

RECONFIGURANDO EL ENTRAMADO TURÍSTICO:
TRES BREVES ENSAYOS A CARGO DE “TURISMOGRAFIAS”

Daniel Malet Calvo
Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL)
ISCTE-IUL. Instituto Universitário de Lisboa

Sergi Yanes
Grup de Recerca sobre Exclusió i Control Socials (GRECS)
Observatori d'Antropologia del conflicte Urbà (OACU)
Universitat de Barcelona

Andrés Antebi
OVQ - Observatori de la Vida Quotidiana

Resumen

Presentamos tres breves ensayos etnográficos realizados en contextos turísticos por parte de la recién formada plataforma “Turismografías: Investigación en Red sobre turismo y procesos urbanos”. En primer lugar, el modelo teórico de las “movilidades” nos permite pensar el desplazamiento de los estudiantes Erasmus en Lisboa (Portugal) como una mezcla motivacional de educación, ocio y migración laboral. Seguidamente, las prácticas turísticas aparecen como un sistema de relaciones humanas y no-humanas que componen el inestable paisaje social de Lloret de Mar (Cataluña), siguiendo el marco teórico de

Abstract

Three brief ethnographic essays on tourist sites are presented by the newly formed platform “Tourismographies, a Research Network on Tourism and Urban Transformation”. First, mobility studies are used to understand the journey of the Erasmus students in Lisbon (Portugal) as a motivational mix of education, leisure and labour migration. Second, the unstable social landscape of tourist practices in Lloret de Mar (Catalonia) is presented according to the ANT theoretical framework as a system of human and non-human relationships. Finally, the

la ANT. Finalmente, el relato etnográfico se pone al servicio de la resistencia vecinal ante los problemas de convivencia y la incapacidad institucional de resolver los conflictos que causa la turistificación en el barrio de la Barceloneta (Barcelona). Se propone la ciudad turística como el escenario paradigmático del capitalismo postindustrial, donde éste se realiza plenamente como un modelo total.

Palabras-clave: Turismo, procesos urbanos, Barcelona, Lisboa, Lloret de Mar.

ethnographic account is used to explain the neighbours mobilization in the face of the unsolved conflicts and conviviality problems caused by the excesses of tourist fluxes in the Barceloneta neighbourhood (Barcelona). The tourist city is proposed to be the paradigmatic stage of post-industrial capitalism, where it is accomplished as a total model.

Keywords: Tourism, urban processes, Barcelona, Lisbon, Lloret de Mar.

1. Introducción

Una buena muestra del interés que despierta el turismo entre la profesión antropológica en el Estado Español son los recientes números temáticos consagrados al tema, que vienen ocasionando una lluvia abrumadora de referencias, perspectivas y contextos de estudio: la *Revista de Antropología Experimental* (número 15), la *Revista Andaluza de Antropología* (volumen 8), el referente constante de la revista *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, o el presente volumen de *Quaderns de l'ICA*. Con la voluntad de situarnos en este movimiento, sirva el siguiente texto como lanzamiento formal de “Turismografías: Investigación en Red sobre Turismo y Procesos Urbanos”, una iniciativa que nace de la confluencia de varios antropólogos que llevamos algunos años trabajado en contextos turistizados de algunas ciudades del sur de Europa. Tres son nuestros objetivos principales. Ante todo, se trata de tejer una red de investigadores/as sociales que trabajen de forma coordinada sobre aspectos diversos de las realidades turísticas contemporáneas, recogiendo el testimonio de aquellos que hablan del estudio del turismo como una etnografía global (Di Giovine 2011). En segundo lugar, “Turismografías” trata de establecer lazos de colaboración política con organizaciones o colectivos que se encuentren agrupados alrededor (o que piensen críticamente) las consecuencias del turismo sobre las vidas de los habitantes de las principales ciudades receptoras. En tercer lugar, se considera prioritaria la producción y difusión de materiales y trabajos sobre turismo en una plataforma en la red, para hacer accesibles las implicaciones sociales y urbanas del turismo más allá del ámbito académico.

“Turismografías” recoge y asume la tradición multidisciplinaria del estudio del turismo desde las ciencias sociales (Smith 1989; MacCannell 1999; Cohen 1984; Crick 1989; Urry 1990; Nash y Smith 1991; Lew et al. 2004) ahondando especialmente en las relaciones, los contextos y las imágenes que componen el paisaje del turismo global. Además, el fenómeno turístico ha permitido a la antropología desafiar ámbitos y categorías tradicionalmente consideradas como estáticas, pensando reflexivamente conceptos como “identidad local”, “aculturación” o “patrimonio cultural” (Stronza 2001). De esta manera, los estudios clásicos sobre la función ritual del viaje entre las clases medias de los países emisores (Graburn 1989) o la evaluación del impacto turístico y el cambio cultural en determinados contextos (Turner y Ash 1991) han dado lugar progresivamente a una comprensión más amplia y dialógica del sistema de actores, desplazamientos y miradas transnacionales que sustentan el negocio global del turismo.

Así, entendemos el turismo contemporáneo como un proceso de reorganización neoliberal de lo urbano (Meethan 2001; Harvey 2007), que atraviesa sistemas técnicos, entornos construidos, naturalezas y prácticas cotidianas, y que además supone modos intensos, masivos y sofisticados de producir, explotar y consumir la ciudad (Hernández-Ramírez 2012). En este trabajo continuo de producción del objeto turístico, el papel de la “cultura” como factor de atracción y como “autenticidad” consumible (Wang 1999) se vuelve central, revelando multitud de perfiles motivacionales entre los visitantes (Cohen 1979). Así, el turismo -de creciente complejidad y mutabilidad- no solo implica el transporte y desplazamiento de grandes contingentes humanos desde y hacia una amplia variedad de orígenes y destinos, sino también los discursos, las actividades y las prácticas desarrolladas por todos los actores sociales implicados en la producción y reproducción de estos desplazamientos transnacionales. En la gestión de estos movimientos, se ubican actores económicos e institucionales que tratan de controlar gran parte del funcionamiento “industrial” del turismo (Murray 2013), recogiendo los beneficios y desatendiendo la mayor parte de sus consecuencias sociales en los territorios, los cuales quedan normalmente en manos de las administraciones públicas (Buades et al. 2012).

