valiosa oportunidad de interacción familiar que en su vida cotidiana no se había concretado.

#### **4.2 El placer de la libertad**

Con base en el imaginario anteriormente descrito, cabe señalar que en los viajes familiares los jóvenes no pudieron experimentar mayor libertad, pues debían cumplir ciertas normas impuestas, como la hora de llegada, ayudar durante el viaje y gastar sólo en lo permitido por el padre o madre de familia, a diferencia de la sensación de libertad que algunos estudiantes refirieron cuando recordaron experiencias de viajes que realizaron solos, con compañeros de clase o con amigos, en los que lograron desinhibirse y actuar de forma distinta a la normal en su vida cotidiana, experimentando el consumo de sustancias tóxicas y el estremecimiento de expresar lo que piensan y sienten, con frecuencia, fortaleciendo la amistad y compañerismo producto de las experiencias de viaje compartidas.

*“...si yo hubiera llegado con mis papás sé que lo hubiera disfrutado pero no pudiera ser o desenvolverme de tantas cosas que encontré en el lugar. En Santa María Regla cómo que sentía la libertad de caminar y buscar alrededor, siento que si hubiera ido con mi familia no lo hubiera podido hacer...” (Ent. 24)*

No obstante, los jóvenes afirmaron que en un viaje sin acompañamiento familiar, aprenden a valorar la presencia, el apoyo y las comodidades que en su familia pueden encontrar, porque estar solos y fuera del hogar les hace responsabilizarse de sí mismos para satisfacer sus propias necesidades y a organizarse en términos de gastos, horarios y actividades.

En otro aspecto, los estudiantes expresaron que buscar el esparcimiento y la recreación es común en la vida juvenil. Dentro de las expectativas que los jóvenes tienen para realizar un viaje están la diversión, la aventura, el convivir, el solucionar problemas con sus compañeros y/o amigos, el conocerlos mejor y tener recuerdos sobre su juventud, estableciendo fuertes vínculos sociales. Por ello, los jóvenes buscan momentos y espacios para complacerse y vivir su juventud: *“...sí nos sentimos libres porque andábamos por todos lados y pues andábamos conociendo todo Guanajuato, nos íbamos de fiesta, de antro... y siempre lo voy a recordar” (Ent. 10).*

Por ello, la sensación de libertad está presente en los jóvenes al sentirse fuera de su cotidianidad, de las instituciones y de las normas sociales de su entorno, las cuáles, por cierto, dicen estar muy arraigadas en el contexto donde su vida normalmente se desenvuelve. En este sentido, los jóvenes buscan formas de relajarse, actuando incluso de manera desinhibida o emancipatoria, y, en ocasiones, extremando su comportamiento: *“...descubrí en algunos amigos preferencias sexuales que no conocía, que en cuestión del desastre, el ambiente y eso, pues sacaron ese otro yo... me hizo sacarme de onda y ya no verlos igual...” (Ent. 14).* En consecuencia, al retorno del viaje, el rompimiento de las normas morales ocasiona una mala reputación, bullying o chantaje entre los mismos jóvenes, marcándolos con “etiquetas”: “el borracho y el fiestero” (Ent. 25); “la que se fue con fulanito” (Ent. 26); “la que empezó a gritar y brincar como loca en la cama” (Ent. 24), etc., lo que estigmatiza a los jóvenes y da pie a otro tipo de problemas sociales, como la violencia psicológica y/o física.

El imaginario de “el placer de la libertad”, les permite atender otras esferas de su vida personal, experimentando una sensación de independencia y emancipación. Se aclara que los jóvenes estudiantes no viajan continuamente, solo cuando conjuntan una oportunidad económica y el tiempo para ello. Por lo regular lo hacen durante el transcurso del semestre por prácticas escolares o en vacaciones de verano e invierno, cuando su calendario escolar o estilo de vida lo permiten. Existen también otras razones por las que no viajan, por ejemplo, atender los negocios familiares, el cuidado de familiares enfermos y las responsabilidades religiosas o deportivas.

