

Principales tendencias en el turismo contemporáneo

Major trends in contemporary tourism

Erik COHEN

Department of Sociology and Anthropology, The Hebrew University of Jerusalem
mserik@pluto.mscc.huji.ac.il

(traducción: Rubén Blanco)

Recibido: 18.11.04

Aprobado: 23.02.05

RESUMEN

Este trabajo constituye una reflexión crítica sobre las tendencias principales del desarrollo del turismo de masas, así como sobre la forma en que ha sido descrito y estudiado en el marco académico. Se apunta que las grandes tendencias en su evolución, marcadas por modernidad y post-modernidad, han ido acompañadas por diversos sistemas teóricos que destacaban alternativamente la búsqueda de la autenticidad, la distinción, la fantasía y las emociones fuertes. Se analizan logros y carencias de las principales hipótesis que enmarcan teóricamente cada una de esas tendencias.

PALABRAS CLAVE: Modernidad, post-modernidad, megatendencias, turismo de masas, autenticidad, distinción, fantasía, emociones extremas.

ABSTRACT

This paper contains a critical reflection on the development of mass tourism and its main current trends. At the same time, it follows how mass tourism has been described and theorized in tourism research. Main trends in mass tourism have been marked by modernity and post-modernity and accompanied by different theoretical systems that highlighted the search for authenticity, distinction, fantasy and extreme emotions. Achievements and dead ends of the different theories are examined.

KEY WORDS: Modernity, post-modernity, megatrends, mass tourism, authenticity, distinction, fantasy, extreme emotions.

PREÁMBULO

Hará unos treinta años que visité las otrora remotas Islas de Tonga. Me quedé asombrado y consternado cuando vi que entre las tallas de madera que allí se producían y que se ofrecían a los turistas que llegaban en barco al mercado de la playa de Nuku'alofa (la capital de Tonga) se encontraban imágenes de King Kong. Puesto que ya no hay monos en Tonga ni en ninguna de las islas del Pacífico, observé las tallas con una mezcla de sorpresa y malestar por la contaminación cultural de la sociedad de Tonga supuestamente considerada como una sociedad marcada por la tradición. No obstante, cuando me quejé de este episodio a un antropólogo nativo, no dio importancia a mi objeción, afirmando que King Kong se había convertido en parte de la cultura Tonga, si bien había llegado a la isla a través de las películas. En ese momento me resultaba difícil aceptar dicha respuesta. En la actualidad estoy realizando un estudio sobre el turismo en las ciudades de cowboys y en los festivales del oeste americano —no en los EEUU, sino en Tailandia, donde la «cultura cowboy» local está tratando de convertirse en una atracción turística popular.

INTRODUCCIÓN

La imagen del mundo promovida por el turismo moderno se asemeja a un mapa geográfico, con diferentes zonas coloreadas representando territorios socioculturales diferenciados y claramente delimitados, cada uno de los cuales con sus rasgos culturales, religiosos, lingüísticos y étnicos distintos y coincidentes al mismo tiempo; esta imagen aún se mantiene hoy en día, aunque cada vez más varía según la mutua interpenetración de las culturas, alcanzando incluso a las zonas más remotas del mundo, incluso antes de que sean permeadas por el turismo.

En la estela de la globalización y de los procesos que acompañan a la creciente movilidad de las personas, capital, información y culturas (Urry 2001), gran parte del mundo contemporáneo cada vez más «posmoderno» se está convirtiendo, de una parte, en más homogéneo (Ritser 1993) y de otra, en más híbrido (Kapchan y Strong 1999) y «glocalizado» (Raz 1999; Robertson 1995). Estas tendencias precipitan la emergencia de nuevas iniciativas en el turismo

contemporáneo, en cuyo caso ya no son aplicables los paradigmas propuestos para el análisis del turismo moderno. Estas tendencias plantean un desafío al investigador en su capacidad para desarrollar nuevas herramientas analíticas. En este artículo, esbozaré tres de las principales tendencias en el turismo contemporáneo y propondré algunas ideas para la reformulación de la aproximación paradigmática al estudio de la relación entre turismo y modernidad para así adaptarla a la situación actual, cada vez más «posmoderna».

En el último capítulo de mi reciente libro sobre el turismo contemporáneo (Cohen 2004) he sostenido que tal fenómeno se caracteriza por dos tendencias contradictorias: de un lado, un declive posmoderno en la «búsqueda de la alteridad» (y por tanto de lo genuino y de lo auténtico) tendente a la disminución de lo extraordinario de la experiencia del turista y la gradual mezcolanza de turismo y placer, y por otro lado, una reciente búsqueda «moderna» de una si cabe más extrema alteridad en la Tierra e, incipientemente, en el Espacio, conducente a la mezcla de turismo y exploración. El análisis de estas tendencias será desarrollado posteriormente y añadiré una tercera tendencia importante, obviada en dicho libro: el turismo de «fantasía». Como punto de partida de mi análisis, emplearé el paradigma de Dean MacCannell para el estudio del turismo moderno.

TURISMO Y MODERNIDAD

En el sentido más amplio, el objetivo de los turistas, tal como Nelson Graburn (1977) mostró hace ya tiempo, es experimentar algo «extraordinario» —diferente a su experiencia doméstica cotidiana. En qué consiste lo extraordinario es, sin embargo, asunto de debate, hallándose en el corazón de una larga controversia teórica relativa a la relación entre turismo y modernidad (Boorstin 1964; MacCannell 1973, 1976; Wang 2000). Esa controversia ha sido constitutiva del desarrollo de una aproximación teórica al turismo en la sociología. MacCannell, el primer representante teórico en este ámbito académico, propuso un paradigma para el estudio sociológico del turismo, al enlazar la búsqueda del turista con algunas características básicas de la vida moderna. Aunque la aproximación de MacCannell fue criticada tanto teóri-

ca (Wang 2000) como en sus fundamentos empíricos (Selänniemi 2001), todavía creo que el enlace que estableció es muy profundo, aunque su manifestación empírica fuera debilitada por las variaciones en los factores subyacentes que la aproximación totalizante de MacCannell no tomó con la suficientemente consideración (Cohen 1979a; Edwards 1996: 200). Por lo tanto, la aproximación de MacCannell, desde mi punto de vista, todavía se muestra como un útil punto de partida para el estudio del turismo en un mundo incesantemente «posmoderno», aunque tiene que ser reformulada para adaptarse a las nuevas circunstancias.

MacCannell tuvo en cuenta que el turismo básicamente es un mecanismo compensatorio, contrapeso de las insatisfacciones que se encuentra en la base de la vida moderna. El hombre moderno es visto como un ser alienado de la sociedad y de su entorno mundano y espurio; dirigido por una búsqueda de la «autenticidad», desaparecida en su sociedad original la persigue en otros lugares (y en otros momentos) más allá de los confines de la modernidad (MacCannell 1976: 3). Aquellos lugares se imaginan (y anuncian) como aún puros y genuinos, no contaminados por las fuerzas de la modernidad —asemejando aquellos parches coloreados de forma distinta en el mapa; se creen como «auténticos» en un sentido «objetivo» (Wang 2000) —esto es, preexistiendo a la penetración del turismo, esencial para la sociedad y el ambiente local e inalterado por los agentes de turismo. Pero el turismo tiene un efecto paradójico: su propia penetración dentro de una localidad la marca como «destino» y sus vistas son marcadas como «atracciones», lo que supone, eventualmente, su transformación. Esto produce la emergencia de la «autenticidad representada» en los destinos maduros —la (mala)representación encubierta de atracciones espurias como si fueran genuinas. El desarrollo del turismo en la modernidad engendra encubiertamente «marcos turísticos» representados carentes de autenticidad; en situaciones desarrolladas turísticamente la búsqueda sería de la autenticidad por el turista moderno se frustra — el turista es incapaz de penetrar las falsas «fachadas» con las que se presenta, dentro de las regiones «posteriores» de la vida local real. La vida auténtica, incluso si aún existe en el destino, permanece más allá de la comprensión del turista.

