

Estudio de la construcción social de las experiencias turísticas de interés y de raptura desde la metáfora dramaturgica de Erving Goffman

Study of the social construction of the tourist experiences of interest and rapture from Erving Goffman's dramaturgical metaphor.

Corina Calleja Sordo

Universidad de Quintana Roo

corina_calleja@hotmail.com

Alfonso González Damián

Universidad de Quintana Roo

gonzalezd@uqroo.edu.mx

Recibido/Received: 14-06-2017

Aceptado/Accepted: 21-10-2017

RESUMEN:

Estudio empírico cualitativo con enfoque interpretativo. El objetivo de investigación es determinar las diferencias y similitudes en la construcción social de los modos de experiencia turística de interés y raptura. La metodología se basó en entrevistas en profundidad a turistas residentes de la Ciudad de México, desde la perspectiva teórica de la metáfora dramaturgica de Erving Goffman.

Se identificaron características en la región posterior (backstage) de la planeación del viaje y de las formas de viajar, conocer y recordar en los turistas, así como en la región anterior (front stage), comportamentales y actitudinales en los roles de turistas como actuantes, de relaciones interpersonales con otros actuantes, equipos y auditorios, que se identifican con uno o ambos de los modos de experiencia turística estudiados. Finalmente se analizan los alcances y limitaciones del estudio y se plantean futuras líneas de estudio sobre los modos de experiencia turística.

Palabras clave: experiencia turística; construcción social; metáfora dramaturgica.

ABSTRACT:

Empirical study with interpretative approach of the modes of tourist experience of interest and rapture based on in depth interviews with tourists resident of Mexico City, from Erving Goffman's dramaturgical metaphor's theoretical perspective.

Features of the planning of the journey and the tourists' ways of traveling, knowing and remembering were identified in the backstage. Features of the tourists' attitudinal and behavioral aspects and interpersonal relationships were identified in the front stage. The above features are identified with one or more modes of tourist experiences.

Keywords: tourist experience; social construction; dramaturgical metaphor.

I. MODOS DE EXPERIENCIA TURÍSTICA

Puesto que los viajes se identifican como el eje en el que descansa el fenómeno turístico, lo que viven los viajeros y, específicamente, las características, cualidades, condiciones, formas y modalidades en las cuales se produce su experiencia de viaje, han sido temas de interés para los académicos (Boorstin, 1964; Cohen, 1979; MacCannell, 1976; Mannell & Iso-Ahola, 1987; Ryan, 2002; Uriely, Yonay, & Simchai, 2002; Uriely, 2005; Wickens, 2002), quienes han abordado el tema desde diversas perspectivas teóricas modernas y postmodernas (Uriely, 2005) y enfoques disciplinarios, desde la psicología (Mannell & Iso-Ahola, 1987; Plog, 1974), la manifestación geográfica de la experiencia (Dietvorst & Ashworth, 1995) y la sociología (Larsen, 2010; Ryan, 2002; Urry & Larsen, 2011; Wickens, 2002).

En una propuesta teórica seminal, Cohen (Cohen, 1979) siguió un razonamiento teórico para abordar la experiencia turística (ET) desde una perspectiva fenomenológica. Desde 1979 planteó la existencia de más de un modo de ET, los cuales dependen del grado en el que los turistas dejan de lado la orientación de su mundo cotidiano y centran su atención en lo otro y en lo desconocido. Su teoría parte del supuesto de que el grado al que una persona está inclinada a separarse de su mundo familiar y sujetarse a un mundo en otro lado puede variar significativamente y resulta en un continuo de la experiencia discernible en cinco modos.

Dicho trabajo constituyó un referente obligado en el estudio y comprensión de la ET, no obstante la dificultad que representa su estudio empírico (Elands & Lengkeek, 2012). El estudio detallado de la misma resurge como tema de interés a principios del siglo XXI, puesto que la práctica de la actividad evoluciona a una etapa post-fordista, alejándose de la búsqueda de la estandarización y masificación hacia una diferenciación especializada, que toma como centro la búsqueda de experiencias distinguibles como únicas (Conti & Perelli, 1995; Wang, 1999).

En consistencia con este renacido interés en el tema de la ET, Lengkeek (2001) estudió los modos de ET originalmente propuestos por Cohen (Cohen, 1979) y los reformuló con la finalidad de hacerlos observables en la práctica, tarea que por años fue objeto de crítica a la propuesta por Cohen, especialmente bajo enfoques post-modernos de la ET (Uriely, 2005).

Para Lengkeek (Lengkeek, 2001), los cinco modos de ET no constituyen un continuo entre un supuesto “centro de sentido”, constituido por un entorno y valores que dan forma a la cotidianidad, por un lado y lo que se encuentre “fuera del centro”. Su argumento es que tal centro no existe y, por lo tanto, el continuo debería entenderse como aquel que existe entre la realidad cotidiana y la “alteridad”, o también, “otredad”. El concepto de alteridad, tomado de Jonathan Potter (1996), parte del supuesto de que durante la realidad cotidiana, las personas actúan de manera automática, poniendo “entre paréntesis” la reflexión respecto a sus actos, por tratarse de decisiones triviales, en tanto que durante realidades no cotidianas, realidades en tanto enunciadas metafóricamente, como sucede en el caso de los viajes turísticos, lo que se pone entre paréntesis es justamente lo trivialmente cotidiano y todo lo vivido ha de ser definido, decidido, reflexionado en el momento mismo de la acción. La posición del individuo frente a tal alteridad metafórica es justamente lo que permite a Lengkeek reformular los modos de ET.

El continuo entre la realidad cotidiana y la alteridad, se hace identificable mediante cinco parámetros perceptuales: el espacio, el mundo social, el tiempo, la observación del ser físico (*self*) y la tensión de conciencia o también “atención a la vida”. Considerando en conjunto los

cinco parámetros perceptuales que definen el continuo realidad cotidiana - alteridad, Lengkeek (Lengkeek, 2001) replantea los cinco modos de experiencia de Cohen:

1) Modo de distracción (*amusement*): en este modo se viven formas no problemáticas de diversión, como puede ser ir al cine a ver una película; la alteridad se encuentra ausente.

2) Modo de cambio (*change*): en este modo de experiencia, la persona percibe un alejamiento temporal de la realidad diaria; la alteridad apenas toma forma.

3) Modo de interés (*interest*): la metáfora de la alteridad es creada a través de signos e historias, pero todavía no es completamente comprendida.

4) Modo de ruptura (*rapture*): la persona conscientemente busca la alteridad, se siente atraído e incluso en búsqueda de la auto identificación en ella.

5) Modo de dedicación (*mastering*): en este modo, la persona se incorpora a la alteridad, de manera que lo que fuera una enunciación metafórica, se convierte en una nueva realidad cotidiana que, a su vez, puede ser nuevamente puesta entre paréntesis.

II. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Si bien estos cinco modos de ET son claramente distinguibles de manera conceptual, no ha sido fácil su identificación empírica (Elands & Lengkeek, 2012), puesto que en un mismo viaje, la persona puede pasar de un modo de experiencia a otro sin que medie otro factor sino su propia percepción. Los hallazgos de Lengkeek y colaboradores (Elands & Lengkeek, 2012) son los que dan pauta al objetivo perseguido en el presente documento: aproximarse a la construcción social de la ET, ya que, como cualquiera otra experiencia, no se puede comprender como la simple adición de un cúmulo de sensaciones momentáneas vinculadas a lo que sucede o sucedió, sino que refleja una historia de experiencias y anticipaciones pasadas, y se encuentra íntimamente ligada a conceptos mentales continuos (Elands & Lengkeek, 2012). Cuando se considera que dicha historia y conceptos mentales están determinados y limitados, al menos en parte, por la sociedad en la que vive la persona, se encuentra justificable la necesidad de profundizar en los procesos de construcción social del significado de las historias y conceptos que proporcionan sentido a los modos de ET en las personas.

La mayor parte de las investigaciones hasta ahora realizadas sobre el tema “no tiene(n) como foco de atención los procesos sociológicos por medio de los cuales las fantasías, metáforas y narrativas son creadas” (Lengkeek, 2001, pág. 182), sino que centran su atención en aspectos individuales de los turistas, como puede ser el cognitivo o sensorial y no tienen como centro de atención el reconocimiento de los procesos sociales por medio de los cuales se construyen.

Se decidió delimitar el análisis empírico del problema en el presente estudio, a la aproximación interpretativa hacia dos de las modalidades planteadas por Lengkeek (Lengkeek, 2001): a) ET de interés y b) ET de ruptura, en busca de las diferencias y similitudes en su construcción social, desde el enfoque la metáfora dramática de Erving Goffman (Goffman, 2004), de la que se toman los conceptos de región, roles y equipos.

III. METÁFORA DRAMÁTICA DE ERVING GOFFMAN

Las personas se desenvuelven de diferentes maneras, en función de las situaciones en las que se vean en la necesidad de presentarse, del momento o del lugar donde se encuentren, ante

ello, Goffman (2004) afirma que con fines de comprensión de la situación, el individuo puede ser considerado como actuante y como personaje. El actuante es un forjador de impresiones, que se da a la tarea de poner en escena una actuación, por lo que su objetivo es representar una definición de la situación que considera como realidad. Bajo esta perspectiva, todas las personas son actuantes que representan diversos roles o personajes.

El personaje es “una figura cuyo espíritu, fortaleza y otras cualidades preciosas deben ser evocadas por la actuación” (Goffman, 2004, pág. 268). Los personajes, considerados de manera sintética como cada rol o papel que representa la persona, son modos de conducta tipificados que fueron construidos socialmente como resultado de una economía de esfuerzos, donde la persona tiene un proceso de habituación que le permite realizar la misma acción sin la necesidad de buscar la mejor manera de hacerla cada vez (Goffman, 2004). Para el caso del presente documento, se considera a los turistas como personajes, roles tipificados que son asumidos en determinado momento y lugar por las personas o actuantes.

No todas las culturas, sociedades ni grupos sociales se expresan de la misma manera, puesto que cada una de ellas ha tenido un proceso de construcción social de su realidad, por lo que las características, valores, estándares y atributos de los roles a ser representados pueden ser diferentes en cada una de ellas. No obstante lo anterior, el rol de turista se ha difundido a lo ancho del planeta y, si bien seguramente habrá diferencia en la actuación que cada persona represente, ciertamente habrá características similares o coincidentes que permiten reconocerlos como turistas (González Damián, 2009).

III.1. Región anterior y posterior

Una región es todo lugar limitado por barreras antepuestas a la percepción y puede ser anterior o posterior. La región anterior es el lugar donde se lleva a cabo la actuación o la representación de los roles por los actuantes e implica un esfuerzo por aparentar que la actividad mantiene y encarna ciertas normas que son construidas socialmente. Esto es, el lugar donde las máscaras son deliberadamente puestas para un auditorio en particular (Goffman, 2004).

En muchas situaciones sociales, el medio o región donde se lleva a cabo la actuación es montado y manejado por uno solo de los equipos de actuantes (Goffman, 2004). En lo referente al turismo, se considera que la región anterior es el destino donde el equipo de turistas representa dicho rol durante el viaje y, en consecuencia, el equipo que monta el medio donde se lleva a cabo dicha representación puede ser el de los prestadores de servicios, la comunidad receptora, el gobierno, los empleados de hoteles, restaurantes, tiendas, museos, touroperadoras, etc. En otras palabras, cualquier persona menos el turista, por lo que, a pesar de ser su representación, el medio en el cual la lleva a cabo no está de manera absoluta bajo su control.

Por otro lado, la región posterior o trasfondo escénico es el lugar donde el equipo puede examinar su actuación, descansar, quitarse la máscara, abandonar el texto de su parte y dejar de lado su personaje. Por lo tanto, constituye el lugar donde el actuante puede confiar en que ningún miembro del auditorio se entrometerá (Goffman, 2004). En relación al turismo, se considera que la región posterior es aquel lugar donde la persona no debe representar el rol de turista, como su habitación de hotel o su residencia habitual.

III.2. Roles en las actuaciones

Si se considera una actuación en particular, es posible distinguir tres roles con base en la función que desempeñan: a) los individuos que actúan (actuantes); b) los individuos para quienes se actúa (auditorio) y c) los extraños (no actúan en la representación ni la presencian) (Goffman, 2004).

En primer lugar, los actuantes son conscientes de las impresiones que producen con su representación y aparecen en las regiones anteriores y posteriores. Ellos conocen las características de su personaje y tienden a permanecer dentro de él. Así mismo, se expresan mediante las palabras del personaje proyectado. Sin embargo, los miembros de un equipo usan gestos y miradas diferentes con la finalidad de transmitirse señales e indicaciones para la representación que se llevará a cabo (Goffman, 2004). Dichos gestos son aprendidos informal e inconscientemente y son construcciones sociales.

Por otro lado, el auditorio conoce lo que el actuante le permite conocer, además de la información que puede recabar de la expresión que emana de él por medio de la observación atenta y, además, aparece en la región anterior (Goffman, 2004). Normalmente se cuenta con un equipo que desempeña dicho rol o papel, sin embargo, el actuante puede constituir su propio auditorio, o imaginar la presencia de uno, lo cual da cabida a la idea de que un equipo pueda representar un papel para un auditorio que no está presente en carne y hueso para observar la representación. Tal es el caso del turista que representa su rol como tal a pesar de que no esté interactuando directamente con un auditorio físicamente visible. Por lo tanto, se afirma que éste puede ser real o presente, imaginario o futuro.

Por último, los extraños ignoran todo lo relacionado con la representación, por lo que están excluidos de la región anterior y posterior (Goffman, 2004) y, para efectos prácticos, no intervienen en la situación de interacción concreta, esto es, en la representación del rol por parte del actuante.

