

El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?

Raquel Huete* Alejandro Mantecón**

Universidad de Alicante (España)

Resumen: El auge de la turismofobia se convirtió en el año 2017 en un tema estrella en la discusión pública, especialmente durante el periodo estival. En este trabajo se investiga este fenómeno a partir de la identificación y exploración de los discursos fundamentales producidos en los medios de comunicación. Con este propósito se analiza una muestra de 40 noticias publicadas en diferentes periódicos. El objetivo que orienta el estudio busca aclarar cuál es el verdadero potencial del concepto como herramienta heurística para orientar la investigación del turismo. Tomando como punto de partida esta idea, el presente trabajo pretende contribuir a la elaboración de un marco analítico desde el que pensar, definir y orientar el estudio de la turismofobia.

Palabras clave: turismo, ideología, conflicto, política, discursos.

The rise of tourismophobia. Research hypothesis or ideological noise?

Abstract: In 2017 “tourismophobia” rise was a trending topic in public debate, especially in summer. This question is here investigated from the identification and exploration of the mainstream mass media discourses. For this purpose, a sample of 40 news items published in different newspapers is analysed. The purpose of the study is to clarify the true potential of the concept as a heuristic tool to guide tourism research. This paper aims to contribute to the development of an analytical framework as a starting point to think, define and guide the study of “tourismophobia”.

Keywords: tourism, ideology, conflict, politics, discourses.

1. Introducción

Cuando las discusiones sobre algunos temas se sazonan con las dosis de emoción suficientes éstos pueden llegar a captar la atención de un amplio espectro de la opinión pública. En esas ocasiones los intereses de ciertos grupos, cuya emoción no es sino el reflejo de su ambición por alcanzar objetivos privados, a menudo tienden a deformar la realidad con el fin de extender su influencia. Si, además, comentaristas de los medios de comunicación y escritores de diferentes ámbitos y formatos reconocen una oportunidad para difundir sus ideas, entonces se dan las condiciones para que el tema en cuestión se incorpore a la agenda de discusión mediática. En España uno de esos temas en el verano de 2017 fue el de la turismofobia.

Hasta ahora, la utilización de esta expresión ha cumplido una función predominante de resonancia periodística pues, principalmente, se ha empleado en los medios de comunicación. Sin embargo, no queda claro si, más allá de ese uso, la turismofobia puede convertirse en un concepto con un potencial heurístico útil para orientar el análisis de la realidad social o si, más bien, introduce más confusión o ruido ideológico en la misma, dificultando en última instancia el desarrollo de ese análisis. Tomando

* Profesor Titular de la Universidad de Alicante. Doctora en Sociología y diplomada en Turismo. Profesora Titular Universidad de Alicante; E-mail: r.huete@ua.es

** Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Sociología I de la Universidad de Alicante; E-mail: alejandro.mantecon@ua.es

como punto de partida esta idea, el presente trabajo pretende contribuir a la elaboración de un marco analítico desde el que pensar, definir y orientar el estudio de la turismofobia.

2. Perspectiva metodológica

Para alcanzar el objetivo señalado se propone un análisis crítico del discurso periodístico a partir de la selección de una muestra de 40 noticias (la mayoría son columnas de opinión y entrevistas) publicadas en diferentes ediciones digitales durante 2017, hasta el mes de agosto.

Cuadro 1 – Muestra de noticias sobre la turismofobia (ordenadas cronológicamente a partir de la fecha de publicación).

Fecha	Título	Autor/a	Medio
1 de febrero	Turismofobia: qué miedo	JC. Alcaide	La Razón
10 de junio	El peligro de la ‘turismofobia’	F.J. Benito	Información
3 de julio	Turismofobia: Patologizar el malestar social	Horacio Espinosa	eldiario.es
4 de julio	«Turismofobia» ¿puede el sector morir de éxito?	R. Salgado	La Razón
18 de julio	Turismofobia	Sergio Sampedro	El Mundo
20 de julio	“Querido turista. El ‘balconing’ es divertido”	J.O.	El Mundo
30 de julio	Un grupo de la izquierda independentista asalta un bus turístico en Barcelona	Ivanna Vallespín	El País
2 de agosto	Ataque antitourístico de Arran contra un restaurante y varios yates en Palma	Lola Sampedro	El Mundo
2 de agosto	“Tourists go home”: ¿defensa vecinal o turismofobia?	Victòria Oliveres	eldiario.es
3 de agosto	¿Turismofobia? La baja calidad amenaza la ‘gallina de los huevos de oro’ en Andalucía	Isabel Morillo	El Confidencial
3 de agosto	“Turismofobia” es el nuevo “feminazi”	V. Parkas	PlayGround
4 de agosto	Vandalismo contra empresas turísticas en un nuevo vídeo de afines a la CUP	Rebeca Carranco	El País
4 de agosto	Collboni (PSC): “Junqueras y Puigdemont no denuncian el ataque, porque son rehenes de la CUP en el ‘procés”	Clara Blanchar	El País
4 de agosto	La turismofobia suma a los radicales vascos	P. Gorospe	El País
4 de agosto	La campaña contra el turismo une a los radicales catalanes y vascos	M.C.C.	La voz de Galicia
4 de agosto	Turismofobia en España	Ana Buil	Euronews
4 de agosto	Turismofobia: el peor mensaje en el peor momento	H. Sáenz y E. Colom	El Mundo
4 de agosto	«Turismofobia»: Alarma por la repercusión internacional	Raquel Bonilla	La Razón
4 de agosto	Turismofobia, catetos al ataque	M. Alós	El Mundo
4 de agosto	Colomer sobre la ‘turismofobia’: “Yo soy de la ‘turismofilia’: el turismo es la respuesta y la solución”	Europa Press	Europa Press