La estructura básica de este paradigma, propuesto por el estudio del turismo en la modernidad, se puede reformular para el estudio del turismo en situaciones posmodernas, pero tal reformulación necesita de la deconstrucción de la noción básica de MacCannell de «autenticidad representada».

Esta noción puede interpretarse como un par de «anticonceptos (Olsen 2002: 163; citando a Keselleck 1985), en el que la «autenticidad» es positiva, y «representar» es el término negativo. La priorización de la autenticidad en el discurso del turismo moderno ha centrado su atención crítica en ese término en detrimento del análisis de «representar» que se mantiene en su totalidad como un término residual. Sin embargo, como punto de partida para el inicio de la reformulación del paradigma de MacCannell parece prometedora la consideración de las principales modalidades de representar y de sus referencias como forma de adecuarse a las situaciones posmodernas.

En un artículo ya lejano en el tiempo (Cohen 1979b: 26-27), establecí una distinción entre representación «encubierta» y representación «manifiesta». Sin embargo, echo de menos el significado teórico de esta distinción; mientras que MacCannell reconocería el significado de la postura cubierta para el turista moderno, echo de menos la representación manifiesta de las situaciones posmodernas.

La representación encubierta puede ser vista, en los términos de Erwin Goffman (1974: 83 y siguientes), como una forma de «fabricación» no conocida o no marcada: contraria a la impresión que se trata de imponer a los turistas, la atracción representada no es parte de lo vivido—en-el-mundo o de la realidad diaria del destino, sino un «marco» separado insidiosamente para el consumo del turista. Es así un modo de falsificación y como tal la única clase de representación del interés teórico para MacCannell. Pero esto deja fuera los muchos modos significativos de representación manifiesta en el turismo contemporáneo: los diferentes «marcos» establecidos que —a pesar de una indicación física o simbólica explícita de que *no* son parte de lo «vivido—en-el-mundo del destino, atraen a un —cada vez más— amplio número de turistas. Una discusión detallada de tales modos nos permitirá acceder a la principal línea de argumentación. Pero unos pocos tipos analíticamente diferentes deberían ser tenidos en cuenta.

Algunos modos manifiestos de representación tienen referentes externos: o bien son metáforas de algunos «originales» (ausentes o inaccesibles), como es el caso con las «reproducciones» o «simulaciones» de lugares, eventos u objetos; o son metonimias como es el caso de las colecciones (de objetos de arte o de especímenes en museos, zoos o herbarios o la cultura material de diferentes grupos étnicos en un parque temático): consisten en objetos «reales», desplazados de su marco «original», reunidos y mostrados ingeniosamente como recordatorios de la naturaleza o cultura en otros lugares o en otros tiempos. Pero —central para el argumento siguiente— algunas otras atracciones representadas abiertamente no tienen referentes externos —son creaciones de la imaginación pura y como tales completamente auto-referentes. Uno de los argumentos principales que se establecen en este artículo es que en el fenómeno del turismo en un mundo cada vez más homogeneizado y regulado, las atracciones representadas juegan claramente un rol cada vez más dominante; y entre tales atracciones, aquellas basadas en temas imaginarios y auto referenciales son particularmente importantes —de hecho, la sofisticada tecnología contemporánea permite crearlas con un grado de realismo aparente que llega a ser «hiperreal» (Baudrillard 1988).

Debería tenerse en cuenta el hecho de que las atracciones representadas abiertamente están marcadas explícitamente como partes no constituyentes de la realidad cotidiana no necesariamente las convierte en ingenuas o en entidades completamente transparentes. Antes bien, podrían ser empleadas para comunicar una amplia variedad de mensajes ocultos de naturaleza comercial, cultural o política, y como tal servir a ulteriores propuestas o intereses de sus promotores o propietarios. Es el caso del acuerdo ingenioso de las colecciones de museos, como, por ejemplo, la manera en la que el Museo de Tel Aviv de la Diáspora Judía promueve un mensaje implícito Sionista del éxodo, de la diáspora y de la redención (Golden 1996; Shinhav-Keller 2000), y —en particular— en la manera en la que los parques temáticos se construyen, pese a que sus exhibiciones no hayan sido estudiadas tan científicamente como las de los museos. Tal uso político oculto de los parques temáticos está bellamente ilustrado en el estudio de Errington (1988: 188-227) del parque temático *Taman Mini* a las afueras de Yakarta, donde los acuer-

dos de los diferentes grupos étnicos de Indonesia, representados por sus tipos de casas, refleja de forma ostensible la ideología del Estado del Presidente Suharto de «Unidad en la Diversidad» —aunque el diseño del parque de hecho las asigna una posición periférica, mientras que acentúa «la centralidad del caciquismo dentro de la cosmografía nacional» (Ibid.: 216). Sin embargo, tales mensajes ocultos inscritos en las atracciones abiertamente representadas son una cuestión totalmente diferente que la representación encubierta de la autenticidad en el sentido de MacCannell, y pertenece al dominio del estudio de «las atracciones de la economía política» que, cualquiera que sea su importancia, no es el tema de este artículo.

TURISMO Y POSMODERNIDAD

La «posmodernidad» es un concepto complejo y problemático aunque importante. Diferentes autores enfatizan las distintas características de las situaciones posmodernas. Para la presente propuesta, es suficiente con delinear aquellos rasgos que afecten —de diferentes formas— las principales tendencias en el turismo contemporáneo.

La posmodernidad se caracteriza a menudo por la ruptura de las «grandes narraciones dominantes» que han servido en el pasado como fundaciones de las visiones comprensivas del mundo, bien de aquellas de las grandes religiones del mundo, del racionalismo y «cientificismo» moderno, de la priorización de las interpretaciones científicas sobre las religiosas u otras interpretaciones del mundo. Niega la unicidad de la verdad y admite la existencia de múltiples versiones o verdades en la interpretación de los fenómenos (cf. Cohen próxima publicación). Las verdades y creencias fundamentales de la modernidad se desestabilizan y se equiparan diferentes visiones del mundo. Se produce una fragmentación de la supuestamente coherente percepción moderna de la realidad y una desestabilización concomitante de las identidades personales que se convierten en múltiples y cambiantes. La distinción entre alta y baja cultura se borra. Las diferentes «provincias finitas del significado» (Schutz 1973: 229-232) como el juego, el arte, la fantasía y las alucinaciones basadas en el consumo de alucinógenos no se distinguen lo suficiente de la «realidad primor-

dial» (Ibíd.), la realidad ínter subjetiva compartida del mundo-de-la-vida, cuyos límites se suponen agudamente definidos en la modernidad. De igual forma, los límites entre los dominios funcionalmente diferenciados de la vida moderna, tal como el trabajo y el placer también se difuminan —el mundo posmoderno se «desdiferencia». El consumo, en vez del trabajo, cada vez más se convierte en el centro de la vida individual y en la principal actividad que define la identidad.

