

Turismo de la noche: la economía de la experiencia íntima

Mario Alberto Velázquez García
El Colegio del Estado de Hidalgo, México
mvelazquez@elcolegiodehidalgo.edu.mx

Helene Balslev Clausen
Universidad de Aalborg, Dinamarca
balslev@hum.aau.dk

RESUMEN

En este artículo proponemos como tema de investigación el turismo de la noche. Este concepto busca analizar el uso de la noche como un espacio público que generar una oferta turística y revaloriza un lugar o actividad. Para realizar este análisis utilizaremos el concepto de economía de la experiencia íntima nocturna, lo que nos permitirá entender y dar propuestas de planeación para la generación de valor mediante la institucionalización y conceptualización que tienen el uso nocturno de los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones. El trabajo concluye con una serie de recomendaciones para la urbanización, planeación y seguridad en los espectáculos nocturnos.

Palabras clave: Turismo, noche, economía de la experiencia íntima, lugares.

NIGHT TOURISM: THE ECONOMY OF THE INTIMATE EXPERIENCE

ABSTRACT

In this article, we propose night tourism as a research topic. This concept seeks to analyze the use of the night as a public space that generates a tourist offer and revalues a place or activity. To carry out this analysis, we will use the concept of the economy of intimate night experience, which will allow us to understand and offer planning proposals for the generation of value through the institutionalization and conceptualization of the night-time use of places, practices, symbols, and relationships. The work concludes with a set of recommendations for the urbanization, planning, and security in the night shows.

Key words: Tourism, night, economy of intimate experience, places.

INTRODUCCIÓN

Desde inicios del presente siglo, en diversas ciudades de Europa, Asia y América se realizan espectáculos nocturnos en plazas, museos, cuevas, castillos, zonas arqueológicas o playas. La iluminación de espacios que eran visitados o utilizados únicamente durante el día ha generado una nueva forma de atraer visitantes, una nueva tendencia de festivales y para promover una ciudad o playa. No obstante, en diversas culturas, las ceremonias nocturnas son parte de las conmemoraciones religiosas, civiles o de divertimento. La novedad en los eventos nocturnos actuales consiste en que son replicados de distintas maneras por diversos lugares turísticos para generar o aumentar la oferta turística o bien para capitalizar un lugar o actividad a partir de la noche. En otras palabras, se trata de un creciente segmento turístico que permite incorporar nuevos espacios o crecer el uso de otros a partir de un elemento común: la noche como espacio-tiempo que permite revalorar, capitalizar y reutilizar los lugares.

En este artículo proponemos como tema de investigación *el turismo de la noche*. Con ello haremos referencia a las prácticas, relaciones, creencias, consumos y usos de los lugares turísticos en el periodo de tiempo posterior a la caída del sol. Desde esta perspectiva la noche es conceptualizada como un bien común que el turismo está poniendo en valor y capitalizando. En este trabajo nos centraremos específicamente en la relación que existe entre la oscuridad y una forma de uso y consumo de mercancías (tanto objetos, pero también lugares) que denominaremos como “economía de las experiencias íntimas (nocturnas)”. Este concepto busca analizar el por qué se presentan determinadas formas de consumo turístico en ciertos lugares específicos,

agregando una dimensión poco utilizada en los estudios de este tema: el papel que tiene la obscuridad (y la luz) como elemento que genera valor e interés respecto a un lugar específico para los posibles visitantes.

El tema de la noche toma relevancia en las investigaciones de turismo, como ya mencionamos antes, por el creciente número de espectáculos, lugares que usan la noche como espacio-tiempo para sus eventos y personas que participan y que buscan este tipo de actividades nocturnas. Resulta fundamental conocer qué acciones de gobierno o de empresas han favorecido el desarrollo de estos nuevos espectáculos y prácticas. En segundo lugar, el turismo y la noche mantienen una relación ambigua entre la atracción y el riesgo. En la actualidad el tema del riesgo tiene un especial acento en la cuestión de la seguridad, lo que es particularmente significativo en los espectáculos o eventos de noche. En este sentido, las políticas de seguridad durante la noche son un tema de la mayor relevancia para el desarrollo actual del turismo de la noche.

