

ANTROPOLOGÍA

El turista: elige tu propia aventura

El turista fue, para la antropología del siglo XX, la imagen viva del embrutecimiento y la frivolidad de la humanidad. Pero en los últimos años se estudia al turismo con la convicción de que investigando por qué y cómo viajamos es posible problematizar las nociones de patrimonio cultural y de mercado, y aprender mucho sobre las sociedades modernas. Aquí, un repaso de teorías y argumentos. El antropólogo Néstor García Canclini escribe, además, sobre el antagonismo entre el turismo de masas y el turismo de élite.

SONIA JALFIN.

Como los banderines que indican cuán peligroso es el mar, deberían existir señales que alertaran a los turistas respecto de los antropólogos. El desprecio antropológico por los veraneantes puede ser rabioso. **Tristes trópicos**, uno de los textos fundadores de la etnografía contemporánea, comienza con una declaración tajante de su autor, Claude Lévi-Strauss: "Odio los viajes y a los viajeros". Las ciencias sociales en general se acercaron al turismo con desconfianza y animosidad. Uno de los primeros en abordar el fenómeno desde la teoría, el historiador estadounidense Daniel J. Boorstin, consideraba al turismo "un mundo manufacturado, trivial e inauténtico".

Aliviados tal vez por reparadoras vacaciones, los años fueron trayendo luego interpretaciones antropológicas más benévolas respecto de los veraneantes. Cambiando las antiguas comunidades primitivas por otros espacios circunscriptos como los resorts o los cruceros, algunos antropólogos volvieron a hacerse preguntas acerca del turismo: ¿Por qué viajamos? ¿Qué dice de nosotros el hecho de que nos movamos por el mundo del modo en que lo hacemos, reuniéndonos en ciertos lugares a los que asignamos un valor especial y donde cumplimos con ciertos rituales? ¿Qué conclusiones pueden obtenerse acerca de la mirada del turista, la construcción de los espectáculos que se le ofrecen y la organización del ocio?

Detrás de la curiosidad académica se esconde una presunción de fondo: la que adjudica al turista la capacidad de representar al hombre moderno. Académicos como el británico Dean MacCannell, en los años 70, o más recientemente John Urry, Chris Rojek y el francés Yves Winkin, entre otros, suponen que el estudio de las actividades turísticas permite construir hipótesis más generales acerca del funcionamiento de la sociedad contemporánea. Los veraneantes no sólo dejaron de ser denostados, sino que aparecen como espejos de todos nosotros.

Varios elementos ayudaron a recortar al turismo como objeto de estudio. Por empezar, su expansión: según la Organización Mundial del Turismo, 763 millones de personas emprendieron viajes internacionales en 2004, un 11 por ciento más que el año anterior, según los últimos datos disponibles. En paralelo a ese desarrollo, la academia fue desestimando algunos prejuicios relacionados con el mundo de las vacaciones. Por un lado, se interesó por el estudio del tiempo libre, dejando atrás antiguas presunciones respecto de la banalidad del ocio. Por otra parte, se cuestionó la predilección por anteponer el análisis de las clases populares al de los sectores pudientes, más propensos a viajar.

Aún tímida en la Argentina, a pesar del boom que vive la actividad, la antropología del turismo ofrece hoy nuevas ideas para abordar el tiempo de vacaciones. Lo que sigue es una reseña de algunas de ellas, escritas mayormente en tierras lejanas pero, tal vez por eso mismo, atractivas y reveladoras como los viajes.

Viajar para unir el mundo

El acercamiento entre ciencias sociales y turismo se inauguró con Boorstin, quien en 1961 publicó **La imagen: una guía de los pseudo-eventos en América**. El planteo central del libro es que los viajeros individuales, exploradores y románticos, fueron reemplazados por turistas de masas, quienes disfrutaban de espectáculos prefabricados sin salir de la burbuja del hotel o el tour organizado. Tuvieron que pasar quince años para que un sociólogo saliera en defensa de los veraneantes, y lo hizo MacCannell en su libro **El turista: nueva teoría de la clase ociosa**. El argumento principal de MacCannell es que, lejos de la superficialidad que se le atribuye, todos los turistas buscan tener experiencias auténticas, ya sea que lo logren o no. Todavía más, que esa búsqueda es relevante para comprender el funcionamiento de la sociedad contemporánea.

Para MacCannell, nuestros viajes representan un esfuerzo colectivo por unificar un mundo cada vez más contradictorio y fragmentado. La sociedad moderna atraviesa un proceso de diferenciación estructural por el cual las categorías que antes la ordenaban —clase social, profesión o grupo étnico— se vuelven cada vez más complejas. Ya no podemos, dice MacCannell, reconocernos en dualidades simples como la de patrones y obreros, o considerar las identidades sexuales en términos biológicos binarios. Esa explosión de diferencias, propia de la modernidad, es la que nos lleva, en esta teoría, a viajar para conocer ciertos lugares donde esperamos encontrar elementos auténticos pertenecientes a otras culturas o al pasado. "El acto de viajar nos ayuda a construir totalidades sobre la base de nuestras experiencias dispares —escribe MacCannell—; el turista puede formular su propia trayectoria y la de su sociedad como una serie ordenada de representaciones formales; como fotos en un álbum familiar".