La posmodernización está dirigida por las fuerzas de la globalización que han alumbrado una movilidad sin precedentes de personas, capitales, bienes, información y culturas (Urry 2000). Estas fuerzas desdibujan los límites «tradicionales» entre culturas y empujan, por un lado, hacia una homogeneización cultural mundial atrapada conocida como «McDonaldlización» (Ritzer 1993) o «Disneyzación» (Bryman 1999) del mundo, y por otro, hacia la mezcla de elementos culturales diversos conceptualizados bajo términos tales como «fusión cultural» (Cohen 2000), «hibridación» (Kapchan y Strong 1999), «glocalización» (Raz 1999) o «transnacionalismo». Aunque se desafía el alcance exacto de tales procesos (Guillén 2001) y ha sido poco documentado empíricamente, algunos autores creen que tienden a penetrar en las partes más lejanas del mundo, adulterando las culturas de tribus aisladas y destruyendo lo impoluto de las islas vírgenes.

La posmodernidad también se concibe por algunos autores como «la era de la simulación» (Baudrillard 1988: 167), «la generación de modelos sin origen o realidad: la hiperrealidad» (Ibíd.); es un mundo de copias sin originales, y por ello sin autenticidad. La relación entre lo real y el signo, el simulacro, se ha invertido: el simulacro en el mundo posmoderno determina lo real: Disneylandia es la América «real» (Ibíd. 172). El proceso puede llegar más lejos: el castillo del Reino Mágico en Las Vegas es una copia del castillo del Reino Mágico en Disneylandia —aunque este último puede ser visto como un simulacro sin referente (u original). De la misma manera, la cultura cowboy tailandesa es una copia de la cultura cowboy norteamericana, y en concreto, de las películas del Oeste. Tales películas, a su vez, sólo recogen tenuemente la historia del oeste norteamericano (Johnson 1998) y constituye su «realidad» en la consciencia popular tanto en Tailandia como en cualquier otra parte del mundo.

Irónicamente, debido a la naturaleza móvil, inestable y cambiante de la vida contemporánea, el «viaje» (Rojek y Urry 1997) se convierte en la metáfora dominante para caracterizar la situación posmoderna, aunque los procesos conjuntos de homogeneización y de hibridación cultural parecen haber reducido para muchas personas el propio atractivo del viaje de placer. De hecho, MacCannell (2001) se quejaba recientemente del incremento del parecido en los destinos y se preguntaba si el aumento en la homogeneidad de la experiencia viajera podría destruir la propia razón del viaje. Dejando a un lado y de momento la exagerada uniformidad implícita en tales afirmaciones, es importante notar que indican una diferencia crucial entre las asunciones teóricas subyacentes en el análisis del turismo posmoderno y el del turismo moderno. De acuerdo con el paradigma de MacCannell, el turista moderno, aunque viviendo en un mundo espurio, ha asumido que la autenticidad puede todavía encontrarse en alguna parte —en otros lugares (y en otros tiempos)— una asunción sobre la que se ha basado la efectividad de la noción de «autenticidad representada». Pero, de acuerdo con los teóricos de la globalización y de la posmodernidad, la expectativa de que las experiencias extraordinarias y auténticas se pueden conseguir en cualquier lugar carece de justificación en la situación contemporánea. La cuestión, por tanto, es la siguientes, ¿cómo los turistas contemporáneos se relacionan con y asumen esta situación supuestamente cambiante?

Sugiero que los potenciales turistas podrían responder a la visión posmoderna del mundo de tres maneras posibles, cada una de las cuales daría lugar a una de las principales tendencias en el turismo contemporáneo:

- 1) Pueden aceptar que existan constreñimientos en la disponibilidad de experiencias auténticas o «extraordinarias» en un homogeneizado mundo posmoderno y renunciar en sus viajes al disfrute de las sutiles distinciones dentro del dominio de lo familiar; esto conduce a la emergencia del «post-turista» (Ritzer y Liska 1997).
- 2) Pueden aceptar la existencia de constreñimientos sobre la disponibilidad de experiencias auténticas o «extraordinarias» dentro de los confines del mundo contemporáneo, pero buscan en otras «provincias finitas de significado»; en el ámbito del

turismo esta búsqueda les conducirá al disfrute de las experiencias «extraordinarias» aunque simuladas suministradas por los tecnológicamente sofisticados parques temáticos e iniciativas empresariales similares, cuyas producciones del fantástico, aunque asumido «fuera de este mundo» alcance el carácter de «hiperreal» (Eco 1986; Baudrillard 1988).

- 3) Pueden desafiar la pretensión totalizante de que las experiencias auténticas y «extraordinarias» no están disponibles en el mundo contemporáneo y comprometerse en una búsqueda de las mismas en sus márgenes en expansión, que parecen descansar fuera de la influencia de las fuerzas dominantes en el mundo contemporáneo y del sistema de turismo —en las aún relativamente inaccesibles regiones de la Tierra y, eventualmente, en el Espacio— una búsqueda que exija esfuerzos, destrezas y recursos financieros desmedidos.

Sostengo que cada una de estas respuestas alumbraba una tendencia diferente, con consecuencias particulares para las dinámicas del turismo contemporáneo. Me centraré ahora en una discusión sobre tales tendencias.

LA BÚSQUEDA DE LA DISTINCIÓN POR EL POST-TURISTA

El individuo posmoderno sofisticado y reflexivo, resignado ante la progresiva homogeneización y el presunto desvanecimiento de los originales genuinos de este mundo, sucumbe ante un disfrute superfluo de lugares, objetos y eventos (Cohen 1995; Mitchell; Dunn 1999: 113), mientras que el turista moderno y perseguidor de la autenticidad, sufre la «Angustia del turista» al que se le toma por impostor (Cf. MacCannell 1973: 597), el «post-turista» no profundiza en el origen de las atracciones placenteras. En la posmodernidad, el disfrute e incluso la diversión y el juego se convierten en motivos socialmente aceptables para el viaje, reemplazando la búsqueda moderna de la autenticidad como un primer motivo de legitimación para el turismo. Los «post-turistas» no se preocupan de lo genuino y puede que prefieran el sucedáneo a lo auténtico si es más agradable, más «bonito» o más cómodo: la piscina al mar, las flores artificiales a las

naturales, la copia accesible o bien hecha al original difuso y distante. Prefieren lo *kitsch* al *arte*, incluso dado que los límites entre estos dominios culturales son cada vez más difusos, lo *kitsch* es incluso más artístico, el arte (irónicamente) imita lo *kitsch*.

