

Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo ¹

Antonio Miguel Nogués Pedregal ⁱⁱ

Universitas Miguel Hernández (España)

Resumen: En el texto se transforma el proceso de conocimiento antropológico sobre turismo en el objeto de conocimiento mismo. Para ello se aborda de manera sintética una genealogía de la aparición del turismo como objeto de estudio fenoménico, expuesta en los tres momentos epistemológicos que se han dado en la relación entre antropología y turismo. En ésta se trasluce un progresivo abandono de los sistemas discretos y dialécticos de análisis, hacia modelos más contextuales en los que predomina la metáfora del continuo y la dialógica.

Palabras clave: Poder; Conocimiento; Epistemología; Antropología.

Abstract: This text transforms the process of anthropological knowledge on tourism in the object of comprehension itself. To achieve this, a genealogy of tourism as an phenomenological object of study is traced back along three epistemological momenta between anthropology and tourism. The analysis concludes that discrete and dialectical analyses has been progressively abandoned and substituted by contextual models where dialogics and the metaphor of continuum are present..

Keywords: Power; Knowledge; Epistemology; Anthropology

ⁱⁱ • Antonio Miguel Nogués Pedregal es antropólogo social y profesor titular de la Universidad Miguel Hernández de Elche (España). E-mail: amnogues@umh.es

Preambulo

En 1996 se publicó *Coping with tourists: european reactions to mass tourism*, un volumen coordinado por Jeremy Boissevain (1996) en el que se recogían algunas de las etnografías antropológicas que, a principios de los años noventa, comenzaban a estudiar cuestiones relacionadas con los procesos que inducía en Europa ese conjunto de prácticas sociales, culturales y económicas que, por abreviar, llamamos turismo. En el prefacio del libro su autor ya se sorprendía de que fuesen tan escasas las aportaciones antropológicas a la comprensión de este aspecto de la realidad social y cultural europea, y de que los estudios antropológicos publicados versasen principalmente sobre países del Tercer Mundo. Pese a los indudables avances teóricos y los exquisitos estudios de caso que venían ofreciendo disciplinas como la sociología, la geografía o la economía, la ortodoxia antropológica todavía contemplaba, y trataba, de manera casi marginal el estudio del turismo. Pareciera como si aquellos textos de Crick (1985 y 1995) donde se desvelaban las similitudes – fenomenológicas y epistemológicas – que se dan entre la manera de hacer antropología de muchos antropólogos y la manera de hacer turismo de muchos turistas, hubieran sacudido las raíces mismas de la disciplina y, en consecuencia, se hubiese reaccionado negando la factibilidad del estudio antropológico del turismo. De hecho, pese a que ya en la década de los treinta Robert Redfield describiera los cambios generados por la llegada de visitantes a las fiestas yucatecas (cf. en Nogués 2005), Valene Smith coordinase *Hosts and guests: the anthropology of tourism* (1977) o el Banco Mundial patrocinara en 1979 la celebración primero y la publicación después de un encuentro sobre la relevancia de las actividades turísticas para el desarrollo socio-económico de los países del Tercer Mundo (de Kadt, 1979), la antropología académica seguía oponiendo serias objeciones y consideraba al turismo un tema de estudio poco serio. Es probable que la frivolidad que para Borstin (1972) implicaba el turismo cuando lo calificó como *la apoteosis de lo pseudo* donde predomina la pasividad frente a la actividad, contagiara por simpatía a mu-

chos pensadores; por ejemplo a Lévi-Strauss que comenzó *Tristes Tropiques* diciendo que aunque detestaba a los viajes y a los viajeros, estaba dispuesto a contar la historia de sus expediciones (cit. en MacCannell 1976:9); o a Zygmunt Bauman, quien habla del “síndrome del turista” para denominar esas relaciones sociales caracterizadas por el desapego al lugar visitado y un comportamiento de apacentamiento (Franklin, 2003).

Muchos antropólogos se han preguntado las razones que tenía la academia para mantener esta posición. Dennison Nash (1981:461) señala cuatro posibles motivos: el disgusto de los antropólogos a ser identificados con turistas; entender que el turismo es un objeto lúdico y frívolo; ser un hecho moderno que no merece la atención antropológica, y no ser conscientes del peso socio-económico del turismo y sus consecuencias en las sociedades que estudiamos. Argumentos que dibujan una ortodoxia antropológica orgullosa de su *savoir faire*, su rectitud disciplinaria y su implicación ética con las sociedades que estudiaban.

Por el contrario, en 1977 Jeremy Boissevain desplazaba la responsabilidad hacia las carencias epistemológicas que evidenciaban los estudios antropológicos ya que “apenas podemos distinguir de manera convincente los efectos del turismo de aquellos causados por otras fuerzas contemporáneas de cambio social” (Boissevain, cit. en Crick, 1989: 335). Un argumento que, veremos más adelante, sigue vigente cuando se afirma que los estudios sobre turismo se encuentran en un fase pre-disciplinaria (Tribe, 1997), y que coloca a los antropólogos interesados en esta temática en la tesitura de discriminar los efectos inducidos por el turismo de los producidos más directamente por los medios de comunicación, la instalación de empresas o multinacionales, la emigración retornada, etc. Sin embargo, y aunque después vuelva sobre esto, debo señalar ahora que, aunque sólido y científico, este argumento sólo encuentra su sentido en una antropología preocupada por el estudio de los impactos, que está anclada en concepciones funcionalistas sobre qué es el trabajo de campo etnográfico y que sigue analizando las dinámicas globales desde el marco general de la teoría de la acultura-

ción. Algunos años después, Boissevain llega a la conclusión de que el rechazo tiene que ver, pienso, con el deseo de realizar trabajo de campo en comunidades rurales tradicionales, alejadas de emplazamientos turísticos y, por tanto generalmente aisladas. Y aún más, desde Malinowski los antropólogos han sido conocidos por ignorar a los dueños de plantaciones, a los misioneros, a los oficiales coloniales que actuaban en las comunidades que ellos describían. Se consideraba que interferían las costumbres tradicionales que los antropólogos estudiaban. ¿Deben ser los turistas incluidos en esta lista?” (1986:1).