Con el estudio del turismo de la noche buscamos explorar el cómo la noche es un factor que transforma y organiza una parte del comercio, las políticas públicas, la vida social y material en los lugares turísticos. El campo de investigación que proponemos analizar son entonces las prácticas, acciones de gobierno y emprendimientos contextualizados en la noche o la oscuridad dentro de los destinos vacacionales, contribuyendo así a un debate emergente sobre el turismo nocturno. Esta propuesta ofrece una vía para analizar y entender el cómo algunos espacios, gobierno y emprendedores usan la noche para atraer visitantes.

Las investigaciones que existen sobre la noche o la oscuridad han analizado los distintos usos, interpretaciones y sentidos que los distintos grupos sociales han hecho de la noche (Bronfen,

2013; Edensor and Falconer, 2015; Galinier *et al*, 2010; Edwards, 2018), así como las transformaciones de las sociedades, los espacios urbanos, trabajos y formas de diversión a partir de la invención de la luz eléctrica (Edenson, 2017; Edensor, 2015; Gu, 2013, entre otros) así como el binomio luz/noche como un componente central para entender nuestro uso del tiempo y el espacio tanto en las ciudades y, ahora, en las zonas turísticas (Chapman, 2008; Hensey, 2016; Jiwa *et al*, 2009; Koslofsky, 2011; Morris, 1999, Peretti, 2011; Shaw, 2014).

Para poder analizar específicamente el uso de los espacios y las relaciones sociales en un espacio turístico nocturno utilizaremos 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 (Craik, 1997; Bianchi, 2003; MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999; Goffman, 1959).

LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA ÍNTIMA Y LA NOCHE

El término de *economía de la experiencia íntima* es un concepto que articula las dimensiones económicas, culturas y sociales del turismo, generando un instrumento analítico de observación re-

lacional (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 recorridos 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. Como veremos, esta característica de generación de valor 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 clásicos con sus trabajos seminales: 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 distintos en cada cultura y también 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* íntima retomamos el trabajo de Goffman sobre el papel que desempeñan los lugares en las interacciones (Velázquez y Clausen, 2012). Es necesario un pequeño rodeo sociológico para poder explicar el por qué el turismo es una experiencia de tipo íntimo. En el libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959), Goffman propone que los individuos interpretan personajes relacionados a roles socialmente establecidos; madre, profesor, médico, etcétera. Para poder cumplir con las expectativas que se tiene sobre cada actuación, los individuos adoptan un conjunto de “máscaras” (formas de vestir, usar el cuerpo, un cierto lenguaje, etcétera) durante su interacción cotidiana. Este autor recurre al teatro como una metáfora para analizar la complejidad que tienen las interacciones sociales y el uso de los espacios. Cada uno de los individuos utiliza mascararas distintas dependiendo del escenario donde se encuentra; las personas no actúan igual en la casa de sus padres que en la calle con sus amigos. Goffman demostró que la conducta tiene lugar dentro de escenarios creados

específicamente para desarrollar cierto tipo de conductas como un tribunal, una iglesia, un estadio de fútbol, etcétera.

Pero al igual que sucede en un teatro, existe una parte no visible para el público. En Goffman existen dos tipos de espacios sociales: los lugares delanteros (*front region*) donde tiene lugar la “representación” de los roles sociales y los lugares traseros (*back region*), entiendo por ellos el espacio donde los actores se “quitan la máscara”. En cada uno de ellos los sujetos despliegan actuaciones peculiares que pueden ser totalmente contradictorias entre sí (Goffman, 1959). Los lugares delanteros son generalmente los espacios montados por las instituciones sociales para desarrollar sus objetivos mentados, tales como los salones de una escuela, el altar de una iglesia o las salas de exhibición de un museo. En este espacio, los participantes se empeñarán en lograr que los presentes perciban como cierta su representación o su desempeño en cierto rol social, por ello es necesario un aprendizaje de reglas de comportamiento implícitas y explícitas, así como el utilizar una jerga discursiva particular y adoptar cierto tipo de vestimenta socialmente relacionada con el papel. En el análisis de Goffman resalta el que los roles que desempeñamos como estudiantes, médicos o abogados no son comportamientos naturales, es decir, no nacemos siendo abogados o científicos, es el proceso de socialización el que nos enseña estas conductas. Esto, combinado a la diversidad de papeles que cada individuo interpreta en su vida cotidiana (padres, hijo, pasajero, paciente, empleado, etcétera) hace que la actuación en las regiones delanteras represente- entre otras cosas-, un esfuerzo y preocupación constante por alcanzar la verosimilitud de nuestra interpretación frente a los otros. En contraste, los espacios traseros son una oportunidad para comportamientos distintos a los que fijan los roles institucionalizados, permitiendo