Sin embargo, la característica más distintiva de los «post-turistas» es que, en vez de comprometerse en una vana búsqueda de lo extraño y de lo exótico, viajan en pos de experiencias distintivas pero familiares si bien no se encuentran disponibles (ni asequibles) en su entorno. Lo suyo es una búsqueda de la «distinción» (Bourdieu 1984) en el consumo, en sentido doble: satisfacer gustos diferentes, a menudo sofisticados y lograr una distinción social al demostrar la posesión de capital cultural. Los «post-turistas» se centran principalmente en el turismo cultural y son entusiastas consumidores de una panoplia de productos de la cultura contemporánea: espectáculos musicales, teatrales o artísticos distintivos, festivales culturales, exhibiciones, ferias, modas, cocinas, oportunidades, vida nocturna, eventos deportivos y los oficios y artesanías más innovadoras o sofisticadas, de la mayor calidad y más amplia variedad o mayor prestigio (más accesible) que aquellas que tienen disponibles en su entorno. El «post-turista» persigue la novedad pero dentro del dominio de la cultura contemporánea global —en vez de comprometerse en una búsqueda de la «autenticidad» en la desaparición de las culturas étnicas o extranjeras. Sin embargo, los productos fusionados o hibridados de la nueva cultura, tales como «la fusión de cocinas», a menudo mejoran con el contraste de los elementos incongruentes incorporados a ellos (Cohen 2000), podría convertirse en un atractivo cada vez mayor para tales turistas. Pero en general, en esta tendencia del turismo contemporáneo, lo «extraordinario» es el mínimo —y puede por tanto sólo ser apreciado por individuos con un relativamente elevado sentido de la distinción. El «post-turismo» parece por tanto ser un fenómeno relacionado con la clase —característica principalmente de las clases sociales más altas. Sin embargo, está lejos de ser exclusivo de una pequeña elite: en el próspero occidente contemporáneo —y cada vez más en algunos países no occidentales— son más personas las que poseen el capital económico así como cultural para participar en tal fenómeno.

Esta tendencia encaja con un deseo de grandes metrópolis en los países desarrollados —y

en aumentarlas en los países en desarrollo— para revitalizar sus centros en declive gracias a la creación de nuevas instituciones culturales más importantes tales como museos, teatros de ópera, auditorios de música, centros de convenciones y de exposiciones o gracias a la organización de eventos culturales y comerciales como, por ejemplo, festivales de música contemporánea, de teatro, de cine o de cocina y de puestas en escena de ferias y exposiciones importantes. Estas ciudades compiten duramente para albergar diferentes mega eventos comerciales, culturales y deportivos. Tales proyectos y eventos se dirigen hacia el turismo tanto interno como extranjero; a menudo sirven para situar a una ciudad en el mapa del turismo mundial. Un caso llamativo de tales esfuerzos para revitalizar una ciudad gracias al turismo cultural es la construcción del impresionante proyecto arquitectónico para el nuevo museo Guggenheim realizado en el deteriorado centro de la ciudad de Bilbao, en la comunidad vasca de España, que virtualmente convirtió a Bilbao de la noche a la mañana en un importante destino turístico (Lacy y Douglas 2002: 15-16). Tales instituciones culturales, aún poseyendo un carácter novedoso, vital y diferentes fines, no se adapta adecuadamente a las categorías teóricas utilizadas en el estudio del turismo moderno —no podrían ser definidas como «auténticas» o «asentadas»; están «más allá de la autenticidad» (Ibíd.). Algunas ciudades importantes del mundo no occidental, como Singapur y más recientemente, Bangkok, comenzaron al mismo tiempo a luchar por consolidarse como centros de la cultura global contemporánea y, en este sentido, como «ciudades mundiales» emergentes —en vez de presentarse como destinos exóticos cuyas características serían las coloristas atracciones étnicas y folklóricas.

La proliferación de novedosas instituciones culturales, esenciales para el ambiente urbano, tiende a borrar los límites entre el ocio normal y el turismo. Por un lado, sirven simultáneamente a audiencias diferentes: a la población doméstica, interna así como también al turismo internacional y no constituyen «espacios turísticos» segregados. Por otro lado, en una era en la que cada vez se aumenta la movilidad y los precios de los viajes se reducen, el espacio de acción normal de los miembros de las clases más elevadas se incrementa: cada vez es mayor su rutina a viajar a distancias cada vez más largas para

asistir a eventos culturales particulares. Por lo tanto, es difícil decir si lo que hacen es turismo o si esos largos viajes son simplemente excursiones de ocio diario, el equivalente a la visita a un cine o teatro local que realizaban en los inicios de la modernidad.

LA BÚSQUEDA DE LA FANTASÍA DEL TURISTA DE MASAS

Hoy en día, no todas las personas se resignan, como en el caso del posturista, a la reducción de las oportunidades de experiencias «extraordinarias» excitantes en un mundo cada vez más globalizado y homogeneizado; mientras que renuncian a la búsqueda de la autenticidad, en sentido «objetivo» (Wang 2000) en la realidad contemporánea, pueden buscar la «autenticidad existencial» (Ibíd.) en otras «provincias finitas de significado» y sobre todo en el ámbito de la fantasía, suministrado por muestras compuestas abiertamente de una variedad de empresas especializadas y especialmente por los parques temáticos.

Sugiero que la búsqueda de la «fantasía» está convirtiéndose, en un mundo homogeneizado, en un sustituto para el turista que persigue la autenticidad «objetiva», por encima de los grandes estratos sociales contemporáneos, la «fantasía» es capaz de provocar un sentido lúdico de «autenticidad existencial» en el individuo, incluso aún cuando dicho individuo sea plenamente consciente de la naturaleza «irreal» de la fuente de dicha fantasía. El argumento de MacCannell con respecto al turismo y a la modernidad puede reformularse para adaptarla a las circunstancias posmodernas.

Se recordará que, de acuerdo con MacCannell, los modernos-como-turistas buscan la compensación por la ausencia de autenticidad en su propio gran mundo en la vida «real» de los otros —fuera de los límites de la modernidad. Pero, como el propio MacCannell ha reclamado recientemente (MacCannell 2001), parece no estar «fuera» del homogeneizado mundo contemporáneo —no hay escape de su incesante identidad. Por tanto se sigue que la posible escapatoria a la homogeneización englobadora del mundo contemporáneo estaría en salirse de ella —dentro del ámbito de las otras «provincias finitas de significado» y especialmente de la «fantasía». Sostengo que la «fanta-

sía», por definición una esfera de la experiencia «fuera de este mundo», juega en las situaciones posmodernas un papel análogo a los «otros lugares» auténticos fuera del alcance de la modernidad en el modelo de MacCannell. Mientras que la búsqueda de la autenticidad era la típica respuesta turística a los descontentos de la modernidad, la búsqueda de lo fantástico es la típica respuesta a la homogeneización posmoderna del mundo. Pero mientras que la búsqueda del turista moderno de la autenticidad era frustrada por la tendencia del sistema turístico a crear espacios turísticos provocados encubiertamente, la satisfacción de la búsqueda de la fantasía no se ve afectada por la naturaleza abiertamente provocada de las atracciones que suministran las experiencias de lo fantástico.

Reconozco el hecho de que la «fantasía» siempre puede haber sido un medio privado de escapatoria, especialmente para individuos desfavorecidos, y que jugaba un papel significativo en el folklore y en las artes del pasado. Pero creo que la fantasía llegó para tener un papel líder sin precedentes en la cultura popular contemporánea en sus diferentes manifestaciones —literatura, cine, televisión y videojuegos. El turismo es justamente otro dominio en el cual la fantasía se convirtió en algo cada vez más importante. Además, puesto que los motivos y contenidos de las muestras fantásticas dirigidas al turista se desviaron más extremadamente de la realidad cotidiana, los medios tecnológicos cada vez más sofisticados de su producción simulan la realidad de una forma tan convincente que el individuo queda absorto y encantado por ella —en el extremo, como en el «juego profundo» (Geertz 1973), experimentar un sentido de «autenticidad existencial». Lo exorbitantemente fantástico adquiere, para el individuo, el carácter de lo «hiperreal», Esto, a su vez, puede tener repercusiones sobre los cambios institucionales en el «mundo-real», ejemplificado por procesos tales como la «disneylización» (Bryman 1999).