Con la expansión del turismo y el cuestionamiento de la autoridad etnográfica, son muchos los antropólogos que se preguntan si hacen antropología o turismo cuando admiten sin reservas que “durante toda la temporada que estuve en Africa quizá pasé un uno por ciento del tiempo haciendo lo que iba a hacer” (Barley 1991:125); o bien son directamente etiquetados como turistas por los nativos; como le ocurrió al antropólogo norteamericano Stanley Brandes, cuando se encontraba en plena Semana Santa en Sevilla, en un contexto donde la significación se produce a través de la mediación del espacio turístico (fotografía 1).



Fotografía 1. ¿Haciendo turismo o trabajo de campo en la Semana Santa andaluza? Fuente: Rodríguez Aparicio. El País, 20 de marzo de 1994

Afortunadamente hoy se puede escribir

sobre esto en pasado pues, a la producción científica me remito, el turismo y el ocio se consolidan en la actualidad como legítimos campos de estudio científico, gracias a las sustanciosas líneas de financiación y a la capacidad teórica que demuestran. Aunque todavía, cuando escribo estas líneas, no es imposible encontrar etnógrafos que, para subrayar cuán alejados de nuestro mundo realizan su trabajo de campo, señalan como un signo de distinción antropológica que durante su estancia en tal o cual recóndito lugar del Planeta *sólo se habrían encontrado con un par de turistas*. Toda una demostración, por otra parte, de que el turismo se ha convertido en el referente obligado para comprender mejor los procesos globales. Por qué entonces pese a la tozudez etnográfica se ha mantenido, si no una oposición frontal a los acercamientos antropológicos al turismo, sí la misma actitud de casualidad que ya reconociera Nuñez cuando se encontró con el turismo en Cajititlán (Jalisco) a principios de los sesenta (1978:207). Este artículo indaga sobre esto, esbozando una genealogía de las formas discursivas que han dado forma a la relación entre la antropología y el turismo.

Introducción

Sostiene Foucault que el poder produce conocimiento. Esta afirmación permite enfocar desde otra perspectiva la relación entre las ciencias sociales y humanidades, en general, y la antropología en particular, y ese conjunto de actividades (especialmente de transporte, alojamiento y entretenimiento) que hace que unos determinados grupos de personas puedan pasar una temporada de descanso en lugares alejados del habitual, así como lo que esas personas hacen en dichos lugares y que, por comodidad, llamamos con el genérico término de ‘turismo’. Desde este marco teórico es oportuno mirar los resultados obtenidos y preguntar por qué se habría de continuar estudiando eso que llamamos turismo. Una cuestión que, de acuerdo con esa primacía de la razón técnica contra la que piensa Habermas, se podría formular incluso de manera mucho más instrumental y directa: ¿para qué querrían las ciencias sociales y humanas estudiar el turismo? El presente texto parte de un planteamiento que trans-

forma el proceso de conocimiento antropológico sobre turismo, en el objeto de conocimiento mismo. Para ello se aborda de manera sintética una genealogía de la aparición del turismo como objeto de estudio fenoménico, expuesta en los tres momentos epistemológicos que se han dado en la relación entre antropología y turismo. En ésta se trasluce un progresivo abandono de los sistemas discretos y dialécticos de análisis, hacia modelos más contextuales en los que predomina la metáfora del continuo y la dialógica.

Desde mediados de los años noventa del pasado siglo, los estudios sobre los procesos turísticos realizados desde las ciencias sociales y humanas han experimentado un indudable auge en todo el mundo. Son cientos las revistas, libros, congresos, seminarios y artículos científicos que los abordan desde diversas perspectivas, disciplinas y en distintas facetas. Observaciones de aspectos puntuales, detalladas descripciones del desarrollo de la industria turística, y trabajos que presentan atractivas vistas generales y nuevos enfoques teóricos, apremian a los investigadores desde un inabarcable número de textos especializados.

Algunos análisis bibliométricos basados en los resúmenes indexados de las revistas especializadas, y desde posiciones constructivistas (Tribe, 2006), concluyen que el uso que se hace de la literatura produce un conocimiento parcial y fracturado que impide la consolidación de un corpus teórico *válido*. Una situación que se agrava, añadido, por la inmediatez y precipitación en la escritura a la que obliga la aceptación de la lógica de producción capitalista en el ámbito de la creación intelectual universitaria. Una conjunción que deviene en una falta de capacidad teórica (Franklin y Crang, 2001) y en el desaprovechamiento de los esfuerzos individuales realizados en el marco de grupos de investigación periféricos (Leengkeek y Swain, 2006). Una difícil situación que ha llevado a algunos autores a abogar por un movimiento post-disciplinario dirigido a la producción de conocimiento en los estudios turísticos (Coles *et al.*, 2005).

La situación de los estudios sobre turismo en España no difiere de lo esbozado por los autores anglosajones, si bien, en una perspectiva histórica, presenta algunas

características distintivas: *Spain is different*. Quizás la principal, y la que invita más a reflexión, sea que pese a la importancia que la industria turística ha jugado en el equilibrio de la balanza comercial durante décadas, las disciplinas científico-humanistas se han acercado poco a su estudio (Mazón, 2001:37-45). No en vano, cuando se traza en España la genealogía que nos lleva desde aquellos primeros trabajos que hoy se consideran *clásicos* (Costa-Pau, 1966; Gaviria, 1974; Mandly, 1977 y 1983; Jurdao, 1979; Estivill, 1979) hasta los textos más recientes (Nogués, 2003; Santana y Prats, 2005; o el monográfico de *Archipiélago: cuadernos de crítica de la cultura*, nº 68, 2005), se observa que la relación entre la teoría y las actuaciones sobre el terreno ha estado marcada por todo lo que, en el plano de la producción del conocimiento, llega a engendrar la ignorancia: en especial la imprudencia y el desinterés.