Mochileros que se aventuran en la selva, turistas japoneses que llegan después de sus cámaras, matrimonios colorados por el sol que compran collares autóctonos en la playa, todos ellos, dice MacCannell, están guiados por la búsqueda de conocer lo auténtico del otro, para lograr una comprensión unificada del mundo. No existe aquí la distinción clásica entre el viajero (verdadero) y el turista (superficial). La dicotomía auténtico-inauténtico se revela mucho más compleja y fruto de una construcción social, como señalan los nuevos investigadores del turismo.

Auténtico, inauténtico

¿Qué es más auténtico?

- A) Una tanguería for export en Buenos Aires.
- B) Un tour por una favela de Río.
- C) Una ceremonia religiosa en Ciudad del Cabo.

La respuesta puede ser más compleja de lo que parece. En su libro **Turismo, entre el ocio y el neg-ocio**, el director del Observatorio de Industrias Culturales porteño Octavio Getino relata cómo ciertas tribus africanas exageran los rasgos de sus máscaras para acercarlas al gusto europeo y tener más chances de venderlas. Lo auténtico, en los lugares turísticos, suele ser fruto de una negociación no exenta de conflicto. Mónica Lacarrieu, antropóloga e investigadora del Conicet, identifica esos mecanismos en la Argentina: "Las comunidades mapuches del sur argentino administran campos agrestes que están abiertos al turismo, para lo cual reciben subvenciones del exterior. Los problemas surgen cuando los auditores externos les exigen exotismo: no sólo deben gerenciar el lugar sino que se espera que lo hagan vestidos con sus atuendos tradicionales. Lo mismo ocurre en el noroeste argentino, donde las comunidades locales discuten cuál es el culto a la Pacha Mama que debe mostrarse a los turistas".

En ese contexto esquivo se sitúa la argumentación del antropólogo francés Yves Winkin, quien toma del teatro la idea de suspensión voluntaria de la incredulidad. Se trata del proceso por el cual los espectadores, durante un lapso determinado, aceptan como verosímil la trama del espectáculo que se les brinda. "Ese mecanismo caracteriza la experiencia turística", afirma Winkin, desde Lyon. "Cuando viajamos a Egipto, no investigamos la situación socioeconómica del país, sólo esperamos conocer a Cleopatra y Tutankamón, y así lo logramos. Eso es lo que llamo turismo como encantamiento, un punto de partida que permite pensar fenómenos más extendidos de la sociedad contemporánea donde somos inducidos a participar de ciertos estados de ánimo. Pienso en lugares turísticos pero también en eventos de promoción, shoppings, o incluso congresos académicos".

Estas consideraciones vuelven tan compleja la búsqueda de lo auténtico que tal vez sea mejor abordarla con un chiste. Así lo entendieron tres autores australianos que publicaron, en 2004, una guía turística sobre un país que no existe: **Molvania, una tierra no tocada por la odontología moderna**. Con comentarios como "debido a la presión errática del agua se recomienda no usar bidet", o "las Grandes Planicies fueron declaradas patrimonio de la humanidad por la UNESCO debido a su significativa monotonía", la guía de Molvania se parece tanto a los libros que parodia que es, en sí misma, un ejemplo perfecto de las dificultades para abrir juicio respecto de la autenticidad de los destinos turísticos.

Es frecuente que los antropólogos del turismo se refieran a un concepto clásico de la disciplina: la idea del peregrinaje religioso como rito de pasaje. Desarrollado en los años 60 por el antropólogo Victor Turner, el concepto de peregrinaje supone la transición desde la vida cotidiana hacia un mundo extraordinario donde se viven experiencias sagradas o sobrenaturales, para finalmente volver al lugar de origen. El viaje puede ser visto como el espejo invertido de la vida cotidiana, un momento especial que, sin embargo, ayuda a establecer las reglas de los períodos normales, ordinarios.

FIN DE AÑO. UN REGALO.

EL MAS GRANDE

WIFI HOME

más información

Dylan escribe la canción de su vida

Yente, entre las pioneras

El turismo y las desigualdades

encuesta

¿Suele leer novelas históricas? 1.331 votantes

Sí, son una forma de conocer más sobre el pasado (343)

25.8 %

Sí, porque me resultan entretenidas (98)

7.4 %

Sí, por ambos motivos (516)

38.7 %

No, es un género que no me interesa (374)

28.1 %

foro

Algunos académicos protestan por los libros de divulgación que 'abaratan la historia'. ¿Tienen razón?

AMPLIAR [1 de 4]



Una foto a la pirámide, en México.