Se considera que el turismo es un hacer, logrado a través de representaciones (Larsen, 2010), por lo que, para fines de la presente investigación de las ET, los actuantes son los turistas, el auditorio son las personas que interactúan de alguna manera con ellos, ya sea como prestadores de servicios, otros turistas o la comunidad local, y los extraños no son considerados ya que no participan de ninguna manera en la interacción.

III.3. Equipos

Un grupo de turistas que viajan juntos son considerados un equipo, donde éste se entiende como “cualquier conjunto de individuos que cooperan para representar una rutina determinada” (Goffman, 2004, pág. 90). Así, los turistas pueden formar parte de dos equipos, dependiendo de su función en la representación. En primer lugar, pueden ser actuantes cuando llevan a cabo la representación de un personaje y, en segundo, pueden formar parte del auditorio cuando la representación es hecha por otro equipo de turistas o personas ajenos al suyo y, en consecuencia, su rol es únicamente como observadores.

IV. METODOLOGÍA

IV.1. Método de recolección de la información: Entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad permitió el acceso de forma privilegiada a los discursos, a los procesos comunicacionales y a la construcción de la cultura (Salinas Meruane, 2010), ya que es un proceso comunicativo de transmisión de la información que consiste en construir paso a paso y minuciosamente la experiencia del otro (Gómez Ferri, Grau Muñoz, Giulia Ingellis, & Jabbaz, n.d.; Robles, 2011).

Aún más, la conversación cara a cara que se presenta en la entrevista en profundidad posibilita el acceso continuo, sincronizado y recíproco a las dos subjetividades en la cercanía intersubjetiva de la situación cara a cara (Berger & Luckmann, 2005). Esto es, la entrevista permitió que los participantes se relacionaran y compartieran información y experiencias a nivel personal, posibilitando el conocimiento mutuo de la subjetividad de cada quien.

Los modos de ET no sólo son vividos durante los viajes turísticos y recreacionales, sino que también son anticipados y reflexionados sobre ellos más tarde (Elands & Lengkeek, 2012). Sin embargo, ya que es notoriamente difícil capturar los matices de dichas experiencias durante los viajes (Leite & Graburn, 2009), se realizaron las entrevistas con los turistas después de que hubieron realizado el viaje, en su ciudad de residencia, ya que dicho momento y lugar facilitan la obtención de información. Sin embargo, lo anterior no implica que la ET exista únicamente a partir de ese momento.

Las personas entrevistadas tuvieron que cumplir con una serie de criterios para ser elegibles para la investigación. Debían ser personas nativas de la Ciudad de México, mayores de 18 años, y haber realizado más de un viaje, nacional o internacional, de más de 2 días de duración. Se eligió la ciudad de México puesto que, al tratarse de una ciudad con alta densidad de población, con problemáticas cotidianas que obligan a su población a vivir gran parte de su tiempo poniendo entre paréntesis sus decisiones, reflexiones, tal como sucede en otras grandes ciudades. Se partió del supuesto de que aquellos viajeros que residen en esta realidad cotidiana podrían eventualmente ubicarse en los modos de experiencia de interés o de ruptura y, por lo tanto, constituirse en relatores, informantes ideales.

Se realizaron entrevistas en profundidad a mujeres y hombres nativos de la Ciudad de México, de entre 24 y 55 años. Los participantes hablaron sobre viajes nacionales e internacionales, con una duración de 3 hasta 17 días, hechos por cuestiones de trabajo, descanso o diversión, en compañía de familia, amigos, pareja o solos, a lugares desconocidos o que ya habían conocido anteriormente.

La investigación partió de la elaboración de un diseño de aproximación metodológica, centrado en la exploración de la construcción intersubjetiva, colectiva, de los modos de ET de interés y de ruptura. En la entrevista en profundidad se solicitó a los participantes que informaran sobre su último viaje o el que más les gustó de entre sus viajes.

Específicamente, se indagó sobre la elección del destino, las características del lugar visitado, tanto físicas como de los demás visitantes, lo más y menos visitado por los turistas, las actividades más y menos realizadas por los viajeros, lo que más y menos disfrutaban las personas, características de los demás turistas, lo que recomendaría del lugar y lo que no y, por último, lo que hacen las personas para recordar el viaje en el futuro.

IV.2. Análisis de la información

El análisis de la información consistió en segmentar y codificar el contenido o discurso de cada entrevista audio grabada o transcrita, con la asistencia de software especializado (Atlas-Ti). Los elementos de la teoría usados para dicho proceso de segmentación fueron los ya mencionados antes: a) región anterior, b) región posterior, c) auditorio, d) personaje o rol, e) representación y f) equipo. Todos los elementos se encuentran entrelazados: el equipo representa un rol o personaje (en este caso de turista) en la región anterior (el destino) ante un auditorio real, imaginario o futuro. En cambio, en la región posterior (casa o habitación de hotel) examina su actuación, descansa, se quita la máscara y deja de lado el personaje.

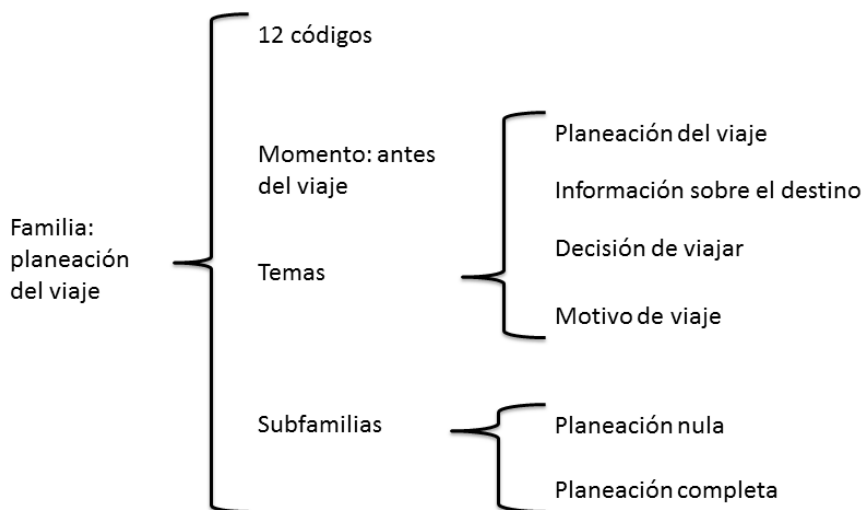
Posteriormente, se relacionaron entre sí dichos segmentos codificados con la finalidad de encontrar relaciones, ya sea que éstas estén plasmadas en la teoría o que sean completamente nuevas. Las relaciones entre los códigos fueron de cinco formas: a) es parte de, b) es causa de, c) está asociado con, d) contradice y e) excepción. Seguido de ello se analizaron las similitudes y diferencias entre los códigos de cada familia. Finalmente, las relaciones halladas fueron objeto de interpretación por parte de los autores y se plantearon conclusiones respecto a ellas. La interpretación básicamente consistió en asociar los hallazgos de las cuatro familias generadas con la teoría de Goffman (2004) sobre la interacción entre las personas y la consecuente representación de roles.