Ahora bien, sea el turismo una industria al servicio de la acumulación del capital, un sistema multisituado de interacciones relacionales, o un conjunto de movibilidades con regímenes concretos de motivación (con mucha probabilidad, sea todo lo anterior), es la práctica etnográfica el hilo metodológico común que atraviesa nuestros trabajos. Por citar algunas “turismografías” que se están llevando a cabo en esta red incipiente, podemos señalar el trabajo de Marc Morell en Mallorca, donde una multiplicidad de actores sociales contribuye a la producción del espacio turístico, en el contexto de la revalorización del suelo (Morell 2013); o el seguimiento que Caterina Borelli está reali-

zando en Venecia de las prácticas ordinarias y extra-ordinarias de adaptación y resistencia de los residentes ante la deriva turística de la ciudad. Así, ofrecemos a continuación tres contextos que los autores se encuentran trabajando en estos momentos (a razón de autor por contexto) cuya heterogeneidad es bien significativa de la orientación de nuestro proyecto: se trata de perfilar paisajes del turismo aparentemente dispares con el objetivo de hacer emerger nuevos paradigmas para la comprensión de las movilidades ociosas. En este sentido, el proyecto de “Turismografías” se sitúa en el marco de la actual reconfiguración epistemológica de la disciplina (Nogués Pedregal 2009), batallando todavía en el centro de la disolución de las antiguas demarcaciones entre turismo y migraciones, entre producción y consumo, entre trabajo y tiempo libre. Estas antiguas oposiciones (como la de *hosts-guests*) oscurecen la comprensión de la enmarañada infinitud de prácticas, actores sociales y movilidades que constituyen el campo de estudio que llamamos turismo (Coles et al. 2005; Mavric y Urry 2009). Para superar tales circunscripciones, la mirada etnográfica que proponemos desde “Turismografías” pretende observar y reconstruir la incidencia de los procesos turísticos mientras se desarrollan en varias escalas (micro-local, local, regional, nacional y global), como proponen Neveling y Wergin (2009), así como sus múltiples intersecciones con otros tantos procesos sociales. Presentamos seguidamente tres breves “turismografías” que se están desarrollando en este momento: las movilidades de ocio entre los Estudiantes Erasmus en Lisboa (Portugal), el entramado de prácticas turistificadoras que tienen lugar en Lloret de Mar (Cataluña), y el movimiento vecinal de reacción a la sobreocupación turística en el barrio de la Barceloneta (Barcelona).

2. Movilidad académica y producción de destino: los estudiantes Erasmus en Lisboa¹

Como es bien sabido los Erasmus son aquellos estudiantes de educación superior que protagonizan una migración estudiantil de media duración (entre 5 y 12 meses) en el interior de un área geográfica que abarca los 28 países de la Unión Europea más Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza, Turquía y las repúblicas de la antigua Yugoslavia. Mediante un acuerdo bilateral entre facultades que tiene como telón de fondo un programa de equivalencias de créditos y de ayudas financieras de la Unión Europea, los Erasmus

1. Los siguientes materiales provienen de una investigación financiada por la *Fundação para a Ciência e a Tecnologia* del gobierno portugués, que tiene como título: “Agentes transnacionais nos processos de patrimonialização da cidade: o caso do programa ERASMUS em Lisboa [SFRH/BPD/85169/2012]”.

empresan una etapa de movilidad estudiantil marcada por los deseos de tipo recreativo propios de la construcción global de la juventud. La movilidad Erasmus es presentada, representada y reconocida como una mezcla de educación, ocio, viaje y experiencia vital que lleva a algunos autores a hablar de “turismo académico” (Rodríguez et al. 2012): los Erasmus escogen muchas veces su destino no tanto por la calidad de la institución de acogida como por las atracciones ofrecidas en el destino. ¿Son pues los Erasmus, turistas? Qué tipo de turismo representan? Más allá de los *Pull & Push factors* los jóvenes Erasmus emprenden lo que viene a ser un “viaje de juventud” (Jafari 1992) episodio vital caracterizado por la separación del mundo adulto y por intensos procesos colectivos de construcción de la subjetividad: afirmación de una visión del mundo, exaltación de la amistad, alejamiento de las constricciones familiares, emancipación y aprendizaje vital. La llamada “experiencia Erasmus” -siempre relatada por sus protagonistas en términos de descubrimiento y crecimiento personal- no deja de ser un ritual de paso de una determinada clase social desde la juventud para la condición de adultos, caracterizada por la adquisición del llamado “capital de la movilidad” (Murphy-Lejeune, 2002). En este sentido, su viaje no puede dejar de recordar al Grand Tour, aquella institución propia de la educación vital, cultural y sentimental de las élites del siglo XVII, XVIII y XIX, y que se encuentra en los orígenes mismos del turismo (Towner 1985).

Aunque debemos salvar las distancias con el Grand Tour, los protagonistas de la movilidad estudiantil en general no dejan de ser una minoría dentro de la minoría que consigue entrar en la universidad, lo que conduce algunos autores a hablar de los estudiantes internacionales como una “élite migratoria” (Musgrove 1963). Ahora bien, la escasez de las ayudas financieras del programa Erasmus convierte esta movilidad en una inversión familiar que no siempre se realiza desde una posición privilegiada; de hecho, los Erasmus presentan perfiles socio-económicos que oscilan entre dos extremos (Souto-Otero 2008). Por un lado aquellos jóvenes europeos criados en familias cosmopolitas donde aprendieron el placer de viajar, el gusto por hablar lenguas extranjeras y una actitud de interés y apertura frente a las “diferencias culturales”. Por el otro, encontramos aquellos jóvenes procedentes de familias de clase media (y hasta en algunos casos de clase media-baja) que, con un cierto esfuerzo económico, invierten en la educación y en la movilidad de sus hijos en una clara estrategia de ascenso social (King y Ruiz-Gelices 2003). Una mirada más próxima sobre nuestro contexto de estudio particular (la ciudad de Lisboa, Portugal) permite caracterizar mejor los perfiles socio-económicos y motivacionales de los estudiantes según sus países de procedencia: niveles diferenciados en el financiamiento de las becas, proximidad (o distancia) transfronteriza, lingüística o cultural, así como diferencia en el precio de la vida, influyen notablemente en la elec-

ción de destino. Los grupos nacionales más representados entre los Erasmus en Lisboa -21% españoles, 17% italianos, 11% alemanes, 9% polacos y 6% franceses-, muestran un perfil que nos habla tanto de las movibilidades emprendidas desde las clases medias y medias-bajas que buscan un destino académico próximo y barato (muy común entre los españoles) como aquellas modalidades de viaje más asociadas al ocio y al turismo “levemente” exótico (más comunes desde el norte de Europa).