Otras fuentes sobre turismo

LIBROS

Pensar este tiempo, espacios, afectos, pertenencias Leonor Afluch (comp.), Paidós, 2005-

Del balneario al campo, el turismo en Argentina Regina G. Schüller, CIET, 2001.

Turismo, entre el ocio y el neg-ocio Octavio Getino, Ciccus - La Crujía, 2002-

El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa D. MacCannell, Melusina, 2004-

Encyclopedia of Tourism Jafar Jafari (editor), 2000-

EN INTERNET

www.molvania.com

www.world-tourism.org

www.lancs.ac.uk/fss/sociology/cemore/cemorehome

www.for.nau.edu/geography/igust/

Viajar para ver lo diferente

Esta es la formulación que toma el teórico británico John Urry en su libro **La mirada del turista**. Los viajeros, según su argumentación, buscan conocer lo distinto antes que lo auténtico. Urry recoge diversas modalidades a través de las cuales ciertos objetos encarnan la idea de lo diferente. Algunos lugares son considerados únicos y especiales, como el Palacio de Buckingham o la Torre Eiffel, incluso cuando hayan perdido el fundamento original de su fama (es el caso del Empire State, que atrae a dos millones de personas por año aunque ya no es el más alto de Nueva York). Otros objetos se hacen diferentes por ser considerados típicos, "como el chateau francés o la cerveza alemana"; por permitir asomarse a la vida doméstica de otras épocas u otras culturas, en el caso de ciertos museos; por desarrollarse en paisajes llamativos que dotan de un sentido especial a actividades comunes; o incluso porque un cartel aclaratorio les adjudica un valor diferencial, como en el caso de una piedra traída de la Luna o un cuadro de Rembrandt en un museo.

Este énfasis en lo diferente marca el rumbo futuro del turismo. Como señala Mónica Lacarrieu: "Los viajeros de la era postindustrial buscan lugares diferenciados, exóticos y localizados. Esperan escapar de la uniformidad de la globalización y apelan a novedades como el tour por una villa miseriosa, la participación en celebraciones religiosas indígenas o incluso el turismo rural. Ya no crece el turismo de playa, sino el turismo *cultural*". Esa predilección por lo particular ha llevado a ciertos lugares des-industrializados de la Argentina a convertirse en función del turismo. "El caso prototípico es San Nicolás, que tomó la figura de la Virgen como atractivo para los visitantes luego del cierre de Somisa —agrega Lacarrieu—, pero existen ejemplos variados en todo el país, como la reciente institución de la fiesta de la soja en la provincia de La Pampa".

Viajar como rutina

En comparación con nuestra vida cotidiana, ¿qué resulta más contrastante?

- A) La posibilidad de fotografiar un coati en Cataratas.
- B) Hacer trekking en Bariloche.
- C) Conocer diez ciudades europeas en 15 días.

Para el sociólogo inglés Chris Rojek, autor del libro **Modos de escape**, la respuesta es tan difícil como en el caso de la pregunta por la autenticidad. Rojek rechaza la posibilidad de entender los viajes como una búsqueda de lo diferente. "El ocio no es la antítesis de la vida cotidiana —se lee en su libro— sino su continuación dramatizada o espectacular. Lejos de ser una reacción contra las rutinas de la vida, el ocio implica a menudo la intensificación y extensión de esas rutinas".

Para Rojek, muchos aspectos de las vacaciones recuerdan a las actividades laborales: fotógrafos ocasionales son alentados a alcanzar estándares profesionales; deportistas *amateurs* invierten entrenamiento y esfuerzo para participar de una competencia; tours organizados exigen puntualidad y disciplina. La única diferencia real es que "la mayor parte de lo que nos sucede en nuestra vida cotidiana es ambiguo e inconcluso, mientras que las formas de ocio popular nos ofrecen, típicamente, una sensación satisfactoria y tranquilizadora de resolución". Ese es, para Rojek, el sentido de nuestros viajes: encontrar ciertas rutinas placenteras que nos resguarden de un mundo incierto y fragmentario.

Búsqueda de la autenticidad, peregrinaje hacia lo extraordinario que nos ayude a entender lo ordinario, necesidad de unificar una modernidad fragmentaria, la antropología reciente ofrece diversas interpretaciones para explicar nuestra voluntad de recorrer el mundo.

Esa maraña de argumentos puede resultar opresiva para quien, en estos días, emprende sus vacaciones anuales. A menos que se recurra a una idea alternativa, como la que desarrolló el sociólogo finlandés Tom Selanniemi en un artículo publicado en la revista **Anales de la Investigación en Turismo**: "Los antropólogos tienen dificultades para aceptar que los turistas puedan simplemente divertirse sin estar alienados, buscando autenticidad, estatus o un cambio en sus vidas. Sin embargo, es el placer lo que explica que los individuos le den tanta importancia al turismo". Dicho lo cual, ahora sí, felices vacaciones.