

NOTA CRÍTICA/ESSAY

El estudio de la noche en el turismo: una agenda de investigación

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA
marioalbertovelazquezg@gmail.com
El Colegio de Hidalgo

HELENE BALSLEV CLAUSEN
helenebalslev@hotmail.com
Universidad de Aalborg

Resumen

En este trabajo se propone identificar las dimensiones de un área de investigación: el turismo de la noche. De tal modo, se hará referencia a las prácticas, relaciones, creencias, consumos y usos de los lugares que se dedican preferentemente a las actividades turísticas en el periodo de tiempo posterior a la caída del sol. Con ello se busca abordar la relación entre la oscuridad, la cultura material y un conjunto de experiencias sociales específicas. Esto implica considerar a la noche como un agente social que tiene un papel activo en la construcción y desarrollo de las interacciones sociales.

Palabras clave: turismo, noche, economía de la experiencia, prácticas, interacción social

The study of the night in tourism: a research agenda

Abstract

In this article the purpose is to identify the dimensions of a research area: night tourism. This approach refers to practices, relationships, beliefs, consumptions and use of locations that are preferably dedicated to tourist activities after sunset. With this, it is addressed the relationship between darkness, material culture and a set of specific social experiences. This implies considering the night as a social agent that plays an active role in the construction and development of social interactions.

Keywords: night, tourism, experience economy, practices, social interaction

Introducción

Jacques Galinier y un grupo de investigadores publicaron un artículo titulado “*Anthropology of the Night*”, donde los autores enfatizaron la poca atención que ha recibido en los estudios antropológicos la vida social que tiene lugar en la noche. Esto a pesar de la serie de interacciones, ritos, cambios físicos, biológicos y mitos que a lo largo de la historia de la humanidad se producen durante este periodo de tiempo (Galinier et al., 2010). Esta falta de interés por la noche no es exclusiva de la antropología, sino que ha estado presente en otras áreas de las ciencias sociales como la sociología, que poco ha trabajado específicamente sobre las interacciones sociales particulares del horario nocturno.

En el caso del turismo, existen pocos estudios que consideren a la noche como un agente central; sin embargo, existe un creciente interés dado el aumento de atracciones turísticas nocturnas. Trabajos recientes sugieren que las experiencias turísticas se vinculan y se perciben como prácticas diurnas o nocturnas. Por ejemplo, una casa histórica durante el día puede convertirse en un lugar “embrujaado” después del anochecer, y un callejón normal se convierte en “encantador” por la combinación de la noche, la iluminación adecuada y nuestras ideas socialmente construidas (Huang y Wang, 2018). El turismo diurno y el nocturno producen dos usos diferentes en el mismo sitio, convirtiendo al tiempo en un elemento esencial para crear un espacio o acción distintiva. Los estudios realizados en ciudades europeas y chinas por Gu (2013) identificaron cinco tipos de actividades de turismo nocturno en áreas urbanas: zonas peatonales de ocio, recorridos nocturnos de áreas escénicas, artes escénicas, festivales populares e instalaciones de arte ligero. El turismo nocturno en China se desarrolla en torno a un tema específico, mientras que en Europa a menudo se trata de entretenimiento multifuncional. Además, un fenómeno bastante nuevo es el *Nuit Blanche* en las capitales europeas, donde las ciudades organizan festivales y eventos culturales nocturnos como fuegos artificiales, instalaciones de iluminación, apertura nocturna de museos para expandir la oferta de actividades nocturnas en las ciudades y atraer no solo a los turistas sino también a los residentes locales. Este concepto se desarrolló en el Reino Unido: la iniciativa *Light Night* con eventos tipo conciertos al aire libre, circos y fuegos artificiales para revitalizar los centros de las ciudades (Jiwa, et al., 2009), que además de crear una ventaja competitiva también demuestran cómo la noche y el día son construcciones sociales que cambian continuamente; estos cambios pueden ser acelerados debido al aumento del turismo y la necesidad de que las ciudades creen nuevas experiencias.

