

El turista

Una nueva teoría
de la clase ociosa

DEAN MacCANNELL

EDITORIAL  MELUSINA

Índice general

Prólogo de Lucy Lippardxi
Prefacio a la edición de 1989xvii
Reconocimientosxxxix
Introducción3
1/ La modernidad y la producción de experiencias turísticas25
La semiótica de Marx28
Artículo y símbolo31
La estructura de las experiencias culturales33
Producciones culturales y grupos sociales41
La experiencia laboral48
2/ Visita turística y estructura social53
La integración moral de la modernidad53
Atracciones y diferenciación estructural65
Distritos turísticos67
Las diferenciaciones del mundo turístico69
3/ El caso de París: orígenes del ocio alienado77
Las exhibiciones de trabajo83

4/ Las otras atracciones	103
La función del museo en la cultura moderna	104
Parques	107
Tradición	109
Historia	113
5/ Autenticidad escenificada	121
Frente, trasera y realidad	122
Regiones traseras y solidaridad social	124
Autenticidad en escenarios turísticos	127
Autenticidad escenificada en escenarios turísticos ..	130
Estructura de los escenarios turísticos	132
Turistas e intelectuales	135
Conclusión	139
6/ Una semiótica de la atracción	145
Marcadores	146
Implicación en la vista e implicación en el marcador	148
Relación entre los marcadores (significante) y las vistas (significado)	155
Contacto y reconocimiento	160
La dominación de una vista por sus marcadores ...	163
El marcador como símbolo	173
7/ La etnometodología de los espectadores	177
“Cuando de verdad lo vi por primera vez”	178
Marcadores de la “verdad”	179
La construcción de la realidad social	184

8/ Estructura: genuina y espuria	189
Estructura espuria	191
Espuriedad macroestructural	196
Estructura genuina	201
Conclusión	205
9/ Sobre teoría, métodos y aplicaciones	209
Aplicaciones	209
Métodos	224
Teoría	231
Epílogo	242
Notas	263
Índice	281