

- Nash, D., (1994), "Tourism as an anthropological subject", *Current Anthropology*, 22: 461-481.
- Saglio, C., (1978), "Tourism for discovery. A project in lower Casamance", en de Kadt, (ed.), 1978: 321-335.
- Santana Talavera, A., (1997), *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona.
- Selwyn (1996), Introduction, a Selwyn, (ed.), 1996: 1-32.
- (1996) (ed.), *The tourist image. Myths and myth making in tourism*, Wiley, Chichester.
- Simonica, A., (1997), *Antropologia del turismo. Strategie di ricerca e contesti etnografici*, NIS, Roma.
- (1999), "Europe and the anthropology of tourism: problems of definition and research", *Europea*, V-1: 1-45.
- Simonica, A., Bonadei, R., a cura di, (1999), *Ripassare le acque. Chianciano Terme: storie, persone, immagini*, Angeli, Milano.
- Smith, V., (ed.), (1978), *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, Blackwell, Oxford.
- Thurot, J.M., Thurot, G., (1983), "The ideology of class and tourism. Confronting the discourse of advertising", *Annals of Tourism Research*, 10, 1: 173-189.
- Tunbridge, J.E., Ashworth, G.J., (1996), *Dissonant heritage. The management of the past as a resource in conflict*, Wiley, Chichester.
- Urry, J., (1990), *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, Londres, Sage.
- (1995), *Consuming places*, Routledge, Londres.
- Urbain, J.D., (1989), "The tourist adventure and his images", *Annals of Tourism Research*, 16, 1: 106-118.
- (1991), *L'idiote du voyage. Histoires de touristes*, Payot, Paris.
- (1994), *Sur la plage: moeurs et coutumes balnéaires*, Payot, Paris.
- van den Berghe, P.L., (1994), *The quest for the other. Ethnic tourism in san Cristobal, Mexico*, University of Washington Press, Seattle-Londres.
- , Keyes, C.F., (1984), "Introduction. Tourism and re-created ethnicity?", *Annals of Tourism Research*, 11, 3: 343-351.

Modelos del turismo: los aspectos socioculturales*

Jafar Jafari

Lo que hoy en día sabemos acerca del turismo se reduce a algunos estudios fragmentados que se ocupan del anfitrión, el huésped, sus encuentros, y las influencias de carácter turístico que se generan. Tales estudios, incluso aquellos con una sólida base científica, no aparecen claramente enfocados, cada uno representa un tratamiento único e independiente de los otros, muchos de ellos son reflexiones *a posteriori* del trabajo de campo o la investigación contigua, muy pocos proponen una reexaminación con más detalle, y los menos son transculturales. En conjunto conforman una colección, no un conjunto cohesionado de conocimientos. En definitiva, las preguntas sobre el turismo siguen siendo hoy numerosas, la mayoría sin respuesta.

El propósito de este artículo es presentar dos modelos complementarios, los cuales están socioculturalmente bien fundados, concebidos turísticamente, así como funcional y estructuralmente integrados en el cuerpo entero de conocimientos del cual el turismo emana y al cual retorna.¹ Debido a que el turista es el "común denominador" del turismo en todas partes, en consecuencia se ubica en el núcleo de cualquier construcción de un modelo turístico. El modelo sucesivamente se expande en la dirección de un modelo inclusivo-total del turismo. En conjunto, conforma una estructu-

* Artículo Original: Jafari, Jafar, 1987, "Tourism models: the sociocultural aspects", en *Tourism Management*, 159. Traducción de David Lagunas, con autorización del autor y Butterworth & Co (Publishers) Ltd.

¹ Este artículo se basa en una exposición más extensa que se centra en el desarrollo de un modelo turístico. Véase Jafar Jafari, *The Tourist System: A Theoretical Approach to the Study of Tourism*, University Microfilms International, Ann Arbor, MI, 1985.

ra comprensiva, con miras a ser utilizada como punto de referencia, entrada, llegada, o contexto común a través del cual las contribuciones fragmentarias del pasado pueden ser revisadas o reexaminadas, nuevos tópicos o perspectivas identificadas, nuevas técnicas o hipótesis probadas, e incluso nuevas preguntas o desafíos planteados. Tales esfuerzos contribuirán al desarrollo del conocimiento y su aplicación al campo del turismo.

Modelo turístico

Para comenzar, con una metáfora visual, uno puede imaginar un trampolín hecho de material elástico que permite al turista saltar temporalmente al mundo interior del turismo y después caer nuevamente en el seno de la vida ordinaria. Esta metáfora, que se refiere a la morfología y el flujo del primer modelo, el modelo turístico, incluye el tablero de juego, el jugador, el salto y los movimientos de retorno, así como el animoso espíritu aéreo (figura 1). En la acción, el jugador se hunde en la tabla, para emerger a la superficie, elevarse sobre sí mismo, suspenderse en el aire, maniobrar, y volver a la base final sólo un ciclo antes de reiniciar otro de nuevo.

En la estructura de esta metáfora del trampolín, los seis componentes y procesos implicados en la construcción del modelo pueden ser esbozados: el cuerpo social de la vida ordinaria, que alimenta la necesidad o el deseo de dejar el trampolín (figura 1, WA); el proceso de emancipación, el cual incluye el acto de la partida y el sentido de libertad al elevarse por encima del confinamiento basal (AB); el turista haciendo turismo en su mundo animado, el cual es significativamente extraordinario, fuera de un tiempo y un espacio (BC); el proceso de repatriación, que representa el retorno inevitable desde la posición turística "temporal" a la realidad "permanente" de la base (CD); el flujo turístico del regreso o "vuelta a casa", el cual es incorporado a la corriente principal ordinaria (DX); y la inserción en la vida cotidiana, que continúa a pesar de la ausencia del turista del hogar (AD). Cada componente del modelo

Figura 1. La metáfora del trampolín



será analizado por separado más adelante, en relación con todas las etapas transformadoras del turista.