### 4.3 El encuentro con el mundo y con sí mismo

Este tercer y último imaginario se basa principalmente en la idea de que el viaje permite conocer el mundo y generar nuevas experiencias, incita la superación personal y provoca encuentros con otras culturas que refuerzan la identidad, lo que enmarca un imaginario referente a las fronteras culturales, económicas, profesionales y a un cúmulo de intereses personales. Para la juventud, las nuevas experiencias son altamente valoradas, pues se manifiesta el aprendizaje del individuo y la oportunidad de construir sus propios conceptos de la sociedad, buscando romper parámetros que marcaban a generaciones anteriores. Los jóvenes están ansiosos por atender novedosas vivencias que les permitan consolidarse como individuos dentro del mundo social, tomando sus propias decisiones, muchas veces basándose en diferentes doctrinas y filosofías para reconstruir su ser y fortalecer su alma, espíritu y cuerpo. El viaje turístico significa la oportunidad para materializarlo, pues el hecho de viajar implica ser más abierto y despojarse de los tabús que la sociedad les ha incrustado en su pensamiento, lo que les permite construir imaginarios entorno al deseo de mejorar su estilo de vida: *"...viajar como que te abre la mente de qué quieres hacer, a dónde quieres llegar y qué quieres tener..."* (Ent. 29).

Por tanto, el desplazamiento a otros lugares implica la renovación de sus ideas, la conexión con ellos mismos y la planeación de proyectos futuros, pues brotan emociones, decisiones, pensamientos, gustos o preferencias que no habían aparecido en la cotidianidad. De esta manera, los viajes son una oportunidad para valorar el tiempo consigo mismo, de focalizar su mente y reflexionar hacia donde desean encaminarse.

Desplazarse al extranjero es el sueño anhelado por los jóvenes, pues la mayoría de los entrevistados tiene deseos de conocer lugares como Alemania, España, Dubai, Francia, Italia, China y Grecia, entre otros, con el fin de conocer diferentes culturas, buscar alguna oportunidad de residencia ya sea laboral o para la continuación de sus estudios académicos, o simplemente tener fotos suyas en otros países y compartirlas en las redes sociales. Así también, para los jóvenes resulta importante viajar en su país de origen, ya sea por conocer más sobre su cultura y los antiguos sitios sagrados, por el sentimiento de orgullo y amor a la patria, o por el hecho de comparar su realidad con la de otros, pues reconocen que hay muchos sitios que aún desconocen de su propio país, además de que su situación económica o falta de tiempo libre, les limita a recorrerlo como desearían: *"...creo que primero debes de conocer tu país, tus raíces y después salir a conocer otros países porque te debes de sentir orgullosa de donde estás..."* (Ent. 4)

Conocer México les permite reconocer sus gustos y preferencias sobre los destinos turísticos, disfrutar de su patrimonio natural (playas, bosques, lagos), y experimentar diferentes emociones, sentimientos y aprendizajes a pesar de las crisis económicas personales o familiares por las que atraviesan, buscando economizar en sus gastos, viajando "sin lujos", con tal de trasladarse a un lugar soñado para enaltecer su condición cultural y sentir que rebasan sus límites sociales: *"...por los viajes he conocido y me hace una persona conocedora ..."* (Ent. 23). Además, les otorga un sentido de arraigo que les da o refuerza su identidad y se sienten con el derecho de mantener el

patrimonio histórico-cultural (tradiciones, costumbres, leyendas y monumentos) que sus antecesores les han enseñado a través de los años.

De esta forma, el contexto cotidiano de este grupo de estudiantes demuestra que están dispuestos a viajar a pesar del miedo ante la inseguridad del país o los elevados precios de algunos destinos turísticos, por ello *“el encuentro con el mundo y con sí mismo”* forma parte de los imaginarios de los jóvenes, pues están en una constante búsqueda de incrementar su acervo socio-cultural y su imagen, ya que el viaje es percibido como símbolo de éxito, plenitud y autorrealización, representa un medio para cambiar su estilo de vida y su manera de pensar y/o actuar.

