

MUNDOS SOÑADOS, MUNDOS CONTESTADOS:
LA DIALÉCTICA DE LOS IMAGINARIOS DEL TURISMO.
RESEÑA DEL LIBRO *TOURISM IMAGINARIES: ANTHROPOLOGICAL
APPROACHES*, DE NOEL B. SALAZAR & NELSON H. H.
GRABURN (EDS.), (2016)

David Lagunas
Universidad de Sevilla

Este trabajo, resultado de la colaboración institucional entre el Tourism Studies Working Group de la University of California at Berkeley y el Equipe Interdisciplinaire de Recherche Sur le Tourisme de la Université Paris 1-Sorbonne, aporta un aparato conceptual interdisciplinario y una metodología novedosa para el estudio del turismo. A partir de las etnografías realizadas por los distintos colaboradores del libro en varios países, principalmente países en desarrollo, la propuesta viene a reafirmar la pertinencia de una “etnografía global”, aquella que M. Burawoy viene reclamando desde hace casi dos décadas y de la cual Appadurai representa una fuente de inspiración bastante popular entre los antropólogos. La etnografía global surge de la exigencia de focalizar la atención hacia los flujos y redes que conectan a las personas, objetos y representaciones en un mundo cada vez más globalizado.

El libro respalda esta etnografía del mundo globalizado a partir del análisis de la producción, diseminación y consumo de los imaginarios del turismo. Este enfoque parte de la premisa de que los imaginarios de los lugares, los destinos y el viaje turístico son producidos y consumidos por un número creciente de personas y poblaciones en todo el planeta. Estos imaginarios se amplifican y se diseminan por medio del poder de difusión de los medios de comunicación de masas y paralelamente gracias a las cada vez mayores oportunidades para el viaje y la circulación de personas. La tentativa se apoya, en primer lugar, en los mecanismos cognitivos a través de los cuales los diversos actores del sistema turístico imaginan su existencia, construyen su subjetividad y cuáles son las fuerzas que atraviesan esa subjetividad, en base a elementos tanto ideáticos (discursos, narrativas) como materiales (conductas, prácticas sociales, objetos).

Los diversos colaboradores del libro, siendo fieles a este cometido, exploran el po-

tencial analítico que la noción de imaginario puede aportar al estudio del turismo. El intento resulta complicado ya que se trata de intentar aclarar el papel, la función y el impacto que cumplen los imaginarios -poco explorados en la literatura sobre el turismo- en la representación cultural de los lugares, los actores y las prácticas turísticas. Desde este punto de vista, el imaginario se concibe como un dispositivo de aprehensión y mediación entre lo interior/lo exterior, lo conocido/lo desconocido, lo propio/la alteridad que opera en el sistema turístico y que induce a la formación y diseminación de imágenes mentales, altamente seductoras o bien restrictivas, acerca del viaje, el lugar y el destino turístico. El trabajo de la imaginación en la construcción de los imaginarios del turismo se manifiesta cuando se identifica una correspondencia (o una disonancia) entre los imaginarios, por un lado, y las imágenes cognitivas idiosincráticas, familiares y/o compartidas culturalmente, por otro. Los imaginarios, ese magma de imágenes y formas, a lo Castoriadis, tanto materiales (blogs, postales, películas, revistas de viaje, suvenires) como inmateriales (memorias, leyendas, discursos, anécdotas), se presentan como verdaderas “visiones del mundo”. Estas cosmovisiones, producidas y consumidas individualmente y socialmente, son las que orientan de manera efectiva los discursos y prácticas de los diversos agentes (promotores, turistas, instituciones, medios de comunicación, poblaciones locales) que integran el sistema turístico.

Cabe advertir de entrada que el imaginario es una noción confusa y vaga. Como señala Amirou (1995), es preciso distinguir semánticamente, siguiendo a Le Goff (1985), las nociones de imaginario, representación e ideología. La representación engloba las ideas, las abstracciones y la traducción mental de una realidad exterior. La ideología es la concepción del mundo que modela esa representación. El imaginario, aunque es una fracción del campo de la representación, engloba a símbolos e imágenes creadoras y poéticas. Si la representación es un conocimiento más intelectualista, la ideología la conforman los conceptos organizadores de la sociedad forjados por las ortodoxias reinantes o sus adversarios, mientras que el imaginario constituye más bien una evocación que remite a las imágenes mentales compartidas, al mito en definitiva.