Fecha	Título	Autor/a	Medio
5 de agosto	El silencio de Colau durante la crisis del turismo indigna a la oposición y al sector	Clara Blanchar y Rebeca Carranco	El País
5 de agosto	Turismofobia, turismofilia	Iosu de la Torre	elPeriódico
5 de agosto	Maillo (PP) llama “niñatos descerebrados y malcriados” a los que “atacan” el turismo	Efe	eldiario.es
6 de agosto	Sin turismo no hay recuperación: genera uno de cada cuatro empleos desde 2013	Javier G. Jorrín	El Confidencial
6 de agosto	Stop «turismofobia»: El 84% de los españoles apoya el sector	Lorente Ferrer	La Razón
6 de agosto	Del turismo sostenible a la “turismofobia”	José Oneto	Republica
6 de agosto	Martínez-Almeida teme que Ahora Madrid use la ‘turismofobia’ para sacar “rédito electoral”	Editorial	Libertad Digital
6 de agosto	Un diputado del PP se refiere a Venezuela para hablar de turismofobia	P.G.	elplural.com
6 de agosto	Un diputado del PP desenmascara la siniestra simpatía de Podemos hacia la ‘turismofobia’: “Te invito a condenar los actos de violencia de la CUP”	A. Rodríguez	Periodista Digital
6 de agosto	Turismofobia	A. Cambрил	Granada Hoy
6 de agosto	Turismofobia, ciudades de alquiler	José Luis Barbería	El País
6 de agosto	El «turismo basura» se come al bueno	Joan Lluís Ferrer	La Razón
9 de agosto	Turismofobia: la falacia que convierte al vecino en antisistema	Juan Soto Ivars	El Confidencial
10 de agosto	El Gobierno insta a la Abogacía del Estado a denunciar la turismofobia	Efe	La Vanguardia
12 de agosto	Vecinos de la Barceloneta ‘invaden’ la playa contra los efectos del turismo descontrolado	Javier Oms	El Mundo
13 de agosto	El PP caldea el debate catalán con turismofobia	Virginia Eza	Diario de Mallorca
14 de agosto	La excusa de la turismofobia	R. Yanke	El Mundo
15 de agosto	“España debería ser más contundente con los portales de alojamientos”	C. Vázquez	El País
15 de agosto	Operación turismofobia	S. Yanes	El País
19 de agosto	No es turismofobia, es lucha de clases	A. del Río Casasola	Público

Fuente: elaboración propia (todas las noticias son accesibles en Internet a través de las ediciones digitales de los distintos medios citados).

Aunque no es objeto del presente trabajo, resulta de interés advertir que la repercusión del tema alcanzó el Reino Unido, donde distintos periódicos se hicieron eco del asunto (hecho que, a su vez, fue recogido por la prensa española agrandando la dinámica creada). Así, y a modo de ejemplos ilustrativos, la edición del 5 de agosto del *Independent* publicaba una noticia con el titular: “Anarchist group threatens

new attacks on tourists in Spain after targeting Barcelona and Mallorca”, el mismo día en el *Daily Mail* se encontraba el siguiente titular: “‘Tourists go home, you are not welcome’: British holidaymakers face fresh wave of anarchist attacks in backlash over tourism in Barcelona and Majorca”. De tal forma, los rotativos británicos decidieron etiquetar la turismofobia como una expresión anarquista.

No obstante, la ola expansiva en el contexto de la discusión periodística se detuvo bruscamente el 17 de agosto debido al eclipse temático que motivó los atentados terroristas de Barcelona, relegando cualquier otra cuestión a un segundo o tercer plano durante la semana siguiente, incluido el que hasta entonces había sido el tema del verano. Pasados unos días, y una vez atenuada la lógica eclosión mediática que supusieron los atentados, algunas columnas de opinión volvieron a aparecer en distintos medios advirtiendo de que el asunto, lejos de estar agotado, tornará probablemente a ocupar un espacio relevante.

Sin ánimo de abarcar el total de los textos publicados ni de alcanzar ninguna representatividad en términos estadísticos, la muestra se ha seleccionado con la pretensión de obtener una representación tipológica de las posiciones discursivas principales. Es decir, no se busca dilucidar cuáles son los posicionamientos minoritarios o mayoritarios. En cambio, se quieren identificar los principales discursos existentes con el fin de explorarlos y, a continuación, intentar obtener alguna conclusión de utilidad para orientar futuros estudios empíricos.