Son muchas las muestras de esta incoherencia que, sin hacer arqueología, cumplen cualquiera de estas *virtudes*. La explotación urbanística indiscriminada, por ejemplo, comprende situaciones tan mediáticas como Marbella (Málaga), tan evidentes como Carboneras (Almería), tan impactantes como los perfiles de las Rías Baixas (Pontevedra), tan sangrantes como la tala de pinares en Ávila, o tan insalubres como colmatar la Laguna de Calpe (Alicante). Desgraciadamente estas no son sino una exclusiva selección entre los incontables casos de 'neo-colonialismo del espacio de calidad', por recurrir una vez más a la siempre acertada expresión de Gaviria (1974), que corrobora las nefandas consecuencias de la ausencia de planificación y la *independencia de criterio* que han mostrado muchas administraciones respecto a los estudios científicos. Ejemplos a los que habría que añadir las adaptaciones del calendario ritual al ciclo productivo que marca la llegada de visitantes; la 'puesta en valor' de elementos culturales nuevos y publicitados como tradicionales; el establecimiento *ad hoc* de *tecno*-comunidades de municipios para la gestión de líneas específicas de financiación que fomenten el turismo rural; la institucionalización y espectacularización de festividades y celebraciones locales; el trazado de rutas, caminos e itinerarios turísticos que fracturan los

territorios y re-crean pasados míticos, etc. En definitiva, un sinnúmero de actuaciones que, impulsadas por los sectores privados unas, o amparadas por instituciones y organismos públicos otras, no han atendido a la continuidad en la producción de sentido cultural como amalgama necesaria que estructura la dinámica social. Un imprudente tecnotropismo² que, en el mejor de los casos, ha resignificado lugares en territorios turísticos y, en el peor, ha vaciado de sentido las bases sociales y culturales que fundamentan la convivencia entre los grupos humanos y, como demuestra Zarkia (1996), sustituido las reglas de la hospitalidad y sociabilidad tradicionales por las leyes que rigen el intercambio de mercado.

Sin embargo, esta falta de colaboración entre las actuaciones privadas o públicas y los científicos (reconvertidos por obra y gracia de ese mismo tecnotropismo en *expertos*), no puede achacarse sólo a la imprudencia de los promotores. También ha desempeñado un papel importante el desinterés que muchos universitarios, investidos de una mal entendida intelectualidad, han mostrado por todo lo relacionado con el turismo. La ligereza con la que Boorstin (1972), Turner y Ash (1975) o MacCannell (1976) calificaron al turismo como pseudo-realidad, invasor o inauténtico, contagió a muchos antropólogos que, alejados del espíritu crítico, utilizaron categorías similares para desprestigiar los resultados obtenidos tras investigaciones de campo mucho más serias. Este curioso paralogismo provocó no sólo que se extendiera la costumbre de desacreditar los textos --cuando no a los propios autores--, sino que se retrasase la comprensión antropológica de las dinámicas locales que por entonces iban conformando los nacientes entornos turísticos.

En líneas generales se puede decir que se ha perdido demasiado tiempo en disquisiciones sobre las bondades y maldades del turismo, pues muchos esfuerzos intentaron dilucidar si las prácticas turísticas preservaban o destruían lo que tocaban, sin llegar a ninguna conclusión. De entrada era una tarea imposible, toda vez que la dinámica global impuesta por la ideología del desarrollo ya hacía entonces que, en muchos casos, la nueva lógica fuese incorporada, en forma de deseabilidad, antes de la llegada del primer turista, como muestra el docu-

mental de Christian Lallier (2001) sobre una aldea de las áridas mesetas del Sahel, en Burkina Faso.

Por esto, y aunque hoy sean pocos los que cuestionan la viabilidad y el acierto de los acercamientos antropológicos a los procesos sociales y culturales en contextos turísticos, resulta atractivo intentar una genealogía de tan azarosa relación a partir de la manera en la que la antropología ha mirado, y mira, al turismo. Desde una posición dialógica apunto tres momentos epistemológicos producidos por el juego de fuerzas e intereses socio-políticos que se da en los entornos turísticos, entre (1) las condiciones macro-sociales impuestas por (a) la industria turística (empresas nacionales y/o corporaciones transnacionales con prácticas potencialmente de carácter neo-colonial), y por (b) la presencia simbólica de los dispositivos de dominación ideológica, que condicionan lo deseable, e institucional que condicionan lo factible (gobiernos, ayuntamientos, medios de comunicación, asociaciones de empresarios, etc.); y (2) las posibilidades habilitadas desde lo micro-social que se plasman en las prácticas de los distintos grupos humanos que conviven en el mismo entorno turístico (la pluralidad de la sociedad 'nativa', junto a, por ejemplo, la complejidad de los 'residentes extranjeros' y la diversidad de los 'inmigrantes laborales')

En conjunto, estos tres momentos dejan entrever un desplazamiento de la centralidad de los análisis de lo discreto hacia una preocupación por el continuo, lo que se plasma en un progresivo abandono de los enfoques sistémicos con dinámica dialéctica, hacia metáforas topológicas en las que predomina el proceso y la dialógica. Un desplazamiento relacionado no con el carácter ideográfico o nomotético del enfoque antropológico, sino con la manera en la que se definen las categorías para el razonamiento científico. Durante el momento A la antropología se habría acercado al turismo, paradójicamente, como un fenómeno casi aislado de los procesos globales y, en consecuencia, habría sido considerado como un agente externo que aterrizaba en los territorios casi sin invitación, lo que centró el foco de los estudios de campo sobre los impactos y las consecuencias socio-culturales. La expansión del turismo a todos los rincones del Planeta en modalidades tan diver-

sas (rural, deportivo, cultural, religioso...) como exóticas (aventura, mochilero, sexual, safari...), la generalización de las rutas más extravagantes y la popularización de las guías más detalladas, evidenciaron la necesidad de prestar atención a cuestiones relacionadas con el desarrollo y la 'puesta en valor' de los recursos endógenos: con especial atención a la cultura. Este proceso, marcado por la sumisión del conocimiento científico a los criterios de eficiencia (Lyotard, 1979), constituiría un momento *B* en el que la antropología se preocupa por su aplicabilidad técnica, también, al campo del turismo. El momento *C* sería el de la transdisciplinariedad. El desdibujado de la diferencia espacio-temporal entre nativos y turistas, la llegada de nuevos actores a los lugares (p.ej. residentes 'extranjeros', inmigrantes 'laborales', o estudiantes *erasmus*), las nuevas modalidades turísticas de difícil encuadramiento, o la aparición de aerolíneas de bajo coste, hacen que los estudios sobre turismo se alejen de la construcción fenoménica, en favor de una visión más contextual del turismo que retoma, al mismo tiempo, la centralidad de la cultura como objeto distintivo del conocimiento antropológico.