Hasta aquí podríamos pensar que la trayectoria estudiantil transnacional de un Erasmus nada tiene que ver con la industria del viaje, y menos con la experiencia de ocio programado propia del turismo de masas. Sin embargo, el mundo social de la mayor parte de los Erasmus en Lisboa se construye alrededor de actividades especialmente dirigidas al colectivo de estudiantes extranjeros: cenas temáticas, fiestas en discotecas, visitas turísticas o viajes por el país. Cuatro asociaciones locales (supuestamente sin ánimo de lucro y formadas por ex-Erasmus portugueses) organizan diariamente todo tipo de eventos, compitiendo por atraer al mayor número de estudiantes y por orientar sus primeras decisiones de consumo. La escala reducida de la ciudad y la capacidad de movilización de estas organizaciones para difundir el “dónde” y el “cuándo” en el consumo de ocio urbano, facilita una intensa endogamia social entre los Erasmus, que en pocos días multiplican sus redes de amigos y conocidos, en un ambiente de alcoholización generalizada. Este proceso de homogeneización de la experiencia de los estudiantes internacionales genera una especie de efecto al que podríamos llamar “Cruceiro Erasmus”. Este aislamiento de los estudiantes extranjeros entre sí ha sido señalado en numerosas ocasiones: los estudiantes internacionales tienden a agruparse entre ellos, lejos de las interacciones con los locales (Mitchell 2012). Por otro lado, más allá de este primer ámbito de socialización primaria, los Erasmus muestran una gran inclinación a formar unidades de habitación y de socialización entre individuos con la misma nacionalidad (o hablantes de la misma lengua), con los cuales forman subconjuntos de amistad más íntimos. En Lisboa estos grupos son muy reconocibles: españoles, italianos y hablantes fluidos del inglés forman tres comunidades lingüísticas distintivas entre los estudiantes Erasmus. Finalmente, más allá de estos mecanismos de agrupamiento nacional y/o lingüístico, los Erasmus buscan otros espacios provisionales de afinidad, corrigiendo la distancia con los locales y rechazando abiertamente la etiqueta “Erasmus”, como hacen los “viajeros” que no se quieren “turistas”. Podemos ciertamente hablar de Erasmus “alternativos” contemplando las variadas estrategias de distinción mediante las que algunos estudiantes articulan su vida cotidiana en Lisboa, reivindicando culturas juveniles transnacionales (estéticas, políticas, de consumo). En Lisboa numerosos Erasmus “neo-bohemios” o “politizados” -verdaderos enamorados de la ciudad y de lo local- se

alejan de la etiqueta “Erasmus” mediante discursos inflamados contra los turistas y los Erasmus “mainstream”.

Ahora bien, ¿Son tan diferentes los unos de los otros para las dinámicas de transformación urbana? ¿Qué impacto representa la invasión estacional de estos estudiantes en la ciudad? Lisboa, ciertamente, se ha convertido durante los últimos 5 años en un destino turístico cada vez más apreciado, una tendencia que se ha visto acompañada por su éxito entre los estudiantes Erasmus. Unos 30.000 Erasmus han circulado por Lisboa desde el 2.000 al 2013 (un 62% los últimos 5 años) transformando significativamente el paisaje de la ciudad y la economía urbana². Dejando de lado los estudiantes extranjeros residentes, unos 7.000 estudiantes pasan anualmente por Lisboa en diferentes programas de intercambio, siendo Erasmus la mayor parte de ellos. Este gran contingente de habitantes temporales ha comportado la transformación del mercado de la vivienda en el centro de la ciudad, compuesto hasta el momento por residencias muy degradadas y una estructura poblacional muy envejecida. La Nueva Ley de Arrendamientos Urbanos (NRAU, en sus siglas portuguesas) viene a favorecer la profesionalización del sector de la vivienda estudiantil, permitiendo la cancelación de las rentas antiguas, facilitando el desahucio y favoreciendo claramente el incipiente proceso de gentrificación que están experimentando algunos barrios del centro de la ciudad (Malheiros et al. 2013). Por otro lado, como hemos visto, la presencia de los estudiantes supone un fortalecimiento de las estructuras económicas del ocio nocturno en ciertas áreas de la ciudad -en las cuales los excesos de los estudiantes extranjeros son especialmente tolerados por las autoridades-, además de los servicios asociados al turismo recreativo.

Además de estos conocidos procesos de transformación urbana -en los que los estudiantes intervienen a semejanza de los contingentes de turistas- los Erasmus presentan dos características distintivas: 1. Sus estrategias de inclusión urbana -dilatadas en el tiempo, culturalmente selectivas y relativamente autónomas- ofrecen inspiración a una serie de actores sociales para generar valor en las dinámicas de mercantilización del espacio urbano. Instituciones públicas, industria turística, sector del ocio y pequeños emprendedores, exploran los gustos y las prácticas de distinción de las poblaciones extranjeras, porque ellos identifican las potencialidades del lugar, atribuyen sentidos innovadores al territorio, inspirando nuevas tendencias de consumo (o de resistencia al mismo) dentro de la experiencia turística urbana (Malet Calvo 2013). 2. Sus estrategias de movilidad se replican en otras movilidades en la producción global del espacio: los Erasmus pasan rápidamente de la esfera del consumo turístico a la de la producción del

2. Datos obtenidos de PORDATA, Plataforma ‘Study in Lisbon’, y de la Agencia Nacional Erasmus+ (Portugal).

destino, cuando vuelven a la ciudad como trabajadores precarios, cuando escriben en sus blogs sobre la ciudad de la que están enamorados, cuando inspiran negocios sostenibles en barrios impredecibles. El ayuntamiento de Lisboa viene hace dos años promoviendo el programa “Lisboa, Cidade Erasmus”, con el fin de atraer emprendedores y jóvenes talentos, así como el capital que suponen nuevas matriculaciones. Así, las antiguas demarcaciones entre *hosts* y *guests*, entre producción y consumo, entre turismo y migración laboral aparecen difuminadas en las cortas biografías personales de estos estudiantes europeos de 22 años, mostrando la complejidad de las interacciones producidas en el campo de las movilidades.