Corporación. Un cuerpo de formas y fuerzas entrelazadas

Gráficamente, un individuo se encuentra situado en el trampolín de la vida (diaria) ordinaria, el cual representa el componente "corporativo" del modelo turístico (figura 1, WA). El cuerpo social se compone de los elementos y las condiciones que incuban la motivación para el viaje hacia una zona externa, lejos del trampolín diario. Esta plataforma ordinaria puede ser analizada desde diversos ángulos, en particular su función y estructura como dos perspectivas fundamentales.²

La primera perspectiva provee de las explicaciones funcionales o los factores que se atribuyen comúnmente a la necesidad de escapar del abatimiento. De este modo, se distinguen las nociones y los movimientos inducidos en los niveles físico, personal, cultural, y profesional que estimulan el deseo o la búsqueda de evasión, esparcimiento, renovación, rejuvenecimiento, visitas a los amigos y parientes, recorridos turísticos y mucho más. Estas motivaciones, alimentadas en el curso de la vida ordinaria, incluyen un *mpfange*** de las causas y efectos que probablemente pueden ser percibidas por los turistas mismos o por los investigadores que los tipifican y categorizan. Existe una amplia gama de literatura que se ocupa de dichas temáticas sobre la motivación, aunque sin embargo no ha surgido ninguna comprensión común.³

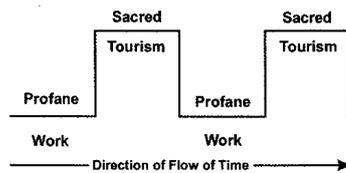
La segunda perspectiva trae a colación una serie estructural de secuencias largas ordinarias y secuencias cortas extraordinarias en las vidas de las gentes. Lo ordinario abarca lo mundano, lo profano, la vida diaria, cuyo movimiento pierde fuerza a causa de su propio ordenamiento, su curso rítmico; mientras que lo no-ordinario constituye un momento amplificado, resultado del abandono de las condiciones ordinarias. Este arreglo estructural permite el contraste entre ambos planos y diferencia así al turismo, de manera similar a la religión y al peregrinaje, respecto a las sistematizaciones

² Jafar Jafari, "A systemic view of sociocultural dimensions of tourism", en *A Literature Review: The President's Commission on Americans Outdoors*, Government Printing Office, Washington, DC, 1987.

** N. d. T. Término utilizado por el autor en el texto original.

³ Graham M.S. Dann, "Tourist motivation: an appraisal", *Annals of Tourism Research*, vol. 8, núm. 2, 1981, pp. 187-219.

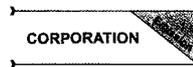
Figura 2. La estructura ordinaria-extraordinaria



ordinarias (figura 2).⁴ Por lo tanto, el punto de vista estructural abarca mucho más que la simple base corporativa al yuxtaponer los estados ordinarios y los estados no-ordinarios en un nuevo marco. Sin importar cómo las formas y las fuerzas ordinarias son observadas e interpretadas, el flujo orientado turísticamente comienza a emerger y tomar impetu durante la etapa de "emisión" localizada al final de este primer componente del modelo (véase la figura 3, que representa la porción WA de la figura 1). La persona comienza primero mentalmente y después físicamente a prepararse para la actividad turística. Pensar y hablar del viaje, recopilando información, afinando el coche para el trayecto o comprando boletos de avión, hablándoles a los vecinos para que cuiden la casa, haciendo las maletas, y cosas de este tipo, constituyen algunas evidencias de esta etapa final de incubación que seguidamente da a luz al turista.

El componente corporativo corresponde a aquello que la industria del viaje denomina el mercado, o dicho de otro modo, el nicho donde se localizan los turistas potenciales. Cuando el o los mercados son identificados, los conceptos y las técnicas del *marketing* son empleadas para atraer al consumidor hacia un imán específico (destino).

Figura 3. El componente corporativo



⁴Nelson H.H. Graburn, "Tourism: the sacred journey", en *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Valene Smith, ed. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1977, pp. 17-31; y E.R. Leach, "Time and false noses", en *Rethinking anthropology*, E.R. Leach, ed. London School of Economics, Monographs on Social Anthropology, núm. 22, Athlone Press, Londres 1961, pp. 132-136; la figura 2 ha sido tomada de la página 21 del texto de Graburn (1977).

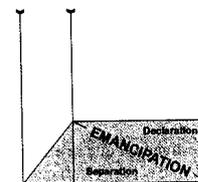
Por tanto, las preguntas de investigación, que se relacionan muy de cerca con este componente del modelo, incluyen qué factores determinan la composición sociocultural del mercado; qué fuerzas explican las motivaciones que intervienen en la creación y producción del turista; qué técnicas pueden influir más y más sobre la elección personal del destino; por qué y cómo se privilegian un tipo de vacaciones respecto a otras; qué factores específicos aceleran o refrenan, estimulan o desaniman, las motivaciones turísticas. Algunas plataformas de la corporación poseen, por ejemplo, un mecanismo incorporado, el cual incita al viaje frecuente (casi en todo momento constituye un tiempo de emisión). En el otro extremo del continuo se localizan los mercados que satisfacen, de alguna manera, los impulsos del exceso a nivel interno (raramente es un tiempo de emisión). De este modo, una investigación del mencionado mecanismo incorporado ubica el foco de atención sobre el dinamismo sociocultural (económico, político, etc.) de la corporación, la cual da forma e influencia a la efusión turística.

Emancipación. Distanciándose del mundo ordinario

Este segundo componente del modelo (*cf.* figura 1, AB) es realmente un proceso, y además trascendente. Aquí el individuo se encuentra liberado de los límites ordinarios para incorporarse al reino ilimitado de lo no-ordinario; o, él/ella se transforma en un turista. Este proceso de transformación puede dividirse en dos fases: "separación" y "declaración" (figura 4).

La primera fase es simplemente una *noción espacial*. A cierta distancia del componente de la corporación, la separación incluye el acto de abandonar la plataforma ordinaria, atravesando las puertas de salida, pagando los peajes de la carretera, viajando hacia el imán. Para algunos, el proceso de separación incluso pudiera incluir

Figura 4. La composición de la emancipación



la llegada al imán y el registro en un hotel. Cada uno de estos “marcadores” espaciales acentúa la creciente distancia entre el hogar y el imán. Sin embargo, la actividad turística representa mucho más que el simple hecho de viajar lejos de la residencia habitual (la base sobre la cual se confeccionan las estadísticas de turismo) constituye también un estado mental.

La declaración, como segunda fase de la emancipación, muestra que, además del movimiento espacial, el individuo necesita transitar más allá de sus umbrales socioculturales domésticos. Este proceso trascendente es reforzado por varios artículos turísticos, muchos de ellos simbólicos por naturaleza. La maleta, la cámara fotográfica, la camisa turística, el sombrero de gran tamaño, y los cheques de viajero, aunque metafóricamente, facilitan la transición hacia el reino de la actividad turística o de lo no-ordinario. Incluso los marcadores espaciales contribuyen al proceso de declaración.