a los individuos un momento de “alivio” frente a su actuación desplegada en los escenarios delanteros. Esto último es fundamental en la propuesta del concepto de *economía de la experiencia* porque ayuda a comprender por qué el turismo es un tipo particular de espacio social trasero cristalizado (Velázquez y Clausen, 2012).

Entonces, estos espacios traseros fuera de la vista del público donde los sujetos/actores pueden despojarse de las máscaras que usan y readaptar su personalidad (Goffman, 1959) proporcionan una especie de experiencia “auténtica” en el sentido de estar alejadas de la representación de los roles sociales; las personas son como “quieren ser”, no como su rol social les indica que tienen que comportarse. Es el espacio donde las normas sociales disminuyen. Aquí, un profesor puede usar un vocabulario soez o un médico puede olvidar la pulcritud en su forma de vestir. En la propuesta de Goffman los escenarios traseros generalmente son los traspatios de los espacios institucionales como la cocina y el despacho de un abogado. Todos estos son sitios donde no se espera recibir a los espectadores de la actuación que busca desempeñarse en un restaurante o en un consultorio.

La propuesta original de Goffman buscaba introducir el espacio como una dimensión central en las interacciones sociales. Al proponer la noche, nosotros estamos introduciendo 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.

Si consideramos que los lugares delanteros eran aquellos donde los individuos desempeñaba los roles sociales que estaban

relacionados a su estatus y los traseros donde podían dejarlos de lado, podemos decir que tanto la obscuridad como el turismo son dos espacios propicios para que las interacciones sociales se desempeñen dentro de lo que Goffman llamó como espacios traseros; en ambos los sujetos tienen permitido dejar atrás sus roles cotidianos para adoptar nuevos o incluso algunos totalmente contrarios a los que practicaban y esto, en parte, explica su atractivo. Pero 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. Esta plasticidad de los espacios y de la luz y la obscuridad 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* queremos indicar que esta actividad productiva busca brindar una serie de vivencias asociadas con lugares considerados como 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 ello proporciona una experiencia trascendente (MacCannell, 1973). Pero no sólo esto, 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 y 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 acabamos 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 tal como explicó Goffman ningún lugar es un lugar delantero o trasero en sí, sino depende del significado que le confieren los actores que interactúan en un momento determinado dentro de ellos. Esto resulta fundamental en nuestra propuesta de turismo de noche, porque significa que los mismos lugares con la noche, toman un sentido y un valor social y económico distinto por el tipo de comportamientos que los sujetos asocian a una construcción social como la obscuridad. Los turistas al visitar ciertos espacios durante la noche 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 o contempla las estrellas.

La economía de la experiencia íntima, en el caso de la noche, son entonces las formas de generación de valor mediante la institucionalización que tienen 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 como vivencias auténticas que sólo podría 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 y se transforma paulatinamente con el tiempo y las generaciones (Clausen, 2008).