3. Haciendo Lloret de Mar. El turismo como entramado múltiple, heterogéneo y performado

A lo largo de los últimos 50 años Lloret de Mar (Girona) se ha ido consolidando como un territorio destacado de la geografía turística del Mediterráneo. Si bien sus primeros pasos como *resort* de costa se remontan a principios del siglo XX, no es hasta principios de los años 60 que se inicia el desarrollo exponencial de la industria turística gracias a las favorables condiciones financieras y políticas del franquismo, todas ellas orientadas a la entrada de divisas mediante la explotación del lugar por parte de touroperadoras extranjeras. Como sucedió en otras poblaciones litorales de España (Gaviria 1979), aspectos como la concentración de la propiedad, la libertad de acción del capital inmobiliario, la falta de presión fiscal, la ausencia de controles sobre las importaciones y exportaciones de divisas, así como la existencia de una mano de obra barata, inmigrada, sin derechos laborales y sumida en viejos antagonismos de clase, fueron determinantes para asentar los pilares sobre los que se levantó la nueva urbe. Atrás -debajo- quedaron los restos de la sociedad rural predecesora. Casi de la noche a la mañana, los lugareños dejaron la barca y la huerta y fueron a pedir trabajo a los hoteles (Fábregas 1970). Décadas después y lejos de su obsolescencia, este proceso de explotación turística encuentra hoy en el contexto de la “flexibilidad” postfordista nuevas formas y nuevos relatos - “turismo de calidad” - con los que mantenerse abierto a la entrada de capitales.

Centro internacional y paradigmático del llamado turismo de “sol y playa”, lugar de esparcimiento de clases trabajadoras, paraíso vacacional de jubilados, zona franca para la diversión de miles de adolescentes... la abundancia discursiva que se ha generado sobre Lloret, y que Lloret ha generado de sí misma, muestra una centralidad que tal vez sólo pueda ser compartida por lugares como Calvià, Magaluf, Benidorm o Salou, todos ellos

competidores directos de Lloret en el mercado estatal del susodicho modelo de turismo. A pesar de esa centralidad, la eclosión de nuevos o renovados destinos urbanos a partir de los años 90 -como consecuencia directa de un proceso neoliberal de desindustrialización y terciarización en las ciudades- ha desplazado el grueso del análisis científico del turismo a la urbe, relegando esos viejos territorios turísticos a un cierto desinterés académico. Así, la siguiente investigación pretende colaborar en una necesaria restitución académica de estos territorios y sociedades, y con ella, resituar su análisis también a la luz de los actuales enfoques antropológicos³.

En este sentido y más allá de evidenciar las asimetrías y relaciones de poder que organizan el turismo en Lloret como orden social totalizador, esta investigación trata de problematizar las prácticas relacionales que componen su dimensión pública, y por ello propone abrir el abanico de actores, materialidades y relatos y atender a su compleja expresividad. Diríamos que no se trata tanto de buscar el turismo como explicación sino de encontrárselo por ahí, a pie de calle, atravesando las relaciones que se establecen, es decir, *haciéndose*, ensamblándose (Latour 2005). La etnografía se centra en tres escenarios centrales del turismo en Lloret: la avenida Just Marllès (epicentro del ocio nocturno), la calle Sant Pere (principal eje comercial) y el área costera (paseo marítimo y playa), todos ellos son puntos sólidos -aunque no estables- que nos facilitan un cierto grado de situación y concreción.

La propuesta teórico-metodológica es el resultado de una combinación selectiva de paradigmas propios de la antropología urbana y del llamado giro práctico que proponen las posturas ontológicas y epistemológicas que derivan de la Actor-Network Theory y la Non-Representational Theory. Todo ello con la intención de acercarnos -mediante el rastreo exhaustivo de todo tipo de rutinas y pugnas de ocupación, uso, apropiación y narración- a la naturaleza encarnada, performativa, procesual y cotidiana de los fenómenos que constituyen la vida urbana en un contexto turístico como este. Así, y a pesar de las diferencias y las singularidades que albergan estas propuestas analíticas y conceptuales, todas ellas coinciden en poner el acento en la dimensión práctica de la realidad, lo cual nos permite trazar un hilo conductor común y plantear un proyecto etnográfico adecuado a su naturaleza. En ese sentido, partimos de la idea de espacio turístico -o apropiación turística del espacio- que se desprende de estas filosofías de la acción, es decir, la de un evento cotidiano hecho *-haciéndose-* de relaciones múltiples y heterogéneas, de posibilidades y de inestabilidades (Bærenholdt et al. 2004; Coleman

3. La presente sección del artículo constituye una síntesis de la tesis doctoral de Sergi Yanes: Abierto por vacaciones. Una etnografía de la apropiación turística en Lloret de Mar, defendida el 15 de Enero de 2016 en la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona.

y Crang 2002; Edensor 2000, 2001; Quinn, 2007; Franklin 2012). El objetivo último ha sido realizar una travesía por la red de relaciones tejidas por la acción cotidiana de los actores que habitan el lugar, los que con sus prácticas, narrativas y tecnologías, participan en la producción y re-producción de múltiples espacios turísticos. Y es que como Kowalczyk (2014: 12) defiende, “*No universal “tourist’s space” can exist; only “tourists’ spaces” are possible*”.