3. ¿Qué hay de nuevo en la turismofobia?

El estudio de las actitudes de la población residente hacia los turistas se remonta a la década de 1970, y especialmente a la de 1980, cuando la incipiente institucionalización académica de la sociología y la antropología del turismo, así como el desarrollo del marketing turístico, provoca una toma conciencia acerca de la necesidad de entender (y en alguna medida controlar) la opinión de la sociedad receptora hacia el turismo, en tanto que ésta se reconoce como un factor que determina la valoración de la experiencia turística por los distintos agentes implicados (Harrill, 2004; Mantecón, 2016). La orientación teórica de este tipo de trabajos ha estado muy influida por la aplicación de la teoría del intercambio social al análisis turístico, a partir de la premisa de que los residentes en el destino apoyarán el desarrollo turístico siempre y cuando perciban que los beneficios esperados como consecuencia de la presencia de los turistas serán mayores que los costes (Rasoolimanesh *et al.*, 2015).

Hace ya unos años, José Antonio Donaire (2008) publicaba un ilustrativo ensayo sobre la efervescencia de la turismofobia. Un neologismo que ponía en relación con el famoso índice presentado por George Doxey (1975) sobre los grados de irritación generados por la actividad turística. Así, el auge de la turismofobia coincidiría con una etapa a la que se vería abocado cualquier destino y en la que se produciría un antagonismo entre “anfitriones” e “invitados”. Finalmente, ello provocaría la aparición de posiciones extremas en las que podrían distinguirse “apocalípticos” e “integrados” del turismo (recordando la expresión de Umberto Eco). Trascendiendo estos planteamientos dicotómicos, y con una intención preventiva, Donaire proponía un enfoque pragmático basado en la gestión racional tanto de los flujos de movilidad turística como de las estructuras de recepción y acogida de los turistas en las ciudades.

La definición tautológica de la turismofobia como fobia al turismo no concuerda bien con las realidades a las que se suele hacer referencia cuando se emplea el término. Pues, si bien su uso puede tener que ver con la “aversión exagerada” (a partir de la primera acepción de “fobia” en el DRAE) o el “temor angustioso e incontrolable” (en la segunda acepción) al turismo, la expresión turismofobia se ajusta en su utilización habitual a la aparición de actitudes de rechazo al turismo que van inexorablemente unidas a acciones mediante las que ese rechazo se hace públicamente manifiesto. Sin embargo, esta definición, al igual que las situaciones que en las noticias se hacen pasar por turismófobas, no aclara dónde se encuentra el límite entre la crítica social al turismo y la turismofobia. Podría intentar restringirse el uso de la expresión para aludir a situaciones en las que es reconocible la presencia de un determinado nivel de violencia por parte de quienes formulan la crítica, pero ¿cuál es ese nivel? Lo cierto es que, hasta ahora, son muy diferentes las acciones que han aglutinado la atención de quienes han denunciado el surgimiento de brotes turismófobos: ataques a infraestructuras diseñadas para el uso o consumo turístico, pintadas en paredes, concentraciones ciudadanas para protestar contra el turismo (o contra algún elemento distintivo de este), producción de material impreso y audiovisual orientado a denunciar aspectos de la actividad turística que se valoran negativamente, etc.

Uno de los rasgos definitorios de la turismofobia ha sido bien explicado por Claudio Milano (2017) al vincular la crítica social (colectivamente organizada) hacia determinadas externalidades de la actividad turística con las acciones contestatarias emprendidas por parte de diferentes movimientos sociales en distintos lugares del mundo. Es decir, el turismo se politiza en tanto que es incorporado al temario reivindicativo al que recurren aquellas asociaciones y grupos, surgidos de la llamada sociedad civil, que tienen como objetivo principal criticar, denunciar y, en algunos casos, subvertir los pilares sobre los que se asienta la sociedad capitalista. Esa crítica puede integrarse en discursos que aglutinan diferentes líneas de acción relacionadas con la ecología, el feminismo, la confrontación política en sentido estricto o, por ejemplo, con demandas sociales como el derecho a una vivienda digna y en contra de los desahucios. Desde estas posiciones la expansión del negocio turístico internacional es concebida como una proyección de las dinámicas más regresivas del capitalismo. De tal modo, las críticas al capitalismo en tanto que sistema político-económico abstracto se concretarían en la crítica a sus expresiones más tangibles, ahora a través de la denuncia de los efectos más perniciosos de algunos tipos de turismo en las ciudades: el aumento de la contaminación acústica y de la degradación del mobiliario urbano, el consumo irresponsable de recursos públicos, los problemas de congestión sobre todo alrededor de los principales centros de atracción de la mirada turística, la confluencia de la economía turística con los intereses especulativos del negocio inmobiliario, la expulsión de los residentes de algunas zonas debido al encarecimiento de los alquileres, la creciente integración de viviendas en una economía informal sostenida sobre la oferta de alojamiento turístico ilegal (con sus consiguientes impactos: el aumento de la inseguridad, la pérdida de calidad de vida para los residentes permanentes o el crecimiento de actividades empresariales vinculadas al fraude fiscal y, por lo tanto, impropias de sociedades avanzadas), la transformación de los rasgos identitarios de los espacios urbanos, la ocupación de espacios públicos (plazas, aceras, paseos marítimos o calles peatonales) por negocios puestos al servicio del consumo de los turistas o la precarización de las condiciones laborales ligada a la extensión de determinadas prácticas empresariales y estrategias de promoción de los destinos, entre otras. Igualmente, y sin la necesidad de asociar las críticas a debates más amplios, éstas pueden concentrarse en reivindicaciones muy locales circunscritas a un barrio en el que las asociaciones de vecinos se organizan para protestar contra los efectos de algunas prácticas de los turistas (desórdenes en la vía pública, aumento de la suciedad, etc.).