Al usar la expresión de *economía de la experiencia íntima* que-remos 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). Los lugares turísticos, bajo la economía de la experiencia íntima, son lugares escenificados que transforman los espacios originales física y simbólicamente, pero también cambian los entornos que los rodean. En Europa, los castillos, palacios y otros edificios están siendo utilizados en horarios nocturnos para realizar festivales o eventos culturales nocturnos, utilizando como “ancla” la fama de estos lugares, así como la instalaciones luminosas o juegos artificiales. Los museos han comenzado a ofrecer recorridos nocturnos para atraer turistas, pero también a los residentes locales. Este concepto se desarrolló en el Reino Unido, la iniciativa *Light Night* con eventos como 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. En Ixmiquilpan, Hidalgo (México) se ofrece un paseo nocturno para recrear la experiencia de los migrantes en la frontera con Estados Unidos. Los visitantes toman el papel de indocumentados mientras los locales representan a polleros, cholos que los quieren asaltar, narcotraficantes y agentes de la policía fronteriza.

ESPACIOS PÚBLICOS Y EXPERIENCIAS NOCTURNAS

Proponemos utilizar la metáfora de Goffman sobre el teatro para analizar los espacios públicos donde sucede el turismo nocturno.

Como dijimos antes, existe un creciente número de lugares donde se presentan espectáculos nocturnos. Existen dos componentes centrales en este tipo de experiencias nocturnas: el escenario (castillos, plazas, edificios, playas, etcéteras) y la iluminación. Por ejemplo, la prisión de Alcatraz ofrece paseos nocturnos por las celdas y las áreas comunes. La poca iluminación, la obscuridad parcial de las áreas de confinamiento y el silencio de un edificio hecho para contener cualquier intento de escape producen por sí mismo un espectáculo; en Kona Coast, Hawái se ofrecen excursiones nocturnas para bucear. Además de la experiencia de entra al mar en la obscuridad, las linternas proporcionadas por los guías atraen al plancton y con ellos a las mantarrayas, una especie famosa en esa zona y; el castillo de Maintenon en Loria, Francia, ofrece un espectáculo de luz, sonido donde actores profesionales cuentan y recrean historias reales y leyendas de los reyes y personas que los habitaron (CNN en español, 2014; El mundo en tu bolsillo, 2019). En todos estos casos la iluminación es un elemento central. Los espacios son más o menos iluminados para atraer nuestra atención sobre un personaje o escenario. La ausencia de luz marca el inicio o el final de los recorridos o los actos. La luz busca decirnos a dónde mirar, pero esto no significa que durante una representación no estén sucediendo cosas importantes en la obscuridad. La oscuridad y la luz interactúan a través de los ritmos o los afectos (Edensor, 2015; Johannesson, 2017) condicionando las experiencias humanas frente a la naturaleza y la sociedad; a menudo estos dos aparecen como polos binarios y, como tales, tienen registros de valores separados en la cosmovisión occidental.

Durante la modernización los avances tecnológicos tuvieron un rol central. Uno de los más significativos es la luz (eléctrica). La importancia de este tipo de iluminación artificial no sólo fue

práctica, sino simbólica; la luz comenzó a ser usada como una representación del avance de la razón sobre las creencias y los mejores que las nuevas tecnologías proporcionaban a la sociedad (el progreso), mientras la noche se convirtió en un sinónimo de la barbarie (Galinier *et. al.*, 2010). En este sentido, las ciudades serían consideradas más modernas mientras más iluminadas con electricidad tuvieran sus edificios y sus avenidas (Hensey, 2016). La extensión en las redes eléctricas y de iluminación artificial permitieron un mayor uso de la noche; esto generaría nuevas formas de relación de la sociedad y este periodo del día (Koslofsky, 2011). Retomando la propuesta de Goffman, la luz eléctrica transformó los lugares que serían considerados delanteros de los que traseros; los primeros serían los iluminados y los segundos los que tenían poca o ninguna luz. Los festivales de luz retoman en parte ritos paganos, cristianos, pero también una manera de mostrar nuestra victoria moderna sobre la obscuridad con la luz artificial. Existen tipo de fiestas existen en distintos lugares, por ejemplo, el Festival de la Luz de San José, Costa Rica que se celebra desde 1996.