Aunque el papel organizativo y regulador de las touroperadoras especializadas en adolescentes es notable, la puesta en escena de hábitos cotidianos y prácticas no reflexivas y repetitivas a lo largo de los tres escenarios urbanos reflejan un cierto grado de “sentido común” entre los transeúntes, los cuales no llegan nunca a separarse completamente de los hábitos de sus vidas cotidianas al encarnar al “turista” (Franklin 2012; Uriely 2005). Esto dificulta establecer qué tiempos, espacios y esfuerzos pueden ser conceptualizados como ocio y cuáles no. Al aceptar que la pragmática de los usos y prácticas que se despliegan forman el “saber estar” del turismo en Lloret, y que el hábito organiza la vida cotidiana de los individuos, resulta pertinente contemplar eso que denominamos turismo como un conjunto de prácticas imbricadas en lo cotidiano que refuerzan o rompen convenciones (Edensor 2001; Larsen 2008). Esta sencilla afirmación abre el objeto y lo recupera del ámbito de lo extra-ordinario en el que a menudo se le coloca. Pero que la puesta en escena del turismo en Lloret se nutra básicamente del sentido común de los individuos (si se prefiere, devenidos turistas) no implica que nos encontremos ante un ensamblaje urbano que no los interpele. En todo momento, multitudes de actores heterogéneos intervienen, coreografían y restringen el quehacer de los turistas en base a pautas preescritas, impidiendo desvíos, gestionando itinerarios y facilitando guiones performativos a pie de calle. Basureros (y camiones de basura), porteros de discoteca, guías turísticos, mobiliario urbano, dispositivos señaléticos, tramas, semáforos, pantallas, altavoces, olores, etc., participan en la escena recodificando normas de actuación y reforzando la praxis del sentido común. Son los directores y administradores del escenario turístico (Edensor 2001), una maquinaria discursiva, reguladora y normativa que dirige la performance de los turistas, apoyando sus propias comprensiones sobre cómo comportarse, qué itinerarios seguir, qué uso del tiempo hacer, qué fotografiar, cuándo, desde qué ángulo... Esa maquinaria trata de ordenar para su control un ambiente sensorial y material monitoreado, capaz de producir paisajes codificados bajo señales visuales y afectivas. Orientar y delimitar, en definitiva, las posibilidades de lo social, evitando usos e identidades alternativas a las prefiguradas y coaccionando apropiaciones espaciales capaces de modificar o subvertir las funciones con que fueron diseñados esos dispositivos del entorno. En ocasiones este control del espacio se realiza de manera sutil, en otras,

de forma explícita y amenazante con la presencia constante, por ejemplo, de patrullas policiales -antidisturbios- a lo largo de Just Marlès durante las noches de verano. Su cometido: que el exceso se canalice en consumo y no desborde los marcos impuestos por el escenario turístico.

Pero como se aprecia en la cotidianeidad del lugar, no todos los actores que intermedian y guían la experiencia del turista están previamente institucionalizados. La acción independiente de comerciantes o agentes locales (llamémosles vecinos) a la hora de sugerir, indicar o aconsejar, también engrasan las redes de interacción de los turistas. Es algo que Edensor también advierte y el resultado es muy similar al anterior: reducen el grado de desorientación y guían la acción. Algo parecido sucede con aquellos encuentros que a menudo establecen los propios turistas entre sí a la hora de orientarse o seleccionar localizaciones en el entorno urbano. En cierto modo es como si los roles de los “administradores” fueran también reinterpretados por los propios turistas valiéndose de la experiencia colectiva del lugar -y de unos códigos comunicativos compartidos- para resolver incertezas, orientarse en el entorno o asumir criterios de comportamiento. Si para el local el turista es asumido como un individuo desorientado y sin criterio, para el turista su semejante puede ser visto como todo lo contrario, un aliado en quien confiar a la hora de tomar decisiones. La distancia que separa los intereses que expresan unos y otros en el lugar, colabora en la identidad que se otorgan mutuamente. La elección de una playa (o un sector de playa), una discoteca, un lugar donde comer, un esquina donde orinar o un horizonte donde mirar, así como el comportamiento desplegado en múltiples cara a cara, también está mediado por la confianza que los propios turistas se otorgan entre sí cuando coinciden en el lugar.

Si las prácticas, agencias y relaciones observadas en las calles y playas de Lloret permiten afirmar que su turismo es regulado, dirigido y coreografiado, también nos permiten descubrir que al mismo tiempo es improvisado y contestado. El hábito provee códigos identificables sobre los que reaccionar, del mismo modo que la regulación llama incesantemente a la libertad (Frykman y Löfgren 1996). Por un lado, la escenografía turística contextualiza la práctica: administra, facilita el tránsito dirigido y contiene objetos situados discrecionalmente alrededor de los cuales la performance es organizada (Edensor 2000). Pero por otro, y a pesar del constreñimiento que implica la organización concreta de la materialidad y las cualidades sensoriales del escenario, éste no siempre determina el tipo de acciones que se llevan a cabo. El abordaje cuerpo a cuerpo y a ras de suelo nos posibilita observar cómo las indicaciones pueden ser desobedecidas, generándose desviaciones, usos o apropiaciones alternativas a las indicaciones de los directores y coreógrafos de un entramado saturado de cuerpos y trayectorias. Es lo que sucede cuando los turistas

ocupan la playa de noche a pesar de la intención disuasoria de los aspersores de agua, cuando algunos jubilados prescinden de las indicaciones de los guías, cuando una pareja se baña en el mar con bandera roja, cuando un hombre desatiende los pasos de cebra al cruzar la calle, cuando un grupo se adentra por rutas no marcadas, cuando 200 jóvenes cortan la avenida Just Marlès y se enfrentan a la policía, cuando una pareja irrumpe en la arena de la playa para mantener sexo apasionadamente. Todas estas escenas, lejos de representar una mera sucesión secuencial e inconexa, están enredadas -enredándose- entre sí en un continuo hacerse y deshacerse (Doel 2007), dando forma a una reconstitución subjetiva del espacio llevada a cabo por unos actores que no siempre reproducen el orden social y espacial con el que otros actores -llamémosles institucionales- tratan de regular y administrar sus prácticas. Los turistas inscriben, marcan y ocupan el espacio teatralizándolo, desbordan el supuesto cariz aséptico, neutral y apolítico que las instancias del urbanismo turístico lloretense tratan de imprimir a sus formas y texturas, cómo unos y otros defienden su “obra espacial” y despliegan estrategias, resultando un verdadero campo de batalla. La fuerza de lo efímero (Hiernaux 2000) no impide la capacidad de marcaje, ordenación y producción espacial de estos actores, sino que todo lo contrario, la intensifica. El turista desafiado y ajeno a la realidad del lugar, se encuentra en él con dispositivos perfectamente reconocibles y significativos, reaccionando y resistiendo a los intentos de dominación espacial que se le intenta imponer.