En el dominio del turismo, los que proponen la experiencia de la fantasía son los grandes parques temáticos multiusos y empresas similares con una enorme sofisticación tecnológica encargados de alimentar una audiencia nacional o incluso mundial. Sus prototipos son obviamente los parques temáticos de Disneylandia, que marcan la tendencia de este tipo de establecimientos en todo el mundo. El propio Walt Disney hacía hincapié en que «su parque no tra-

taba de la “realidad”» (Mintz 1998: 49) y quería que los visitantes se sintieran «como en otro mundo» (Ibíd.: 49, cita de Walt Disney tomada de King 1981: 121). Aparentemente Disney reconocía hace ya tiempo la creciente importancia de la búsqueda estructuralmente-inducida de la fantasía en el mundo contemporáneo.

La forma típica concreta en la que la experiencia de lo fantástico se da en los parques temáticos es a través de aparatos imaginarios simulados actuando sinérgicamente sobre varios sentidos —vista, sonido y sentimientos corporales. Muchos de los más sofisticados aparatos no hacen referencia a toda la «realidad» externa —o bien son invenciones completamente auto referenciales o reproducen temas fantásticos de otros ámbitos de la cultura popular —especialmente el cine. En este sentido, uno de los parques temáticos recientemente abierto, el enorme parque perteneciente a la compañía Universal en Japón ofrecen un número de artilugios, muchos de los cuales se basan en los temas fantásticos de las películas de Hollywood —la última incorporación es una atracción basada en el popular Spiderman (Reuters 2004).

Otros parques temáticos simulan visiones y eventos del mundo «real» externo, el cual sin embargo por varias razones no es accesible a los turistas contemporáneos, o el acceso se restringe, es poco práctico o caro. Algunas de las simulaciones más sofisticadas tecnológicamente pueden crear la ilusión de experimentar realmente la situación.

Una clase de tales parques temáticos evoca escenas o eventos del pasado con diferentes grados de acierto histórico: el prehistórico bosques de la lluvia australiano (Moscardo y Pearce 1986), o la vida en un poblado vikingo (simulado en el Jarvik Center de la ciudad de York, Meethan 1996: 330-332) o en el centro Lincoln de la ciudad de New Salem (Bruner 1994). Otro tipo de parques temáticos reúnen, con diferentes grados de sofisticación, reproducciones de monumentos artísticos seleccionados o simulaciones de entornos característicos de diferentes regiones de un país o del mundo, como las «espléndidas miniaturas de lugares pintorescos chinos» en Shenzhen (Sofield y Li 1998: 381-382), el «Mini Siam» y el «Mini Mundo» de Pattaya (Cohen 2001: 16), la «Mini Taman» (Errington 1998) o los «Jardines Busch» de Williamsburg (Mintz 1998). Dado que es el entretenimiento en vez de la veracidad el princi-

pal objetivo de estos lugares, también pueden incluir algunos elementos más imaginativos, como por ejemplo el rasgo de los «Jardines Busch» de simular distintivos entornos naturales de la vieja Europa tales como el «el monstruo del Lago Ness» y el «Dragón [Drachen] de Fuego» (Ibíd.: 53). Por último, algunos parques temáticos ofrecen simulaciones cercanas a las experiencias «reales» que por razones tecnológicas, financieras o de otro tipo sólo son accesibles a unos pocos individuos dotados de la especialización y conocimiento adecuada para ellas. Así, las últimas atracciones del Mundo de Walt Disney, la «Misión: El espacio» trata de simular la realidad de una manera tan ajustada que emplea la misma tecnología que la utilizaron en la NASA para entrenar a los astronautas (Reuters 2003). La exhaustividad de la ilusión de «realidad» experimentada en tales viajes es la que establece la diferencia con otras formas de entretenimiento de masas.

Los grandes parques temáticos mantienen una relación dialéctica con el lugar en el se construyen. Es una creencia común que el turismo acude a un determinado lugar por su entorno, «el espíritu del lugar» (Selwyn 1996: 21) o por las «singularidades» de ese lugar; los parques temáticos, en tanto que entidades autosuficientes, podrían en principio ser situadas en cualquier lugar en el que se dispusiera de suficiente espacio para su construcción; de esta manera parecen reducir el significado de esas «singularidades» del lugar en la elección que realizan los turistas de su destino. Sin embargo, dada su madurez, tales parques normalmente tienden a convertirse en los monumentos relevantes de una localidad, y así dotarla con un tipo de «singularidad» —se convierten en el lugar en el que se puede disfrutar de una experiencia fantástica desplazada o «sin lugar», esto es, «fuera de este mundo».

En contraste con la experiencia del «post-turista», en la que lo «extraordinario» del viaje se reduce, lo «extraordinario» de la experiencia de la búsqueda de fantasía por parte del turista se incrementa. Aunque claramente representado —y como tal, separado de la «realidad», la casi totalidad de las simulaciones «hiperreales» que ofrecen los sofisticados parques temáticos, tienden a dotarlos de una lúdica (ociosa) cualidad seudoreligiosa (Moore 1980; Cohen 1985) —un sucedáneo de «Otro mundo» para una realidad desencantada.

EL TURISMO EXTREMO EN LOS MÁRGENES

Como cualquier pretensión totalizadora, el argumento respecto de la globalización, homogeneización y glocalización del denominado mundo posmoderno es un asunto discutido. La cuestión no es si tales procesos se producen o no, más bien es ¿cuál es su alcance? Hasta qué punto todavía existen zonas del planeta que están relativamente poco afectadas por las fuerzas de la globalización y por los procesos que acompañan los procesos de expansión del sistema turístico, o si por el contrario, dichas fuerzas han alcanzado los lugares más remotos del globo como, por ejemplo, MacCannell (2001) parece creer. No existe una respuesta equivalente a tal cuestión. Se puede convenir que la plena alteridad, en la forma en la que Lévi-Strauss la buscaba en sus primeros viajes, puede muy bien haber desaparecido, puede ser correcto, tal como ha defendido MacCannell (1992), que ningún «primitivo» genuino permanece ya en la Tierra. La actividad humana afecta, dependiendo de los grados de intensidad, a las zonas más remotas de la Tierra: los océanos son despojados de pesca, la enormidad de la Antártica está afectada por la contaminación. Retazos de vida salvaje relativamente «intacta» y exuberantemente «prístina» son cada vez más extraños según van penetrando progresivamente las fuerzas del desarrollo o son «preservadas» como valiosos atractivos turísticos. Los lugares en los márgenes del sistema turístico, que fueron inicialmente accesibles a cualquier viajero «fuera de los caminos conocidos», tales como reservas de animales salvajes, están convirtiéndose en destinos turísticos exclusivos cuyo acceso, por razones de sostenibilidad, cada vez se vuelve más restringido y a menudo más costoso, provocando problemas de equidad turística (Cohen 2002). Sin embargo, considero que aún existen grandes regiones del planeta que están relativamente libres de las fuerzas de la globalización y como tal permanecen, excepto en el caso de algunas rutas ya establecidas —como las excursiones por el río Sepik en los bosques de la lluvia en Papúa Nueva Guinea (Errington y Gewertz 2004)— fuera del alcance del sistema turístico. Sin embargo, este sistema tiene una tendencia bien conocida a expandirse. Muchas de las hasta ahora remotas y relativamente zonas inaccesibles, dominio de viajeros y «mochileros», son selectivamente incorporadas en el sistema turís-