De un modo u otro, la identificación del turismo con un campo de lucha ideológica entre posiciones sociopolíticas enfrentadas, que acaban captando la atención de los medios de comunicación, se advierte como el auténtico elemento distintivo que motiva el uso del término turismofobia. Cuando aquí se utiliza la expresión “lucha ideológica” se alude a confrontaciones dialécticas entre posiciones que pugnan por convertir en hegemónica una determinada interpretación de la realidad con el propósito de que los intereses de los grupos representados por esas posiciones se vean beneficiados. En el siguiente apartado se presentan los hechos más ilustrativos que, en el caso español, han servido de carburante de las diferentes discusiones emprendidas y, a continuación, se exploran las características particulares de ese campo de lucha a propósito de las noticias recopiladas.

4. Cronología de los hechos

En el año 2017 algunos acontecimientos concretos activan el debate sobre el auge de la turismofobia. El grupo Arran es una organización juvenil catalana de base asamblearia, socialista y feminista en cuyo ideario político sobresalen la lucha contra el capitalismo y por la independencia de los llamados Països Catalans. Es habitual identificarla como una filial joven de la CUP (Candidatura d'Unitat Popular). Desde su aparición en 2012, y hasta 2017, habían captado la atención periodística sobre todo debido a sus ataques contra el mobiliario e infraestructuras de oficinas bancarias y sedes de partidos políticos opuestos a la independencia y, también, contra las instalaciones de *Convergència i Unió*, en tanto que era considerado un partido al servicio de la burguesía catalana. En 2017 prenden la mecha del debate mediático sobre la turismofobia pues añaden las infraestructuras turísticas a sus objetivos habituales. Los momentos principales, y en orden cronológico, son los siguientes:

El lunes 1 de mayo, a las 18.50h, un grupo de unas veinticinco personas disfrazadas con pelucas se separa del núcleo que conforma una manifestación y, durante 15 segundos, entra en el hall de un hotel de Barcelona, alguna con martillos en la mano, causando daños leves en el mobiliario y rompiendo cristales. Pocos minutos después, y a través de twitter, Arran muestra una fotografía de los asaltantes acompañada del mensaje: *Qui sembra la misèria recull la ràbia!*

El viernes 5 de mayo, la asociación vecinal Ens Plantem convoca una manifestación en el barrio barcelonés del Poblenou a la que acuden unas 300 personas. El objetivo es protestar contra la masificación turística y la construcción de más hoteles en el barrio. En este caso, un grupo de manifestantes aprovechó la ocasión para lanzar huevos y globos con pintura contra las fachadas de dos hoteles. La acción generó momentos de tensión entre los turistas que se hallaban en la entrada de uno de los establecimientos pues también se lanzó un bote de humo a sus puertas.

El 22 de junio se produce otro hecho significativo que apenas aparece en los medios hasta finales de julio y principios de agosto, cuando las acciones de Arran ya habían captado la atención mediática. En el País Vasco, la organización juvenil Ernai, constituida en Estella (Navarra) en 2013, y que también se autodenomina socialista, independentista y feminista, asociada a la llamada izquierda abertzale de Sortu (normalmente presentada como izquierda nacionalista radical), convoca una manifestación para el 17 de agosto, coincidiendo con la semana grande donostiarra, bajo el lema: “Vuestro turismo, miseria para la juventud”.

El sábado 22 de julio, hacia las 20.30h, alrededor de veinte personas irrumpen en el paseo del muelle Moll Vell, zona de ocio de Palma de Mallorca, portando bengalas y lanzando confeti sobre los comensales sentados en la terraza de un restaurante. Abordan también la cubierta de algún yate y despliegan pancartas en las que asocian mensajes antiturista con la lucha de clases. Posteriormente Arran cuelga un video en twitter que reproduce la acción junto a la frase: Aturem el turisme massiu que destrueix Mallorca, que condemna la classe treballadora dels Països Catalans a la misèria!

