

Evolución del *Homo turisticus*

The evolution of homo turisticus

Duccio Canestrini

Profesor de Antropología del Turismo, Campus di Lucca, Università di Pisa
duccio@ducciocanestrini.it

Resumen: Este artículo se centra en la evolución del *Homo turisticus*, un concepto originalmente referido a una persona con un buen nivel de ingresos que viaja por placer durante un breve período de tiempo, aprovechando una disparidad geoeconómica entre su residencia habitual y las destinos elegidos. Esta categoría se ha ido ampliando para incluir nuevas subespecies y variedades que abarcan un amplio rango de formas y motivaciones, más allá de las viejas maneras de hacer turismo. En la actualidad el turismo se construye de acuerdo a los nuevos gustos y a las nuevas tecnologías; se presenta genéticamente modificado y como tal se promociona y consume. Si bien sigue habiendo una demanda genérica de evasión, los escenarios han cambiado. Este texto señala algunos de estos cambios, para después apuntar a la particular obsesión por la seguridad del turista y, finalmente, apelar a un desarrollo armónico de la actividad turística.

Palabras clave: *Homo turisticus*, turismo, movilidad, neocolonialismo, tecnologías, terrorismo, seguridad

Abstract: This article looks at the evolution of homo turisticus, a concept that originally referred to a person with a decent level of income who travelled for pleasure for short periods of time, taking advantage of the geoeconomic disparity between their habitual residence and the destinations chosen. This category has grown to include new sub-species and varieties that take in a wide range of forms and motivations and goes far beyond the old ways of being a tourist. These days, tourism is constructed according to new tastes and new technologies; it seems genetically modified and as such it promotes itself and consumes. Although there is still a generic demand for escape, the settings have changed. This paper sets out some of these changes, goes on to note the particular obsession with the safety of the tourist and, finally, appeals for a harmonious development of tourist activity.

Key words: homo turisticus, tourism, mobility, neocolonialism, technologies, terrorism, security

Homo turisticus

Nunca la humanidad ha viajado tanto como en las últimas décadas, ya sea por placer, interés o necesidad. Además de personas, viajan también mercancías, informaciones e ideas. Este tráfico global nos permite obtener y recibir juguetes de Taiwan, noticias de Mongolia, mosquitos tigre del Sureste Asiático, zapatos de Vietnam, bananas de América Central, trabajadores rumanos y pakistaníes como mano de obra para la construcción en Europa y *know how* indio en las universidades americanas. Hoy en día podemos trasladarnos del centro de París a un *resort* africano en menos de 24 horas. En cuanto a los movimientos de *cuerpos humanos*, los medios de comunicación dan buena cuenta tanto de los flujos de personas pudientes –que llegan de vacaciones y con un buen poder adquisitivo–, como de los flujos de quienes huyen de la indigencia o de las guerras. Ambos

El deseo de hacer turismo deriva de una matriz que genera demandas y comportamientos comunes. En esta decisión confluyen los ritmos del ámbito productivo, la necesidad de evadirse temporalmente, las dinámicas familiares y el marketing de los destinos en términos de «paraísos» turísticos.

flujos se entrecruzan e incluso se llegan a encontrar frente a frente, como ocurrió en el Mediterráneo durante el verano de 2015, cuando quienes estaban tomando el sol en una playa de la isla griega de Lesbos presenciaron la llegada de pateras llenas de refugiados procedentes de Oriente Medio.

Hacer previsiones a largo plazo sobre la evolución del turismo internacional es difícil, ya que en ello intervienen muchas variables geopolíticas. Después de los atentados del 11 de septiembre de 2001 contra las Torres Gemelas en Nueva York, parecía que el mundo de los vuelos transoceánicos y de las vacaciones despreocupadas –en los desacertadamente denominados *rogue state* (estados canalla)¹– llegaría a su fin. Sin embargo, el turismo ha mostrado gran resiliencia y capacidad de reorientación, como un carrusel que puede ralentizarse, pero que no se detiene nunca. Esto ocurre porque el deseo de hacer turismo en la sociedad industrial y postindustrializada –antes que por cualquier elección relativa a los lugares de destino– viene dado por una matriz estructural que genera demandas y comportamientos comunes. En esta decisión heterogénea confluyen los ritmos y las reglas del ámbito