tico (Westerhausen 2002). De hecho, la amenaza de que estas regiones pronto serán «estropeadas» por las fuerzas de la globalización y por la penetración del sistema turístico, es una extraordinaria motivación para los turistas más emprendedores a visitarlas «antes de que sea demasiado tarde» (Errington y Gewertz 2004: 206). En este sentido, está emergiendo un tipo de turista que se resiste no sólo a la penetración de las fuerzas de la globalización, sino que también muestra la actitud derrotista de los turistas «posmodernos» ante la posibilidad de las «experiencias» auténticas de lo otro en el mundo «real». Estos no son los «mochileros» contemporáneos, muchos de los cuales viajan «por caminos vírgenes fuera de los caminos pateados» del turismo más reposado. Más bien, son individuos más sofisticados y persistentes que gastan una buena cantidad de dinero y de tiempo en comprar el equipamiento necesario y en entrenarse y planear sus excursiones a los márgenes más inhóspitos del sistema turístico. En algunos sentidos, se parecen a los exploradores del pasado aunque buscan más experiencias que conocimiento. Los denominaré turistas «extremos».

Los márgenes del sistema turístico pueden ser concebidos como diferentes zonas variando en su accesibilidad y distancia. La primera zona consiste en algunas regiones periféricas no habitadas del mundo no occidental, que por diferentes razones, aún permanecen fuera de los confines del sistema turístico. Una de tales regiones, al menos hasta hace poco tiempo, el antiguo mundo comunista y poscomunista, su acceso a muchas partes estuvo restringido durante el período de régimen comunista. La región está ahora siendo rápidamente abierta al turismo. De hecho, China, el país más atractivo para el turismo de todos los estados poscomunistas, se está convirtiendo a pasos agigantados en uno de los destinos más populares del mundo. Sin embargo otras zonas permanecen todavía olvidadas por diferentes razones (falta de infraestructuras, climas poco saludables e inestabilidad política), en el exterior de los confines del sistema turístico: gran parte de los nuevos estados de Asia Central, el interior de África y de Sudamérica, casi todo el subcontinente Indio. Incluso en el popular Sudeste asiático, existen grandes áreas de escasa penetración turística, aunque una de las más importantes, la región del Alto Mekong, parece que se abrirá próximamente. Incluso en el archiexplorado Pacífico, existen todavía

muchas islas periféricas escasamente visitadas por los turistas y sólo relativamente afectadas por las fuerzas de la globalización.

Mientras que la primera zona presenta sólo una moderada resistencia a la penetración del sistema turístico, la segunda, más marginal, se mostrará mucho más resistente: las vastas regiones de la Tierra que aún permanecen inhabitables e inhóspitas: los desiertos yermos, las altas montañas, las regiones polares y las profundidades de los océanos. Hay que reconocer que algunos relativamente pequeños espacios de estas vastas regiones ya han sido abiertos al turismo —el ejemplo por excelencia es la ruta que lleva a la cumbre del Everest (Brown 1996: 41); los lujosos y caros viajes que están recorriendo los márgenes de la región Antártica (Reich 1980; Smith 2001: 59) y las «expediciones» organizadas a las áreas desérticas que se ofrecen por parte de agencias de viajes especializadas. Pero en su gran parte, estas regiones permanecen y probablemente permanecerán en un futuro inmediato, fuera del alcance del sistema turístico.

Tales remotas e inhóspitas regiones se presentan como un desafío para los practicantes de las diferentes formas de turismo «extremo»: individuos en busca de peligros, de emociones o de aventura, con el objetivo de conseguir experiencias extraordinarias pero auténticas en tanto que dotadas de un sentido existencial de «autenticidad» (Wang 2000). Este tipo de individuos es comparativamente poco común —puesto que el adentrarse en esas áreas inhóspitas exige una combinación de destreza, determinación y experiencia, así como también de recursos financieros considerables, que están más allá de la capacidad de muchos viajeros. Estos audaces individuos invierten enormes esfuerzos, se exponen a considerables riesgos y a menudo realizan enormes desembolsos en equipamiento, entrenamiento y desplazamientos para llevar a cabo expediciones en aquellas partes del mundo que aún permanecen relativamente desconocidas. El incremento en el número de gente que desea asumir esos riesgos puede mostrar una resistencia creciente ante las fuerzas homogeneizadoras de la globalización, una variante extrema de una tenaz búsqueda «moderna» de la autenticidad en un mundo cada vez más posmoderno.

Algunos de estos individuos no se ven afectados por las influencias de la cultura posmoderna, bien sea el consumismo o una tendencia a

convertir sus proezas en espectáculo. Así, en contraste con muchos «mochileros», los turistas «extremos» parecen estar encantados con el equipamiento «a la última» y convertirse en los iniciadores de modas en la introducción de nuevos equipamientos y de aparatos técnicos en el mercado para los menos aventureros. También convierten algunas de sus proezas en espectáculo —como en el caso del descenso desde la cumbre del Everest en parapente, grabado por un equipo de televisión (Brown 1996: 41).

Algunos turistas extremos, para incrementar las emociones y el peligro del viaje se imponen desafíos muy arriesgados o restricciones para conseguir mayores proezas: escalada «libre» de elevadas cimas, cruzar en solitario desiertos o lugares recónditos de las regiones polares. Tales proezas son realizadas a menudo para obtener publicidad personal o para una causa, más como un espectáculo que aumenta su estatus que como una auténtica experiencia.

Sin embargo, la zona más recóndita y la más resistente a la penetración por el sistema turístico no está en la Tierra, sino en Espacio infinito. Estos son los márgenes nuevos a expandir del sistema turístico.

No tengo intención de especular sobre el futuro del turismo espacial, existen demasiados imponderables al respecto. Pero en el momento actual parece existir un entusiasmo generalizado sobre los viajes al Espacio, manifestándose de diferentes formas, entre ellas por la popularidad de los viajes espaciales simulados y por los vuelos al límite del Espacio en los que se experimenta la ingravidez (Deutsche Presse-Agentur 2004).

El turismo espacial ciertamente alberga oportunidades para experiencias «extraordinarias» de una realidad extraña —de hecho, tan extraña que puede transformar al individuo, ya certificado por el «reverdecimiento» de los primeros astronautas (Time Magazine 1972). De hecho, la experiencia puede ser tan extraña y aterradora que asuste a mucha gente corriente, que podría preferir la seguridad de la experiencia simulada del espacio a las emociones de la realidad.

Por el momento, los viajes espaciales son todavía un privilegio exclusivo de unos pocos individuos multimillonarios que combinan su capacidad de gastarse diez millones de dólares con la psique y la tenacidad de entrenarse intensivamente para un breve viaje al Espacio. Aunque el viaje al Espacio puede en el futuro más cercano convertirse en algo posible, todavía

se verá limitado por un relativamente pequeño número de individuos audaces. A pesar de que pueda parecer ser la última aventura, deberíamos establecer algunas diferencias significativas entre los viajes espaciales y las diferentes formas de turismo de aventuras «extremo» en la Tierra y poner nuestra atención en algunas de las restricciones inherentes a esta forma incipiente de turismo.