El ejemplo etnográfico de Lloret permite desentrañar aspectos concretos y nada despreciables de la vida pública que organiza y da forma al turismo. Las calles de Lloret y las dinámicas sociales que construyen y albergan, son el producto de una red de dispositivos sociotécnicos dispuestos y ensamblados para dirigir un consumo turístico sin límites aparentes. En tanto que escenarios que ofrecen -dentro y fuera de los escaparates- el espectáculo que fetichiza la mercancía y convierte los objetos de deseo en bienes de consumo (Lefebvre 1973), las calles devienen centrales para los intereses particulares del negocio turístico; es donde se encuentran las particularidades sociales -naturales, urbanas, tecnológicas, ambientales, económicas, políticas, culturales...- que pueden servir para su proyecto. Quizás por eso, los usos y apropiaciones en forma de desviaciones y resistencias que se ejecutan -a menudo de forma improvisada- por parte de los transeúntes -sean estos identificados como turistas o no-, se presentan como obstáculos que pueden llegar a desbaratar las lógicas de ese entorno dispuesto y planificado para ser consumido. Atendiendo a la complejidad de la vida social, en este caso en el contexto turístico de Lloret, observaremos -tal vez una vez más- que el desarrollo de múltiples experiencias implica siempre la existencia de múltiples espacios (Merleau-Ponty 1976), y en ellos, en su relación y superposición, la tensión inherente que los atraviesa. Un paso

más, tal vez, que nos puede permitir liberarnos de la asfixia social que implican ciertos conceptos y desplazarnos a un campo abierto a posibilidades, desviaciones y desbordes.

4. *Itinerarios turísticos de Barcelona. Idas y vueltas por las calles de la Barceloneta airada*

La línea de investigación que desarrollamos en Barcelona, uno de los destinos urbanos más visitados del mundo, es a la vez fruto y continuación del proyecto iniciado por el Observatori de la Vida Quotidiana en 2008, en el que durante 3 años, siete investigadores⁴ analizaron el desarrollo del fenómeno turístico en la ciudad a partir de los usos, consumos, ocupaciones e itinerarios que los turistas siguen, producen y elaboran en sus calles, plazas y playas (Horta et al, 2010). Queríamos saber mejor, a pie de calle y cuerpo a cuerpo, hasta que punto la conjunción de las políticas de promoción turística y planificación urbanística transformaban las dinámicas socioespaciales de determinados enclaves. El trabajo resultante, titulado *A voltes. Pels itineraris turístics de Barcelona*, es una de las primeras monografías -todavía inédita- realizadas desde la antropología social sobre turismo y usos del espacio público en la ciudad. Se articuló en base a estudios de campo multisituados en zonas densamente turistificadas – La Rambla, Sagrada Família, Raval, Port Vell y la Barceloneta- combinando una aproximación etnohistórica a cada área con herramientas conceptuales y metodológicas propias de la etnografía urbana. Si el viaje turístico da lugar al afloramiento de un *si mismo* reprimido durante la mayor parte de los días y las noches del año, ¿Cómo articular el cuerpo inacabable de las relaciones sociales hechas de gestos, actitudes, conductas, miradas, silencios, estallidos, palabras, interrelaciones y experiencias ligadas a la presencia del turista en la calle?, nos preguntamos. ¿Como se va tejiendo, desde la calle el *encounter*, que acaba por configurar -o tal vez finiquitar- la relación entre anfitriones y visitantes?

En el caso concreto de la Barceloneta, una de las puntas de lanza en el proceso de turistificación de la ciudad, esa relación *host/guest* se ha ido deteriorando a velocidad de vértigo en los últimos tiempos. Y son cada vez más los habitantes del barrio que han ido cambiando un discurso basado en la hospitalidad con el que viene de fuera por una suerte de ira turistófoba. Las movilizaciones vecinales del verano de 2015 trascendieron las voces críticas aisladas, que a duras penas conseguían hacerse oír más allá de los

4. Gerard Horta, Andrés Antebi, Laura Cardús, Pablo González, Adrià Pujol, Sergi Yanes y Daniel Malet Calvo. Estudio financiado por el Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya. Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2008-2011).

círculos académico-activistas y prendieron en distintas zonas de la ciudad como Ciutat Vella, Gràcia, Sagrada Família o Poble Sec, al grito -por resumir- de “la ciutat no està en venda”, situando el asunto en una nueva dimensión. Tanto es así, que la derrota electoral del ya ex-alcalde Trias, puede atribuirse, en parte, a su gestión en este campo.

De tradición obrera, portuaria e industrial, la Barceloneta es, paradójicamente, un enclave que no puede explicarse sin referirse a la extranjeridad y las diversas procedencias, fruto de sucesivas migraciones a lo largo del tiempo. Físicamente, constituye el núcleo habitado más próximo a la playa de toda Europa, y su franja litoral es un espacio que ya cumplía una función de recreo (Tatjer 1973), en clave barcelonesa, desde mediados del siglo XIX, tras la proliferación de baños de mar, clubs de natación y pequeños restaurantes a pie de playa. Ahora bien, hasta el inicio del ciclo olímpico (1986-1992), cuando fue reconvertido en uno de los símbolos del macroproceso de “revitalización” de la ciudad (Balibrea 2004; Delgado 2007), su casco urbano era considerado en líneas generales un territorio marginal y muy pocos visitantes se aventuraban a caminar por sus estrechas callejuelas. En menos de dos décadas, la zona ha cambiado de *status* por completo y ahora es un barrio de moda, cuyas minúsculas viviendas tienen precios por metro cuadrado que se sitúan entre los más caros de la ciudad. Además de la playa como reclamo principal, en el proceso de construcción público/privada de la Barcelona turisticada, el lugar cumplía otros dos requisitos que encajaban a la perfección con el modelo: se prestaba a una profunda reforma urbanística modernizadora y tenía una dimensión simbólica -sus gentes afables, su olor a pescadito frito, sus ropas tendidas al viento en los balcones- asociable a un estereotipo de *mediterraneidad* que se ha revelado ciertamente exitoso desde un punto de vista comercial. Alrededor del casco urbano del barrio, los paseos de los turistas se articulan sobre tres ejes principales que fueron construidos, ampliados o reformados durante el ciclo olímpico. La mayor parte del flujo humano proviene del Moll de la Fusta, vía presidida por la icónica gamba de Javier Mariscal que une el final de La Rambla con el Passeig de Joan de Borbó. Éste paseo es el principal acceso al barrio y sus playas. El otro punto caliente es el Passeig Marítim, junto a la línea de la costa. El primer tramo se construyó en 1959 y supuso el principio del fin de los barrios de barracas del Gas y el Somorrostro, emplazados sobre la arena. Su última ampliación se realizó en 2009, y sirvió para completar la conexión peatonalizada con el lujoso hotel W, popularmente conocido como hotel Vela.