V. RESULTADOS

De la búsqueda de relaciones inter-códigos de las entrevistas en profundidad se obtuvieron como resultado cuatro familias (grupo discernibles de códigos intra-relacionados y no relacionados con códigos de otro grupo), las cuales se describen a continuación en términos de los temas abordados por los entrevistados y el momento del viaje al que hacían referencia, elementos que en su conjunto permitieron otorgarles denominaciones sintéticas o etiquetas clasificatorias de nivel superior de abstracción a los códigos, también denominados meta-códigos (Cáceres, 2003), las cuales son: Familia I “planeación del viaje”, Familia II “aspectos actitudinales y comportamentales del turista durante el viaje”, Familia III “relaciones interpersonales durante el viaje” y Familia IV “formas de los turistas de viajar, conocer y recordar”. A continuación, se detalla cada una de ellas.

V.1. Familia I. Planeación del viaje

Figura 1. Características de la familia I “Planeación del viaje”



Fuente: Elaboración propia

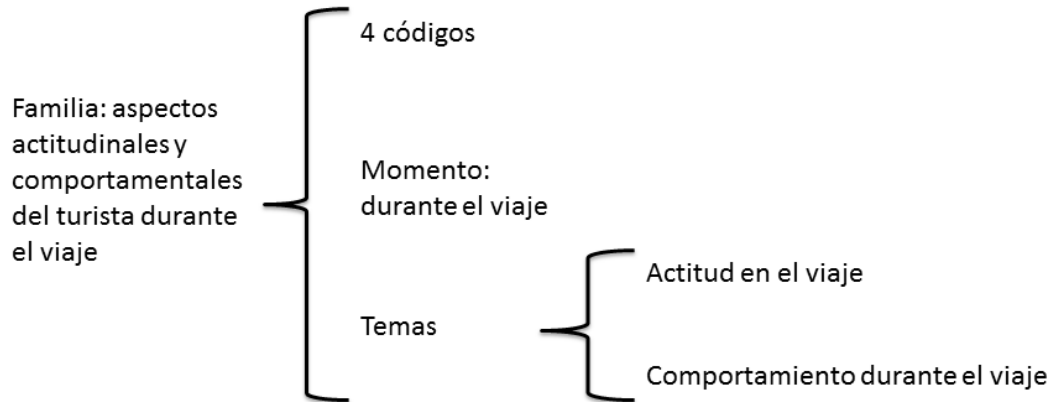
Como se observa en la figura 1, la familia I “planeación del viaje” contiene temas/códigos asignados a segmentos de entrevista en los que se hizo referencia a eventos que ocurren antes de que se lleve a cabo un viaje, como su planeación, la adquisición de información sobre el destino a visitar y la decisión y el motivo del viaje.

Dentro de la familia se distinguieron dos subgrupos: a) aquel que se refiere a una planeación del viaje completa y b) el que refleja falta de planeación del mismo. En el primero se pone en evidencia que los motivos de viaje están relacionados entre sí y que lo que las personas buscan es alejarse de su cotidianidad momentáneamente, ya sea por estrés laboral o aburrimiento de su rutina.

En cambio, en el segundo subgrupo la persona recopila información sobre el destino, planea completamente su viaje, el itinerario y escoge el mejor momento para desplazarse al destino, ya que tiene objetivos definidos sobre lo que quiere conocer.

V.2. Familia II. Aspectos actitudinales y comportamentales del turista durante el viaje

Figura 2. Características de la familia II “Aspectos actitudinales y comportamentales del turista durante el viaje”



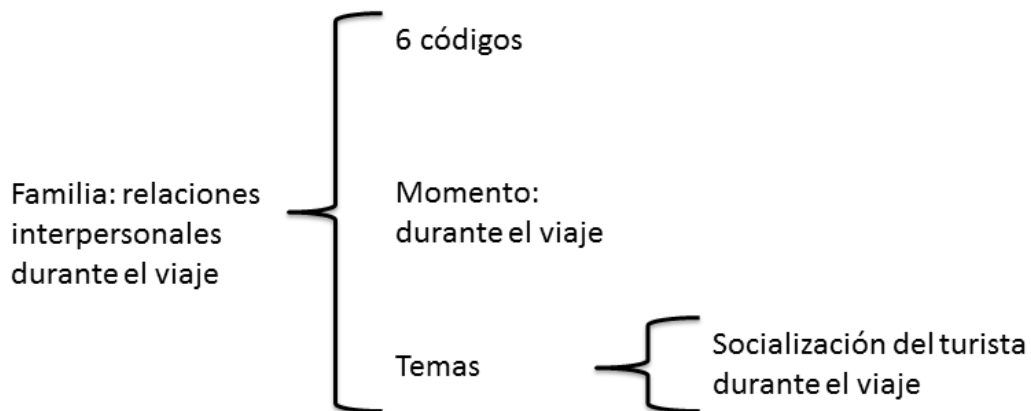
Fuente: Elaboración propia

Al hablar de actitud se hace referencia a la “disposición de ánimo manifestada de algún modo” (Real Academia Española, 2014a), en este caso, en apertura a la novedad durante el viaje, desde nueva comida o bebida, hasta nueva historia o formas de pensar, así como en una mentalidad positiva hacia el viaje en general.

Dicha actitud da como resultado un comportamiento que se entiende como la “manera de comportarse” (Real Academia Española, 2014b) donde comportar se refiere a “actuar de una manera determinada” (Real Academia Española, 2014c). Dicho comportamiento incluye participar activamente en las actividades en el destino y vivir el momento, más que estar meditando sobre otras cuestiones.