Pero eso no es todo. De forma significativa, mientras se está lejos del hogar, la identidad verdadera del viajero se transfigura. Su propia cara se convierte en una máscara anónima detrás de la cual se oculta. Esta “máscara”, junto con los símbolos turísticos mencionados, induce a un tipo de magia emancipadora. Le provee de signos turísticos, ritmos y melodías a las cuales responde y contribuye juguetonamente. El proceso—cuando es internalizado por el turista y es externalizado por aquéllos que le rodean—“legaliza” su nuevo estatus, “legítima” su acción, e incluso sacraliza su progresión. El nuevo estilo de vida es bienvenido por el *selfy* aprehendido por otros, y de este modo se desarrolla con escasa o nula interferencia de los límites anteriores respecto al mundo no-ordinario. En otras palabras, debido a la nueva identidad y el nuevo rol, el individuo es transformado en un turista, la “ropa” familiar y las ansiedades se dejan a un lado, el turismo se convierte en el guión para el nuevo papel, y el imán en el escenario para su *performance*. El nuevo espíritu comienza a apropiarse del cuerpo y la mente, los cuales fungen como residencia durante dicha estadía. El turista—“debidamente” enmascarado, disfrazado, pertrechado y transformado—se ha incorporado ahora al estado de actividad turística.

Como puede observarse, las dos fases emancipatorias operan conjuntamente para transformar a alguien en un turista—la separación significa la distancia creciente entre ese alguien y lo ordinario, mientras que declaración denota la distancia decreciente entre ese alguien y lo no-ordinario. Sintetizando, la emancipación en su totalidad desbarata los nudos de la matriz ordinaria y repentinamente el turista nace en un mundo no-ordinario.

Los temas relevantes de investigación que se entrecruzan en este segundo componente del modelo turístico incluyen cómo el ambiente familiar influencia la cantidad

de “bagaje cultural” que el turista asume de aquí en adelante; por qué la cultura de origen no es totalmente erradicada; cómo y cuándo el turista puede aligerarse del equipaje acarreado; si es deseable acelerar o retardar el proceso de emancipación; hasta qué punto la emancipación requiere de esfuerzos conscientes por parte del turista; o en qué medida el proceso de emancipación exige más tiempo, por ejemplo, para un japonés en comparación a un turista alemán. La aplicación de tales hallazgos no requiere de comentario alguno.

Animación. Una vida de flotación extraordinaria

Mientras prosigue la transformación en turista, la comunidad ordinaria asume la posición de *back-home*, la cultura internalizada es relegada a cultura residual en una posición como telón de fondo, mientras la cultura turística del nuevo mundo va impregnándose.⁵ En otras palabras, las dimensiones temporales, espaciales y culturales ordinarias son “relegadas” hacia el pasado, y lo no-ordinario del aquí y el ahora se convierte en la nueva realidad.

La cultura turística, como el *modus operandi et vivendi* del “reino turístico”, comienza a definir y a redefinir roles, reglas, sentidos, movimientos, formas, fuerzas, expectativas, procesos; y la noción de animación (*i.e.*, adquisición de un nuevo espíritu, valor, o determinación: una definición de diccionario) captura este estado inestable o ilusorio de flotación, desapasionamiento, indolencia, o desconexión, trascendiendo los límites ordinarios, lejos de todo (figura 1, BC.).

Los discursos antiestructurales, opuestos a la vida familiar culturalmente organizada y homologada, si bien ahora expresados se insertan en el nuevo modelo.⁶ A pesar que las necesidades ordinarias pueden ser igualmente atendidas, son los deseos de ocio y las fuerzas lúdicas las que se encuentran especialmente activas cuando la cultura precedente y la naciente asumen sus posiciones respectivas. La nueva condición turística ciertamente estimula las expresiones antiestructurales y el turismo

⁵ Jafar Jafari, “Understanding the structure of tourism”, en *Tourism and Culture: A Comparative Perspective*. E.C. Nabel, ed. University of New Orleans, New Orleans 1983, pp. 65-84. Este artículo discute sobre las tres culturas contenidas en el turismo: local, turística y residual.

⁶ Victor W. Turner, *Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*, Cornell University, Ithaca, Nueva York, 1971; y Victor W. Turner, “Liminal to liminoid, in play, flow, and ritual: an essay in comparative symbology”, *Rice University Studies*, 1974, pp. 53-92.

refleja las cualidades del juego.⁷ La articulación y validación de estos puntos ayudarán a clarificar, a continuación, la noción de animación y su marco conceptual.

A medida que la inmersión en la actividad turística se acrecienta, el turista internaliza más y más la idea de que ya no se encuentra encerrado en su *self* precedente, sino que se ha transformado en una persona distinta con una nueva identidad (el turista), que está jugando en un nuevo escenario (el imán), y que está viviendo sujeto al ritmo de una nueva cultura (la cultura turística). El modo animado, por tanto, se acrecienta en el hacia fuera-del-tiempo y el hacia fuera-del-lugar, justo en el momento en que domina el mundo alejado de las realidades de la residencia habitual. El turista se convierte en el personaje y la cultura turística en el guión; y cuando el alma o el espíritu emancipados se elevan hacia un nuevo plano, la inmersión en la cultura turística ha cristalizado, el trance del turismo está en marcha, y todo representa no más que un sueño prolongado.

La inmersión o adaptación a la cultura turística pueden ser graduales. Para sumergirse apropiadamente en este nuevo estilo de vida o convulsionarse más intensamente en el trance del "viaje", el turista continúa removiendo los sedimentos culturales del lugar de origen, hasta que se encuentra lo suficientemente distanciado para arrojarlos fuera de sí (lo que queda es la cultura residual). El turista sabe ahora interpretar cualquier papel de su elección y de cualquier forma que él desee, desde los juegos infantiles y las bromas habituales de los individuos de mediana edad que asisten a las convenciones de hoteles, a la estridente camisa hawaiana lucida por el presidente conservador de un banco, participa en varias clases de diversión turística (p.ej. la abuela y el nieto paseando juntos en el Reino Mágico), los "que no tienen" actuando pretenciosamente como ricos, o los "que tienen" actuando como gente común y corriente; los hombres felizmente casados aceptando ofertas de sexo o las turistas femeninas descubriendo "la experiencia negra". Todos conocen el grado de desviación respecto a sus límites ordinarios - "Imagina ser así de despreocupado en Peoria", o "Sería un paria si yo hiciera esto en Des Moines".

El turista puede ignorar, no sólo las reglas culturales del lugar de residencia, sino incluso las del imán. Romper las reglas es ciertamente uno de los principios de toda actividad turística, y el turista en un instante se disculpa o es disculpado por otros: "Él es solo un turista, él no conoce nada mejor". Incluso la policía "tolera una gama mucho más amplia de comportamiento 'desordenado' [en el imán] de lo que nor-

malmente toleraría en otros lugares".⁸ El turista asume o es consciente que en este patio de recreo no-ordinario su "comportamiento es verdaderamente apropiado y aceptable y, hasta cierto punto, incluso esperado".⁹ Conceptualmente, el turista no debería ser culpado por estar animado; pero muchos lo son. En este caso, el turista recurre a su estatus; proyecta simplemente su poderío alrededor y fuerza a los otros.