El turismo como 'fenómeno': el estudio de los impactos

Si consideramos que las palabras adquieren y perpetúan su sentido a través del uso que se hace de ellas, y que éstas son a su vez las que determinan las situaciones del habla, hemos de convenir que el término 'fenómeno' tal como ha sido empleado en la historia del pensamiento, y se emplea en la actualidad, resulta sumamente equívoco. Si para unos el fenómeno encubre la realidad, para otros es, sin embargo, la realidad última y, para una amplia mayoría, aquello a través de lo que se manifiesta la realidad. Para Kant el fenómeno se convierte en objeto de la experiencia y, tanto los objetos como las características que les atribuimos, son considerados como algo dado realmente. Planteamiento que, dejando a un lado las consideraciones sobre el papel que desempeña la conciencia intencional es, de hecho, el que predomina en el pensamiento científico.

Plantear entonces que el turismo deber-

ía comenzar a ser abordado como algo distinto a un fenómeno provoca, en la mayoría de los casos y cuando menos, un fruncimiento de cejas. Pupilo de Redfield, Nuñez sugirió que el turismo se debía estudiar y comprender dentro del marco general de la teoría de la aculturación (1963:347) y, por tanto, debía ser concebido como fenómeno a estudiar. Sin embargo, en estos casi ochenta años de estudios sobre la presencia de turistas en tantos lugares del Planeta, hemos aprendido que eso que llamamos 'turismo' no es sino un complejo entramado de procesos socio-económicos que van desde la construcción imaginaria de los destinos como lugares de recreo y esparcimiento, hasta las prácticas de implantación neocolonial de la industria turística, pasando por el cambio en la estructura de la propiedad del suelo y de los recursos locales, la transformación radical de los territorios, de las formas de estratificación social, del mercado y de los modos de trabajo, o de la distribución de la renta. Un complejo entramado que es, a la vez, un campo donde se intercambian distintos tipos de capital y se altera su composición, distribución y volumen, y una arena político-económica donde dirimen sus diferencias grupos de poder, facciones, partidos e intereses contrapuestos. Un todo complejo, con multitud de facetas y dinámicas distintas al que, sea por comodidad o por la fortísima influencia de otras ciencias sociales, seguimos refiriéndonos y tratando como si fuera un solo fenómeno: el turismo.

La manejabilidad conceptual y la facilidad textual que permite el empleo de un solo término, que además proviene del lenguaje común donde tiene un significado muy definido y unas connotaciones claras, es una trampa lingüística que limita las posibilidades que ofrece la antropología. Si, por el contrario, se insertaran estos análisis en el corpus teórico de la disciplina, manteniendo la centralidad del estudio de la cultura y abordando, por ejemplo, cómo las prácticas concretas adquieren significado a través de las deseabilidades que produce la ideología del desarrollo en la versión de la industria turística, entonces podríamos avanzar algo más en la comprensión del conjunto. Son demasiados los trabajos etnográficos que todavía siguen en este momento *A*, y recurren a planteamientos, es-

quemas y nomenclaturas que siguen la lógica funcional-estructuralista, y sitúan la dinámica del turismo como un elemento externo a las sociedades donde recalán los turistas. Baste señalar que la propia utilización del término ‘destinos’ —e incluso aquel otro de ‘sociedades receptoras’— entiende los entornos turísticos como elementos subordinados a una acción turística que se produce de forma independiente a miles de kilómetros.

Resulta comprensible que, al principio, la antropología se centrara en la comprensión de los procesos sociales y culturales desencadenados a partir de la relación siempre asimétrica entre ‘anfitriones’ y ‘huéspedes’ (mercantilización, aculturación, transformación de lugares y creación de paisajes, neo-colonialismo y dependencia, construcción de no-lugares, producción de patrimonio, artesanías y gastronomía, invenciones culturales, cambios en el espacio social y en los modos de estratificación...)³. Esta construcción de los destinos *sólo* como periferias de placer reduce, no obstante, la comprensión de la propia dinámica a la interacción comercial que se establece exclusivamente dentro del binomio ‘nativo-visitante’, y la analiza según los principios de la lógica mercantil, explicando, en último extremo, los procesos sociales y culturales en términos de resistencia *ante* o como asunción *de* lo impuesto (vía dominio, imposición o manipulación).

Esta falsa dualidad transmite, a su vez, la ilusión de una homogeneidad social interna a ambos grupos y en la interrelación entre ambos, lo que disipa del análisis el componente de tensión y conflicto internos que constituye la naturaleza de cualquier relación social (Nogués, 1996), o favorece el mantenimiento de los estereotipos sobre los que se sustentan tantas tipologías de turistas. Una particular relación epistemológica con el turismo que explica el predominio y pervivencia en las ciencias sociales de modelos estáticos (Meethan, 2003), como son los extendidos esquemas de Mathieson y Wall (1982) o Jafari (1988), la semiótica de MacCannell (1976), el esencialismo de Greenwood (1977) en su explicación de la mercantilización de las manifestaciones culturales, o el irritante empleo del índice de Doxey (1975, cit. Mathieson y Wall, 1982:138-139) como modelo de análisis

para explicar las dinámicas sociales que se producen en entornos turísticos.

Esta mutua exterioridad con la que la antropología mira a las sociedades generadoras de turistas y a las sociedades receptoras, hace que muchos investigadores sigan, por ejemplo, enrevesados en cuestiones de definición de las categorías discretas de análisis o de metodología. Lo que lleva a autores como Tribe (1997), Ateljevic *et al.* (2005) y Coles *et al.* (2005) a argüir que los estudios sobre turismo se encuentran en una fase pre-disciplinaria caracterizada por los desacuerdos en los fundamentos, marcada por la multiplicidad de enfoques, y por el conocimiento puntual y casual.

El binomio turismo y desarrollo: de la cultura al patrimonio⁴

En la I Reunión de Antropólogos Españoles (Sevilla 1974) ya se abogó por una ‘colaboración de los antropólogos en la planificación de los planes de desarrollo económico y social, de colonización, de emigración y de turismo’ (Jiménez, 1975:39). No ha sido, sin embargo, hasta que se ha entrado en esta fase actual de capitalismo, en la que la posibilidad de existencia de las disciplinas académicas se rige por su valor de cambio en el mundo de las mercancías y, sobre todo, desde que la UNESCO declarase al periodo 1988-1997 como la “década del desarrollo cultural”, cuando se ha dado el acercamiento efectivo entre la antropología y los promotores de actuaciones turísticas. Acercamiento que, según Burns, ratifica esa propensión hacia los estudios aplicados que mostraban los enfoques antropológicos sobre el turismo (1999:81).