Algunas publicaciones académicas recientes como las de Tim Edensor cuestionan si hemos sido injustos con la oscuridad al no analizar la particularidad de los encuentros y relaciones *con* y *en* la oscuridad o *durante* la noche en los viajes (Edensor, 2017). La investigación de este autor se centra en la noche o la oscuridad a través de la participación de otros “sentidos” y la construcción del espacio que integra el tiempo como algo significativo durante la experiencia turística. Por lo tanto, la relación entre la oscuridad y la luz se aborda no solo en oposición o período liminal del tiempo y el espacio, como el crepúsculo al amanecer o al atardecer. Los estudios de Edensor empujan hacia una comprensión sociológica de un espacio constituido por interacciones y dinámicas posibles gracias a la oscuridad y la noche. En este documento buscamos analizar enfoques diferentes que permitan una conceptualización sobre el *cómo* de la oscuridad y la noche, entidades analíticas que configuran y definen el espacio.

Las investigaciones científicas que existen sobre la noche o la oscuridad consideran la luz o el día un punto de arranque, partiendo entonces de una postura relacional o complementaria; la noche a manera de la ausencia de la luz. Esto se refleja en los estudios recientes de Edensor (2010; 2015a; 2015b; 2017), Shaw (2014 y 2018) y de Ebbensgaard (2015), quienes proponen la “reducción luminosa”, es decir, las maneras para hacer que los paisajes nocturnos resulten más agradables a la vista. Dichas investigaciones parten de una posición político-ambiental sobre la iluminación urbana y sus fines. En esta, los paisajes nocturnos se configuran utilizando diferentes herramientas de iluminación para comunicar un espacio urbano específico y editado en el que la oscuridad y la noche se definen a través de la iluminación y no como un espacio y una entidad en sí mismos.

Con la investigación del turismo nocturno se propone explorar cómo la noche y la oscuridad son factores que transforman y organizan la vida social y material en los lugares turísticos. Una pregunta de fondo es: ¿Cómo colabora la oscuridad en la comprensión del tiempo y el espacio social? La intención es generar un lente de observación que permita comprender los cambios en las relaciones, estatus y espacios sociales conectados a los términos que nos ocupan, y el cómo estos se vinculan a las construcciones sociales y culturales de la actividad turística. El campo de investigación que se propone analizar es el conjunto de las prácticas y los conocimientos contextualizados de la noche o la oscuridad dentro de los destinos vacacionales, contribuyendo así al debate emergente sobre el turismo nocturno. Esta propuesta ofrece una genealogía de la amplia gama de objetivos económicos, ambientales y sociopolíticos que inspiran el uso creciente de la noche o la oscuridad en tanto maneras cada

vez más llamativas para atraer visitantes. A continuación, algunas propuestas teóricas para construir el área de investigación del turismo nocturno.

La economía de la experiencia íntima y la noche

Para poder analizar específicamente el tipo de representaciones sociales que construye un lugar turístico durante la noche se utilizará el concepto de *economía de la experiencia íntima* (Velázquez y Clausen, 2012). Este término busca definir la cristalización (institucionalización) que tienen los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones que al estar presentes en un mismo espacio y tiempo producen lo que la mayoría de la gente considera como vivencias auténticas, en este caso relacionadas con el turismo. Este concepto representa una postura sociológica respecto al turismo, enfocándose en la forma que convergen definiciones culturales, procesos económicos y coyunturas históricas en la conformación de una serie de actividades productivas, pero también en la conformación espacial y cultural de un lugar, en este caso, durante el periodo nocturno (Bianchi, 2003; MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999; Goffman, 1959).