Una noción importante que ilustra una práctica no-tan-inusual en el turismo es la inversión (la búsqueda de una emulación de una vida diferente a partir de o en oposición a aquello que el turista exhibe en su vida cotidiana). "Reina (rey) por un día" y "Campesino por un día", representan dos estilos culturales que constituyen un caso entre una gama extensa de posibles inversiones en el mundo no-ordinario.¹⁰ Para el nuevo rey, el turismo se convierte en "una forma experimental del consumo conspicuo de Veblen" y la "mimesis de los estilos de vida de alto estatus" puede ejercerse actualmente con la ayuda de las tarjetas de crédito.¹¹ El individuo desea experimentar en una semana aquello que desconoce el resto del año. Ciertamente, muchos de los gastos turísticos están por encima del presupuesto manejado habitualmente; pero en este mundo no-ordinario, las reglas del consumo ordinario no se aplican. Por tanto, el fulgor de las tarjetas de crédito constituye la norma, mientras que pagar las cuentas no lo es. El porqué del pago se justifica en un mundo aparte del turista; un problema localizado en otro tiempo y lugar.

La fantasía, la ilusión, o el sueño tienen efectos mucho más profundos. Es la clase de libertad que el jugador experimenta en el trampolín una vez suspendido en el aire o el sentido de flotación del surfista en la cresta de la ola. La potencia simbólica de la fantasía turística, la cual alimenta y es alimentada por la cultura turística, a la postre refuerza y vivifica las expresiones turísticas. La fantasía se convierte en la tinta con la cual se escribe el guión del turismo y se delinea su imán. Mientras tanto, en este trance turístico cualquiera puede incorporar el derecho bíblico al cielo "prometido" en la tierra, aunque uno se sienta ocasionalmente fuera de este mundo. El turismo, ese opiáceo ilusorio de gran alcance, puede cerrar muchas puertas de lo ordinario para abrirse al horizonte de lo no-ordinario. Puede incluso extender la lista, ya

⁸ Peter J. Hugill, "Social conduct on the Golden Mile", *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 65, núm. 2, 1975, pp. 214-228.

⁹ James W. Lett, "Ludic and liminoid aspects of charter yacht tourism in the British Virgin Island", *Annals of Tourism Research*, vol. 10, núm. 1, 1983, pp. 35-56.

¹⁰ Alma Gottlieb, "Americans' vacations", *Annals of Tourism Research*, vol. 9, núm. 2, 1982, pp. 165-187.

¹¹ Gary E. Machlis y William R. Burch, Jr., "Relations between strangers: cycles of structure and meaning in tourist systems", *The Sociological Review*, vol. 31, núm. 4, 1983, pp. 666-692.

⁷ Jafari, *op. cit.*, Ref I, pp. 46-67; y Johan Huizinga, *Homo Ludens: A Study of Play Elements in Culture*, Beacon, Boston, 1950.

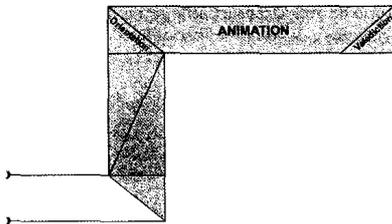
larga, de las eses turísticas: nieve (snow), sol (sun), arena (sand), surf (surf), sexo (sex), incluso hasta incluir el pecado (sin).

En resumen, el componente de la animación comprende muchas de las dimensiones espaciales (imán), temporales (estancia), culturales (cultura turística), al igual que otras. Es en su interior donde primordialmente se localiza lo no-ordinario y donde se juegan los papeles animados (sin implicar necesariamente que el imán y la animación ocupen el mismo espacio o posición para todos los turistas, o que el turismo sea siempre ilusorio).

Aunque el espíritu no-ordinario puede tomar el control tan pronto como parte de la plataforma mundana, para propósitos analíticos la primera etapa del componente de la animación puede designarse como periodo de "orientación", durante el cual el turista se ubica en santuarios turísticos (p.ej. hotel), es escrupuloso con lo esencial, y se prepara para los itinerarios posibles. Más allá de este punto, todos los tipos de animaciones turísticas, las flotaciones y los rituales se convierten en la principal determinación para la estancia. La etapa final, "despedida", muestra cómo las cortinas se vienen abajo, señalando el final de la *performance* (figura 5). La conciencia de que la coyuntura extraordinaria ha finalizado, tristemente hace asomar de nuevo la realidad, mientras comienzan los preparativos para el regreso.

Las preguntas o las hipótesis de investigación, relacionadas con este componente central del modelo turístico, incluyen si algunos turistas novatos, con cierto bagaje cultural, necesitan emplear una parte de la animación para liberarse más a fondo del lugar de residencia; por qué algunos grupos requieren experimentar, en primer lugar, la etapa de orientación antes de que puedan incorporarse completamente a la etapa de animación; si la orientación es el periodo más intenso de la animación porque

Figura 5. El componente de la animación



56

representa el tiempo inmediatamente posterior al tiempo mundano o restringido, o es la despedida porque es la última bocanada de "aire fresco" antes de volver a lo ordinario, o bien es la fase media de flotación, ya que se encuentra debidamente distanciada o protegida respecto a las realidades de la residencia habitual; qué turistas son más impulsivos y espontáneos durante qué fase de la animación; cuándo las técnicas de marketing *in situ* son más eficaces; qué factores ordinarios-no-ordinarios contribuyen al grado de animación y trance turísticos; de qué formas varía el mundo de la animación de un hombre de negocios respecto a un individuo compelido a vacacionar; en qué medida son similares o diversas sus máscaras; qué papel juegan los santuarios turísticos, los *tourisiers* (i.e. empleados de turismo), la gente local, y el imán como totalidad en el mundo no-ordinario del turismo; si algunos grupos pueden atravesar la animación completamente sin haber sido emancipados.

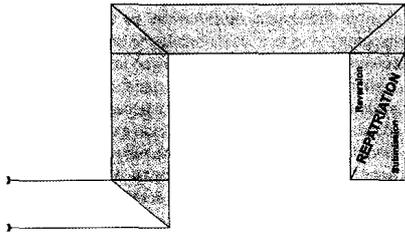
El imán en sí mismo podría ser también el foco de estudio. Por ejemplo, en qué medida son distintas las influencias del turismo en un imán visitado sobre todo por franceses *versus* otro frecuentado por japoneses o, en el caso de países en vías de desarrollo o de comunidades locales conservadoras, en qué medida el grado de animación o el modo antiestructural pueden ser matizados y tomar en cuenta las normas locales compartidas, por ejemplo, reforzando ciertos códigos vestimentarios o "alterando" la máscara turística. A la inversa, en el caso de los lugares de vacaciones, si fuera deseable aumentar el grado de animación y anonimato, ya sea la ropa escasa, la camisa hawaiana, los pantalones tipo Bermudas y los sombreros de gran tamaño, entre otras cosas, esto serviría a tal propósito. El componente de la animación, en su totalidad, puede vincularse ciertamente a muchos tópicos de investigación que contribuirían a consolidar el turismo como industria y como campo de estudio.