La introducción de cierta modalidad de cultura como elemento clave para el desarrollo humano, unida a la preocupación de la UE por la terciarización de la economía y su concreción en la teoría de los *nuevos yacimientos de empleo*, y al desarrollo de la industria cultural (Comisión Europea, 1998), llevó a la Organización Mundial del Turismo (OMT) a interesarse también por las nuevas posibilidades que ofrecía ‘la cultura’. En varias reuniones internacionales se abordaron las potencialidades del denominado ‘turismo cultural’: la conferencia de abril de 1999 celebrada en Uzbekistán trató los posibles beneficios para la preservación

del patrimonio cultural que derivarían de las enormes reservas de este tipo de demanda turística. En 2001 la OMT publicó *Cultural heritage and tourism development* y, en febrero de 2006, tuvo lugar en Yakarta un encuentro sobre turismo cultural y comunidades locales.

La conjunción entre la preocupación por 'la cultura' de la industria turística y la aparente situación de estancamiento teórico y reiteración temática alcanzada por los acercamientos antropológicos al tema, deriva en un alejamiento de la rigidez disciplinaria y, justamente, en un acercamiento entre los científicos y los promotores de actuaciones turísticas, lo que caracteriza al momento *B*. Esta colaboración, imprescindible por otra parte en una economía terciarizada, se materializa en la espectacular proliferación de proyectos y 'expertos' que, a través de la 'puesta en valor' de los llamados 'recursos culturales', buscan diversificar el producto turístico, segmentar adecuadamente el mercado y diferenciar los destinos, distinguiéndolos según sus particularidades.

Así, bajo una particular definición tecnológica de sostenibilidad, que ya habría transformado la naturaleza en medioambiente, durante este momento *B* se acomete la selección de unos elementos culturales para su mutación en recursos administrables. Surge así el patrimonio cultural como "producto metacultural" (García García, 1998). Un patrimonio cultural que en su exposición pública obvia, o quizás olvide, las circunstancias históricas que lo produjeron (Abram, 1996), y reduce el interés emancipatorio, que para Habermas debe pretender todo conocimiento, al interés técnico por la gestión y el control de los medios. Un patrimonio cultural que, recurriendo a Eduardo Galeano, ha pasado de ser propiedad de "aquellos que no tienen arte sino artesanía", a ser objeto para el consumo conspicuo durante el tiempo de ocio, y un campo para el intercambio de capital económico entre 'expertos'.

Este modo de poner en valor el patrimonio, conforme las insaciables exigencias de la demanda turística provocada se vuelven más exclusivas, fractura la continuidad en la producción de sentido cultural y difumina los propios bordes de la idea de patrimonio, que quizás fuera discreta. Cuando

en contextos turísticos se utiliza este término, puede hacer referencia a cualquier elemento que, por peregrino que sea, sirva a los intereses locales. Estos, además, y de acuerdo con el proceso de conversión de los lugares a través del espacio turístico (Nogués, 2006), son cada vez más difíciles de distinguir de los intereses particulares y concretos de la industria turística. El ejemplo más clarificador del amplio uso que se hace del 'patrimonio' en contextos turísticos, son los apelativos de las innumerables rutas que, alejados de cualquier conexión con la memoria del lugar y recurriendo sólo al poder evocador o a la capacidad descriptiva de las palabras elegidas, perfilan los nuevos territorios turísticos: ruta del sol y del aguacate, ruta del gótico-mudéjar, ruta de Washington Irving, etc.

El tecnotropismo incide directamente sobre esa antropología que aborda principalmente los aspectos empresariales o, al menos, aquellos que resultan más *aplicables* para la industria del turismo según su particular versión de sostenibilidad (Hughes en Tribe, 2006: 367). Esto no facilita precisamente el pensamiento crítico (que no negativo) que caracteriza a la disciplina, puesto que *olvida* demasiadas realidades socio-políticas y privilegia determinadas *historias*; lo que, a su vez, favorece el mantenimiento actual del estado de cosas. De mantener esta línea de sostenibilidad turística en torno a la puesta en valor de la cultura, habrá que reconocer lo que, con la lucidez de siempre, razona García Calvo sobre por qué las pirámides de Egipto sí necesitan que vayamos a verlas: "Para ser reales, y mantenerse bien reales, es preciso mover capital, amigos míos: pues el dinero es la realidad de las realidades; y las cosas que no hayan logrado convertirse en dinero de uno u otro modo, ya pueden presumir de estar vivas y misteriosas, que habrán perdido la ocasión de realizarse realmente y quedarán condenadas a la inexistencia" (2005:29-30).

Momento *C*: ante la evidencia de lo *trans*-

Son muchos los autores que han profundizado en este modo de gestionar el proceso histórico que llamamos 'globalización', y todos vienen a coincidir en algunos aspectos esenciales: las nuevas tecnologías de la

comunicación comprimen las coordenadas espacio-temporales, la internacionalización de la producción y de los intercambios separan la 'economía' de la 'sociedad' y relegan el papel del Estado a un segundo plano, y el aumento de las desigualdades socio-económicas y la *democratización* de los transportes provocan y facilitan importantes movimientos de población. La convergencia entre los nuevos usos del espacio-tiempo, la desaparición de la sociedad como sistema portador de sentido, y la permeabilidad de las fronteras geo-políticas, deriva en una obligada interculturalidad que exige una modificación radical de la manera en la que las ciencias sociales se acercan a comprender, entre otras cosas, este complejo de actividades y prácticas que, insisto, por comodidad, reducimos al solo término de turismo.