1. Estado canalla (*rogue state*) es una expresión controvertida utilizada por algunos politólogos anglosajones a principios del siglo XXI para referirse a ciertos estados considerados una amenaza para la paz mundial. Asimismo, es el título (*Stati canaglia*) de la edición italiana de un texto de Jacques Derrida publicado en 2003.

productivo, la necesidad de evadirse temporalmente, las dinámicas familiares y el marketing de los destinos posibles en términos de «paraísos» turísticos. «Apenas tienen unos días de libertad, los habitantes de Europa Occidental se precipitan hasta la otra punta del mundo, atraviesan en avión la mitad del globo, se comportan como si se hubieran escapado de la cárcel», escribe Michel Houellebecq en *Plataforma* (2002), su polémica novela dedicada al turismo sexual. Afrontar el turismo desde una perspectiva socioantropológica significa sobre todo preguntarse por las razones de esta deserción socialmente aceptada y fomentada, una fuga con fecha de caducidad, frente a la dimensión presencial y eficiente propia del trabajo diario.

La «especie» *Homo turisticus* está formada por individuos pudientes que viajan por *loisir*, sabedores de que volverán a casa tras unas breves vacaciones (Bowles, 2010 [1949]). En los últimos años esta «especie» se ha ido diferenciando hasta hacer necesaria una clasificación más detallada que reconozca –siguiendo con la metáfora naturalista– sus correspondientes subespecies y variedades². Así, jugando con las definiciones, podemos determinar fácilmente las siguientes variedades del *Homo turisticus*: a) *jaujensis*³, en busca de recursos y *facilities* en las nuevas «Tierras de Jauja» que son los complejos turísticos; b) *arcadicus*, amante de la tranquilidad del campo; c) *selvaticus*, ecoturistas amantes de la naturaleza; d) *marinus*, e) *culturalis*, etc. Es bastante interesante analizar cómo la temática de la autenticidad de la experiencia turística –tan apreciada por el debate antropológico sobre el turismo de hace algunos años (Cohen, 1988)– sigue permaneciendo en segundo plano, como si fuese irrelevante. El territorio acondicionado para el turismo *mainstream* (por supuesto, no para el llamado «responsable») sigue siendo un terreno de juego para la experiencia turística, cada vez más llamada a ser (narrada como) *performance*. Por las razones expuestas, relativas a la necesidad de un imaginario edénico o alternativo al estilo de vida cotidiano, no se puede decir que el turismo en general esté animado por la búsqueda de lo verdadero. Es más, la *performance* turística permite distorsiones, disfraces, engaños identitarios y metamorfosis efímeras. Sirva como ejemplo la ciudad de Lucca (Toscana) –donde ejerzo la docencia–, en la que se ha extendido el fenómeno neocarnavalesco de los *cosplay* (fiestas temáticas de disfraces), que comporta camuflajes turísticos y ostentaciones identitarias temporales. Algunos alojamientos turísticos ya se han

-
2. Utilicé por primera vez la expresión *Homo turisticus* en 1993 en algunas entradas de mi pequeño diccionario de lugares comunes turísticos titulado *Turistario. Luoghi comuni dei nuovi barbari* (Canestrini, 1993).
 3. N. d. T.: del original en italiano *cuccaniensis*, especie del *Homo turisticus* que busca recursos en los «Paesi di Cuccagna». La palabra italiana *Cuccagna* se traduce al castellano como «jauja», «dicha» o «buena vida».

adaptado y, durante varios días entre los meses de octubre y noviembre, hospedan cada año un turismo tematizado: antiguos romanos, Obélix, famosos del manga, Lara Croft, Spidermans, Jesucristos, caballeros de la Mesa Redonda, Batmans, diablos, piratas, Alicias y Sombrereros Locos, Pitufos, trogloditas, vampiros, etc. Resulta un poco difícil clasificarlo como «turismo de nicho», dado que anualmente participan de este fenómeno aproximadamente 200.000 personas, un flujo enorme para una ciudadela medieval italiana de 90.000 habitantes como es Lucca⁴.