Repatriación. Retorno a la plataforma ordinaria

El turismo, como un fugaz desplazamiento desde el trampolín, tiene su principio en el cuerpo social ordinario, su duración en la animación, y su restitución en la misma sociedad de origen. Por tanto, lo que viene de arriba tiene que ir hacia abajo: el regreso del turista a la base (figura 1, CD). El componente de la repatriación simboliza el proceso de transformación desde lo no-ordinario y retorno al estado ordinario y, de forma parecida a la emancipación, se compone de dos fases integradas (figura 6).

57

Figura 6. El componente de la repatriación



En primer lugar, se desarrolla el proceso de reversión del mundo no-ordinario, el cual se inicia a medida que se aproxima el "tiempo" para la partida. El turista debe abandonar las áreas espaciales, temporales y culturales del turismo que ha dejado atrás. La transformación psicológica se manifiesta inicialmente en el turista y culmina con la salida física del mundo animado. La pendiente real hacia lo ordinario, sea por tierra, mar o aire, por ejemplo, diversifica las oportunidades para varios tipos de despedidas ritualizadas en relación a la actividad turística.

En segundo lugar, surge el proceso de "sumisión", el cual incluye la resurrección del self anterior y la reafirmación y rendición respecto al mundo ordinario. En este caso, el contexto y el primer plano cultural comienzan a tomar posiciones. En otras palabras, la cultura residual que había asumido una posición contextual durante la estancia, y cuyo puesto vacante "había preparado la morada" para la cultura turística, en este momento reclama su posición precedente en su totalidad. A medida que este proceso va en aumento, lo no-ordinario se subordina gradualmente a los controles ordinarios.

Algunos aspectos de la sumisión pueden ser visibles simultáneamente para el turista y el espectador. Por ejemplo, la turista femenina saudí o iraní, antes de abordar el avión de regreso a casa o cuando está volando, cubre su look "occidental". El turista masculino iraní puede quitarse su corbata antes de aterrizar; incluso puede dejar de afeitarse un día o dos antes de su regreso. La turista femenina de Des Moines guarda su indiscreto traje de baño (que se había convertido en su único conjunto de vestir del amanecer al crepúsculo) y el presidente de banco se afeita su larga barba de fin de semana; todos ellos preparándose para las normas de la cultura de origen.

En tanto éstas son muestras de sumisión (y ciertamente no compartidas por todos), el turista también se prepara mentalmente para amoldarse a los patrones de lo ordinario. A medida que aumenta la "distancia" entre el imán y el turista, físicamente y psicológicamente, el efecto de sumisión se agudiza. En el momento en que se "inscribe" en la plataforma ordinaria, la cultura turística, antes en primer plano, debe haberse transformado meramente en un contexto, ahora situado en el pasado, y el turista regresa a su *self* ordinario.

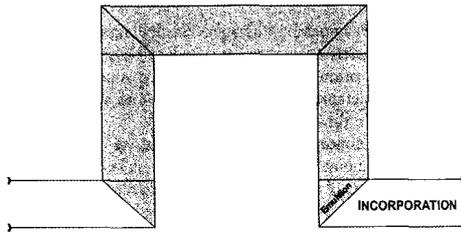
Algunas cuestiones conceptuales y aplicadas que se centran en el proceso de repatriación incluyen el momento en el cual finalizaría la fase de animación, y cómo el turista racionaliza o acepta el regreso desde el feudo del trance turístico a la realidad de lo ordinario; qué total del proceso de repatriación se desarrolla en el imán, qué dosis en el viaje de retorno, y qué tanto después de que el turista ha arribado a casa; en qué medida la transformación difiere si es un turista que visita a un familiar u otro que está frente a un imán exótico; si la modalidad de transporte desempeña algún papel en este proceso; de qué forma la duración de la estancia influencia el proceso de repatriación; si existe alguna relación entre el índice de emancipación y de repatriación, y (en referencia a la fase de sumisión) si los turistas necesitan ser disciplinados para el reingreso al dominio mundano. La repatriación, este proceso de mutación trascendental, se ubica entre los temas más descuidados en el estudio del turista.

Incorporación. El turismo subsumido en la corriente principal ordinaria

El turista finalmente regresa a casa (figura 1, DX), pero el flujo de entrada turístico que parte del mundo no-ordinario no manifiesta una trayectoria aislada. Se combina con la corriente principal o es "incorporado" en su dominio habitual que, en primer lugar, dio lugar a su flujo. En términos de la metáfora del trampolín, el individuo, en el momento del contacto, se encuentra a sí mismo en el abatimiento o el espacio de la "emulsión" (figura 7). La depresión puede simbolizar no solamente la presión del aterrizaje ("agotamiento" físico), sino también el estado de la mente (que ha estado en un "viaje") y el *shock* del reingreso. Más lejos del escenario de la emulsión se extiende el resto de la corriente principal.

En la medida que el componente de incorporación del modelo turístico representa un fragmento de vida condicionada y condicionante, esto eleva a un primer plano no sólo la aportación del turismo respecto a lo ordinario, sino también el proceso

Figura 7. El componente de la incorporación



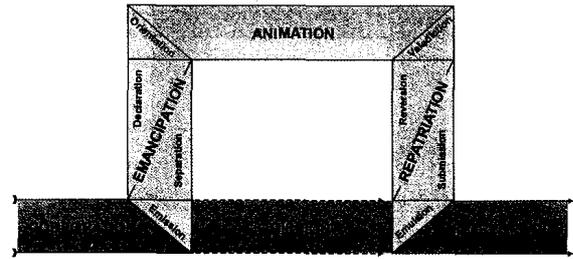
que desemboca en otro viaje en el próximo ciclo. Esta visión retrospectiva y prospectiva del turismo revela a) la importancia de las propiedades antiestructurales, animadas, lúdicas del turismo como su *modus operandi*, el cual, por muy fugaz que sea, se convierte en un *modus vivendi*, una forma de vida que prevalece en el Reino del turismo; y b) la significación de la relación estructural-funcional que el turismo articula entre los dos mundos de lo ordinario y lo no-ordinario, este último mucho más que complementando (balanceando, modelando, o influenciando) al anterior.

Este punto es revisado más adelante, cuando se introduzca el segundo modelo.