## 5. Reflexiones finales

Los imaginarios de este grupo de jóvenes universitarios describe parte de la cultura en la que se encuentran sumergidos en la periferia metropolitana y cómo están construyendo intersubjetivamente su sentido sobre lo turístico. Se trata de un grupo agradecido por las diversas oportunidades que se les han dado, entre ellas el estudiar y el viajar, aunque están conscientes de las cuestiones económicas y políticas que los limitan. Así mismo, es una generación que se encuentra permanentemente informada y susceptible ante los cambios tecnológicos, económicos, políticos, sociales y ambientales que acontecen.

Los jóvenes revelaron unos imaginarios turísticos ligados al interés de la unión familiar y paradójicamente a una sensación de libertad, a abrir la mente hacia otras formas culturales y a conocer sus principios, sus estilos de vida y las normas impuestas socialmente, entre otros aspectos que solo este tipo de experiencias permiten distinguir. Los jóvenes consideran necesarios los viajes para su desarrollo, no solo de manera profesional sino también personal, pues afirman que el conocimiento se incrementa para todos los aspectos de su vida. Los imaginarios encontrados muestran la forma de pensar y el estilo de vida de los estudiantes mexiquenses que aún salvaguardan esquemas tradicionales heredados por la familia junto con ideas modernas de libertad, manifestando una perspectiva distinta a la ofrecida en las investigaciones de jóvenes de otros países.

A partir del estudio sobre este grupo se infiere que el viaje turístico se constituye como un código generacional que significa unión, libertad, superación y experiencias, ya que como refiere Durand (2000), los contenidos imaginarios de una sociedad se consolidan para que finalmente se racionalicen al perder su espontaneidad edificando filosofías, ideologías y codificaciones. Se reconoce que los resultados no son estrictamente representativos, limitante de esta investigación, sin embargo, se resaltan interesantes hallazgos para continuar investigaciones futuras sobre imaginarios turísticos de las juventudes no solo del país, sino en diferentes contextos y realidades socioculturales, realizando análisis multidisciplinarios para una mayor profundidad y explicación de los comportamientos, significados y sentidos del viaje como comenta Gravari y Graburn (2012), pues esta información puede fortalecer políticas públicas, planes y programas de viajes para jóvenes de acuerdo a sus intereses de vida.

### Fuentes consultadas

Amirou, R. (1995): *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Les Presses Universitaires de France, Paris.

Augé, M. (1998): *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Editorial Gedisa, Barcelona.

Bachelard, G. (2000): *La poética del espacio*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México.

Berthier, M. (2013): Cidade Turística e seus Imaginários: O Olhar da Imprensa Especializada. *Rosa dos Ventos* (5/3), pp. 439-450.

Binkhorst, E. (2008): Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Journal of Tourism Research*, (1/1), pp. 40-51.

Biz, A., Neves, A. & Bettoni, E. (2014): O comportamento dos consumidores turísticos no uso da telefonia móvel. *Caderno Virtual de Turismo* (14/1), pp. 34-48.

Cadavez, C. (2015): Imaginários turísticos no Estado Novo português. *Pasos* (13/5), pp. 1067-1077.

Castellanos, A., García, C. & Rosas, M. (2013): *La ciudad de los viajeros: travesías e imaginarios urbanos. México 1940 - 2000*. FCE, UAM/ Iztapalapa, México.

Castoriadis, C. (1983): *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. 2. Tusquets Editores, Barcelona.

Chateau, J. (1976): *Las fuentes de lo imaginario*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México,

Chronis, A. (2012): Between place and story: Gettysburg as tourism imaginary. *Annals of Tourism Research* (39/4), pp. 1797-1816.

Colín, I. (2013): Sociogénesis del conflicto: una interpretación desde la tradición oral y el imaginario turístico en la comunidad de Malinalco, Estado de México. *Espacios Públicos* (16/37), pp. 93-112.

Conde, F. (2010): *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Durand, G. (2000): *Lo imaginario*. Ediciones del Bronce, Barcelona.