Los antropólogos señalan recurrentemente que el turista ve lo que la actitud colectiva de percibir le ha enseñado a ver. Muchas gentes, objetos, paisajes, rituales o monumentos entran en la mirada del turista. Sin embargo, en este proceso existe un filtrado, un proceso selectivo operado por guías y turoperadores, y en general, por la industria turística, los expertos y los poderes políticos. Con ello, se cuestiona aquel lugar común sobre la supuesta pasividad del turista y la idea de que conoce los lugares de forma desorganizada. Por ejemplo, uno de los objetos -materiales- más representativos de esta mirada colectiva -inmaterial- son los souvenir. Con frecuencia, estos objetos

son entregados a familiares y amigos a fin de comunicar y compartir la experiencia del viaje, reactivando periódicamente dicha experiencia; pero con el tiempo es posible que se vaya perdiendo la magia y el valor del souvenir. Es decir, el factor tiempo es una dimensión crucial puesto que la narrativa de la experiencia turística cambia con el tiempo, desde la mente y desde los afectos. Estos procesos no son fáciles de identificar y hay un algo que ocurre en la cabeza del turista en el retorno del viaje en el avión o en el coche, un tipo de objetivación que se materializa en los referentes visuales y estéticos del hogar (una fotografía del viaje pegada en la nevera, un souvenir en el vestíbulo de la casa) o la memoria (el álbum de fotos). Y sin embargo, los efectos de los imaginarios son palpables; por ejemplo, lo son para los psiquiatras que tratan a turistas japoneses en estado de shock después de visitar París, influidos por el imaginario romántico de la ciudad; o los turistas que llegan a Jerusalén quienes son incluso hospitalizados debido a alucinaciones. Este ir y venir de lo cotidiano a lo extraordinario, de lo conocido a lo otro estereotipado, encauzado por el marketing turístico, apunta a un proceso mental recurrente de concreción y sedimentación de la memoria colectiva, el cual permite observar cómo se construye tanto desde el ámbito cultural/institucional como individual una imagen y una representación mental, a lo Durkheim.

A pesar de esta aparente tiranía de los imaginarios, producidos y consumidos por los distintos agentes involucrados, no cabe subestimar el rol del observador en el marco, el *tourist gaze* de Urry (2002), ese algo en el imaginario que evoca. Para algunos turistas la práctica turística representa un momento social muy importante, como los ancianos aislados que se conectan a través de los viajes con otros viajeros; para otros es un momento existencialista que incluso provoca ruptura en la profesión de la vida ordinaria tras el regreso del viaje. En ambos casos, la subjetividad y las emociones que afloran antes, durante y después del viaje se oponen a la objetividad de las guías turísticas y el marketing. El imaginario del turista le empuja a “creer” en lo mostrado, delegando la legitimidad en el guía turístico que le prepara y fija la mirada. ¿Quién define las modalidades de adhesión a ésta u otra “creencia” sobre un destino turístico? ¿Es una suerte de poder “mágico” de evocación que genera el “encantamiento” del discurso? Para Picard (2011) no hay duda de que así es. En su etnografía sobre la isla de La Réunion Picard analiza la performance de los isleños cuando representan antes los turistas la alegoría del paraíso en la isla. Diversos actores juegan su rol activo en la construcción de los imaginarios del turismo en un contexto postcolonial de relación desigual de fuerzas.

Estos y otros interrogantes, así como las cuestiones que preocupan a los antropólogos, son examinados en la introducción al libro por los editores Salazar y Graburn quienes presentan una lúcida reflexión sobre la multiplicidad de articulaciones concernientes a

la producción de representaciones mentales en relación a los lugares, actores y prácticas sociales. Los autores ubican el concepto de imaginario turístico en los debates actuales en relación a la capacidad humana de imaginación. Asumen la complejidad del término y se posicionan, a mi modo de ver congruentemente, del lado de la ciencia cognitiva al definir los imaginarios como esquemas implícitos de interpretación -a diferencia de las ideologías explícitas- (p. 1), los cuales funcionan como sistemas complejos de presunción (p. 3). Estos dispositivos de anticipación e interpretación de realidades familiares o desconocidas poseen una doble dimensión: por un lado, la inmaterialidad propia de los estereotipos, mitos, cosmovisiones e ideas que se proyectan, y, por otro, su concreción y visibilización en la vida material de imágenes, discursos y narrativas producidas desde los medios de comunicación masivos.