Con la luz eléctrica el tiempo nocturno comenzó a llenarse de actividades fuera de las viviendas; no es que antes no existieran prácticas sociales nocturnas, sino que estas se diversificaron y ampliaron. Pero no fueron las personas o las familias las únicas que se dieron cuenta de la importancia de este nuevo espacio de sus vidas, durante las distintas civilizaciones el tiempo nocturno fue destinado por los gobiernos para realizar festivales religiosos o políticos que demostraran y legitimaran su poder. Como concluye Koslofsky a partir de la visión de gobierno de Luis XIV: "juntos, espectáculos y placer son herramientas esenciales de gobierno" (Koslofsky, 2011:95). En el caso de los lugares turísticos, los festivales turísticos nocturnos podrían entenderse entonces no úni-

camente como parte de la oferta de espectáculos sino también constituyen un mecanismo para consolidar la posición de un destino turístico frente al resto y un mecanismo de un gobierno o un país buscando reafirmar interna y externamente su posición frente al resto de las naciones; una demostración de la importancia del destino, la ciudad o el país.

Williams (2008) propuso que la oscuridad ofrece un manto para prácticas alternativas y de oposición, en los términos de nuestro análisis son las llamadas traseras, que desorganizan temporalmente el espacio, contribuyendo a la continua disputa entre el orden y el desorden de la noche. En este sentido, la noche se constituye como un periodo para la construcción de una identidad que nos separe del resto por medio de la transgresión de la norma social; la fascinación de la noche proviene de esta posibilidad de hacer cosas “prohibidas”; experiencias íntimas. Debido a sus significados transgresivos y usos dañinos para la sociedad, la oscuridad amenaza con desterrar el orden racional de la sociedad cuando oculta, obstruye u obstaculiza el despliegue de estrategias, técnicas y tecnologías (Williams, 2008: 518). Durante el desarrollo del turismo, las actividades nocturnas en bares, discotecas, centros de espectáculos, conciertos, etcétera han constituido uno de los elementos más atractivos, particularmente (pero no exclusivamente) para sectores sociales que buscan consolidar las diferencias sociales frente al resto; por ejemplo, los jóvenes y los adultos de clases medias y altas (Palmer, 2000; Peretti, 2011). La transgresión y con ella el riesgo que constituyen parte del atractivo de las actividades nocturnas no significan que los estados deban abandonar su labor de regulación y vigilancia. Por el contrario, los espacios turísticos nocturnos atraerán más turistas si estos los perciben como más seguros, particularmente para los grupos más vulnerables.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como buscamos argumentar a lo largo de este artículo, la noche (la forma en que la usamos, interactuamos durante ella y la entendemos) es un fenómeno social que ahora comienzan a tener un papel central dentro de la actividad turística. Las interacciones humanas durante este periodo del día se han ido transformando sustancialmente a partir de la industrialización y la modernización. En el turismo la noche es un bien público que ha comenzado a ser puesto en valor y capitalizado por emprendedores y gobierno. Esto ha permitido la expansión de la oferta de productos mediante un uso más intensivo de los lugares o la incorporación de nuevos escenarios que eran considerados como pasos (calles, plazas) o estaban abandonados (edificios, zonas industriales en desuso o edificios estatales).

El turismo es un espacio de interacción y producción social donde los individuos pueden tener experiencias fuera de su cotidianeidad y de los roles que generalmente desempeñan. Como este artículo buscamos demostrar que la noche es un tiempo/espacio buscado por los turistas, entre otras cosas, para construir o reafirmar las identidades individuales o de grupo. La elaboración de experiencias nocturnas diferenciadas para los distintos nichos de mercado supone una oportunidad de mercado. La noche representa un bien común que reconstruye los espacios y una gama de actividades distintas por la misma respuesta corporal a la ausencia de luz: nuestros sentidos de tacto, olfato y oído buscan compensar los estímulos que no podemos percibir con la vista; de tal manera que caminar por una gruta, unas ruinas arqueológicas o una playa en un horario nocturno tendremos experiencias muy distintas a las que podríamos tener en el día. La noche

permite crear nuevos productos turísticos que antes no estaban disponibles como la observación de estrellas, paseos nocturnos, espectáculos de luz entre otros. Esto representa no sólo una nueva oportunidad para los emprendedores turísticos, sin un desafío para los planeadores urbanos y de políticas públicas, que requieren encontrar formas de encontrar equilibrios entre los nuevos usos de la noche y los ritmos naturales de reposo del entorno y las personas.