El término de economía de la experiencia íntima es un concepto que articula las dimensiones económicas, culturales y sociales del turismo, generando un instrumento analítico de observación relacional (Velázquez y Clausen, 2012). La primera palabra, economía, hace referencia a las características del turismo en tanto actividad productiva. En primer lugar, un elemento determinante a considerar es que los productos/escenarios que ofrece el turismo no pueden ser fácilmente transportados, por lo que sus consumidores tienen que trasladarse al sitio para poder usarlos. Como sucede con otras actividades humanas hechas en asociación con otros, los viajes para visitar un templo, una ciudad o un paisaje determinado se realizan bajo las organizaciones, reglas y normas de la economía (Bianchi, 2003); así los viajes turísticos utilizan empresas que ofrecen medios de transporte, el hospedaje de los paseantes tiene lugar en hoteles que ofrecen diversos servicios relacionados como la alimentación, la higiene, el descanso y, finalmente, la visita al mismo lugar cuenta con una serie de servicios y venta de objetos (guías, folletos, postales, objetos conmemorativos, etcétera). En otras palabras, el turismo moderno requiere de la institucionalización de sus prácticas y relaciones que regulan su funcionamiento (Bianchi, 2003; Pine y Gilmore, 1999), por ello no puede dejar de ser considerada como una actividad económica. Esta característica económica está directamente relacionada con la parte de las experiencias turísticas, por medio de la escenificación de los lugares para generar o incrementar el valor que permiten su comercialización.

La segunda parte del término, experiencia íntima, busca ligar las características económicas antes mencionadas a una explicación sobre el por qué y cómo se ha desarrollado el turismo en las últimas décadas. Para ello se parte de dos autores: MacCannell y Goffman. Respecto al primero (MacCannell, 1973), se retoma su propuesta de concebir al turismo como una acción humana que busca proporcionar experiencias significativas; es decir, que salgan de lo que ocurre en la cotidianidad y contengan un sentido particular o único para los individuos. Los lugares donde los distintos grupos sociales pueden alcanzar este tipo de experiencias son diferentes en cada cultura, al igual que en cada época. Para MacCannell lo que explica el prolongado crecimiento de la actividad turística es que este es un medio contemporáneo para que las personas construyan momentos significativos mediante el uso temporal de un espacio donde podrán disfrutar un escenario, ciertas actividades consideradas positivas, deseables y memorables. Es importante señalar que el mismo traslado al sitio es parte fundamental de esta experiencia total (Pine y Gilmore, 1999; Mantecón, 2008).

Al decir que el turismo busca proporcionar algún tipo de experiencia que Velázquez y Clausen (2012) definen como íntima, estos autores retoman el trabajo de Goffman sobre el papel que desempeñan los lugares en las interacciones. La propuesta original de Goffman buscaba introducir el espacio como una dimensión central en las interacciones sociales. Al proponer la noche, introducimos otra dimensión más al análisis, de tal manera que los espacios sociales (delanteros o traseros), cambian su carácter dependiendo de la hora del día o la iluminación con la que cuentan; un espacio delantero (una oficina o una calle) puede convertirse en un lugar trasero donde los mismos individuos que en el día tuvieron comportamientos relacionados a un rol específico, decidan cambiarlos.

Al igual que en la propuesta original, los lugares no son espacios “absolutos”, sino que su función como delantero o trasero cambia y es sujeto de distintas interpretaciones por distintos grupos y sociedades. La plasticidad de los espacios, la luz y la oscuridad es fundamental para entender el uso moderno de la oscuridad en los espacios turísticos.

Resumiendo lo anterior, al conceptualizar al turismo como una economía de la experiencia íntima se quiere indicar que esta actividad productiva busca brindar una serie de vivencias asociadas con lugares considerados memorables. Es decir, los lugares turísticos son espacios que han sido cargados de significados sociales, históricos o culturales al punto de que la mera presencia de la gente en ellos proporciona una experiencia trascendente (MacCannell, 1973). Pero no es lo único: en estos lugares el disfrute que significa el mismo lugar se asocia a la posibilidad de no tener que asumir