Las hipótesis de investigación respecto a la subordinación de lo no-ordinario al cuerpo social ordinario incluyen cómo las modalidades emergentes ordinarias y ensambladas no-ordinarias se interconectan durante la fase de emulsión; cómo la adaptación a la cultura ordinaria variaría con el tipo y la duración de las vacaciones en relación a la persona y la cultura, y respecto a cómo de distante se percibe la siguiente salida prevista; si es necesario un periodo de recuperación mientras la persona esté en la etapa de emulsión, antes de volver a la rutina; si existe una medida óptima que la corriente principal pueda hacer fluir antes de que pierda su fuerza y, en consecuencia, condicione su productividad; qué factores deben considerarse para la preparación del siguiente ciclo de lo ordinario/no-ordinario.

Como se puntualizará más adelante, la mayoría de estas preguntas y aplicaciones estarían relacionadas con el turista que genera ejes de actividad, no con las regiones receptoras.

Figura 8. El componente de la omisión



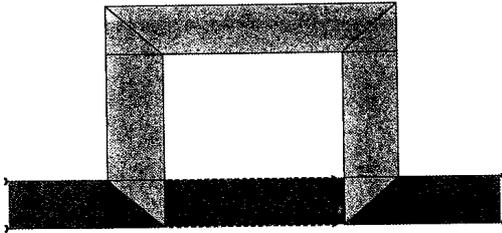
Omisión. El paso inferior del turismo

Centrándonos en el flujo turístico como tal, uno puede perder de vista la corriente ordinaria que fluye a pesar de la ausencia del turista del hogar. Esta corriente relegada constituye el componente de "omisión" del modelo turístico (figura 8). A pesar de su posición, este componente no es extraño al turismo, sino que es realmente un dispositivo esencial en la construcción del modelo. Significativamente, evidencia el flujo ininterrumpido de la corriente principal, el basamento sobre el cual descansa el arco no-ordinario, y el paso inferior por el cual el turista puede caer hacia atrás.

En cuanto a la duración, la omisión es equivalente al flujo no-ordinario; es el lapso entre los puntos de emisión y emulsión de salida y llegada. A medida que el cuerpo social al que se había renunciado se hace presente, el *shock* cultural del reingreso resulta más probable y, de este modo, más real para el expatriado que retorna (esto es, el turista puede sentirse no tan desconectado como expatriado). Por tanto, al respecto, la diferencia entre el *shock* del reingreso del turista y del expatriado es una cuestión de grado, no de naturaleza.

Con este componente en marcha, uno puede preguntarse en este momento si el turismo es un mecanismo para el *bypass* de la corriente principal; si el turismo representa una sustitución de la comunidad ordinaria; cómo un individuo se desempeña durante el "tiempo omitido" si decide renunciar a la opción no-ordinaria; si el cuerpo social ordinario fluye con una fuerza poderosa en el caso de que el individuo nunca despegue del trampolín. Estas preguntas articularán, más adelante, las relaciones estructurales y funcionales del turismo con el conjunto de la vida del turista.

Figura 9. La omisión



Los seis componentes mencionados aglutinan las modalidades y los flujos turísticos. Con cada componente en su lugar, el modelo turístico en su totalidad es construido (figura 9), mostrando un punto de vista comprensivo del turista y de la transformación turística, no evidente hasta este momento.

No se trata de que cada turista y cada uno de sus actos evidencien o justifiquen explícitamente el modelo en su totalidad, sino que el modelo reconozca e incluya todos los patrones turísticos. Para entender al turista es necesario tomar en cuenta todas las dimensiones ordinarias / no-ordinarias transformadoras. La investigación actual sobre el turista se encuentra muy lejos de este marco total, tomando, además, equivocadamente la(s) parte(s) por el todo. Por ejemplo, la investigación sobre el turista se dirige a menudo hacia el nivel de la corporación (mercado), para investigar acerca de las necesidades turísticas, preferencias, opciones, expectativas y cosas similares. Pero este aspirante a turista se posiciona en el ámbito ordinario y opera de acuerdo a este estado mental. Cualquiera puede preguntarse entonces si las encuestas realizadas en el seno del cuerpo social ordinario son índices confiables de sus deseos y experiencias no-ordinarias una vez que el turista regresa; o en qué medida estos dos mundos se encuentran interrelacionados. Para certificar los resultados, el estudio debería repetirse también en el ámbito no-ordinario. Es indiscutible que se ha llevado a cabo alguna investigación con respecto al imán, pero no con la misma población, una vez en casa y una vez transformada por la actividad turística. Por tanto, dos sistemas de investigación independientes, sobre dos grupos diversos de población en dos mundos dicotómicos, no pueden proponer una interpretación sobre el turista, lo cual descarta la hipotética construcción de una base para la implementación de la planificación y los esquemas de comercialización.

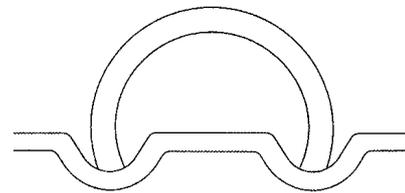
El problema es más serio de lo que parece. La pregunta no es sólo si la investigación estaba al tanto de los estados ordinarios y no-ordinarios, sino también si el turista fue estudiado durante cada uno (o cuál) de los seis componentes del modelo. Cada uno de ellos captura al turista en una determinada fase transformadora o estado mental. El turista incluso es diferente cuando alcanzó el estado de orientación o de despedida durante la animación; en uno celebra el comienzo y en el otro lamenta el final. El tema llega a ser aún más complicado cuando las influencias externas se toman en cuenta, más allá de las modalidades y fuerzas transformadoras. Por ejemplo, la lengua con la cual el turista es entrevistado, la localización de la entrevista, la cultura local, etcétera, todas ellas condicionan sus respuestas y, en consecuencia, el resultado de la investigación.

Por tanto, las primeras investigaciones sobre el turista evidencian solamente una visión limitada o parcial del mismo. El modelo turístico puede ser utilizado para contextualizar el fragmentado trabajo precedente, con el fin de reformular viejas preguntas y plantear nuevas cuestiones, así como esquematizar los campos de estudio descuidados, para una comprensión total del turista y un discurso inteligente acerca del turismo.

Para moverse en esa dirección, la flexibilidad que presenta el modelo puede emplearse para lograr otros avances. Por ejemplo, viendo el modelo desde una cierta distancia, sus detalles quedan difuminados y en su lugar emerge el contorno de un paso elevado o "arco iris" (figura 10). Este todo abstraído captura las fluctuaciones en el trampolín causadas por la salida y el regreso del turista. Denota:

- Que el arco iris del turismo nace y se incrusta en el horizonte ordinario.
- Que aparece sobresaliendo de las profundidades (puntos de la depresión) del mundo ordinario.
- Que esto proyecta una dimensión añadida para vivir.