El turista espacial difiere de los autosuficientes aventureros terrestres de forma importante. El viaje al Espacio parece constituir una combinación de rasgos opuestos, desconocidos en el turismo terrestre —una combinación de algunos aspectos del rol de aventurero y del turismo de masas. Por un lado, el turismo espacial tal como es percibido en la actualidad encierra ciertamente un riesgo, exige destrezas, fortaleza y resistencia —en un grado mucho más elevado que el que se exige a muchos de los turistas de aventuras. Pero por otro lado, en agudo contraste con lo último, el turismo Espacial, al menos en el momento presente, no exige o incluso no permite ningún tipo de acción «heroica» en el viaje en tanto que iniciativa personal o individual. Antes bien, implica disciplina y sobre todo participación en un equipo, en el cual el turista Espacial —que no es un especialista— sólo puede jugar un papel muy limitado.

Sin ser diferente al turista de masas, el turista «espacial» viaja en una «burbuja» en la que se reproduce el ambiente terrestre y está mucho más aislado de los contornos del Espacio que lo están muchos turistas de masas incluso desde los ambientes más extraños de la tierra. La experiencia del turista «espacial» se restringe de esta manera al sentido visual, igual que el turista de masas que viaja en un grupo organizado a un país extranjero. Sin embargo, mientras que para el último las experiencias corporales inherentes al viaje pueden ser molestas —abarroto o con plazas poco confortables, malas carreteras, desfases horarios producidos por los viajes —para el turista «espacial», las experiencias corporales, aunque no necesariamente placenteras, son parte de la atracción del viaje: las altas presiones del ascenso o del descenso o la pérdida de peso en el Espacio, son estados corporales deseados para los que el turista espacial se entrena intensamente antes del viaje. La simulación de tales experiencias parece ser una de las principales atracciones de parques temáticos: «Misión: el Espacio».

Por el momento, el viaje espacial es tan sólo eso: un viaje; no hay llegadas al destino en el Espacio. La cuestión es si los duros climas y los paisajes desolados de la Luna, de Marte y otros planetas accesibles muestran el suficiente atractivo, más allá de su valor-novedad actual, para que los individuos «ordinarios» acometan viajes al Espacio largos, extenuantes, peligrosos, poco confortables y muy caros —y así el sistema turístico terrestre se expande eventualmente hasta proporciones cósmicas.

CONCLUSIÓN

Las tres principales tendencias en el turismo contemporáneo, discutidas en este artículo, presentan diferentes combinaciones de la percepción del mundo contemporáneo y de la actitud turística hacia ella.

El turismo de distinción es característico de individuos que poseen un relativo alto grado de capital cultural, sofisticación y reflexividad, que perciben el mundo contemporáneo como completamente posmoderno y ajustan con resignación su actitud turística a sus restricciones: se convierten en «post-turistas» persiguiendo el disfrute de excelentes distinciones dentro del dominio de lo familiar en vez de buscar experiencias «extraordinarias» de autenticidad o de lo otro, supuestamente desaparecidas de este mundo. Cada vez más integrados en los modelos de la vida cotidiana del «post-turista», esta forma de turismo tiende a fusionarse a la perfección con el ocio corriente.

El turismo de fantasía es característico de un amplio estrato de individuos, de un grado relativamente bajo de capital cultural, que encuentran que las atracciones disponibles en un mundo cada vez más homogeneizado, poco excitante y por todo ello prefieren el estremecimiento de lo «extraordinario» en el ámbito de fantasía, en lugar de la realidad; ese estremecimiento es suministrado fundamentalmente por las simulaciones abiertamente prefabricadas ofrecidas por los parques temáticos y por establecimientos parecidos, que recogen el carácter de lo «hiperreal» debido a su logro tecnológico. Mientras que anterior a la experiencia de «objetividad», la autenticidad, tal como los turistas pueden lograr un aumento en el sentido de autenticidad «existencial» de su juguetona aunque profunda implicación con las muestras simuladas de lo fantás-

tico. La popularidad de este tipo de turismo encaja con la creciente popularidad e importancia de la fantasía como un tema preeminente en la cultura popular contemporánea.

El turismo extremo es practicado por individuos que refutan la pretensión de que ya no existen experiencias auténticas en el turismo. Buscan la excitación, la emoción y el riesgo del viaje en aquellos lugares de la Tierra que aún permanecen relativamente alejados de los procesos y del sistema turístico —y, en última instancia, el Espacio. Lo suyo es una búsqueda para una experiencia destacada y de sinergias entre la autenticidad «objetiva» y la «existencial». Por razones personales y financieras este turismo se limita a un pequeño número de individuos aventureros, con ciertos parecidos en algunos aspectos a los exploradores de los primeros tiempos. Aunque desde el principio de una «moderna» búsqueda de la autenticidad en un mundo cada vez más homogeneizado, el turismo extremo sin embargo está afectado por las características de la posmodernidad, tales como el consumismo y la tendencia a convertir las impresionantes proezas en espectáculo.

Las mayores implicaciones de estas tendencias para el sistema turístico y para la sociedad contemporánea en general todavía permanecen sin explorar. Sólo puedo indicar algunas de sus consecuencias más obvias.

El turismo de distinción tiende a alentar la transformación y revitalización de los centros urbanos de las partes más desarrolladas del mundo, puesto que buscan convertirse en «ciudades del mundo», centros globales de la cultura y del turismo cultural, atractivas para los sofisticados «post-turistas».

El turismo de fantasía tiende a alentar la «transición turística» (Cohen 2001) de los destinos turísticos maduros, puesto que tratan de complementar o sustituir sus atracciones «naturales» en declive con una variedad de atracciones «artificiosas», entre las cuales los parques temáticos, especialmente aquellos cuyas características de simulación de elevada sofisticación tecnológica, juegan un papel significativo.