V.3. Familia III. Relaciones interpersonales durante el viaje

Figura 3. Características de la familia III “Relaciones interpersonales durante el viaje”

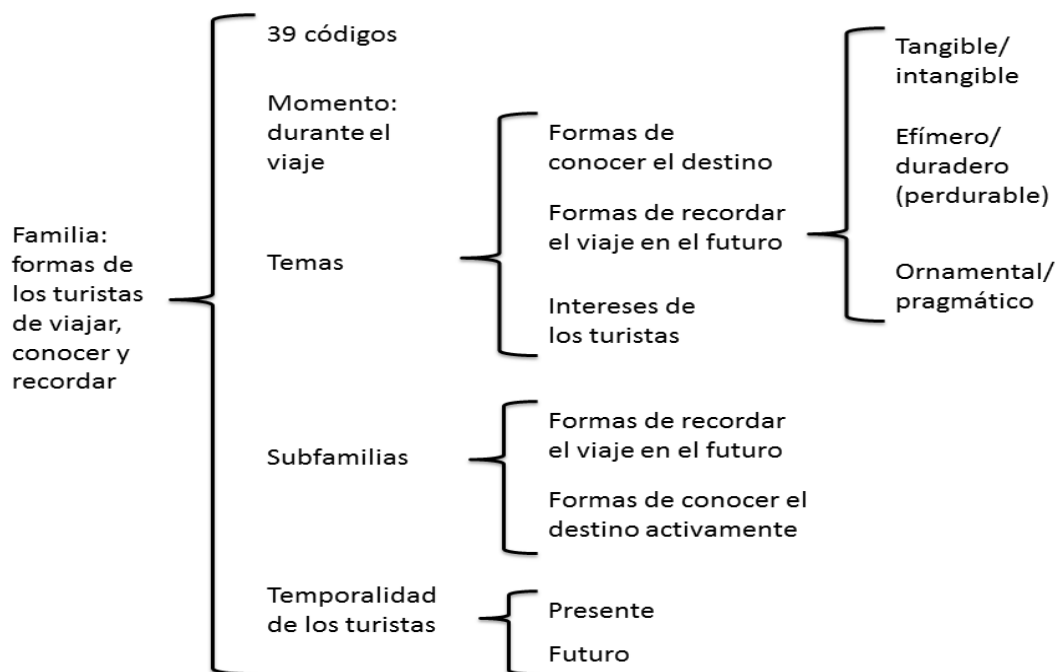


Fuente: Elaboración propia

La familia de relaciones interpersonales durante el viaje hace referencia al contacto directo que tienen los turistas con otras personas durante su viaje, ya sea con otros turistas, prestadores de servicios o la población local. En la socialización entre turistas se comparten experiencias vividas y, como resultado de ello, pueden surgir nuevas amistades.

V.4. Familia IV. Formas de los turistas de viajar, conocer y recordar

Figura 4. Características de la familia IV “Formas de los turistas de viajar, conocer y recordar”



Fuente: Elaboración propia

Las personas durante sus viajes conocen los destinos de diversas maneras. Por un lado, están quienes buscan diferentes formas por medio de las cuales recordar el viaje en el futuro, esto es, llevándose algo del destino, ya sea tangible o intangible, efímero o duradero, u ornamental o pragmático. Ello implica que las personas en su presente del viaje buscan de diferentes maneras inmortalizar el momento para recordarlo en el futuro, por lo que se dice que están pensando/viviendo en el futuro más que en el presente.

Por el contrario, están quienes durante sus viajes viven el presente y conocen el destino, ya sea por su propia cuenta o en un tour. Esto es, buscan estar y experimentar lo que el destino tiene para ofrecer.

Por lo tanto, se podría decir que los turistas durante el viaje pueden involucrarse/formar parte del destino o intentar llevarse algo de él, como pueden ser fotografías o recuerdos, ya sean comprados o no, con la finalidad de inmortalizar el momento y recordarlo en el futuro. Al respecto de lo anterior, algunas personas consideran que vacacionar es probablemente el evento donde más fotografías son tomadas y, además, la mayoría de los turistas expresa un deseo simultáneo de tomar fotos del lugar y en el lugar (Larsen, 2010) para crear memorias futuras deseables.

VI. DISCUSIÓN

El contraste de lo analizado en las entrevistas con lo planteado teóricamente condujo al hallazgo de evidencia sobre la existencia, al menos referida desde el discurso producido con los entrevistados, de los dos modos de ET bajo escrutinio. En los párrafos siguientes se describen tales hallazgos.

En la primera familia, planeación del viaje, es posible identificar dos modos de ET, de cambio e interés. Partiendo de la idea de que el primer modo representa un escape temporal del aburrimiento o estrés de la vida diaria, se puede afirmar que la subfamilia planeación nula es pertinente con dicho modo porque la decisión de realizar el viaje es espontánea, por lo que el destino carece de importancia y, en consecuencia, la planeación no es prioritaria para el turista.

Asimismo, los motivos de viaje reflejan la necesidad de alejarse temporalmente del aburrimiento o estrés de la cotidianidad. Lo anterior se puede apreciar en la afirmación de un entrevistado sobre la razón de viajar o salir de su ciudad de residencia: “porque ya estás nefasteado del D.F. El D.F., vivir en el D.F. es rico, pero es nefasto, es nefasto, hay mucha gente, poca cultura, poco respeto social, muchas cosas que no me parecen y te desconectas un poco y me voy por lo general a alguna playa donde no hay nadie o a un pueblo donde nadie me está molestando, todo muy tranquilo y ya” (E. de la Fuente, comunicación personal, 1 agosto, 2015).

Por otro lado, la subfamilia planeación completa se puede asociar al modo de ET de interés porque en él la persona está en búsqueda de historias y vistas interesantes, además de estimulación de la imaginación, lo cual puede conocer por medio de la planeación del viaje, la búsqueda de información del destino y la elección de la fecha de viaje. Por lo tanto, en dicho modo de experiencia el turista planea y se informa sobre el destino con la finalidad de conocerlo y satisfacer su curiosidad superficial.

Lo anterior se pone en evidencia en el siguiente segmento de entrevista: “yo creo que vale la pena siempre documentarte ¿a dónde quiero ir? ¿por qué quiero ir? y ¿qué espero del viaje? ¿qué quiero del viaje? (...) siempre tienes que definir qué quieres hacer, cómo lo quieres hacer, metiendo un elemento de improvisación si quieres, pero no puedes decir voy a improvisar 100%” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015).

Por otro lado, algunas de las características de la segunda familia, aspectos actitudinales y comportamentales del turista durante el viaje, corresponden con el modo de ET de ruptura, como apertura a la novedad y mentalidad en viaje positiva, porque en dicho modo el turista está abierto a lo desconocido e imprevisto/inesperado.

Ello se pone en evidencia en las recomendaciones que hacen los turistas sobre qué hacer durante un viaje: “no perder el tiempo en otras cosas y dejar de ver lo que está pasando en ese momento (...) si van, vayan con el hecho de disfrutar, no pierdan el tiempo en otras cosas, vayan a disfrutar” (Y. L. Ríos, comunicación personal, 25 julio, 2015). “Ir sin miedo, a ver, a conocer, a salir, a probar (...) realmente vayas con la intención de conocer lo que tiene Oaxaca para darte y sin el miedo de probar las cosas, igual y te da asquito, dices, bueno, va, pero de menos velo y conoce qué es lo que te están entregando, no vayas cerrado a ir a un hotel y quedarte encerrado” (C. Alcántara, comunicación personal, 1 agosto, 2015).

Asimismo, la actitud y comportamiento se puede apreciar en las observaciones de un turista sobre otros turistas en el destino. “Iban disfrutando todo, se notaba que era algo muy diferente, algo que no veían en otros países a lo mejor, o de dónde venían (...) era como algo muy nuevo

para ellos y se notaba que lo disfrutaban, el conocer la música, el conocer las tradiciones de ahí, eso era lo que hacían” (N. Alcántara, comunicación personal, 1 agosto, 2015).