El sábado 27 de julio, a las 11h, cuatro encapuchados asaltan un autobús turístico en Barcelona, junto al Camp Nou, le pinchan las ruedas y le hacen pintadas con un mensaje claro en la luna delantera: El turisme mata els barris. El ataque es reivindicado por Arran. Transports Metropolitans de Barcelona reclamaría daños por valor de 1.849,24 euros (en los que se incluían las pérdidas derivadas de la retirada del vehículo).

El lunes 31 de julio, un grupo de personas pincha las ruedas de las bicicletas de una empresa de alquiler para turistas en el Poblenou de Barcelona. Arran vuelve a colgar un video posteriormente, en esta ocasión con el mensaje: Ja n'estem fartes de l'ocupació per part d'empreses turístiques de l'espai públic del barri, Actuem! Uneix-te al combat.

El miércoles 9 de agosto una docena de jóvenes en actitud festiva, bailando y disfrazados con pelucas y trajes de colores chillones, detiene un trenecito turístico en las calles de San Sebastián y lo llena de carteles con mensajes en los que el turismo se vincula a “calles para guiris”, “contratos basura” o “miseria para la juventud”. La acción es después reivindicada por Ernai.

A todo ello se uniría la proliferación durante el verano de pintadas en las calles de las zonas de mayor tránsito de turistas, sobre todo en Barcelona, con frases del tipo “Tourist go home” y similares.

5. La batalla ideológica

En su estudio teórico sobre la construcción social de la realidad, Peter Berger y Thomas Luckmann (1966) definían el concepto de legitimación como la configuración de los razonamientos que se esgrimen para explicar y justificar determinadas creencias y comportamientos o, con más exactitud, para adjudicar dignidad normativa a los imperativos prácticos del orden social. Ahondando en esta idea, se entiende mejor por qué con frecuencia cualquier intento por analizar determinadas situaciones sociales es visto con suspicacia desde sectores que identifican la búsqueda de una explicación sobre un determinado fenómeno con la antesala de su legitimación, si es que no establecen directamente una equivalencia entre ambas.

Aquí no se busca justificar nada, únicamente se pretende esbozar una explicación acerca de una realidad social, la que queda conformada por la llamada turismofobia, a partir de la identificación y exploración de los discursos sociales fundamentales que, a través de los medios de comunicación, se han producido en España durante 2017, hasta el mes de agosto. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de los discursos básicos contenidos en la muestra de noticias antes referida. Específicamente, se ha procedido aplicando un análisis temático comparativo entre las dos posiciones reconocidas tras la lectura de las noticias y su posterior descomposición y re-estructuración en los bloques que se presentan en la primera columna del Cuadro 2. Las características de cada uno de estos discursos se sintetizan en las columnas segunda y tercera del cuadro.

Cuadro 2 – Estructura sintética de los discursos antagónicos.

	Legitimadores	Críticos
<i>Definición de la situación</i>	Ataques a los intereses de España a través de la ofensiva contra la industria turística.	Lucha de clases.
<i>Definición de los protagonistas</i>	Independentistas de extrema izquierda; jóvenes irresponsables e ignorantes: “niñatos descerebrados y malcriados”.	Ciudadanos que padecen los efectos más negativos de la industria turística; personas comprometidas que han tomado conciencia de su posición en el contexto de la lucha de clases: en este caso articulada contra la violencia procedente de un sistema opresor.
<i>Objetivos</i>	Vandalismo, violencia irracional, destrucción y producción de incertidumbre y miedo en los mercados turísticos. Atacar el turismo a través de actos violentos contra personas e infraestructuras; perjudicar los intereses socioeconómicos de España.	Producir un impacto mediático que contribuya a dar a conocer (hacer explícito) un problema social. Agrupar a los afectados por el mismo. Crítica y subversión contra los efectos perniciosos del capitalismo a través de la denuncia de los impactos regresivos provocados por la industria turística.
<i>Medios</i>	Violencia irracional inspirada en luchas callejeras de intensidad variable (kale borroka).	“Acciones de visualización” puntuales en el contexto de un movimiento social, contestatario y cívico más amplio.
<i>Escenario</i>	España.	“Països catalans” y País Vasco.
<i>Valoración del turismo</i>	Industria próspera y sostenible, que, como cualquier actividad socioeconómica compleja, requiere ajustes y cuidados.	No se cuestiona el turismo, sino los efectos perniciosos de determinadas tipologías turísticas, resultantes de la ausencia (o de una errónea) planificación y de la acción desregulada del libre mercado.
<i>Soluciones</i>	Apelar al “sentido común” y a las medidas que sean necesarias para evitar acciones que perjudiquen los intereses de la industria turística. Deslegitimar declarando promotor del odio hacia los turistas y, por lo tanto, enemigo del progreso y de los intereses de España, a los representantes institucionales que ofrezcan una explicación del fenómeno al margen de la condena explícita de la violencia turismófoba.	Regulación de la actividad turística orientada a reducir la masificación y los comportamientos más lesivos para los residentes en las zonas de mayor afluencia turística. Específicamente, endurecer las sanciones contra los promotores de alojamiento ilegal, limitar la oferta total de alojamiento, campañas de concienciación y educación destinadas a los turistas (incluyendo la aplicación de sanciones). Dignificar la calidad de los empleos en el sector. Desarrollo de estrategias para sustituir ciertas tipologías turísticas por otras.
<i>Principales representantes</i>	En primer lugar, representantes del Partido Popular, comentaristas y articulistas. El empresariado del sector turístico en alguna medida, aunque se ha mostrado más comedido en su intento de no contribuir a la amplificación del tema.	Arran (en Cataluña) y Ernai (en el País Vasco) (versión más combativa). Ciertas asociaciones vecinales (versión restringida más estrictamente a la expresión reivindicativa). Comentaristas y articulistas. En menor medida, trabajadores del sector turístico.