Enríquez, J. & Robles, M. (2014): Imaginarios sociales acerca del turismo en Roses, Cataluña. *Teoría y praxis*, (15), pp. 138-162.

Fuentes, J. (2016): Imaginarios del turismo. Rebasando la perspectiva estereotipada. En López y Valverde (Coord.). *Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos*

*mágicos*. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Forsey, M. y Low, M, (2014): Beyond the production of tourism imaginaries: Student-travellers in Australia and their reception of media representations of their host nation. *Annals of Tourism Research*, (44), pp. 156-170.

García, M. (2015): Las significaciones imaginarias sociales de la violencia televisiva: una perspectiva infantil. Universidad Pedagógica Nacional, México.

Gravari, M. y Graburn, N. (2012): Imaginarios turísticos. *Via@ - revista internacional interdisciplinar de turismo*, (1), pp. 1-5.

Gomes, M. (2013): [Des][Re]Construcciones del imaginario social <mujer brasileña> en los discursos turísticos sobre Brasil en Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo* (22), pp. 216-234.

Goycoolea, R. (2008): Los imaginarios turísticos en la configuración urbana. *Urbano*, (11/18), pp. 7-15.

He, Z., Yang, L. & Guan, W. (2014): A day-to-day route choice model based on travellers' behavioural characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (138), pp. 738- 747.

Hiernaux, D. (2009): Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. En Mazón, T., Huete, R. & Mantecón, A. (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial* Icaria, Barcelona, pp. 109-125.

Hiernaux, D. (2015): *Turismo, sociedad y territorio*. Una lectura crítica. Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.

Korstanje, M. (2010): Conceptualizando el viaje como creación cognitiva en estudiantes de turismo de Buenos Aires. *Caderno Virtual de Turismo*, (10/1), pp. 95-111.

Lazzari, L., Mouliá, P., Fernández, M. Chiodi, J., Chelmicki, F., Chiodi, M. & Eriz, M. (2009): Preferencias del segmento joven en la elección de un destino turístico. *Cuadernos del CIMBAGE*, (11), pp. 59-84.

Lindón, A. (2008): El imaginario suburbano: los sueños diurnos y la reproducción socioespacial de la ciudad. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (65/64), pp. 39-62.

Lindón, A. & Hiernaux, D. (2012): *Geografías de lo imaginario*. Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana- IztaPalapa, Madrid.

López, L. & Valverde, V. (2016): Los imaginarios del turismo: el caso de los pueblos mágicos. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Matteucci, X. (2012): Un recuerdo que dura toda la vida: la importancia del turismo mundial para los jóvenes. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>.

Marinao, E., Torres, E. & Chasco, C. (2014): Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, (30), pp. 243–251.

Mazón, T. (2013): *Una mirada crítica a los gurús del turismo*. Editorial Club Universitario, Alicante.

Monterrubio, J. (2013): *Turismo no convencional, impactos socioculturales*. Editorial Trillas, México.

Monterrubio, J.; Mendoza, M. & Huitrón, T. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*, (24), pp. 41-65.

Olivares, E. (2009): México es importante destino de turismo sexual masculino: análisis. La Jornada. Sociedad y justicia (en línea) [Consultado: 25 noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/09/27/sociedad/033n1soc>

Orgaz, F. & López, T. (2015): Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA Journal* (5/1), pp. 43-52.

Ortega, U. (2012): Prólogo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>.

Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) (2012): La fuerza del turismo joven. Volumen 2 (en línea). [Consultado: 19 octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>

Osorio, M., Mongue, E., Serrano, R. & Cortés, I. (2017): Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *PASOS* (15/3), pp. 713-729.

Rifai, T. (2012): Prólogo. Prólogo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>.

Sánchez, V. & Santamaría, A. (2015): Sexo, sol y playa. El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán – México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (24/4), pp. 993-1013.

Zamudio, L. S. (2012): La arquitectura en los imaginarios turísticos. *RIPS*, (11/2), pp. 145-158.