La cuestión de la autenticidad –que sigue sin resolverse– se replantea también en términos nuevos, inherentes al patrimonio. Basta pensar en el caso del encantador pueblo austriaco de Hallstatt, declarado Patrimonio Universal de la Humanidad por la Unesco en 1997. Durante años este pueblo recibió flujos turísticos de procedencia asiática cada vez más numerosos. Pues bien, parece que entre estos turistas había *espías* experimentados provistos de cámaras fotográficas y de vídeo para

Afrontar el turismo desde una perspectiva socioantropológica significa sobre todo preguntarse por las razones de esta deserción socialmente aceptada y fomentada, una fuga con fecha de caducidad, frente a la dimensión presencial y eficiente propia del trabajo diario.

documentar cada detalle arquitectónico y ornamental de este pueblecito tan pintoresco y a la medida humana. En 2012 tanto el trazado urbanístico como la arquitectura de Hallstatt fueron copiados y fielmente reproducidos en la provincia meridional de Guangdong (quizás estemos ante el primer caso de clonación de un

pueblo entero con fines turísticos). El centro residencial de Hallstatt en China, realizado por *China Minmetals Corporation*, se ha convertido en una atracción de éxito para el turismo doméstico⁵. Quedan sobre la mesa algunas preguntas sobre la identidad, el espíritu del lugar, la puesta en valor de la tipicidad del territorio o el sentido común de pertenencia. Es obvio que el contexto original es inimitable, pero no parece que el contexto interese a los turistas chinos. Tal vez las reticencias respecto a la clonación de Hallstatt sean síntomas de nuestro fetichismo por la Historia. Es más, quizás este caso suscite el asombro y el rechazo de la mayor parte de los críticos porque fueron ciudadanos chinos quienes realizaron la réplica, puesto que no parece que la *Little Venice* de Las Vegas levantara el mismo escándalo,

4. Entre octubre y noviembre de cada año se celebra la feria *Lucca Comics and Games*, una feria dedicada al cómic, la animación y los juegos (de rol, mesa y cartas), los videojuegos y el imaginario fantástico y de ciencia ficción. Está considerada la más importante de su sector en Italia y Europa, y la segunda del mundo, después del Comiket de Tokyo.

5. Véase el video «China's Replica of Austrian UNESCO Village Opens Amidst Controversy» (en línea) <https://www.youtube.com/watch?v=hP-7f1XW7jE> [Fecha de consulta 10.10. 2015].

ni tampoco la denominada Lascaux II –réplica de la famosa cueva paleolítica de Lascaux– realizada por el Ministerio de Cultura francés y abierta al público en 1983 para proteger el lugar original de un turismo tan masivo que amenazaba con alterar irreversiblemente las pinturas⁶.

Turismo genéticamente modificado

Para Joel Henry, fundador del laboratorio de turismo experimental Latourex⁷, hay muchas soluciones alternativas a las viejas maneras de hacer turismo. Se habla de turismo fortuito, libre, lúdico, improvisado; en cualquier caso, un modo de irse de vacaciones alternativo al periódico reclutamiento vacacional. El editor inglés de las guías turísticas *Lonely Planet* desarrolló y presentó las ideas de Joel Henry en 2005 con la publicación de *The Lonely Planet Guide to Experimental Travel*, una guía que, en vez de lugares, ofrece modos extravagantes de hacer turismo. En ella hay propuestas, itinerarios y experiencias turísticas distintas e innovadoras: quien se hace guiar exclusivamente por su mujer (*uxoturismo*); quien viaja para fotografiar a los turistas que a su vez se fotografían delante de los monumentos; quien pasa algunos días en el aeropuerto sin coger el avión; quien practica el *hipoturismo*, partiendo casi sin dinero hacia un país poco atrayente del que desconoce la lengua; o el tecnoturista, que se confía por completo al *tecnoturismo*, al interactuar con el ambiente de manera indirecta utilizando dispositivos digitales cada vez más sofisticados como, por ejemplo, los sistemas de navegación GPS, traductores simultáneos, audioguías para *smartphones* con contenidos en realidad virtual y aumentada, y se aloja en hoteles *hi-tech* con pantallas gigantes donde se proyectan paisajes, oportunidades e itinerarios bajo demanda.