Fuente: elaboración propia.

El carácter inequívocamente antagónico existente entre las dos posiciones no responde a una intención por analizar los extremos del campo discursivo. En cambio, estas posiciones constituyen el campo discursivo mismo, cuyo rasgo más notorio es, en consecuencia, su marcada polarización. No quiere ello

decir que no se hayan encontrado argumentos susceptibles de ser ubicados entre los dos antagonistas, pero, en el momento en el que se escriben estas líneas, esos argumentos no se han articulado entre sí de una forma tan evidente y consistente como para dar forma a una estructura discursiva comparable a las dos indicadas.

La posición denominada aquí legitimadora se sustenta sobre un discurso que en realidad hunde sus raíces en la década de 1960, en el ecuador de la dictadura franquista, cuando la mayoría de las noticias periodísticas reflejaban, en clave positiva, el interés casi obsesivo de las autoridades estatales por aumentar el número de turistas internacionales que cada año visitaban España. Crecimiento que quedaba asociado al desarrollo económico del país y a la proyección internacional de una imagen amable del régimen. Este discurso, de corte propagandístico, encontraba su correspondencia en una política orientada al logro de beneficios económicos inmediatos a partir del aumento de la llegada de turistas, en detrimento de la planificación de un desarrollo sostenible y de la gestión y adaptación de la demanda a las características específicas de cada destino (Monfort e Ivars, 2001; Murray, 2015). Como ha apuntado Eduard Mira (2017), las declaraciones de sus representantes actuales se parecen mucho a las que podría haber emitido hace cinco décadas un jefe provincial del Movimiento a propósito de las bondades que los ingresos derivados del turismo reportan a una economía maltrecha y, por lo tanto, sobre la conveniencia de favorecer la llegada del mayor número de turistas al mayor número de rincones de la patria. Todo ello obviando (o directamente censurando) cualquier atisbo de crítica a los graves impactos ambientales, desordenes urbanísticos, prácticas especulativas o dinámicas de precarización laboral inherentes al proceso que, por cierto, ya en los sesenta eran conocidas (tal y como ha documentado Mantecón, 2009). Ahora, sus representantes se han limitado a poner al día el discurso conocido enmarcándolo en un conjunto de argumentaciones más amplias, asociadas a la coyuntura de 2017, y destinadas a integrar las acciones anti-turismo en la construcción mediática de un antagonista político: la izquierda radical, anacrónica, anti-española, independentista, chavista, violenta, irracional, joven, aunque respaldada por ideólogos de mayor edad y por sus simpatizantes, estos últimos fáciles de reconocer: por un lado, todos aquellos que hacen declaraciones sobre las acciones etiquetadas como turismófobas sin explicitar su condena y, por otro, todos los que no emiten ninguna valoración y son señalados como sospechosos de utilizar su silencio para apoyar dichas acciones.

La posición que en el cuadro 2 se ha tipificado como crítica también resulta del intento por incorporar y politizar el turismo dentro de los márgenes de, en este caso, una línea de análisis y crítica ideológica (en tanto que el análisis se pone al servicio de un propósito de transformación social) que entronca con ramificaciones neomarxistas. Más en concreto, con aquellas que, sobre todo desde la década de 1970, reconocían en la ciudad, esto es, en los nuevos movimientos sociales urbanos, el escenario y el motor de la lucha de clases entre las nuevas burguesías urbanas y las nuevas clases explotadas, cuya opresión pasaría entonces a adquirir un marcado carácter de exclusión en relación a recursos e infraestructuras desigualmente distribuidos en el territorio. Ejemplos ilustrativos del soporte intelectual más sólido de esta posición se hallan en los estudios urbanos de Henri Lefebvre y David Harvey y, particularmente, en los primeros trabajos de Manuel Castells (1972, 1978). Por lo que se refiere al ámbito de los estudios turísticos, la referencia fundamental se encuentra sin duda en las investigaciones pioneras de Mario Gaviria (1974a,b), discípulo de Lefebvre, si bien no se reconoce en su obra una intención equiparable a la que se aprecia en los libros de Castells de los años setenta por introducir la contestación ciudadana en el eje del argumento analítico. La actualización de este discurso en relación con la crítica a los efectos del turismo masivo en las ciudades se incorpora a un ideario contestatario más amplio en el que se articulan expresiones antiglobalización capitalista íntimamente asociadas con movimientos sociopolíticos que plantean diferentes reivindicaciones identitarias, en el sentido en el que éstas fueron analizadas a finales del siglo pasado por Castells (1997).