La descomposición de las categorías tradicionales de análisis de la vida social, impone el paso de un lenguaje *social* a un lenguaje *cultural* en el que podamos encontrar la fuente que nos haga científicamente inteligible nuestro entorno. En el contexto actual de 'desocialización' y de vacío político, se hace necesario un giro hacia un paradigma en el que predomine *lo cultural*, como argumenta Touraine (2005), por la aparición de un sujeto consciente de sí que se afirma luchando contra lo que le aliena e impide su propia construcción, y por la constitución sobre una base cultural de 'comunidades' que exigen sus propios derechos. La conjunción de ambos procesos propicia que en los entornos turísticos aparezcan individuos (inmigrantes que *buscan* trabajo en el sector turístico, emprendedores que *buscan* nuevos territorios donde abrir un negocio, o residentes que *buscan* un lugar de calidad para su jubilación, entre otros) que van conformando nuevos grupos sociales que, a su vez, difuminan los conocidos (*temporeros*, residentes, vecinos, turistas, *veraneantes*, o visitantes).

En esta línea, quizás fuera en el libro coordinado por Boissevain (1996), donde por primera vez se mostrara etnográficamente que el empleo de conceptos tales como 'anfitriones' o 'huéspedes' reducía la multiplicidad socio-cultural y el juego de interacciones que se desenvuelve en los entornos turísticos. Especialmente en la actualidad, cuando muchas de esas llama-

das 'sociedades receptoras' son también 'sociedades generadoras' de turistas, y las actividades turísticas se encuentran tan consolidadas que los turistas no sólo no *impactan*, sino que su afluencia estacional es parte constitutiva de ellas. Puijk (1996) en Noruega y Abram (1996) en Francia inciden sobre este aspecto cuando describen las reacciones entre los pescadores que vienen para la temporada del bacalao y los turistas en Henningsvær, o como en una aldea del departamento del Cantal, los descendientes de emigrantes que visitan la zona no son denominados turistas por los vecinos. O en la Costa Blanca, donde al principio se veía a los inmigrantes europeos como turistas y no como vecinos, y cuya prolongada permanencia incide directamente en la transformación social, cultural, económica y política de los pueblos donde residen (Aledo, 2005; Giner, 2007). De hecho el estudio del continuo que forman los inmigrantes y los turistas europeos en el Mediterráneo, se aborda como una expresión más de los movimientos transnacionales que caracterizan la modernidad (Urry, 2000:26-32).

En el plano etnográfico, este quiebro en la validez del pensamiento discreto, afecta a la propia observación y organización del trabajo de campo. En el proceso que lleva desde la 'plaza del mercado' –en torno a la que fue creciendo la ciudad–, hasta la 'gran superficie' situada en las afueras, pasando por el *super*-mercado y el *hiper*-mercado, se han actualizado los lugares de encuentro y las pautas de consumo en los países ricos. Así a partir de un gran grupo de distribución mayorista de bienes de consumo (p.ej. Carrefour) que funciona como 'locomotora', se construyen unos centros comerciales en los que se instalan las tiendas más populares de grupos de fabricación y distribución textil (p.ej. Inditex: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Oysho), franquicias del sector de la 'casual food' (p.ej. Pans&Company), grandes distribuidores y exhibidores cinematográficos (p.ej. Filmax) y proveedores de telefonía móvil, junto a comercios y restaurantes con cierto sabor *local*.

La proliferación en las ciudades de esta fórmula comercial, verdadera catedral para la socialización del esparcimiento, la recreación y el consumo, unida a la reactivación económica de los cascos históricos –

resignificados como 'centros comerciales abiertos', y la publicidad de lo habitual como 'actividad de ocio' (pasear, salir de compras, excursiones, montar en *bici*, etc.), dificultan una clara identificación y distinción de las prácticas turísticas de las recreativas. Si bien el recurso a conceptos como 'recreación', 'ocio' o 'tiempo libre', que resultan para la antropología etnocéntricos al tiempo que difusos, perpetúa la centralidad teórica de unas determinadas disciplinas académicas en los nuevos ámbitos de estudio (ocio, turismo, consumo, movimientos de población,...), sus perspectivas enriquecen el estudio de *temas* más antropológicos. Por ejemplo, la identificación actual de la fiesta como tiempo de descanso, aunque ha despintado el sentido ecológico-cultural del tiempo de fiesta, lo ha actualizado como marcador de los nuevos ritmos económico-culturales expresados en fines de semana, puentes y vacaciones (Nogués, 2005).

Por otra parte, la diversificación del consumo que se observa en los entornos turísticos en forma de restaurantes étnicos y tiendas de artesanías varias, localiza lo global y, en cierto modo, se contrapone a una sociedad 'hiperindustrial' que muestra una tendencia a los comportamientos gregarios y a una pérdida generalizada de la conciencia individual (Stiegler, 2004). Esta diversificación, motivada por el resurgimiento de la tradición, por el deseo de salvar una cultura, o simplemente como estrategia de venta, repercute en la relación entre las prácticas turísticas, las versiones más materiales y concretas de cultura, y los acercamientos científico-sociales a su estudio. La vinculación que se evidencia, por ejemplo, en el uso que se da en los entornos turísticos a la cultura, el patrimonio, la gastronomía o la artesanía, es tan estrecha que algunos autores encuentran dificultades a la hora de establecer una clara frontera entre turismo y cultura (Rojek y Urry, 1997:3; Richards, 2001). Otro ejemplo más que demuestra que el estudio del turismo, en tanto que conjunto de prácticas socio-históricas que produce espacios materiales e inmateriales (Chadefaud, 1987), no es reducible al análisis de unos parámetros econométricos concretos, y subraya la necesidad de estudiar la generación del espacio turístico como portador de sentido, en

términos de producción y de interpretación.

Este giro de lo fenoménico hacia *lo* cultural caracteriza al momento *C*, y está llevando a muchos autores, desde perspectivas distintas y enfatizando unos aspectos u otros, a preocuparse más por el estudio de la cultura en contextos turísticos que por el estudio de ese complejo que denominamos turismo.

Conclusiones

La realidad global hace que los problemas actuales de la investigación científica sean ya, casi por defecto, transdisciplinares en su naturaleza (Hällstrom en Coles *et al.*, 2005:1), y requieran, por tanto, de nuevas metáforas que permitan una visión dialógica y continua de los acontecimientos y los procesos. En estas páginas se esbozan los tres momentos epistemológicos, consecutivos en su origen pero simultáneos ahora, que han marcado la relación entre la antropología y el estudio del turismo. Una secuencia que traza el desplazamiento en el plano teórico hacia lo continuo, y en el plano del contenido, hacia *lo* cultural como conjunto de prácticas que dan sentido a y adquieren sentido en la vida en grupo.