Desde la perspectiva propuesta de la economía de la experiencia del turismo de la noche, la iluminación pasa de ser un dispositivo de la infraestructura básica para convertirse en un elemento central en la realización de los espectáculos y atracciones nocturnas. Al mismo tiempo, la iluminación es crucial dentro de las ideas sociales sobre la seguridad, particularmente para aquellos sectores que pueden ser más susceptibles a sufrir algún tipo de riesgo a su seguridad como las mujeres, los mayores de edad o los menores de edad. La iluminación entonces debe tomar un rol central en la planeación y diseño de los espacios turísticos. Un tercer elemento es que, como mencionamos, la noche y la luz son parte de las experiencias nocturnas por lo que hacer un uso racional y no contaminante de la luz (por ejemplo, una iluminación fuerte imposibilita ver las estrellas) se convierte en una forma de generar un desarrollo sostenible y a la vez, llamativo para distintos grupos.

La noche constituye un atractivo, una experiencia íntima que permite a los visitantes diferenciarse de otros grupos y reafirmar su pertenencia a subculturas que ellos consideran exclusivos o diferentes. La noche es un lugar donde los turistas quieren vivir un conjunto de vivencias que ellos definen como transgresivas o distintas a lo que constituye su cotidianidad; dormir más tarde de

lo habitual, tomar más de lo habitual, mover su cuerpo más que lo habitual. Esto representa un reto y una oportunidad para los lugares turísticos y los emprendedores; ofrecer este conjunto de prácticas, espacios y atractivos que permitan satisfacer este tipo de intereses. Pero al mismo tiempo, el tema de la seguridad se convierte en fundamental. Es necesario el desarrollo de estrategias de urbanización (iluminación, limpieza, acceso vehicular, instalaciones policiales) regulación (vigilancia presencial, cámaras de seguridad, inspectores) y prevención (ambulancias, hospitales, protocolos ante incendios, terremotos, etcétera) que permitan que el desarrollo de estas actividades nocturnas transcurra sin incidentes.

FUENTES DE CONSULTA

- Bianchi, Raoul 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.
- Bille, M. & Sørensen, T.F. (2007). An Anthropology of Luminosity: The Agency of Light. In *Journal of Material Culture*, 12(3), 263-284. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1359183507081894> (última consulta 30 de abril de 2019).
- Bronfen, Elisabeth (2013). *Night Passages: Philosophy, Literature, and Film*. Columbia: University Press.
- Chapman William. 2008. *New York Nocturne. The City After Dark in Literature, Painting, and Photography, 1850–1950*. Princeton University Press. USA.
- Clausen, Helene Balslev (2008) *Juntos pero no revueltos: Un estudio de caso sobre los migrantes norteamericanos en un pueblo mexicano; Transnacionalismo y asimilación*. Manuscrito no publicado, Center for the Study of the Americas, Copenhagen Business School, Denmark.
- Conrad, Joseph. (2009). *Heart of Darkness*. USA: Planet eBook.