La proyección de las críticas y acciones anti-turismo etiquetadas como turismofobia por los medios de comunicación españoles tienen su origen más evidente en Cataluña, con repercusiones en las Islas Baleares y con un efecto de imitación sui generis en el País Vasco. En otros lugares también se ha apreciado cierta actividad (ver, por ejemplo, la micro-campaña Incendioturismo en Santander, inspirada en el proyecto Terramotourism, del colectivo Left Hand Rotation, desarrollado en Lisboa en 2016), si bien el epicentro del fenómeno es reconocible.

¿Por qué ahora? La respuesta no tiene tanto que ver con el hecho de haber rebasado la capacidad de carga del destino (sobradamente documentada y publicitada en la opinión pública por medio de Internet, en el caso de Barcelona, a través de documentales como *Bye Bye Barcelona*, dirigido por Eduardo Chibás en 2014) como con la activación del tema en contextos en los que un cúmulo de circunstancias favorecen la predisposición a la acción sociopolítica urbana. Otras interpretaciones pueden ayudar a comprender

la aparición del fenómeno: la percepción por parte de la ciudadanía de una mayor o menor dependencia económica de determinadas tipologías turísticas, el aumento de los comportamientos incívicos de algunos turistas, la explosión y concentración espacial del alojamiento ilegal impulsado por la acción de plataformas P2P, la mayor o menor confianza por parte de la sociedad local en opciones alternativas de producción de riqueza, la valoración desigual de los costes y beneficios resultantes de la industria turística, etc., pero, en el caso de la realidad aquí estudiada, la activación de un clima sociopolítico propicio se revela como clave explicativa distintiva. El hecho de que las peticiones de las asociaciones vecinales que han promovido las manifestaciones en las calles hayan quedado ensombrecidas en los medios por la importancia que éstos han concedido a las acciones de Arran o Ernai trasmite al conjunto de realidades que se embuten bajo el término turismofobia un carácter de marcada confrontación sociopolítica entre actores bien definidos. La crítica a los efectos no deseados del turismo urbano se instrumentaliza para reforzar, con la apertura del nuevo frente turístico, una crítica más amplia elaborada desde grupos sociales concretos que tiene como propósito movilizar a la ciudadanía en contra de sus enemigos: el Estado español y el sistema capitalista. El denominador común de ambos se reconocería en la producción de distintas estrategias de opresión sobre un pueblo que se presenta como inerme e indignado.

Así pues, cuando en las columnas de opinión se leen sentencias del tipo: “el turismo necesita orden, no gritos ni demagogia, pero algunos parecen no entenderlo”, la respuesta a quiénes son “algunos” cambia dependiendo de la posición en la que se encuentra el autor de la frase. Con la caracterización presentada de los dos discursos desgranados se advierte un efecto de retroalimentación promovido desde los principales representantes de ambas posiciones. La configuración más definida posible del antagonista respectivo se revela como una derivación que produce beneficios mutuos, gracias a la reafirmación y expansión de la influencia sobre la opinión pública que proyecta cada una de las partes en cada uno de sus potenciales mercados de partidarios. La confrontación se convierte de esta manera en la gasolina que hace funcionar la acción política y el turismo deja ahora de ser una cuestión banal y pasa a desempeñar un papel protagonista como carburante del conflicto.

6. Conclusiones

En su ensayo clásico sobre la guerra, William Graham Sumner escribía: “If you want war, nourish a doctrine” [Si quieres una guerra, alimenta una doctrina] (Sumner, [1903] 1919: 37). Veinticinco años más tarde, otro ilustre sociólogo, William Isaac Thomas, formulaba su famosa sentencia: “If men define situations as real, they are real in their consequences” [Si los hombres definen las situaciones como reales, son reales en sus consecuencias] (Thomas y Thomas, 1928: 572). A la luz del análisis planteado, y con independencia de la intención con la que originalmente se acuñara la expresión, la turismofobia se presenta en 2017 como un término popularizado a través de los medios de comunicación con el fin, o en todo caso con el efecto más evidente, de alimentar la lucha ideológica entre dos posiciones bien definidas y claramente antagónicas entre sí que pugnan por imponer su definición de la situación. El análisis de la turismofobia se aprecia como un campo de investigación que puede ser fructífero, pero no para estudiar el turismo en sentido estricto sino para abordar su instrumentalización política. De esta forma se entiende mejor su plausibilidad como concepto heurístico en un marco epistemológico desde el que orientar la investigación empírica.

