

Simon COLEMAN y Mike CRANG (EDS.), *Tourism. Between Place and Performance*. Berghahn Books, Oxford y Nueva York, 2002, 246 p.

En corto, el turismo no es solamente un agregado de actividades meramente comerciales; es también una manera ideológica de enmarcar la historia, la naturaleza y la tradición; un marco que tiene el poder de reformar la cultura y la naturaleza para sus propias necesidades.

MacCannell, 1992: 1.

El libro editado por Simon Coleman y Mike Crang es más que una compilación de etnografías de espacios turísticos y un debate pluridisciplinar en torno al tema del turismo y sus espacios enmarcado en el análisis cultural. Es un viaje o, mejor dicho, un *tour* que nos invita a aterrizar –como si llegáramos en avión– en un marco conceptual de la teoría del viaje y los turistas, para después llevarnos al paisaje de la naturaleza en tres etnografías que colocan el espacio en una perspectiva cultural, narrativa, imaginativa y luego regresar a la ciudad y adentrarnos en el carnaval de Basano, Italia, continuar en el norte de Italia y acercarnos a una celebración local y algunas de sus tradiciones en una compleja articulación de diferenciación cultural, pragmatismo político y económico y puesta en escena turística. Continuamos en la ciudad y en este *tour* no podíamos dejar de ir a dos de los destinos turísticos más importantes: Atenas y Londres. Visitamos Atenas en el recorrido etnográfico, pero también desde su narración en guías de viaje. En Londres vamos a su lado este, donde seguimos la narración de las guías y encontramos, además, la resistencia local al turismo dentro una ciudad cosmopolita, global. Y quizá en este punto del recorrido nos damos cuenta de lo cerca que nos encontramos aún de los lugares que parecerían distantes y que ahora, continuando con el paseo, encontramos más bien, distanciados. Llegamos a Gerome en Turquía, donde la ironía de los agentes turísticos locales y la población, da color a este espacio y a la identidad de su gente que despliega su conocimiento del turismo y del mundo global en el que también se mueven. Vamos luego al pueblo de Wall, Dakota del Sur en Estados Unidos, en el corazón de este pueblo encontramos conocido atractivo turístico: la farmacia “Wall Drug”, aquí la mescolanza de espacio e imágenes nos lleva a entender el lugar como representación y ejecución. Cuando llegamos a Japón y atravesamos la etnografía del campo de beisbol, cuya construcción fue inspirada en la película americana *Field of Dreams*, estamos más preparados para entender cómo aquí, lejos del set y de los actores, cobra materia y sentido en ese contexto: un campo de película y ensueño.

Si bien el libro abre con una excelente introducción que, además, enmarca conceptualmente este foro de debate escrito, la última parte parece, en realidad, un “regresar a casa” y volver la mirada –ahora de cerca– a algunos conceptos centrales en el tema del turismo. David Chaney aborda el tema de las metáforas, las cuales considera que son un recurso poderoso de trabajo en el análisis cultural que, en el caso del estudio del turismo, ayudan a “desempacar” –metafóricamente– su significado. Chaney señala la metáfora dramática como una forma metafórica dominante en el análisis cultural del turismo, le critica la tendencia a separarse del flujo del cambio histórico, pero reconoce su poder analítico y aborda dos conceptos cercanos, íntimos de esta metáfora: autenticidad y mirada.

La idea de autenticidad es restituida por Chaney después de que ha sido señalada como superflua por diversos autores –entre ellos John Urry y Chris Rojek. De acuerdo con Chaney, esta idea retiene cierto poder como metáfora al representar una dimensión ética y estética de participación/apropiación y al mismo tiempo reconoce su carácter ideológico; es decir, Chaney entiende la idea de autenticidad como una cualidad de un proceso, como un valor cultural. La autenticidad no es un objeto –y mucho menos es objetiva– y no debe ser confundida con la realidad. Es un valor intrínsecamente ideológico –de ahí su poder– cuya apelación depende de juicios de apropiación que son, esencialmente, disputados. Retomar la idea de autenticidad, entonces, nos coloca nuevamente en las interacciones locales –entendiendo la localidad como un espacio de acción social– y nos permite reconocer en las audiencias populares más que un sentido de reflexión adormecido. La otra metáfora que Chaney aborda es la de mirada (*gaze*). Esta noción propuesta por John Urry (2002) es, según Chaney, uno de los recursos metafóricos más importantes de representación de la práctica de consumo turístico. Sin embargo, señala que desde esta metáfora –basada según el mismo autor en una concepción teatral de la metáfora dramática– implica una audiencia que contempla desde afuera, una forma de ver que domina y donde el que observa se convierte en el autor de los guiones desarrollados. Aunque Chaney no fundamenta fuertemente la crítica, rápidamente propone en su lugar la metáfora de “vistazo” (*glance*) la cual, sugiere, implica una especie de diálogo y reconoce que el observador es, al mismo tiempo, observado. Es también una metáfora que pretende alejarse de la esfera masculina y racional –adonde Chaney ubica la metáfora de mirada– y en donde los objetos culturales aparecen abiertos a una reinterpretación constante. David Crouch también retoma el sentido de la vista en el turismo, pero no lo separa de los otros sentidos que, en cambio, se articulan desde su pro-

puesta en un encuentro multisensual, mediado por el cuerpo, con el espacio. Crouch propone entonces, hablar del turismo como una práctica de conocimiento que es corporal, encarnada, sensual (*embodied*) que, sin embargo, no termina en la piel sino que se conjuga con la imaginación y el sentido común.

Tal vez este recorrido no trate de llegar a lugares ni a metáforas terminadas o conceptos definitivos. La parte enriquecedora es, justamente, realizar el recorrido a través de los espacios, desde las etnografías que nos colocan dentro de la reflexión en torno a las formas de pensar el turismo, a la forma de abordarlo conceptualmente y de continuar la reflexión en torno a su interpretación.

Ivet Reyes Maturano

REFERENCIAS

MACCANNELL, DEAN

1992 *Empty Meeting Grounds. The Tourist Papers*. Routledge, Londres y Nueva York.

URRY, JOHN

2002 *The Tourist Gaze*. Segunda edición, Sage Publications, Londres.