Figura 10. La figura del paso elevado



“Ocultando” los dos procesos de emancipación y repatriación (del modelo original), el nuevo contorno acentúa:

- Que el arco no-ordinario es concreto y real. A pesar de su apariencia de “arco iris” ilusoria.
- Que el estado de la actividad turística puede comenzar durante la etapa de emisión y continuar con la emancipación, animación, y los componentes de la repatriación, o incluso la fase de emulsión, después del impacto de la llegada.
- Que mientras la emancipación y la repatriación no se definen necesariamente en términos de tiempo y espacio reales, la animación sí; que la corriente ordinaria en su totalidad (corporación, omisión, e incorporación) forma el soporte de la fundación y el paso inferior para el arco.
- Que aunque la duración temporal del paso inferior y del paso elevado es idéntica, la forma sobre-arqueada o ilusoria de lo no-ordinario desafía las escalas ordinarias (p. ej., más elementos parecen ser compatibles, en el mismo lapso de tiempo, lejos que en casa).

Éstas y otras observaciones, alternativamente, anticipan el modelo turístico (figura 9) para un marco más general del turismo.

Más allá del turista

Más allá del modelo turístico transformador ordinario / no-ordinario / ordinario, persiste un vasto contexto o totalidad. Como puede quedar claro en la discusión precedente, el turismo no es un acontecimiento independiente, sino una parte de y un medio para otros fines. Aparece cuando los sistemas turista-generador (ordinario) y turista-receptor (no-ordinario) se encuentran interconectados. Pero, para propósitos analíticos, es más recomendable tratar cada sistema por separado y después conjuntamente para proponer un modelo del turismo.

El sistema de generación

Ya fue mencionado que el turista es inventado porque el sistema alimenta o incuba la necesidad de dejar atrás lo ordinario; el flujo turístico le tiende la mano puesto que el sistema prevé esta extraña movilización: toma un curso anti-estructural, ya

que los límites ordinarios del sistema no facilitan, instantáneamente, la solución a ciertos desórdenes endógenos; trae al hogar los “souvenirs” no-ordinarios porque el sistema necesita de este proceso exógeno. Visto desde este ángulo, el generador turístico aparece en una posición central, con el sistema receptor posicionado en órbitas “re-creativas”, al servicio de aquél.

A modo de ilustración, el sistema generador puede ser un país, un estado, o una ciudad metropolitana, dependiendo de cómo se tracen los límites analíticos. Aunque el sistema debe proteger a sus integrantes (trabajadores), se eleva por encima de sus cabezas (trabajan para el sistema).¹² Mientras opera, el sistema consume a sus trabajadores física y mentalmente. Pero cuando estos “se cansan” no trabajan con eficacia. Por tanto, el sistema debe incorporar subsistemas recreativos (los *sub*, o satélites) para el tratamiento de los “esfuerzos” y los “vacíos” que se acumulan en el curso de la corriente principal ordinaria. El tratamiento no-ordinario, para algunos, incluye la renovación del físico maltrecho, para relajarlo y regenerarlo hasta un nuevo grado óptimo. Para otros, el tratamiento puede ser motivado por la anomia: convertirse temporalmente en reyes o reinas, en alguien, o en nadie, para infundir un sentimiento profundo de realización. Para todos, los satélites pueden proporcionar una amplia variedad de oportunidades para subsanar el agotamiento o las partes oxidadas, “expandir” el cuerpo y la mente, para lograr la “recarga” y/o el “enaltamiento”, para estar lejos de todo.¹³ Cuando el proceso se completa, estos trabajadores re-creados son “guiados” para recobrar sus posiciones en el sistema principal.

Por tanto, la anexión de los satélites no-ordinarios, posicionados en órbitas inalcanzables, es en interés del generador principal. Sin este proceso de externalización, el sistema entonces debe proveerse de sucedáneos internos apropiados, o puede “quemarse”. Desde este punto de vista, el turismo aparece como un desvío estructural y funcional del generador (un generador interno para lo externo) un procedimiento ejecutado externamente, y un conocimiento local (para realizar una armonía autóctona en el seno del sistema principal).

¹² Jest Krippendorff, “Tourism in the system of industrial society”, *Annals of Tourism Research*, vol. 13, núm. 4, 1986, pp. 517-532.

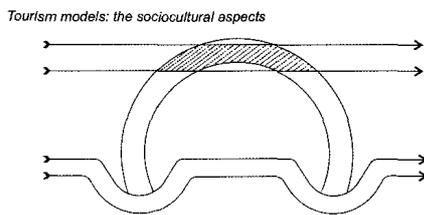
¹³ Jafar Jafari, *The Function and Significance of Tourism in Today's Society: Issues and Challenges Provoked by the Constraints of Energy Supply*, Series C, núm. 72, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence, Francia, 1983.

El sistema de recepción

Es también imprescindible colocar el sistema de recepción (anfitrión) en el centro de varios de los ejes generadores de actividad turística. Desde este ángulo, se percibe al sistema anfitrión acomodando a los invitados turísticos no-ordinarios de diversos generadores dentro de sus propios límites ordinarios. Extraña con respecto al anfitrión, cada efusión contiene sustancias externas (cultura residual), naturales al generador turístico. Así, el receptor está interactuando con varias de dichas sustancias, cada una representando un eje de actividad distinto, sin ningún o escaso acuerdo entre ellas. Además, existe la cultura turística que se identifica con todas aquellas ocasiones en las cuales un ritmo o patrón común es evidente entre todos los turistas. Coexiste, no obstante, la cultura local propia del receptor, su propia estructura ordinaria. La cultura local ahora se ubica de lado a lado respecto a las culturas residuales heterogéneas y respecto a la, antes bien, cultura turística homogénea, estas últimas ajenas a la primera. Estos tres estilos culturales independientes constituyen una "mezcla cultural" única para cada sistema de recepción.¹⁴

Todo ello suscita una perspectiva interesante. Lo "ordinario", de nueva cuenta sintetizado (asimilación de la cultura local, turística y residual), puede sustituir gradualmente la cualidad ordinaria original del anfitrión. Lo original o lo nuevo ordinario tendrá que resolver, no sólo las necesidades no-ordinarias de todos los turistas diversos, sino también las exigencias ordinarias de su propia gente (figura 11).

Figura 11. El turista no-ordinario *vis-a-vis* frente al residente ordinario



¹⁴ Jafari, *op. cit.*, Ref 5.