La cronología de los hechos que aglutinan la mayoría de las acciones sobre las que se ha producido y expandido la discusión acerca de la turismofobia llama la atención. En realidad, pocas acciones con una repercusión fáctica tan limitada han provocado, sobre todo durante el periodo estival, un debate tan emotivo como el que se distingue a través de la muestra de noticias con la que aquí se ha trabajado. Ello denota el fuerte componente simbólico de dichas acciones, amplificado hasta el paroxismo en los medios de comunicación y generando una auténtica dinámica de lo que Robert K. Merton (1948) llamase “self-fulfilling prophecy” [Profecía autocumplida] para, inspirándose precisamente en la idea apuntada de Thomas, explorar aquellas situaciones en las que una definición errónea de la situación provoca una reacción que, a su vez, da lugar a comportamientos que finalmente acaban por hacer que la definición inicial se cumpla. La repercusión pública que ha alcanzado la amplificación mediática de una serie de hechos cuya trascendencia en sí misma podría perderse entre el marasmo de acontecimientos y problemas sociales que sacuden la vida de la gente, ha terminado por hacer de la turismofobia un *casus belli* de gran interés para la opinión pública y el debate político, específicamente para el que se establece a través de los medios de comunicación.

No es el objetivo de este trabajo explorar medidas prácticas que contribuyan a reconducir la situación o a favorecer prácticas de turismo urbano más sostenibles. Puede consultarse una extensa literatura al respecto. Solamente se ha querido entender mejor qué es lo que se esconde bajo el ruido mediático que a lo largo del 2017 ha producido la llamada turismofobia. A modo de reflexión final, se plantea una última cuestión: en un contexto socioeconómico en el que el espacio urbano es interiorizado por los poderes públicos y privados de un número creciente de ciudades como un recurso que, primordialmente, se pone al servicio de proyectos empresariales capaces de generar riqueza captando la atención de los diferentes flujos turísticos internacionales ¿tiene sentido reclamar el derecho de los residentes en esas ciudades a no convertirse en objeto de la mirada turística? En el modo en el que respondamos a esta cuestión y en las consecuencias que, en coherencia, estemos dispuestos a asumir residen gran parte de las claves que subyacen al debate sobre el auge de la turismofobia.

Bibliografía

- Berger, Peter y Luckmann, Thomas
1966. *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Doubleday.
- Castells, Manuel
1972. *La Question urbaine*. París: Maspéro.
- Castells, Manuel
1978. *City, Class and Power*. Londres y Nueva York: MacMillan y St. Martins Press.
- Castells, Manuel
1997. *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. II*. Cambridge, MA y Oxford, UK: Blackwell.
- Donaire, José Antonio
2008. "La efervescencia de la "turismofobia". *Barcelona Metròpolis. Revista de informació i pensament urbanos*, junio-septiembre. <<http://lameva.barcelona.cat/bcnmetropolis/arxiu/es/pagea6ea.html?id=23&ui=16>>. [Consultado el 2 de octubre de 2017].
- Doxey, George
1975. "A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences in the impact of tourism". En *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*. San Diego, California, (septiembre).
- Gaviria, Mario
1974a. "La producción neocolonialista del espacio". *Papers. Revista de Sociologia*, 3: 201-217.
- Gaviria, Mario
1974b. *España a go-gó: turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Madrid: Ediciones Turner.
- Harrill, Rich
2004. "Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning". *Journal of Planning Literature*, 18(3): 251-266.
- Mantecón, Alejandro
2009. "El turismo como noticia. Aproximación al discurso periodístico entre 1960 y 2000". En Latiesa, Margarita; García Ferrando, Manuel y Álvarez Sousa, Antón (Eds.), *Sociología del ocio y del turismo: tipos, planificación y desarrollo* (pp. 211-228). Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Mantecón, Alejandro
2016. "La opinión pública sobre el turismo. Crítica y propuesta para una nueva orientación". *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2): 110-123.
- Merton, Robert K.
1948. "The Self-Fulfilling Prophecy". *The Antioch Review*, 8(2): 193-210.
- Milano, Claudio
2017. "Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales". *Marea urbana*, 1.
- Mira, Eduard
2017. "Turisme i turismofobia". *Levante*, 6 de septiembre. <<http://www.levante-emv.com/opinion/2017/09/06/turisme-i-turismofobia/1611947.html>>. [Consultado el 10 de septiembre de 2017].

Monfort, Vicente e Ivars, Josep

2001. "Towards a sustained competitiveness of Spanish Tourism". En Apostolopoulos, Yorghos; Loukissas, Philippos y Leontidou, Lila (Eds.), *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change* (pp. 17-38). Londres y Nueva York: Routledge.

Murray, Iván

2015. *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Barcelona: Alba Sud.

Rasoolimanesh, S. Mostafa; Jaafar, Mastura; Kock, Ned F. y Ramayah, Thurasamy.

2015. "A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions". *Tourism Management Perspectives*, 16: 335-345.

Sumner, William Graham

1919. *War and Other Essays*. New Haven: Yale University Press (edición de Albert Galloway Keller).

Thomas, William I. y Thomas, Dorothy S.

1928. *The child in America: Behavior problems and programs*. New York: Knopf.

Recibido: 22/09/2017

Reenviado: 15/10/2017

Aceptado: 16/10/2017

Sometido a evaluación por pares anónimos