La tercera familia, relaciones interpersonales durante el viaje, refleja el aspecto de socialización del modo de experiencia de interés porque en él la persona busca adquirir información y conocer el destino, ya sea antes de su viaje o durante, y de diferentes fuentes, como puede ser la oficina de turismo o platicando con otras personas.

Dos ejemplos de lo anterior son los siguientes fragmentos de entrevistas: “he aprendido a lo largo de estos años que la gente, de menos ahí, quiere mucho a su cultura y la conoce mucho, entonces de cualquier persona puedes aprender demasiado, desde la persona que vende tortillas hasta un taxista, todos tienen algo que enseñarte” (C. Alcántara, comunicación personal, 1 agosto, 2015). “No se trata simplemente de decir voy a ir a tal lugar y conozco un fierro, conozco una estatua, conozco una banqueta, yo digo ¿y la gente? ¿no piensas conocer a la gente? ¿no piensas conocer la cultura? ¿no quieres platicar con nadie? invítale una cerveza a alguien y te vas a enterar de lo que piensa esa gente” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015).

Por último, en la familia formas de los turistas de viajar, conocer y recordar, se identifican los modos de interés y ruptura. Por un lado, en la subfamilia formas de recordar el viaje en el futuro, se reconoce el modo de experiencia de interés porque durante el viaje el turista busca adquirir objetos para recordar lo vivido en el destino en algún futuro, ya sea cercano o lejano. Con base en lo anterior, se considera que de esa manera los turistas pueden satisfacer su curiosidad superficial sobre el destino y, además, mediante ellos pueden conseguir estimulación de la imaginación, lo cual es característica del modo de ET de interés. Por lo tanto, se puede afirmar que no buscan conocer el destino activamente, ya que están movidos por una curiosidad superficial la cual se ve reflejada en el interés en adquirir recuerdos, ya sean éstos comprados o no.

Un ejemplo de lo anterior es la siguiente afirmación de un entrevistado sobre el comportamiento de los turistas en relación con la adquisición de recuerdos o souvenirs: “(para recordar el destino/viaje) tomar fotografías, las más que pudieran, pero también llevar como un pedacito de cada región (...) era agarrar un pedacito de cada lugar donde habían ido, eso, más las fotos” (Y. L. Ríos, comunicación personal, 25 julio, 2015).

Por otro lado, se considera que la subfamilia forma de conocer el destino activamente corresponde al modo de ET de ruptura porque en él el turista está motivado por una fascinación explícita hacia eventos inesperados e intensos que puede presenciar conociendo o viviendo el destino activamente, más que adquiriendo recuerdos. Un ejemplo de lo anterior es la siguiente observación de un entrevistado sobre la actitud de los turistas Oaxaca: “si decían levántate y grita eran los primeros en levantarse y gritar, en aventar su sombrero, en estar de fiesta (...) si llegaba alguien y los sacaba a bailar se ponían a bailar (...) realmente vivían el momento” (C. Alcántara, comunicación personal, 1 agosto, 2015).

En suma, únicamente en dos de las familias fue posible identificar dos modos de ET. En la familia planeación del viaje se identificaron el modo de cambio e interés; en la familia de formas de los turistas de viajar, conocer y recordar se reconocieron el de interés y ruptura. En el cuadro 1 se pueden identificar los modos de ET identificados en cada familia.

Cuadro 1. Modos de experiencia turística identificados en cada familia.

Familia Modo de experiencia turística	1. Planeación del viaje	2. Aspectos actitudinales y comportamentales del turista durante el viaje	3. Relaciones interpersonales durante el viaje	4. Formas de los turistas de viajar, conocer y recordar
Distracción				
Cambio	X			
Interés	X		X	X
Ruptura		X		X
Dedicación				

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, existen indicios que permitieron identificar diferencias entre los modos de ET de interés y de ruptura. El primer modo se caracteriza por las relaciones interpersonales del turista durante el viaje; en este modo, el viajero gusta de conocer el destino y una de las maneras en las que lo hace es relacionándose con otras personas.

En cambio, el modo de ruptura se caracteriza por la actitud y comportamiento del turista durante el viaje; en él la persona está abierta a lo desconocido e imprevisto/inesperado del viaje, por lo que su actitud y comportamientos se caracterizan por apertura a la novedad y mentalidad en viaje positiva.

Si bien no fue posible identificar más diferencias entre ambos modos de experiencia a partir de las familias identificadas puesto que “el modo de ruptura es excepcional y raro; requiere una apertura mental a nuevas experiencias, pero también una búsqueda pre-existente de algo nuevo y fascinante” (J. Lengkeek, comunicación personal, 22 marzo, 2016).

Sin embargo, lo que se pudo confirmar mediante este análisis fue que, tal como lo plantea Lengkeek, existe evidencia empírica de las características del modo de ET de interés: una planeación completa del viaje, socialización con otras personas durante el mismo y por una búsqueda de maneras de recordar el viaje en el futuro. A su vez, algunas de las características que se identificaron empíricamente respecto al modo de ET de ruptura son la apertura a la novedad, la mentalidad positiva durante el viaje y la participación activa en el destino al conocerlo.

Finalmente, la evidencia permitió identificar una característica del modo de ET de cambio, a pesar de que no era el objetivo de la investigación. En dicho modo la planeación del viaje no es prioridad, sino alejarse de la cotidianidad momentánea o temporalmente.

La ET permite comprender cierto tipo de situaciones de interacción entre las personas. En sus viajes, los turistas interactúan con sus acompañantes (en el caso de que no viajen solos), con prestadores de servicios, con la población local, y con otros turistas. Por lo tanto se afirma que, con base en la metáfora dramaturgica de Goffman (2004), el equipo de turistas, en su interacción con otras personas, son los actores y los demás el auditorio, ya sean éstos prestadores de servicios, comunidad local u otros turistas.

Lo anterior se puede apreciar en el siguiente fragmento de entrevista donde la persona describe la interacción que tuvo con otro equipo de turistas en un restaurante: “la pareja de enfrente

eran alemanes, entonces te enteras de que ese lugar era especialmente sabroso porque la comida era original, era auténtica” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015). Dicho segmento pone en evidencia que hubo una interacción y comunicación entre dos equipos de turistas en el destino.

Por otro lado, la ET se construye socialmente en dos momentos y lugares: antes del viaje en la región posterior y durante el mismo en la región anterior. En primer lugar, la persona, al momento de decidir realizar un viaje, se encuentra en la parte de planeación, ya sea ésta nula o completa. En dicha etapa, el sujeto puede representar el rol de turista ante un auditorio presente, esto es, ante amigos, conocidos, agente de viajes, familia, compañeros de trabajo, de escuela, etc.