Cualquier día de verano, estas vías peatonales que llevan hasta las aguas y permiten pasear junto a la costa, presentan el aspecto de un hormiguero multicolor que huele a sudor y crema solar. Los cuerpos brillan, caminando en todas direcciones, y lucen las clásicas vestimentas de “ir a la playa”- bañadores, camisetas sin mangas, gorras, sombre-

ros, mochilas y gafas de sol. Los transeúntes comen helados o consumen refrescos, hacen fotos y conversan distendidamente. Aquí el turista, tan detectable a veces, se confunde con lugareños y migrantes en una versión *reloaded* de aquel “cóctel demencial” que Gato Pérez percibía en La Rambla de los años del destape. No es fácil distinguir la procedencia de aquellos que van a pie en busca de la playa o regresan de ella. Sin embargo, más allá de las caminatas, la emergencia del tránsito turístico rodado, ha redimensionado los usos de esos espacios y sí se ha revelado como un factor distintivo. Las superficies amplias y prácticamente llanas de los paseos reurbanizados han favorecido la aparición de un variadísimo muestrario de artilugios con ruedas - bicicletas, bici-taxis, *segways*, patinetes, skateboards y *rollers*, entre otros- y el florecimiento asociado de empresas de alquiler por horas de todos esos dispositivos. Se ha producido, en los últimos años, un nuevo giro vial del turismo en Barcelona, caracterizado por el aumento exponencial de la movilidad rodada a través de una trama urbana antes destinada a los peatones. Y, en paralelo, se ha abierto la puerta también a una progresiva colonización del asfalto, encarnada en motocicletas, *go-cars* y otros vehículos similares, renovados temporada a temporada. Si el turista urbano contemporáneo es ante todo un ávido consumidor de itinerarios, las playas de la Barceloneta y sus alrededores constituyen a todas luces un territorio ideal. Los más devotos se desplazan directamente hasta allí desde el aeropuerto y arrastran sus maletas con ruedas sobre la arena, con la intención de mojarse los pies, en una suerte de micro-ritual de bienvenida.

Pese a todo, la progresiva sobreocupación de la playa y la de sus principales vías de acceso, es una cuestión que no había despertado un excesivo recelo entre vecinos y vecinas del barrio. En líneas generales, la turistización se percibía como un “mal menor” que servía para mejorar urbanísticamente la zona y aportaba nuevas posibilidades económicas. Esos lugares eran zonas masificadas, prácticamente arrebatados a los locales en los meses de calor, pero precisamente por el uso intensivo que los turistas hacían de ellos, funcionaban como *frontstage* (Goffman 1993) que protegía el espacio íntimo: el casco urbano del barrio, sus estrechas calles rectilíneas y sus diminutas viviendas. El conflicto se ha desatado cuando la dinámica de sobreocupación turística ha desbordado sus propios límites y ha penetrado en el *backstage* del barrio. Ese desborde se ha materializado con la proliferación de pisos turísticos de alquiler -legales o ilegales- ocupados mayoritariamente por grupos de jóvenes en busca de playa y fiesta, atraídos por la nueva estética *surf* que está imponiéndose a través de tiendas de ropa, bares y todo tipo de servicios asociados en primera línea de mar. Además de las empresas inmobiliarias dedicadas a alquilar este tipo de alojamientos en el casco urbano del barrio, emergió con fuerza la actividad de nuevos negocios turísticos globales como *Airbnb* (Arias 2015) e incluso, en

muchas ocasiones, los propios vecinos, apurados económicamente o ávidos de dinero fácil, destinaron sus propiedades a este fin. Roto el perímetro hasta entonces reservado a los residentes permanentes, la vida cotidiana en calles y viviendas se ha ido modificando y el bullicio que se registraba en las grandes arterias peatonales y la zona de playas se ha ido expandiendo, retroalimentando la actividad turística por todos los rincones del barrio. En cualquier portal, es cada vez más común ver la imagen de nutridos grupos de turistas cargados de maletas esperando un *check-in*, o jóvenes sentados consultando sus tabletas y ordenadores portátiles. La extrema proximidad de las viviendas, muchas reconvertidas en ocasionales salas de fiesta entre amigos, hace que los ruidos sean una molestia imposible de resolver, sobretodo si tenemos en cuenta que en el barrio todavía vive mucha gente mayor y trabajadores que se incorporan, casi de madrugada, a su puesto de trabajo en el puerto. La vuelta a casa de los jóvenes, ruidosos y alegres, cantando por la calle o en las estrechísimas escaleras de los inmuebles, nunca pasa desapercibida.

La principal reivindicación del movimiento vecinal, bautizado como “La Barceloneta diu Prou” (la Barceloneta dice basta) es la abolición total de los pisos turísticos en el barrio. Ésta se combina con llamadas a erradicar el “turismo de borrachera”, el “incivismo” de los turistas y la petición de mayor seguridad -patrullas de policía- en las calles. Una de sus primeras acciones consistió en la formación de una gran cadena humana que recorría el Passeig de Joan de Borbó y una parte del Passeig Marítim, uniéndose a través de Almirall Cervera, la única calle ancha que atraviesa el casco urbano. Fue la viva imagen de una muralla humana defensiva alrededor de ese *backstage* profanado. En 2005, el Ayuntamiento de Barcelona aprobó una polémica ordenanza cívica, que incorporaba una serie de medidas muy restrictivas sobre el uso del espacio público. Aquella disposición se amparaba en un discurso de corte higienista, vinculado a la voluntad de construir una determinada imagen de ciudad, similar a la expresada hace más de un siglo por los impulsores de la primera Sociedad de Atracción de Forasteros. Para aquellos precursores (Arnús 1908) el turismo era un “aula de civilización” que tenía que servir para

«cambiar el aspecto indisciplinado que hoy presenta Barcelona. [...] sería muy conveniente que algo se empezara a hacer en este sentido para evitar que, v.g., los carreteros dirigiendo sus caballerías a grito pelado, las innumerables cabras que circulan por la ciudad ensuciando las aceras y rascándose contra las fachadas de las casas, los niños alborotando, y los vecinos, en general, tomando las calles por lo que no son, den a nuestra población un aspecto que no corresponde realmente a su importancia. Hora es ya de que en Barcelona se obligue a todo el mundo a respetar la disciplina urbana y acatar las ordenanzas municipales».