totalmente los roles y estatus asociados a la vida cotidiana, para así experimentar un tipo de vida diferente; en una playa es difícil, y deseable, no distinguir a un abogado o un profesor del que no lo es. De tal manera que la “base del valor” de un lugar turístico es doble: la parte social constituida por los significados y usos de espacios delanteros y traseros a los que se acaba de hacer referencia, pero también la parte económica, esta última relacionada a la escenificación del lugar, así como a la infraestructura y empresas que permitieron acceder y convertir un espacio específico en una mercancía turística. Es importante resaltar que depende del significado que le confieren los actores que interactúan en un momento determinado dentro de ellos. Esto resulta fundamental en la propuesta de turismo de noche, porque significa que los mismos lugares después del atardecer toman un sentido y un valor social y económico distinto, por el tipo de comportamientos que los sujetos asocian a una construcción social como es el uso nocturno. Los turistas al visitar ciertos espacios durante el horario nocturno pueden estar buscando despojarse de sus roles sociales cotidianos y readaptar su actuación para permitirse comportamientos distintos, como bailar, tomar o simplemente disfrutar ser uno más dentro de una multitud que escucha un concierto.

La economía de la experiencia íntima, en el caso de la noche, sería entonces las formas de generación de valor mediante la institucionalización que tiene el uso nocturno de los lugares: las prácticas, los símbolos y las relaciones que al reunirse producen lo que la mayoría de la gente considera vivencias auténticas que solo podrían tener lugar durante este periodo del día. Esta institucionalización de las experiencias íntimas nocturnas está mediada por los imaginarios, creencias y cosmogonías de cada grupo que se transforma paulatinamente con el tiempo y las generaciones (Clausen, 2008).

Al usar la expresión de economía de la experiencia íntima se quiere dejar en claro que las zonas turísticas son una industria organizada, estructurada y con fines lucrativos. Eso significa que los “productos” y el valor que antes eran logrados por medio de actos personales, ahora han sido socialmente regulados y definidos, de forma tal que es la propia industria turística la que intenta definir qué lugares entran a la categoría de turísticos, es decir: en aquellos donde se pueden tener experiencias íntimas, controladas y reguladas de los que no (Clausen y Velázquez, 2011).

El proceso de modernización y la noche

Para comprender la relación entre la noche y el turismo se propone partir de un conjunto de cambios sociales, económicos y tecnológicos producidos a partir de la era co-

nocida como la modernización. Este concepto se refiere a aquellos procesos mediante los cuales sociedades emergentes de excolonias o nuevos estados independientes buscaron generar un crecimiento económico y político a través de la transformación de sus estructuras sociales, políticas y culturales, teniendo de modelo la Europa occidental y Norteamérica de los siglos XVII y XIX (Germani, 1970; Aguilar, 2005). Durante la modernización los avances tecnológicos tuvieron un rol central. Uno de los más significativos fue la luz eléctrica. La importancia de este tipo de iluminación artificial no solo fue práctica, sino simbólica; la luz comenzó a ser usada como una representación del avance de la razón sobre las creencias y las mejoras que las nuevas tecnologías proporcionaban a la sociedad (el progreso), mientras la noche se convirtió en un sinónimo de la barbarie (Galinié et al., 2010). En este sentido, las ciudades serían consideradas más modernas mientras más iluminadas con electricidad estuvieran sus edificios y sus avenidas (Hensey, 2016). La extensión en las redes eléctricas y de iluminación artificial permitieron un mayor uso de la noche, lo que generaría nuevas formas de relación entre la sociedad y este periodo del día (Koslofsky, 2011). Este nuevo uso del tiempo durante la noche tuvo una compleja inserción en la cultura, generando en algunos casos condena social y culpa moral; los que “vivían de noche” podían ser considerados como aquellos que abusaban de sí mismos y del orden social, normativo y moral (Nottingham, 2003).