Sin embargo, no es fácil identificar el origen y los procesos de formación de los imaginarios, así como los mecanismos de estabilidad y ruptura. Salazar y Graburn realizan un bosquejo de los orígenes (el marco sociocultural; los *mass media*; la experiencia presente) y conciben los imaginarios a partir de cómo se visibilizan en su materialidad a través de discursos y productos turísticos sobre los lugares, las prácticas y los actores, y cómo se perpetúan o modifican en el tiempo. La idea es que los imaginarios turísticos o bien se reproducen y estabilizan -una hegemonía a lo Gramsci- o bien se someten al cambio. Los imaginarios cambian a partir de las definiciones emanadas tanto desde los poderes políticos y la industria turística como desde las fuerzas culturales en oposición a esos mismos poderes, así como también desde las narrativas individuales de los turistas -antes, durante y después del viaje-. Con una particularidad: si las imágenes pueden cambiar en el tiempo, los imaginarios, en cambio, pueden perpetuarse ya que en términos cognitivos funcionan como verdaderos esquemas mentales, es decir, ensamblajes representacionales compartidos que funcionan como modelos culturales, los cuales pueden incorporar varios estereotipos.

Por último, Salazar y Graburn aportan cuestiones clave en el ámbito disciplinar acerca de la conformación de verdaderos regímenes turísticos, sostenidos por ideologías y estereotipos culturales. Así, los imaginarios se entrecruzan con los discursos turísticos dominantes -los productos de las imágenes de diferencia construidos en base a siglos de contacto intercultural, jugando un rol esencial en los procesos de producción y consumo.

La obra, a continuación, se divide en dos grandes bloques: "Imaginarios de Gentes" -los Korowai de Indonesia, los Emberá de Panamá, el Parque Cultural Aborigen Tjapukai en Australia; los Sani y Axi de China; los Canhaners de Mozambique- e "Imaginarios de Lugares" -Pietrelcina en Italia; Camboya; un parque temático en Portugal; el

Caribe; una reserva natural en Holanda. En el conjunto de los capítulos que componen ambos bloques se muestra la heterogeneidad de las dimensiones de los imaginarios turísticos, apoyada en la consistencia del trabajo de campo y la etnografía. Se exploran las distintas vertientes acerca de cómo los imaginarios turísticos se intersectan de manera fluida con estructuras ideológicas y fuerzas culturales, personas y grupos, a través de la multiplicidad de coyunturas y encuentros turísticos. Varios autores dan cuenta del factor temporal en relación a la perpetuación o la contestación de los imaginarios en los destinos turísticos etnografiados. Por otro lado, la recepción y consumo de los imaginarios turísticos tanto desde el punto de vista institucional (gobiernos) como individual (viajeros, residentes, trabajadores de la industria) demuestra que los imaginarios rivalizan entre sí e influyen no solo las preferencias sobre el destino seleccionado, sino que anticipan y orientan las prácticas y las conductas a realizar en el destino turístico (¿cómo comportarse en una playa? ¿y en un santuario?).

Theodossopoulos explora en relación al turismo étnico en Panamá las relaciones dialécticas entre las expectativas exotistas e idealizadas de los turistas extranjeros, los panameños no-indígenas y los emberá; este grupo étnico no resulta ser una víctima pasiva de las proyecciones externas sino que responde a su vez proyectando sus propios estereotipos sobre el resto de agentes y actores. Del mismo modo, Di Giovine muestra la capacidad de los diversos grupos epistémicos (El Vaticano, *mass media*, tour-operadores) de reconfigurar y remodelar los imaginarios sobre el culto al Padre Pío en Pietrelcina; no se trata, por tanto, de visiones del mundo sino de plantear la “dialéctica de lo imaginario”, es decir, concebir los imaginarios como performativos y con capacidad de hacer y producir cultura e identidad a través de narrativas, imágenes y prácticas cambiantes a lo largo del tiempo. En cambio, Little considera que el imaginario del turismo tropical en Belice no sigue una línea de expresión dialéctica y aboga por un concepto de imaginario como un ensamblaje fluido, inconmensurable, afectivo y no-representacional; la idea de Little es que el turismo tropical es un sistema emergente que involucra mundos soñados a través de sentimientos seductores de relax e imágenes paradisíacas.