Un ejemplo de lo anterior es la persona que afirma lo siguiente respecto a la planeación de su viaje: “me metí al internet y me contactaron los de la Huasteca, que es como el tour que te lleva hacia varios lugares (...) y estaba padrísimo porque ellos me armaron, (...) me prepararon todo un plan” (Y. L. Ríos, comunicación personal, 25 julio, 2015). En dicho ejemplo sobre la planeación, el auditorio estaba presente porque el proceso lo llevo a cabo con ayuda de otras personas que no formaban parte de su equipo.

Al contrario, el auditorio puede ser ausente o imaginario cuando el equipo de turistas que planea el viaje lo hace en soledad, como fue el caso de un entrevistado: “fue una cosa muy estudiada, tuvimos en las mañanas y antes obviamente, antes, que documentarnos y decir qué parque quiere ver” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015). Lo anterior permite ver que la planeación del viaje o de las actividades del día la llevo a cabo el equipo, sin presencia de otras personas ajenas a la representación. Por lo tanto, se pone en evidencia que en la etapa de planeación, el auditorio puede ser ausente o imaginario.

Por otro lado, se afirma que la etapa de planeación previa a un viaje se encuentra espacialmente en la región posterior, porque el equipo de turistas no se encuentran físicamente en el destino donde representarán el rol de turista, sino en otro lugar, ya sea en su casa, trabajo, agencia de viajes, etc. Por lo tanto, la ET se construye socialmente desde antes del viaje en la región posterior, donde la etapa de planeación se lleva a cabo.

Lo anterior se pone en evidencia en la siguiente explicación del proceso de planeación de viaje: “(antes de realizar un viaje) solemos llegar y abrir Tripadvisor o muchas veces ya nos han recomendado” (C. de la Torre, comunicación personal, 26 julio 2015). Esto quiere decir que antes de desplazarse al destino, en la región posterior, buscan información pertinente para el viaje.

En segunda lugar, la ET se construye socialmente durante el viaje en la región anterior, esto es, en el destino. Se considera que ello es así porque el equipo de turistas se encuentra físicamente en el destino representando el rol de turistas o con la máscara de turistas. Ello se pone en evidencia en la siguiente afirmación de un turista sobre la forma en la que conoció una ciudad Europea: “cuando nos dimos un viaje a Europa, de repente ves una caseta y así te quedas viendo ¿y luego? les digo, vamos a rentar bicicletas porque es la mejor forma de conocer una ciudad, en bicicleta” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015). Se evidencia que estando físicamente en el destino, el equipo estaba llevando a cabo la representación del rol de turista conociendo la ciudad.

Aunado a lo anterior, la ET se puede construir en la interacción con otras personas durante el viaje, ya sean estos locales, prestadores de servicios u otros turistas. Un ejemplo de lo socialización con prestador de servicio es la siguiente afirmación de un entrevistado: “de

repente le preguntas al guía oye y ¿tú qué tragas? te dice bueno, es que aquí a la vuelta hay un lugar que se está cayendo y está pulguiento, pero las cucarachas que se le caen adentro del taco son maravillosas y te metes a tragar eso” (H. Calderón, comunicación personal, 26 julio, 2015).

Por otro lado, la ET se construye durante el viaje con las representaciones de las actitudes y comportamientos propios del rol de turista llevadas a cabo por el equipo de turistas. Al igual que con la socialización, lo anterior se presenta en la región anterior, esto es, en el destino.

Es posible apreciar dichas actitudes y comportamientos del rol de turista en la siguiente afirmación de un turista sobre el tour en el que viajó para ver animales en su hábitat natural: “La admiración y la sorpresa cuando veías algo de lo que estaba ocurriendo con la fauna en esas islas, que solamente están habitadas por estas especies, era buenísimo, las expresiones y todo mundo con sus cámaras” (A. Morales, comunicación personal, 2 agosto 2015). Ello pone en evidencia que la capacidad de sorprenderse y de crear recuerdos para el futuro son partes del rol.

Por último, la ET se construye con base en la “temporalidad” del equipo de turistas. Esto es, si mentalmente viven el momento, lo disfrutan y viven activamente, como es el caso de la persona que resume su mentalidad al viajar: “cuando voy de vacaciones no voy pensando en trabajo o así, si va a haber cosas que digas, ah esto en el trabajo, la casa, los hijos, no sé, pero de ahí en fuera yo si me desconecto, si estoy aquí, lo disfruto, después ya regreso el lunes al trabajo, lo que sea, la rutina (...) yo no me voy con esa rutina. Me paro temprano porque me gusta ir a la playa cuando amanece porque no hay sol, no te quemas (...) pero no me llevo esa rutina del D.F.” (E. de la Fuente, comunicación personal, 1 agosto, 2015).

En cambio, existe la posibilidad que, durante el viaje, los turistas están pensando en el futuro y en formas de recordar o compartir recuerdos del viaje, como puede ser adquiriendo recuerdos o souvenirs para sí mismo o para otras personas. Ello se puede apreciar en las siguientes citas sobre la actitud de las personas en el destino respecto a la toma de fotografías y la compra de souvenirs: “a muchos (turistas) los veía tomándose muchas fotos como con toda la familia o pidiéndole a alguien que les tomaran fotos, algunos videos, en plazas grandes, en donde estaban, por ejemplo, que se veían de fondo los bailes, cuando estaban haciendo el chocolate, que ellos tomaban fotos a las personas que estaban enseñando a hacer el proceso, cosas así” (N. Alcántara, comunicación personal, 1 agosto, 2015). “(Los turistas) hacen algo muy raro, como, a mí me parece medio tonto, tomarse fotos con las cosas (...) junto a la cosa, ¿para qué? ¿por qué no la cosa solita? Pero yo siento que si no tienen la evidencia de que estuvieron ahí, no lo recuerdan” (C. de la Torre, comunicación personal, 26 julio 2015). Ambas citas ponen en evidencia la importancia que tiene para algunos turistas inmortalizar el viaje por medio de fotografías o videos.

En cambio, existen personas que buscan inmortalizar el viaje por medio de la adquisición de objetos característicos del destino, como es el caso del entrevistado que recuerda las compras de otros turistas: “la gente (...) compraban los clásicos imanes del refri, o los llaveros, o ese tipo de cosas con las que, sin lugar a dudas, recuerdas, años después, ese viaje” (A. Morales, comunicación personal, 2 agosto 2015).

Ambas opciones, pensar en el presente o en el futuro, se presentan cuando la persona se encuentra físicamente en el destino, por lo que se presentan en la región anterior.

En conclusión, la ET se construye socialmente en la región posterior y en la anterior, en diferentes momentos, antes del viaje y durante el mismo, ante una audiencia real, imaginaria o futura.

VII. CONCLUSIONES

Retomando el objetivo de investigación, determinar las diferencias y similitudes en la construcción social de las ET de interés y de ruptura, se concluye que éste se alcanzó en su totalidad, ya que fue posible analizar las entrevistas y reconocer las características de las experiencias y su construcción social.