En los últimos años el turismo también ha cambiado desde el punto de vista de la promoción. Por ejemplo, el adjetivo «exclusivo» –que parecía un *must* en el ámbito de la connotación y la comunicación de destinos turísticos atractivos– ha cedido el paso a un nuevo modo, decididamente integrador, de concebir los destinos, que cada vez se presentan menos elitistas y más dispuestos a acoger una clientela numerosa y ya casi indiferenciada. En términos de

6. Véase el siguiente enlace para más información sobre Lascaux II: <http://archaeology-travel.com/france/lascaux-ii> [Fecha de consulta 10.10.2015].

7. Véase http://www.latourex.org/latourex_es.html [Fecha de consulta 10.10. 2015].

marketing, el famoso modelo del Tío Sam que nos apunta con el índice sobre la inscripción *I want you* (te quiero a ti), se ha convertido en un *Join me* (únete a mí) más provocativo y propagado en las redes sociales –a menudo lanzado por chicas y chicos atractivos–. Las personas contratadas como imagen de las localidades turísticas están destinadas a ser cada vez menos famosas y peor pagadas, pues en el espíritu 2.0 hay un ejército activo de pioneros voluntarios dispuestos a la promoción espontánea y a menudo de forma completamente gratuita.

En la actualidad el turismo se construye de acuerdo a los nuevos gustos y necesidades; se presenta *genéticamente* modificado y como tal se consume. Si bien sigue habiendo una demanda genérica de evasión, los escenarios han cambiado, ya que vivimos en una época de pulverización de las vacaciones –cada vez más breves y fragmentadas–, de incertidumbre y precariedad laboral, de paquetes con *todo incluido*, de movilidad 2.0, de compartir vivencias en tiempo real, de transporte promiscuo y colaborativo⁸, así como de viajes *last minute* y tarifas *low cost*. Un caso interesante de turismo genéticamente modificado –que está afectando de forma alarmante al sector del hospedaje hotelero– es el *couchsurfing*, un fenómeno análogo a otras redes de intercambio de alojamiento (como BeWelcome, Hospitality Club, Pasporta Servo) que cuenta ya con siete millones de usuarios activos⁹. Según un joven e ingenioso emprendedor español, Daniel Tirado, fundador del blog turístico *Viajando sin papel higienico*¹⁰ y autor del libro que lleva el mismo título (Tirado, 2011), el *couchsurfing* no es solo un recurso para dormir gratis en sofás de medio mundo, sino que es una idea innovadora que conlleva un espíritu de intercambio y confianza en el prójimo. Evidentemente, aún estamos en un contexto de constante conexión a la Red a través de la tecnología móvil, lo que contrasta con propuestas turísticas hasta ahora aún marginales –pero en absoluto desdeñables– bajo el lema del *digital detox*. En la senda de la desconexión de Internet durante las vacaciones, Switzerland Tourism se posiciona en la vanguardia con su original propuesta «des-intoxicante»: *Holidays without Internet*¹¹.

8. Véase el éxito de BlaBlaCar, una plataforma web para compartir coche (*carsharing*) que opera en 14 países de Europa y que cada vez es más utilizada para hacer turismo.

9. Véase <https://infogr.am/couchsurfing-statistics> [Fecha de consulta 10.10.2015].

10. Véase <http://viajandosinpapelhigienico.com/> [Fecha de consulta 10.10. 2015].

11. Véase www.holidayswithoutinternet.com. El vídeo de esta promoción turística claramente a contracorriente se puede ver en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=vEfrg7vBjJM> [Fecha de consulta 10.10. 2015].

La obsesión por la seguridad

Hoy en día vivimos una generalizada preocupación –que en ocasiones se puede convertir en una auténtica obsesión– por nuestra seguridad personal. En el mundo del turismo de masas esto significa más controles en los aeropuertos, traslados vigilados, guardias de seguridad armados a la entrada de los hoteles de lujo, pulseras distintivas para acceder a las instalaciones de los complejos vacacionales, cámaras de vigilancia en las atracciones turísticas más populares y cuerpos especiales de policía para proteger a los turistas¹². Los turistas han pasado a ser considerados como *soft target* (víctimas indefensas) de agresiones potenciales, robos y atentados terroristas; por consiguiente, el turismo está cada vez más monitorizado y militarizado¹³.