Según lo dicho anteriormente, lo ordinario y lo no-ordinario son proposiciones contradictorias (p.ej. una refuerza la estructura, la otra promueve la antiestructura; o una apoya el trabajo, la otra promueve el juego). A menudo constituyen dos sistemas incompatibles. Otras diferencias, tales como el contraste entre lo no-ordinario en los países avanzados y lo ordinario en las regiones o países en vías de desarrollo, torna a los dos sistemas aún más incompatibles. En cualquier caso, como "subrecreativo" de varios sistemas generadores, el anfitrión puede prestar menos atención a su "ordinario" particular o a las necesidades complejas de su "ordinario" asimilado. Todo ello conduce potencialmente a un "incendio", no enteramente atribuible a su propia responsabilidad. El sistema de recepción debe lidiar con mucho más de lo que había imaginado, una proposición que la reciente literatura sobre la relación anfitrión-huésped seguramente apoyaría.

Interdependencia de los sistemas

Los análisis desde cualquier posición revelan que los procesos de dar-y-recibir entre los socios generadores y receptores se organizan estructuralmente en un todo integrado. Desde esta perspectiva, llega a ser evidente que, contrariamente a las presunciones y prácticas anteriores, el sistema generador también necesita preocuparse por el bienestar y los problemas del sistema de recepción. En este sentido, la filosofía del "derroche" del generador (*i.e.* reemplazando las piezas viejas o dañadas por otras de nuevas) no parece ser una recomendable práctica holística. Este punto puede requerir de ulteriores elaboraciones.

Es de gran interés para el sistema de generación turística responder adecuadamente a la demanda turística de sus ciudadanos, contribuir al desarrollo de sus satélites re-creativos, y "absorber" y "pagar" algunos de los impactos generados por las vacaciones realizadas en algún patio trasero. Después de todo, es el sistema de generación el que se mantiene incólume para beneficiar a la mayoría, no necesariamente al sistema de recepción del cual se cree generalmente que sirve para depositar el efectivo. Así se polemiza, por ejemplo, si es la ciudad de Chicago la que "adeuda" bastante a Wisconsin y Michigan, o si es la Comunidad Europea la que debe mucho a Túnez y Senegal como sus subrecreativos. Se discute algo similar acerca de si la población estadounidense está en deuda con Hawái,¹⁵ y el

¹⁵ Noel J. Kent, *Hawái: Islands Under the Influence*, Monthly Review, Nueva York, 1983.

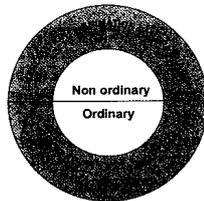
mundo desarrollado respecto a los países anfitriones en vías de desarrollo.¹⁶ Esta no constituye una prescripción unilateral, sino recíproca. Requiere de un gran esfuerzo coordinar y acomodar el flujo turístico proveniente del generador al receptor, y de vuelta al origen, para reducir al mínimo las fricciones y maximizar las posibilidades. Todo ello exhorta a una cooperación entre los diversos niveles del sistema y a un acuerdo financiero, más allá del gasto directo de los turistas provenientes del generador, y la inversión de los operadores en los sistemas de recepción.

El modelo del turismo

El modelo turístico precedente puede expandirse o reestructurarse ahora para el diseño de un modelo del turismo. Para este propósito, el flujo del modelo turístico (figura 9) que se mueve de izquierda a derecha, se convierte en un movimiento toruoso (figura 12). Aquí los dos mundos de lo ordinario (sistema generador) y de lo no ordinario (sistema receptor) aparecen como un todo integrado. Juntos forman un megasistema o estructura interconectada.

A pesar del hecho que el turista fue ubicado inicialmente en el centro, el modelo expandido es un marco inclusivo que se extiende mucho más lejos del turista: representa todas las estructuras y funciones del mundo ordinario que dan lugar al

Figura 12. El modo del turismo



¹⁶ François Ascher, *Tourism Transnational Corporations and Cultural Identities*, Unesco Press, Paris, 1985; y Philip English, *The Great Escape? An Examination of North-South Tourism*, North-South Institute, Ottawa, 1986.

turismo; y todos los recursos turísticos no-ordinarios como infraestructuras, superestructuras, comunidades de acogida, así como *tourists*, los cuales reciben y se adaptan al turismo. El nuevo marco denota que el turismo es algo más que los mercados generadores y los destinos de acogida, así como todo lo comprendido entre ambos; que es más que moneda extranjera, efecto multiplicador, empleo, comercialización y promoción; que es más que aculturación, efecto de demostración y adaptación cultural, o enriquecimiento; que es más que el registro y evaluación de sus costes y beneficios, y por tanto, es más vasto y más significativo que la suma de sus partes y dimensiones. Por tanto, definiéndolo con precisión, el turismo es el estudio del hombre lejos de su hábitat conocido, del dispositivo y las redes turísticas, de los mundos ordinarios y no-ordinarios y de su relación dialéctica.¹⁷ En este sentido, la opinión actual de los grupos financieros sobre el turismo, centrada especialmente en la atracción y el *catering* de los turistas, es incapaz de examinar la situación del turismo más allá de sus inoperantes límites actuales.

Hoy el turismo es una expresión de vida, una perspectiva para la vida y una celebración de la vida, incluso una dimensión descuidada de la vida. La gente inteligente en vacaciones habla de las condiciones, fuerzas, vacíos y excesos presentes en el país de origen, pero manipulados en otra parte. Para algunos autores, el turismo se encuadra entre dos límites ordinarios y representa una pequeña diversión al interior de la corriente principal. Pero para un número mayor de ellos, la vida ordinaria es un "interludio" localizado entre dos infinitos no-ordinarios. En cualquier caso, el turismo no representa simplemente el acto de partir, el turismo también es llegar a casa. Una investigación sobre el turismo contribuye a la comprensión del modo como cada sistema ordinario mantiene o altera su equilibrio funcional y estructural. Pero al margen de cada aspecto ordinario específico, pervive el megasistema en el cual los flujos turísticos entran y salen, y conectan prácticamente todos los centros de actividad generadora y los subreceptores a lo largo y ancho del planeta. Esta perspectiva enfatiza el papel fundamental que juega el turismo a la hora de intensificar la interdependencia en la comunidad global actual.¹⁸

El esquema analítico del paradigma turístico, combinando el mega sistema de generación y el de recepción, representa el sistema del turismo, al cual pertenecen los

¹⁷ Jafar Jafari, "Editor's page", *Annals of Tourism Research*, vol. 5, especial núm. 6, 1977, pp. 6-11.

¹⁸ Marie-Françoise Lanfant, "Introduction: tourism in the process of internationalization", *International Social Science Journal*, vol. 32, núm. 1, 1980, pp 14-43.

dos mencionados modelos turísticos y del turismo. Este todo abstracto constituye el dominio disciplinario, en el cual los estilos y las fuerzas turísticas deben estudiarse contextualmente para comprender y articular las dimensiones estructuradas y estructurantes, influenciadas e influyentes del fenómeno conocido como turismo.