La aproximación fenoménica sobre los impactos del turismo, característica del momento *A*, impidió que los acercamientos críticos desvelasen los mecanismos por los que cierta modalidad de desarrollo abocaba a la explotación extensiva de los territorios y de las culturas que los habitan. Situación que derivó en el momento *B*, durante el cual, y por necesidad del propio orden de cosas, se consolidó una comunión entre algunos científicos y los promotores de la actividad turística, que se concretaría en el auge de los estudios sobre los usos del patrimonio cultural y el desarrollo sostenible a través del turismo. Sin embargo, las movi- lidades transnacionales han debilitado las categorías de encuadramiento de la realidad y, por tanto, también las analíticas. Esto hace muy difícil que, en el momento *C*, se pueda seguir pensando el fenómeno del turismo, al menos tal como se conoce en los países ricos, como lo hemos venido haciendo mediante modelos funcionales. Sólo la renovación de nuestras ideas puede hacer que el estudio científico-social

del turismo salga del autismo teórico y etnográfico en el que se encuentra inmerso.

La antropología, gracias a su perspectiva holística y comparativa, al tratamiento que hace de los procesos socio-culturales, y a la toma en consideración de las diversas conciencias intencionales que intervienen en la relación intercultural que se da en contextos turísticos, puede ayudar a encarar esta oposición que se da entre lo sensible y lo inteligible. Solventando así, aunque sea a título anecdótico, la pregunta que se hacía Pearce hace veinticinco años de por qué no existe correspondencia entre la dificultad que tienen los investigadores al tratar de definir un término tal como turista, y la claridad de esa imagen en el uso cotidiano (1982:33). Y es que las adjetivaciones que realiza del turismo la propia industria (de congresos, de golf, rural, deportivo, *so-lyplaya...*), aunque vengan a ratificar la propia desaparición del fenómeno, no pueden convertirse en las máscaras que ocultan a los ojos de los investigadores los elementos que constituyen ese complejo de prácticas y actividades que, por comodidad textual, acordamos llamar turismo.

Bibliografía

- Abram, S.
1996 "Reactions to tourism: A view from the deep green heart of France". En J. Aledo, A.
2005 "Los otros inmigrantes: residentes europeos en el sudeste español". En M. García y J. Fernández-Rufete coords., *Movimientos migratorios contemporáneos*, Murcia: Universidad Católica de Murcia, pp. 161-180
- Ateljevic, I., C. Harris, E. Wilson y F. Collins
2005 "Getting entangled: the art of reflexivity in the 'new' tourism research. *Tourism recreation research*, 30(3): 9-21.
- Barley, N. 1983
El antropólogo inocente. Anagrama, 3ª ed., Barcelona, 1991.
- Boissevain, J.
1986 *Tourism as anti-structure*. Euromed Working Paper, nº43.
- Boissevain, J. (coord.)
1996 *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books, pp. 174-203. [Trad. castellana: *Tratar con turistas*. Plaza y Valdes, en prensa]
- Boorstin, D.
1972 *The image: a guide to pseudoevents in America*. Atheneum, Nueva York.
- Burns, P. M.
1999 *An introduction to tourism & anthropology*. Routledge, 2ª reimp., Londres, 2000.
- Chadefaud, M.
1987 *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour. Du mythe a l'espace: un essai de géographie historique*. Pau: Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour, et Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement (U.A. 911 - C.N.R.S).
- Coles, T., D.T. Duval y C.M. Hall
2005 "Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura post-disciplinar". *Política y sociedad*, 42(1): 85-99.
- Comisión Europea
1998 *La cultura, un recurso para las regiones*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Costa-Pau, M.
1966 *Turistes, sirenes i gent del país*. Barcelona: Ariel.
- Crick, Malcom
1985 "Tracing' the anthropological self: quizzical reflections on field work, tourism and the ludic". *Social Analysis*, 17: 71-93.
- 1992 [1989] "Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings, and servility". *Annual Review of Anthropology*, 18:307-344. (Reproducido en Apostolopoulos et al. (eds.), 1996:15-50) (Trad. "Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos". En F. Jurdao (comp.) *Los mitos del turismo*. Endymion, Madrid.)
- 1995 "The anthropologist as tourist: an identity in question". En M-F. Lanfant, J. B. Allcock y E.M. Brunner (coord.) *International tourism: identity and change*. Págs. 203-223. Sage Publications, Londres.

- de Kadt, Emanuel
1992 [1979] *Tourism. Passport to Development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. World Bank and Unesco, Oxford University Press, Oxford. (Trad. *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Endymion, Madrid).
- Doxey, George V.
1975 "A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences". En *The impact of tourism*. Págs. 195-198. Proceedings of the Travel Research Association (6th Ann. Conf.), San Diego (CA).
- Estivill, J.
1979 Lloret de Mar: destruccions i resistencies d'un poble en mans del turisme. *Papers. Revista de Sociología*, 10: 175-201.
- Franklin, A.
2003 "The Tourist Syndrome: an Interview with Zygmunt Bauman", *Tourist Studies*, 3(2): 205-217.
- Franklin, A. y Crang, M.
2001 "The trouble with tourism and travel theory", *Tourist Studies*, 1(1): 5-22
- García Calvo, A.
2005 "¿Qué falta les hará a las pirámides de Egipto que vaya yo a verlas?". *Archi-piélagos*, 68: 29-31.
- García García, J.L.
1998 De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, 27: 9-20.
- Gaviria, M.
1974 *España a go-gó. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Madrid: Ediciones Turner.
- Giner Monfort, J.
2007 "El quotidià desconegut. Europeus a la Marina Alta" *Revista Valenciana d'Etnologia*. 2: 59-72.
- Greenwood, Davydd J.
1992 [1977] "Culture by the pound. An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization". En V. Smith (coord.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Págs. 129-138. Blackwell, Oxford [Trad. "La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural". En *Anfitriones e invitados*. Págs. 257-279. Endymion, Madrid].
- Jafari, Jafar
1988 "Función y estructura del turismo: algunos aspectos antropológicos sobre el turista y su mundo". *Anthropologica*, 4: 31-49
- Jiménez Núñez, A (coord.)
1975 *Primera reunión de antropólogos españoles*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Jurdao Arrones, F.
1992 [1979] *España en venta. Compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Madrid: Endymion.
- Lallier, C.
2001 *Albergues turísticos en el Sahel*. Documental co-producido por Gédéon Programmes, ARTE France.
- Leenkeek, J. y M. Swain, (eds.)
2006 *Proceedings of the Symposium on Theoretical Innovations in Tourism Studies*, Wageningen 9-10 June 2005.
- Liotard, J-F.
1979 *La condición posmoderna: un informe sobre el conocimiento*. Madrid: Cátedra, 1989.
- MacCannell, Dean
1989 [1976] *The tourist. A new theory of the leisure class*. Schocken Books, 2^a ed., Nueva York,
- Mandly Robles, A.
1977 *Costa del Sol. Retrato de unos colonizados*. Madrid: Campo Abierto Ediciones.
- Mandly Robles, A.
1983 *Estudios antropológico-social sobre aspectos relacionados con el turismo en la provincia de Málaga: la comunidad tradicional andaluza en el reto de la urbanización*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Inédita.
- Mathieson, Alister y Geoffrey Wall
1990 [1982] *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longman, Londres y Nueva York. (Trad. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. Trillas, México).
- Mazón, T.
2001 *Sociología del turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Meethan, K.
2003 "Mobile cultures? Hybridity, Tourism and Cultural Change". *Tourism and Cultural Change*, 1(1): 11-28.
- Nash, D.
1981 "Tourism as an anthropological subject". *Current Anthropology*, 22(5): 461-481.