Una nutrida corriente de estudios sociológicos y antropológicos ve en el turismo internacional con destino a los países empobrecidos una forma evolucionada de colonialismo (Nash, 1989)¹⁴. Si las cadenas Eden, Paradise y Ambassador cuentan con decenas de miles de establecimientos en todo el mundo, los hoteles Colonial no se quedan atrás. De hecho, muchas de estas cadenas –antes de estar destinadas al alojamiento turístico– eran cuarteles, refectorios, comisarías, residencias de funcionarios o bases militares. Es cierto que la guerra y el turismo de masa son incompatibles, pero también es verdad que la actividad turística tiene una importante necesidad de orden social. El puño de hierro de los gobiernos militares –allí donde la represión sea dura, pero discreta– puede ofrecer en este sentido las máximas garantías. Para llevar a cabo movimientos de materias primas y financieros, así como de

Hoy en día vivimos una generalizada preocupación –que en ocasiones se puede convertir en una auténtica obsesión– por nuestra seguridad personal. Los turistas han pasado a ser considerados como *soft target* (víctimas indefensas) de agresiones potenciales; por consiguiente, el turismo está cada vez más monitorizado y militarizado.

12. Como ocurre, por ejemplo, en Tailandia, México, Brasil, Venezuela, Egipto o Grecia.

13. Como ocurre en el primer escenario que analizo –a la luz de un buen número de trágicos sucesos– en mi ensayo titulado *No disparen contra el turista* (Canestrini, 2009).

14. Sobre el mismo tema véanse Cazes (1989 y 1992); Mbaye Dieng y Bugnicourt (1982); Krippendorf (1987); Van Houts (1991); Palmer (1994); Hall (1994). Asimismo, la antología *The Sociology of Tourism* (Apostolopoulos *et al.*, 1996) contiene diversas contribuciones a este tema. Para un acercamiento literario, es interesante la lectura de la mordaz denuncia de Jamaica Kincaid (2003).

bienes y personas, se necesitan gobiernos fuertes, aunque a costa de imponer la estabilidad por la fuerza. Ni la justicia social ni la reducción de la pobreza son estrictamente necesarias en este sistema, sino que son intervenciones humanitarias opcionales, que pueden confiarse a los profesionales de las ayudas al desarrollo.

En enero de 1997, las agencias de viajes francesas que organizaban visitas a Perú preveían una parada delante de la embajada de Japón en Lima, donde los guerrilleros del movimiento Tupac Amaru retenían a más de 70 rehenes. La parada estaba programada para permitir que los turistas fotografiaran y grabaran vídeos en el lugar de los terribles acontecimientos. A este respecto, el antropólogo francés Marc Augé (1999: 8) fue tajante: «El turismo es la forma acabada de la guerra». Asimismo, en su libro de viajes *Il giro della prigione* (traducido como *Una vuelta por mi cárcel*) la escritora francesa Marguerite Yourcenar (1991: 162) citaba –con cierto sarcasmo– «el genio» de Víctor Hugo, según el cual las dos formas primitivas del encuentro entre pueblos son la guerra y el viaje. En un estudio sobre este tema, los investigadores Elizabeth Diller y Ricardo Scofidio (1994) focalizaban de forma elocuente la cuestión: «Parece que turismo y guerra se solapan continuamente en las noticias, pero su asociación no es un fenómeno reciente. El turismo contemporáneo es una evolución del viaje heroico del pasado, cuyas raíces están indudablemente ligadas a las de los primeros conflictos territoriales: al fin y al cabo, la movilidad ha sido siempre una estrategia bélica fundamental. Los soldados, como viajeros, han sido de los primeros en penetrar y debilitar las fronteras territoriales –no solo por medio de la fuerza, sino también mediante la diseminación de la lengua y las costumbres–».