Durante los procesos de modernización, las sociedades experimentaron profundas transformaciones: el surgimiento de los Estados modernos, la globalización de los intercambios económicos, políticos y culturales, una modificación drástica de los modelos productivos hacia una concentración de la propiedad de los medios productivos, una intensificación en el volumen y el número de intercambios, la paulatina concentración de la población en ciudades, la desaparición o crisis de formas tradicionales de dominación y control político, así como la construcción de la individualidad hacia una nueva base de la organización jurídica, económica y cultural (Elias, 2009; Aguilar, 2005). Las implicaciones que tuvieron estas reformas para las sociedades modernas y sus miembros son uno de los temas centrales de la llamada sociología clásica de Durkheim, Weber, Marx y Simmel. En el caso de Simmel, este autor se interesó particularmente por analizar las variaciones en la construcción de la individualidad dentro de los nuevos contextos sociales modernos. Para Simmel, una de las características de este periodo es que los sujetos enfrentan una constante lucha por integrarse a los distintos roles y escenarios sociales, pero al mismo tiempo, intentan conservar un sentido de identidad única. Esta propuesta de análisis permite entender, tanto la interacción social en las grandes ciudades, como el comportamiento de las personas durante sus

vacaciones; tanto en las urbes y a la par de las zonas turísticas, las personas enfrentan el mismo problema que Simmel plantea en su texto *“La metrópoli y la vida mental”*:

Los problemas más profundos de la vida moderna se derivan de la demanda que antepone el individuo, con el fin de preservar la autonomía e individualidad de su existencia, frente a las avasalladoras fuerzas sociales que comprenden tanto la herencia histórica, la cultura externa, como la técnica de vida (Simmel, 2009, p. 388).

Retomando el argumento de Simmel, se propone que los individuos y las sociedades usen los espacios turísticos en la oscuridad como parte de esta pugna por conservar su individualidad frente a la homogeneidad que impone el mercado, pero al mismo tiempo, para sentirse integrados a estas fuerzas sociales de las que habla el autor. El uso de la oscuridad en el turismo permite acceder a identidades y prácticas distintas a las que se acostumbra durante nuestra vida cotidiana (Koslofsky, 2011; Nottingham, 2003), pero al mismo tiempo, reconoce a los individuos como parte de los grupos sociales a los que se aspira pertenecer; por ejemplo, la multitud que se reúne en una discoteca o en un concierto.

Otra propuesta sociológica que se considera oportuna para poder analizar la relación de las sociedades actuales y la noche es la de Norbert Elias en su libro *Sobre el tiempo*. Este autor propuso que el tiempo es un mecanismo de orden social (regulatorio y de organización) perfeccionado principalmente en la era de los Estados-nación. De tal forma que al igual que sucedió con los procesos de regulación estatal contra el uso de la violencia, la utilización de un mismo idioma o de un sistema de pesos y medidas, el tiempo se convirtió en un elemento diferenciador de las sociedades civilizadas de aquellas que no lo son (Elias, 2009): a mayor extensión y autonomía de la sociedad (urbanización, comercialización y mecanización), mayor será la dependencia de instrumentos de manufactura humana para medir y regular el tiempo, y menos la dependencia a medidas temporales naturales como el movimiento de la luna (Elias, 1989). La propuesta teórica de Elias sobre el tiempo permite analizar el papel que tiene este en espacios sociales particulares como son los del turismo, particularmente el imaginario que se ha construido respecto al uso del tiempo en dichos lugares, donde el paso del tiempo es representado separado de la vida cotidiana. Durante las vacaciones nos pensamos libres del control de los horarios que nos regulan en el trabajo o el estudio y este constituye uno de sus atractivos. Salir de la rutina significa, en el fondo, abandonar el control del tiempo. En los lugares turísticos se produce una reglamentación del tiempo, al igual que sucede en el resto de los espacios sociales dentro de la modernidad; la hora de entrada al hotel, los horarios de los restaurantes, de las

discotecas, etcétera. Como se ve, la cualidad integradora del tiempo está siendo usada en algunas zonas turísticas para ofertar actividades nocturnas que solo tienen un sentido social durante este periodo de tiempo.