- Nogués Pedregal, A.M.
1996 "Tourism and self-consciousness in a south spanish coastal community". En J. Boissevain coord. *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books, pp. 56-83. [Trad. castellana: *Tratar con turistas*. Plaza y Valdés, en prensa]
- 2005 "Del tiempo de fiesta al tiempo de ocio: de la expresividad colectiva a la instrumentalidad ideológica". En J. Roche Cárcel y M. Oliver Narbona coords., *Cultura y globalización. Entre entre el conflicto y el diálogo*. Alicante: Universidad de Alicante, pp. 281-303.
- 2006 "'Dar valor' y 'poner en valor'. Dos estrategias para el desarrollo significativo del patrimonio en contextos turísticos". En *Actas del II Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, pp. 291-311.
- 2007 "From the inside to the inside': a new development model in tourism environments". *Tourism and Hospitality: Planning & Development*, 4(1): 75-87.
- Nogués Pedregal, A.M. (coord.)
2003 *Cultura y turismo*. Sevilla: Signatura Ediciones.
- Nuñez, T.A.
1963 "Tourism, tradition and acculturation: *weekendismo* in a Mexican village". *Ethnology*, 2(3): 347-352.
- 1992 [1978] "Touristic studies in anthropological perspective". En V. Smith (ed.) *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Págs. 207-216. Basic Blackwell, Oxford, 1978. (Trad. "Los estudios del turismo dentro de una perspectiva antropológica". En *Anfitriones e invitados*. Págs. 397-413. Endymion, Madrid.)
- Pearce, P. L.
1982 *The social psychology of tourism behaviour*. Oxford: Pergamon Press.
- Puijk, R.
1996 "Dealing with fish and tourists: A case study from northern Norway". En J. Boissevain coord., *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books, pp. 204-226. [Trad. castellana: *Tratar con turistas*. Plaza y Valdés, en prensa]
- Richards, G. coord.
2001 *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI Publishing.
- Rojek, C. y J. Urry, coords.
1997 *Touring cultures. Transformations of travel and theory*. Londres-Nueva York: Routledge.
- Santana Talavera
1997 *Antropología y turismo. ¿Nuevas horas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- Santana Talavera, A. y Ll. Prats Canals, (coords.)
2005 *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: Fundación de El Monte.
- Smith, V. (coord.)
1977 *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Basil Blackwell, 1ª reimp., Londres, 1978. (Edición 1989 Trad. *Anfitriones e invitados*. Endymion, Madrid, 1992.)
- Stiegler, B.
1996 *La técnica y el tiempo 2. La desorientación*. Hondarribia: Argitaletxe Hiru, 2003.
- Touraine, A.
2005: *Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy.*, Barcelona: Paidós.
- Tribe, J.
1997 "The indiscipline of tourism". *Annals of Tourism Research*, 24: 638-657.
- Tribe, J.
2006 "The Truth about Tourism". *Annals of Tourism Research*, 33: 360-381.
- Turner, Louis y John Ash
1991 [1975] *La horda dorada*. Endymion, Madrid.
- Urry, J.
2000 *Sociology beyond societies. Mobilities for the Twenty First Century*. Londres: Routledge.
- Zarkia, C.
1996 "Philoxenia: Receiving tourists-but not guests on a Greek Island". En J. Boissevain coord., *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books, pp. 143-173. [Trad. castellana: *Tratar con turistas*. Plaza y Valdés, en prensa]

NOTAS

¹ Quiero agradecer las siempre acertadas sugerencias y las precisas aportaciones realizadas por los

profesores Antonio Mandly de la Universidad de Sevilla, Santiago Fernández Ardanaz de la Universidad Miguel Hernández, Antonio Aledo Tur de la Universidad de Alicante y Agustín Santana Talavera de la Universidad de la Laguna, y a los comentarios de los evaluadores.

² *-tropa*: terminación griega que indica la dirección del movimiento. Así, *helio-tropa*: que gira hacia el sol.

³ La sociología ha indagado más en las prácticas turísticas como producto de una sociedad específica (construcción de lo masivo, alienación, industria cultural, desplazamientos...) o en la interpretación del viaje turístico como variante estructural de lo sagrado (vacuidad, autenticidad...) Para un análisis de las temáticas privilegiadas por las ciencias sociales en relación al turismo, ver Crick (1989) y Burns (1999).

⁴ Para una argumentación detallada de las ideas aquí esbozadas, y una exposición crítica de la oposición 'dar valor' vs. 'poner en valor' en contextos turísticos, ver Nogués 2006 y 2007.

Recibido: 28 de abril de 2008

Reenviado: 21 de noviembre de 2008

Aceptado: 21 de diciembre de 2008

Sometido a evaluación por pares anónimos