El turismo extremo parece ser un «iniciador de moda» en el mercado para el equipamiento y los aparatos técnicos de los turistas menos aventureros; pero significativamente jugará un papel crucial como precursor de una reorientación futura del turismo —hacia el Espacio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, J. (1988): «Simulacra and Simulations», *Selected Writings*. Stanford, Stanford University Press, pp. 166-184.
- BOORSTIN, D. J. (1964): *The Image A Guide to Pseudo-Events in America*. Nueva York, Harper and Row.
- BOURDIEU, P. (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Londres, Routledge.
- BROWN, D. (1996): «Genuine Fakes», in Selwyn, T. (ed.) *The Tourist Image*. Chichester, John Wiley, pp. 33-47.
- BRUNER, E. M. (1994): «Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A Critique of Postmodernism», *American Anthropologist* 96(2): 397-415.
- BRYMAN, A. (1999): «The Disneyization of Society», *The Sociological Review* 47(1): 25-47.
- COHEN, E. (1979a): «A Phenomenology of Touristic Experiences», *Sociology*, 13: 179-201.
- (1979b): «Rethinking the Sociology of Tourism», *Annals of Tourism Research* 6(1): 18-35.
- (1985): «Tourism as Play», *Religion* 15: 291-304.
- (1995): «Contemporary Tourism: Trends and Challenges» in Butler, R. and Pearce, D. (eds.) *Change in Tourism*. Londres, Routledge, pp. 12-29.
- (2000): «Cultural Fusion», in Avrami, E. et al. (eds.) *Values and Heritage Conservation*. Los Angeles, The Getty Institute.
- (2001): «Thailand in 'Touristic Transition'», in Teo, P. et al. (eds.) *Interconnected Worlds*. Kidlington, Oxon, Pergamon, pp.155-175.
- (2002): «Authenticity, Equity and Sustainability», *Journal of Sustainable Tourism* 10(4): 267-276.
- (2004): *Contemporary Tourism. Diversity and Change*. Kidlington, Oxon, Pergamon.
- forth. «The Post-Modernization of a Mythical Event: Naga Fire Balls on the Mekong River», in Graburn, N. (ed.). Deutsche Presse-Agentur, (2004): «A Short Flight for Man, a Milestone for Humanity», *The Nation* (Bangkok), 6 October: I OA.
- DUNN, R. (1999): «Populism, Mass Culture and the Avant Garde», *Theory, Culture and Society* 8(1): 111-135.
- ECO, U. (1986): *Travels in Hyperreality*. San Diego: Harcourt, Brace and Jovanovich.
- EDWARDS, E. (1996): «Postcards-Greetings from Another World», in Selwyn, T. (ed.) *The Tourist Image*. Chichester, John Wiley, pp. 197-221.
- ERRINGTON, Sh. (1998): «The Cosmic Theme Park of the Javanese», in Errington, Sh. *The Death of the Authentic in Primitive Art*. Berkeley, University of California Press.
- ERRINGTON, F. y D. GEWERTZ (2004): «Tourism and Anthropology in a Postmodern World», in Gmelch, Sh. B. (ed.) *Tourism and Tourists*. Long Grove, IL, Waveland Press.
- GEERTZ, C. (1973): «Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight», in Geertz, C. *The Interpretation of Cultures*. NY, Basic Books, pp. 412-453.
- GOFFMAN, E. (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Nueva York, Harper and Row.
- GOLDEN, D. (1996): «The Museum of the Jewish Diaspora Tells a Story», in Selwyn, T. (ed.) *The Tourist Image*. Chichester, John Wiley, pp. 223-250.
- GULLÉN, M. F. (2001): «Is Globalization Civilizing, Destructive or Feeble? A Critique of Five Key Debates in the Social Science Literature», *Annual Review of Sociology* 27: 235-260.
- GRABURN, N. H. H. (1977): «Tourism: The Sacred Journey», in Smith, V.L. (ed.) *Hosts and Guests*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 17-31.
- JOHNSON, M. L. (1998): *New Westerns: The West in Contemporary American Culture*. Lawrence, KS, University Press of Kansas.
- KAPCHAN, D. A. y P. T. STRONG (1999): «Theorizing the Hybrid», *Journal of American Folklore* 112 (445): 239-253.
- KING, M. J. (1981): «Disneyland and Walt Disney World: Traditional Values in Futuristic Form», *Journal of Popular Culture* 15(1): 116-140.
- KOSELLECK, R. (1985): *Futures Past: On the Semantics of Historical Time*. Cambridge, MA, MIT Press.
- LACY, J. A. y W. A. DOUGLASS, (2002): «Beyond Authenticity: The Meanings and Uses of Cultural Tourism», *Tourist Studies* 2(1): 5-21 .
- MACCANNELL, D. (1973): «Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings», *American Journal of Sociology* 79(3): 589-603.
- (1976): *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Nueva York, Schocken.
- (1992): «Cannibalism Today», in MacCannell, D. *Empty Meeting Grounds. The Tourist Papers*. Londres, Routledge, pp. 17-73.
- (2001): «Remarks on the Commodification of Culture», in Smith, V. L. and Brent, M. (co-eds.) *Hosts and Guests Revisited*. New York: Cognizant Communication Corporation, pp. 380-390.
- MEETHAN, K. (1996): «Consuming (in) the Civilized City», *Annals of Tourism Research* 23(2): 322-340.

- MINTZ, L. (1998): «Simulated Tourism at Busch Gardens: The Old Country and Disney's World Showcase, Epcot Center», *Journal of Popular Culture* 32(3): 47-58.
- MITCHELL, R. D. (1998): «Learning through Play and Pleasure Travel: Using Play Literature to Enhance Research into Touristic Learning», *Current Issues in Tourism* 1(2): 176-188.
- MOORE, A. (1980): «Walt Disney World: Bounded Ritual Space and the Playful Pilgrimage Center», *Anthropological Quarterly* 53: 207-218.
- MOSCARDO, G. M. y Ph. L. PEARCE, (1986): «Historic Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity», *Annals of Tourism Research* 13(3): 467-479.
- OLSEN, K. (2002): «Authenticity as a Concept in Tourism Research», *Tourist Studies* 2(2): 159-182.
- RAZ, A. E. (1999): «Glocalization and Symbolic Interactionism», *Studies in Symbolic Interaction* 22: 3-16.
- REICH, R. J. (1980): «The Development of Antarctic Tourism», *Polar Record* 20(126): 203-214.
- REUTERS (2003): «New Disney Ride Out of This World», *The Nation* (Bangkok), 11, octubre, 3B.
- (2004): «Japanese Theme Park Looks to Spider-man as Saviour», *The Nation* (Bangkok), 22 marzo, 7B.
- RITZER, G. (1993): *The McDonaldization of Society*. Newbury Park, CA, Pine Forge Press.
- RITZER, G. y A. LISKA (1997): «'McDonaldization' and 'Post-Tourism'», in Rojek, Ch. and Urry, J. (eds.) *Touring Cultures*. Londres y Nueva York, Routledge, pp. 96-109.
- ROBERTSON, R. (1995): «Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity», in Featherstone, M., Lash, S. and Robertson, R. (eds.) *Global Modernities*. Londres, Sage, pp. 25-44.
- ROJEK, Ch. y J. URRY, (1997): «Transformations of Travel and Theory», in Rojek, Ch. and Urry, J. (eds.) *Touring Cultures*. Londres y Nueva York, Routledge, pp. 1-19.
- SCHUTZ, A. (1973): «On Multiple Realities», in Schutz, A. *Collected Papers*, Vol. 1. The Hague: M. Nijhoff, pp. 207-225.
- SELÄNNIEMI, T. (2001): «Pale Skin on Playa del Anywhere: Finnish Tourists in the Liminoid South», in Smith, V. L. and Brent, M. (eds.) *Hosts and Guests Revisited*. NY, Cognizant Communication Corporation, pp. 80-92.
- SELWYN, T. (1996). «Introduction», in Selwyn, T. (ed.) *THE TOURIST IMAGE*. Chichester, John Wiley, pp. 1-32.
- SHINHAV-KELLER, Sh. (2000): «Looking Back to the Future: Representation, Memory and Identity; the Case of the Museum of the Jewish Diaspora», Ph.D. dissertation, The Hebrew University of Jerusalem (In Hebrew).
- SMITH, V L. (2001): «The Nature of Tourism», in Smith V. L. and Brent, M. (eds.) *Hosts and Guests Revisited*. NY, Cognizant Communication Corporation, pp. 53-68.
- SOFIELD, T. H. B. y F. M. S. LI (1998): «Tourism Development and Cultural Policies in China», *Annals of Tourism Research* 25(2): 362-392.
- Time Magazine* (1972): «The Greening of the Astronauts», 11 December.
- URRY, J. (2000): «Mobile Sociology», *British Journal of Sociology* 51(1): 185-203.
- WANG, N. (2000): *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Kidlington, Oxon, Pergamon.
- WESTERHAUSEN, K. (2002). *Beyond the Beach: An Ethnography of Modern Travellers in Asia*. Bangkok: White Lotus.