El control militar de la movilidad presenta indudables ventajas, pero también trágicas fisuras, como la ocurrida el 13 de septiembre de 2015, cuando 12 turistas fueron asesinados por error en el desierto egipcio de Al-Wahat a raíz de un ataque aéreo acordado entre policía y ejército. Los militares confundieron el convoy formado por cuatro todoterrenos que se dirigían al oasis de Bahariya con una célula del grupo yihadista Ansar Bait al Maqdis. En realidad, se trataba de un viaje de placer organizado por la agencia Windows of Egypt, guiado por un egiptólogo y escoltado por un agente de la policía local. De los 12 muertos en el bombardeo, 8 eran mexicanos, lo cual generó las inevitables tensiones diplomáticas entre México y Egipto, sobre todo a raíz de las diversas versiones y explicaciones que se dieron de la tragedia. ¿Era o no necesario un permiso especial para aquellos vehículos en ruta hacia el oasis en la frontera con Libia? Si lo era, ¿se les había concedido o no dicho permiso? ¿Es verdadero o falso todo lo que contó uno de los turistas que sobrevivieron acerca del ataque que sufrieron por parte de un avión y varios helicópteros, al que siguió un ametrallamiento realizado por las tropas de tierra? ¿Cómo se pudo producir tan tremendo error? Cabe señalar

que la comitiva turística acababa de hacer un alto para almorzar al lado de la pista desértica. Como mínimo, queda de manifiesto una falta de coordinación entre los ministerios egipcios de Turismo e Interior¹⁵.

Frente a un escenario turístico cada vez más controlado y canalizado, se encuentra un escenario futuro –también plausible y desde luego más deseable– de un turismo integrado y abierto, permeable a las problemáticas locales de los destinos que visita. Un turismo desencantado, quizás, pero no menos interesado e interesante. Con frecuencia se trata también de un turismo más seguro que el que necesita protección militar. Maurice Freund, presidente de la cooperativa francesa *Voyageurs-Point Afrique*, expresaba¹⁶ de este modo la idea de que el lujo ostentoso de un turismo blindado se encuentra en el origen de la recurrente violencia contra los turistas: «Los ataques contra turistas están destinados a aumentar y el motivo es bastante simple: cuando se construyen hoteles con rejas en las ventanas y hay una milicia privada destinada a protegerlos, la diferencia social con la población local – que obtiene poquísimos beneficios, a excepción de algunos puestos de trabajo para las mujeres de la limpieza– es muy llamativa». El *anti-turismo*, que en los últimos años apunta contra los viajes de placer, debería hacernos reflexionar. Podemos encerrarnos y tutelarnos de mil maneras, pero si ignoramos la realidad que nos espera y nos acoge nunca estaremos seguros. Es más, nuestro estatus será mucho más precario si vamos a divertirnos en condiciones de flagrante privilegio, entre personas que albergan rencor; golpear los dorados oasis vacacionales es meter el dedo en el tarro de mermelada de nuestra civilización.

La única libertad posible –por el hambre, la ignorancia, el miedo– es la libertad de todos los seres vivos, incluidos los animales. El nuestro es un destino colectivo, no existe viaje seguro, ni tranquilidad personal sin justicia planetaria.

Un acercamiento innovador al turismo internacional se incluyó en el Foro Social Mundial de Porto Alegre de 2002, donde se debatió sobre la integración del turismo sostenible en las comunidades indígenas como elemento de desarrollo justo (Foro Social Mundial, 2002). Sin embargo, fueron decepcionantes los resultados de la Quinta Cumbre Ministerial de la Organización Mundial

15. Véase «El ejército de Egipto mata “por error” a turistas mexicanos». *BBC Mundo* (14 de septiembre de 2015) (en línea) http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150913_egipto_ejercito_mata_turistas_mexicanos_error_ng [Fecha de consulta 10.10.2015].

16. En una entrevista realizada por Marie-Laure Colson para *Libération* y publicada en italiano por *Internazionale* el 12 de mayo de 2000.

de Comercio (OMC) celebrada en Cancún en 2003, donde el secretario de la Organización Mundial del Turismo (OMT) habló de «liberalización del turismo con rostro humano»: una fórmula de compromiso que, a mi juicio, lleva dentro el germen de una contradicción difícilmente salvable. El reparto equitativo o desigual, la responsabilidad social, la gestión de los recursos o la protección del medio ambiente son decisiones estratégicas inevitablemente relacionadas con la movilidad, tanto de los flujos indigentes como de los pudientes. La evolución del *Homo turisticus* avanza en paralelo a las decisiones políticas y económicas de los gobiernos y de las grandes corporaciones que fijan, a menudo de manera arbitraria e interesada, los parámetros del desarrollo humano.