Los resultados muestran que la ET se construye socialmente en dos momentos: antes de que se lleve a cabo el viaje durante la planeación del mismo y, en segundo lugar, durante en el mismo. Así mismo, retomando la metáfora dramaturgica de Goffman (2004), se concluye que se construye socialmente en la región anterior, al igual que en la posterior.

Ello, se relaciona directamente con los dos momentos de la construcción de la experiencia mencionados anteriormente. Esto es, durante la planeación del viaje, la persona que representará el papel de turista se encuentra en la región posterior o trasfondo escénico, ya que no está físicamente en el destino donde se llevará a cabo la representación. En segundo lugar, se relaciona con la región anterior porque durante el viaje, el equipo de turistas se encuentra físicamente en el destino representando el rol de o con la máscara de turista.

Por último, los resultados muestran indicios sobre diferencias en la construcción social de los modos de ET de interés y de ruptura. El primero se caracteriza por las relaciones interpersonales del turista durante el viaje, ya que en este modo el viajero gusta de conocer el destino y una de las maneras en las que lo hace es relacionándose con otras personas.

En cambio, el modo de ruptura se caracteriza por la actitud y comportamiento del turista durante el viaje; en él la persona está abierta a lo desconocido e imprevisto/inesperado del viaje, por lo que su actitud y comportamientos se caracterizan por apertura a la novedad y mentalidad en viaje positiva.

Una posible explicación de dichos resultados son las características de la sociedad donde viven las personas, las cuales pueden influir directamente en el modo de ET predominante en la población.

Se considera que el ritmo de vida, el trabajo, las responsabilidades, el transporte, la contaminación y las características de las viviendas pueden influir en la ET de las personas porque, como consecuencia de ellas, existe una necesidad de alejarse de lo habitual, sin importar el lugar.

En lo referente a las limitaciones de la investigación, una de las que determinó el curso de la misma fue el tiempo con el que se contaba para llevarla a cabo. Como consecuencia de ello fue necesario delimitar el tema de los modos de ET en dos de sus modalidades, para que fuera posible estudiarlos dentro del tiempo disponible.

Es importante mencionar que el estudio de los cinco modos de ET es necesario para conocer lo que viven los turistas durante un viaje y cómo ello se construye socialmente, sin embargo, es un proceso que requiere tiempo ya que las personas pueden experimentar más de un modo durante un mismo viaje. Es por ello que para estudiarlo es necesario que la muestra de

turistas usada corresponda con cada uno de los modos, para que las conclusiones reflejen la realidad de la ET.

El resto de las limitaciones giraron en torno a la obtención de información. Identificar y contactar personas que cumplieran con los criterios de elección y que estuvieran dispuestas a participar en la investigación requirió tiempo. Así mismo, asegurar las condiciones óptimas para las entrevistas representó un reto ya que los entrevistados eligieron el lugar, fecha y hora de la cita, los cuales son factores externos que pueden comprometer el diálogo entre las personas y la grabación del mismo.

Es importante recordar que los resultados obtenidos son sobre dos de los cinco modos de ET, el de interés y ruptura. Además, las conclusiones de la presente investigación únicamente son válidas para el contexto en la que se realizó, por lo que los resultados no son generalizables. Con base en lo anterior una posible línea de investigación es con turistas de otras ciudades con la finalidad de comparar los hallazgos.

Se considera que aún falta estudiar el tema de la ET considerando los cinco modos propuestos por Lengkeek (2001) con turistas de diferentes nacionalidades. Las características de la sociedad donde las personas crecen y se desarrollan, inevitablemente limitan la libertad de las personas porque éstas únicamente conocen lo que ha sido construido socialmente en ella y no la totalidad de la realidad (Berger & Luckmann, 2005). Se considera que lo anterior repercute en la ET porque diferentes sociedades la construyen de maneras diferentes.

VIII. REFERENCIAS

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2005). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Boorstin, D. J. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America: Daniel J. Boorstin*: New York, USA.: Vintage.
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas. Individuo Y Sociedad, II*, 53–82.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology, 13*, 179–201.
- Conti, G., & Perelli, C. (1995). Traditional Mass destinations: the decline of Fordist tourism facing the rise of vocational diversification. *Consimning Places.*, 20.
- Dietvorst, A. G. J., & Ashworth, G. J. (1995). Tourist behaviour and the importance of time-space analysis. *Tourism and Spatial Transformations.*, 163–181.
- Elands, B. H. M., & Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: theory and empirical research. *Forest Policy and Economics, 19*, 31–38. <http://doi.org/10.1016/j.forpol.2011.11.004>
- Goffman, E. (2004). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1a 5a reim). Argentina: Amorrortu editores.
- Gómez Ferri, J., Grau Muñoz, A., Giulia Ingellis, A., & Jabbaz, M. (n.d.). Técnicas cualitativas de investigación social. España: Universitat de Valencia. Open Course Ware.
- González Damián, A. (2009). El turismo desde un enfoque de sociología constructivista. *Teoría Y Praxis, 6*, 107–122.

- Larsen, J. (2010). Goffman and the tourist gaze: a performative perspective on tourism mobility. In M. Hviid Jacobsen (Ed.), *The contemporary Goffman* (p. 396). EUA: Routledge.
- Leite, N., & Graburn, N. (2009). Anthropological interventions in tourism studies, 35–64.
- Lengkeek, J. (2001). Leisure Experience and Imagination: Rethinking Cohen's Modes of Tourist Experience. *International Sociology*, 16(2), 173–184. <http://doi.org/10.1177/0268580901016002003>
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
- Mannell, R., & Iso-Ahola, S. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14, 314–331.
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Potter, J. (1996). *Representing reality: Discourse, rhetoric and social construction*. London: SAGE Publications.
- Real Academia Española. (2014a). Actitud. Retrieved April 11, 2016, from <http://dle.rae.es/?id=0cWXkpX>
- Real Academia Española. (2014b). Comportamiento. Retrieved April 11, 2016, from <http://dle.rae.es/?id=A2GLdxZ>
- Real Academia Española. (2014c). Comportar. Retrieved April 11, 2016, from <http://dle.rae.es/?id=A2J3jfH>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 39–49. Retrieved from <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=35124304004> \n <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004> \n <http://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>
- Ryan, C. (2002). *The tourist experience*. Cengage Learning Emea.
- Salinas Meruane, P. (2010). La entrevista en profundidad una estrategia de comprensión del discurso minero en el norte de Chile. In *Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 520–538. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00075-5](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00075-5)
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370.
- Wickens, E. (2002). The sacred and the profane. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 834–851. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00088-3](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00088-3)

HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIE

Calleja Sordo, C; González Damián, A. (2018). “Estudio de la construcción social de las experiencias turísticas de interés y de ruptura desde la metáfora dramática de Erving Goffman”. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 12(1): 29-47, <http://www.rotur.es>, ISSN: 1888-6884