Referencias

- Aguilar, O. (2005). Sociología y modernización. *Revista de Ciencias Sociales*, 1, 1-20. Recuperado de http://sociologia.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2012/01/Omar_Aguilar__Sociologia_y_modernizacion.pdf
- Bianchi, R. V. (2003). Place and Power in Tourism Development: Tracing the Complex Articulations of Community and Locality. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 1(1),13-22. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.002>.
- Clausen, H. B. (2008). *Juntos pero no revueltos: Un estudio de caso sobre los migrantes norteamericanos en un pueblo mexicano; Transnacionalismo y asimilación*. Denmark: Center for the Study of the Americas. Copenhagen Business School
- Clausen, H. B. y Velázquez, M. A. (2011). En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteamericanos en ciudades turísticas de México. En T. Mazón, R. Huete, y A. Mantecón, (eds.). *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial* (pp. 61-80). Santander: Milrazones.
- Ebbensgaard, C. L. (2015). Illuminights: A sensory study of illuminated urban environments in Copenhagen. *Space and Culture*, 18(2), 112-131. doi: <https://doi.org/10.1177/1206331213516910>
- Edensor, T (2010). Aurora Landscapes: Affective Atmospheres of Light and Dark. En K. Benediktsson y K.A. Lund (eds.), *Conversations with Landscape* (pp. 227-240). Farnham: Ashgate.
- Edensor, T. (2015a). Introduction to geographies of darkness. *Cultural Geographies*, 22(4), 559-565. doi: <https://doi.org/10.1177/1474474015604807>
- Edensor, T. (2015b). The Gloomy City: Rethinking the relationship between Light and Dark. *Urban Studies*, 52(3), 422-438. doi: <https://doi.org/10.1177/0042098013504009>
- Edensor, T. (2017). *From Light to Dark: daylight, Illumination, and Gloom*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Elias, N. (1989). *Sobre el tiempo*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Elias, N. (2009). *El proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Galinier, J., Monod, B A., Bordin, G., Fontaine L., Fourmaux, F., Rouillet, P J., Salzarulo P., Simonnot, P., Therrien M. y Zilli, I. (2010). Anthropology of the Night Cross-Disciplinary Investigations. *Current Anthropology*, 51(6), 819- 847.
- Germani, G. (1970). *Sociología de la modernización*. Argentina: Editorial Paidós.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gu, Z. (2013). Concepts and types of urban night tourism product. *Urban Problems*, 11, 98-102.
- Hensey, R. (2016). Past dark: a short introduction to the human relationship with darkness over time. En M. Down, y R. Hensey (comp.). *The Archaeology of Darkness* (pp. 1-10). New England: Oxbow Books.
- Huang, W. J y Wang, P. (2018). All that's best of dark and bright: Day and night perceptions of Hong Kong cityscape. *Tourism Management*, 66, 274-286.
- Jiwa, S., Coca-Stefaniak, J., Blackwell, M. y Rahman, T. (2009). Light Night: An "Enlightening" Place Marketing Experience. *Journal of Place Management and Development*, 2(2), 154-166.
- Koslofsky, C. (2011). *Evening's Empire. A History of the Night in Early Modern Europe*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Mantecón, A. (2008). Procesos de urbanización turística. Aproximación cualitativa al contexto ideológico. *Papers: revista de sociología*, 89, 127-144.
- Nottingham, C. (2003). 'What Time Do You Call This?' Change and continuity in the politics of the city night. En B. Steger y L. (comp.) *Night-time and Sleep in Asia and the West, Exploring the dark side of life*. (pp. 200-224). USA: Routledge Curzon.
- Pine, B. J. y Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Shaw, R. (2014). Controlling Darkness: Self, Dark and the Domestic Night. *Cultural Geographies*, 22(4), 585-600.
- Shaw, R. (2018). *The Nocturnal City*. England: Routledge Edition.
- Simmel, G. (2009). *Sociology. Inquiries into the Construction of Social Forms*. Netherlands: Koninklijke Brill, NV.
- Velázquez García, M. A. y Clausen Balslev, H. (2012). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima. *Latin American Research Review*, 47(3), 134-154.