- CNN en español, 2014. "Las 10 mejores aventuras nocturnas del mundo".
Pagina de internet. <https://cnnespanol.cnn.com/2014/08/26/las-10-mejores-aventuras-nocturnas-del-mundo/>
- Ebbensgaard (2015). "Illuminights: A sensory study of illuminated urban environments in Copenhagen" In *Space and Culture* 18(2):112-31
- Edensor, T. (2017) *From Light to Dark: daylight, Illumination, and Gloom* University of Minnesota Press
- Edensor, T (2015) Introduction to geographies of darkness. In *Cultural Geographies*, 22(4) pp. 559-565. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1474474015604807> (última consulta 2 de mayo de 2019).
- Edensor, T. (2013) The Gloomy City: Rethinking the relationship between Light and Dark. In *Urban Studies* pp. 1-17. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/> (última consulta 20 de abril de 2019).
- Edensor, T (2010). "Aurora Landscapes: Affective Atmospheres of Light and Dark". En *Conversations with Landscape*, compilado por K. Benediktsson & K.A. Lund (Eds), 227-240, Farnham: Ashgate.
- Edensor, T. & Falconer, E. (2015). Dans Le Noir? Eating in the Dark: Sensation and conviviality in a lightless place. In *Cultural Geographies*, 22(4), 601-618.
- Edensor, T. & Lorimer, H (2015). Landscapism at the speed of light: Darkness and illumination in motion. In *Geografiska Annaler B*, 97(1), 1-16
- Edwards Nina. 2018. *Darkness. A Cultural History*. Reaktions Books. United Kingdom.
- El mundo en tu bolsillo, 2019. "Recorridos nocturnos para descubrir la historia y los castillos de Loria". Página de internet. <https://www.elmundotentubolsillo.es/recorridos-nocturnos-para-descubrir-la-historia-y-los-castillos-del-loira/>
- 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*. Volume 51, Number 6, (December): 819- 847.
- Garrett (2013). "Undertaking recreational trespass: urban exploration and infiltration". *Transactions of the Institute of British Geographers*. DOI: 10.1111/tran.12001.

- Goffman, Erving (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. (Publicado originalmente en 1959.)
- Gu Z (2013). Concepts and types of urban night tourism product *Urban Problems* 11; pp 98-102.
- Hensey, R. (2016). "Past dark: a short introduction to the human relationship with darkness over time". In *The Archaeology of Darkness*. Compilado por Down, M & Hensey, R. New England: Oxbow Books.
- Jiwa, S; Coca-Stefaniak, J; Blackwell, M. and Rahman, T. (2009) "Light Night: An "Enlightening" Place Marketing Experience". In *Journal of Place Management and Development* 2(2):154-66
- Johannesson, G. and Lund, A (2017) "Aurora Borealis: Choreographies of darkness and light" In *Annals of Tourism Research* 63: 183-190
- Koslofsky, C. (2011) *Evening's Empire. A History of the Night in Early Modern Europe*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- MacCannell, Dean (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology*. 79 (3): 589-603.
- Mantecón, Alejandro (2008). *La experiencia del turismo: Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*. Barcelona: Icaria.
- McDowell, L. (1999). *Gender, Identity and Place Understanding Feminist Geographies*. USA: University of Minnesota Press.
- Morris, N.J. (2011). Nightwalking: Darkness and sensory perception in a night-time landscape installation. In *Cultural Geographies*, 18(3), pp.315-34. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1474474011410277>. (Última consulta el 3 de mayo de 2019).
- Nottingham, C. (2003). "'What Time Do You Call This?': Change and continuity in the politics of the city night". In *Night-time and Sleep in Asia and the West, Exploring the dark side of life*, compilado por Brigitte Steger and Lodewijk Brunt. 200-224, USA: Routledge Curzon.
- Palmer, B.D (2000). *Cultures of Darkness. Night Travels in the Histories of Transgression (from Medieval to Modern)*. New York: Monthly Review Press.

- Peretti, B W (2011) *Nightclub City: Politics and Amusement in Manhattan*. USA: University of Pennsylvania Press.
- Pine, B. Joseph, y James H. Gilmore (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". In *Cultural Geographies* 22(4):585-600
- Simmel Georg. (2009) [1908]. *Sociology. Inquiries into the Construction of Social Forms*. Netherlands: Koninklijke Brill NV.
- Velázquez García, M. A. & Clausen Balslev, H. (2012). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima". *Latin American Research Review* 47 (3): 134-154.
- Velázquez García, M A (2008) "La construcción de la imagen de México en Estados Unidos desde una perspectiva de riesgo, *Frontera Norte*, Vol. 20, Núm. 39: 37-67.
- Williams, R. (2008) "Nightspaces: darkness, deterritorialisation and social control". In *Space and Culture* 11(4):514-532

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.