Huelga decir que las nuevas tecnologías aplicadas al turismo admiten usos culturales y pacíficos, y pueden ser empleadas para una comunicación correcta y para un desarrollo armónico de la actividad turística. El nuestro es un destino colectivo, no existe viaje seguro, ni tranquilidad personal sin justicia planetaria. La única libertad posible –por el hambre, la ignorancia, el miedo– es la libertad de todos los seres vivos, incluidos los animales. Respecto a la seguridad, me gustaría concluir con un epigrama de un monje japonés del siglo XIII, Nichiren Daishonin: «Si os preocupa vuestra seguridad personal, deberíais ante todo rezar por el orden y la tranquilidad en cada una de las cuatro regiones del país».

Traducción del italiano: Ana Sedano Ruiz.

Referencias bibliográficas

- Apostolopoulos, Yiorgos; Leivadi, Stella y Yiannakis, Andrew (eds.). *The Sociology of Tourism*. Londres: Routledge, 1996.
- Augé, Marc. *Disneyland e altri nonluoghi*. Turín: Bollati Boringhieri, 1999.
- Bowles, Paul. *The Sheltering Sky*. Londres: John Lehmann, 1949. Traducción al español: *El cielo protector*. Barcelona: Seix Barral, 2010 [1949].
- Canestrini, Duccio. *Turistario. Luoghi comuni dei nuovi barbari*. Milán: Baldini&Castoldi, 1993.
- Canestrini, Duccio. *Non sparate sul turista. Dal turismo blindato al viaggio permeabile*. Turín: Bollati Boringhieri, 2004. Traducción al español: *No disparen contra el turista: un análisis del turismo como colonización*. Barcelona: Bellaterra, 2009.
- Cazes, Georges. *Les Nouvelles Colonies de vacances?* París: L'Harmattan, 1989.
- Cazes, George. *Tourisme et Tiers-Monde, un bilan controversé*. París: L'Harmattan, 1992.

- Cohen, Erik. «Authenticity and commoditization in tourism». *Annals of tourism research*, vol. 15, n.º 2, (1988), p. 371-386.
- Diller, Elizabeth y Scofidio, Ricardo (eds.). *Visite aux armées: tourisme de guerre/ Back to the Front: Tourism of War*. Fond Régional d'Art Contemporain de Basse-Normandie, 1994.
- Foro Social Mundial. «O turismo e a inclusão social nos constrangimentos do processo civilizatório da pós-modernidade». *Segundo FSM*, Porto Alegre, 2002 (en línea) <http://www.ivt-rj.net/destaques/forum/index.htm> [Fecha de consulta 10.10. 2015].
- Hall, Colin Michael. *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Nueva York: John Wiley, 1994.
- Houellebecq, Michel. *Piattaforma*. Milán: Bompiani, 2001. Traducción al español: *Plataforma*. Barcelona: Anagrama, 2002.
- Kincaid, Jamaica. *Un pequeño lugar*. Tafalla: Txalaparta, 2003.
- Krippendorff, Jost. *Les Vacances, et après? Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages*. París: L'Harmattan, 1987.
- Mbaye Dieng, Isidore y Bugnicourt, Jacques. *Touristes-rois en Afrique*. Dakar-París: Enda/Kartala, 1982.
- Nash, Dennison. «Tourism as a Form of Imperialism», en: Smith, Valene L. (ed.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, p. 37-54.
- Palmer, Catherine. «Tourism and Colonialism: The Experience of the Bahamas». *Annals of Tourism Research*, vol. 21, n.º 4 (noviembre 1994), p. 792-811.
- Tirado, Daniel. *Viajando sin papel higiénico*. Nomos Impresores, 2011 (en línea) <http://es.calameo.com/read/001011478257472b9bad2>
- Van Houts, Didier. *International Tourism in Third World Countries: a controversial Topic*. Marsella: Centre des hautes études touristiques, 1991.
- Yourcenar, Marguerite. *Il giro della prigione*. Milán: Bompiani, 1991. Traducción al español: *Una vuelta por mi cárcel*. Madrid: Alfaguara, 1999.