La propuesta de Stasch de un tratamiento simétrico de los imaginarios entronca con la reflexividad antropológica y con el enfoque de Latour, reclamando mayor atención a los imaginarios contruidos no por los turistas sino por las gentes que los reciben, requiriendo para ello un trabajo etnográfico en profundidad y atento al punto de vista local o emic. Bunten aboga por la reconfiguración del turismo indígena que pudiera empoderar a los Aborígenes australianos y obtener mayor control sobre las narrativas, las imágenes y los productos simbólicos frente a los visitantes. En una línea semejante Swain es partidaria del auto-management de los imaginarios turísticos por parte de

pequeñas comunidades como ejemplifica con los grupos Sani y Axi de China. Por su parte, Baptista indaga en los mecanismos ideológicos subyacentes a la construcción del imaginario turístico de índole moral basado en la idea de “comunidad”, en base a la cual determinadas poblaciones locales y rurales viven y negocian con los diversos agentes de poder. Mota Santos analiza un parque temático portugués como un espacio rizomático en cuanto a la mezcla de realidades del pasado colonial y fascista portugués que simboliza para los visitantes la quintaesencia del imaginario nacional de la identidad portuguesa. Ferraris se detiene en la distorsión generada en el imaginario del turismo italiano sobre Camboya, concebido como un país que permanece inalterado en el tiempo y que no posee la capacidad de cambiar y hacer historia. Finalmente, Tonnaer profundiza en la dicotomía entre dos imaginarios construidos en torno a la naturaleza (hospitalaria/hostil) por medio del análisis de una reserva natural en Holanda.

El libro concluye con un epílogo muy oportuno y clarificador de Leite quien invoca la relevancia para el proyecto antropológico del análisis de los imaginarios del turismo, puntualizando que estos no son en absoluto reducibles al fenómeno turístico y deben distinguirse heurísticamente de los imaginarios que llevan consigo los propios turistas (p. 264). Particularmente sugerente es su reflexión acerca de la pertinencia de prestar atención a los imaginarios turísticos de la “comunalidad” a nivel global, lo que los distintos actores comparten, en lugar de focalizar el análisis exclusivamente en los imaginarios de la alteridad y la diferencia, abriendo con ello líneas de investigación para el desarrollo futuro de los estudios sobre el turismo

Tal vez el punto débil del libro recae en la propia popularidad de la que goza actualmente la noción de imaginario, bastardeado en la literatura de los estudios culturales. La trivialización del concepto y las dificultades para integrarlo en el discurso antropológico a causa de su aparente invisibilidad e inverificabilidad condicionan su aceptabilidad en la academia como una perspectiva metodológica más. Leite señala que es posible objetivar los imaginarios en su forma material cristalizada, es decir, contrastar la vida mental en operación. No obstante, en el libro no queda muy claro el papel que juega el turista que no imagina un lugar o tiene dificultades para orientarse una vez en él. Leite se pregunta: “¿es posible para los turistas experimentar un lugar o gente con la que no está familiarizada sin el recurso de los imaginarios?” (p. 273). Y esto es debido a que el énfasis en el libro se dirige tanto a las poblaciones locales -en su rol cuestionador de los imaginarios dominantes- como a la industria turística.

Por otro lado, focalizar el estudio en el nivel de la representación y las realidades cognitivas y perceptivas que constituyen los imaginarios turísticos corre el riesgo de minimizar sus efectos desigualitarios, de miseria e injusticia social sobre el mundo real

y material. La focalización en los deseos, gustos, anhelos y sentimientos afectivos del turista oscurece algunos otros aspectos como la mercantilización del turismo, en especial la explotación, la precarización y la alienación de los trabajadores del turismo, así como el fetichismo que finalmente envuelve el producto turístico, el cual es producido y consumido en base al trabajo imaginativo desplegado por la industria turística y el poder político, con el soporte de los mass media.

En suma, el aporte del libro de Salazar y Graburn al estudio del turismo es substancial al haber compilado un excelente conjunto de etnografías con planteamientos teórico-metodológicos innovadores y gran calidad descriptiva para una mejor comprensión de los imaginarios del turismo. Un libro muy útil para el futuro de las etnografías globales sobre turismo.

Bibliografía

- AMIROU, R. (1995) *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris: PUF.
- LE GOFF, J. (1985) *L'Imaginaire medieval*, Paris: Gallimard.
- PICARD, D. (2011) *Tourism, Magic and Modernity. Cultivating the Human Garden*, Oxford: Berghahn.
- SALAZAR N. B. & GRABURN, N. H. H. (Eds.) (2016) *Tourism imaginaries: anthropological approaches*, Oxford: Berghahn.
- URRY, J. (2002) *The Tourist Gaze*, London: SAGE.