Piruetas de la historia, el sentido de las movilizaciones vecinales referidas en las calles de la Barceloneta presenta el turismo justo como lo contrario de un “aula de civilización”. Durante muchos años, la implantación del modelo, como ocurre en buena parte de las ciudades turistizadas, se sostuvo sobre la aceptación acrítica de una cierta “ideología del turismo” (Cócola 2015) o “régimen simbólico” (Smith 2005), según el cual el crecimiento indefinido de visitantes es un hecho que beneficia a toda la sociedad. A partir de 2008, los estragos causados por el estallido encadenado de las burbujas financiera e inmobiliaria, dieron nuevos bríos a aquel relato dominante. “Al turismo, ni tocarlo”, repetían sus promotores, “es nuestra principal arma contra la crisis”. Sorprendentemente, desde el verano del 2015 se ha modificado el marco referencial. La “ideología del turismo” ya no es un rodillo social y cada vez más gente se pregunta qué esconde esta imponente nave transatlántica en sus galeras.

5. Conclusiones

Cuatro grandes líneas estratégicas -que funcionan como ejes que se cruzan, se relacionan y se retroalimentan- orientan nuestros trabajos etnográficos:

1. Las fuerzas productivas del turismo: Si atendemos a la dimensión económica e industrial del turismo podremos apreciar que todo aquello que se consume (servicios, transportes, patrimonio, paisajes, experiencias) fue previamente producido por alguien. La apertura de esta relación producción-consumo nos conduce a observar y a analizar aquellos actores que *trabajan* para el turismo, así como sus relaciones con aquellos que obtienen los beneficios de su explotación (empresarios y/o turistas). Además, en el sistema productivo del turismo no podemos ignorar el papel de las agencias nacionales de turismo o de las instituciones políticas y administrativas locales, urbanas y supraurbanas. En esta línea de trabajo se desarrollan temas como la producción de valor en el marco de las ciudades turistificadas, los grandes conglomerados turísticos internacionales, o el nuevo mercado de trabajo precarizado del turismo. En los trabajos presentados en este texto, las fuerzas productivas del turismo aparecen como trasfondo y motor del fenómeno: la sombra de los cruceros en la Barceloneta, las organizaciones de estudiantes en Lisboa o las compañías de viajes para adolescentes en Lloret de Mar alimentan el funcionamiento industrial del turismo con el beneplácito -y hasta la participación- de las administraciones municipales.

2. Turismo y gobernanza urbana: La producción y el mantenimiento de la ciudad turística está ligado indisolublemente con la voluntad política de creación de un nuevo

orden social para la ciudad. Así, las sociedades urbanas desiguales configuran órdenes morales que provocan la emergencia de mecanismos de exclusión sobre los colectivos e individuos sobrantes, aquellos que no encajan con el desarrollo turístico de la ciudad. En este sentido, es interesante resaltar la multiplicidad de dispositivos de tipo económico, político, tecnológico y administrativo que reproducen asimetrías y acumulación por desposesión en el marco de la ciudad turistificada. Así, las normativas de civismo y de orden público funcionan como dispositivos punitivos biopolíticos basados en la vigilancia y el control, que aseguran la limpieza del espacio urbano para el confort del visitante, expulsando a los desposeídos del escenario turístico de la ciudad. En el caso de la Barceloneta, la llamada “Normativa del Civismo” sirve para la expulsión de los vendedores ambulantes del paseo marítimo. En Lloret de Mar o en Lisboa, las noches festivas se encuentran permanentemente monitorizadas por la policía, no para contener los molestos excesos de los extranjeros sino para asegurar que el consumo desenfadado no se convierta en tumulto.

3. Patrimonialización, representación y reescritura de la ciudad: La ruptura con la ciudad industrial y el posicionamiento en el mercado global de las ciudades postfordistas ha implicado tanto la reconfiguración física de la ciudad como su resignificación simbólica. Las políticas urbanas de regeneración, renovación y reforma han servido para limpiar la imagen de la ciudad industrial a través del olvido de sus tradiciones -de lucha y transgresión- como fundamento de ordenación urbana. Mediante este ejercicio político que intenta borrar partes del imaginario urbano, se intentan reescribir y proyectar un conjunto de cualidades y representaciones urbanas favorables al negocio turístico. En esta línea cabe analizar las luchas vecinales por la memoria y el patrimonio, así como las operaciones de *marketing* y *branding* urbano-turístico (turismo responsable, turismo sostenible, turismo de calidad, turismo experiencial, smart cities, intelligent cities). En este proceso de generación de etiquetas, la singularidad del producto ofrecido juega un papel central: ‘Lisboa, Cidade Erasmus’, la Barceloneta y su *mediterraneidad*, Lloret de Mar como destino paradigmático del modelo de “Sol, Playa y Fiesta”.

4. Turismo y derecho a la ciudad: El impacto del turismo en los enclaves urbanos tiene una expresión especialmente agresiva cuando confluyen grandes contingentes humanos en territorios con baja capacidad de carga. La llegada diaria de cruceros en algunas ciudades portuarias, por ejemplo, constituye ya un auténtico problema de orden público, mostrando los límites de la industria turística global. La degradación del espacio urbano, la sustitución acelerada de la población mediante procesos especulativos y de gentrificación, la problemática habitacional y del ruido nocturno o la privatización del espacio público muestran algunos campos en los que el bien privado y el bien común entran

en conflicto. En este marco, en algunas ciudades del sur de Europa, las organizaciones vecinales han empezado a organizarse contra el negocio turístico -y hasta contra las prácticas de algunos turistas-, como hemos visto. La Barceloneta o Lloret han vivido ya ciertos movimientos de reacción ante la sobrecarga de turistas, mientras en Lisboa -todavía en un proceso de turistificación rampante del que forman parte las movilidades estudiantiles- las organizaciones de vecinos empiezan a levantar la voz ante los excesos nocturnos de los estudiantes en algunas zonas de la ciudad.

Concluyendo, el turismo ha dejado de ser un agente externo (Nogués Pedregal 2012) para convertirse en una parte inseparable de la economía, la gobernanza, el urbanismo y el orden moral y social del capitalismo hegemónico (Nash 1989; Bianchi 2002; Fletcher 2011). Todavía más, podemos decir que la ciudad turística es el escenario postindustrial del capitalismo y que con su desarrollo se abre la puerta a nuevas contradicciones, conflictos, desigualdades y formas de lucha. El caso del papel del turismo en el desarrollo de la urbanización capitalista del Estado Español es paradigmático (Gaviria 1979; Jurdao 1990; Murray 2015). Ahora bien, no tratamos de situar el turismo como antítesis de la ciudad “verdadera”, “auténtica” o “real”, sino como un proceso relacional que implica la entrada en escena de múltiples agencias que participan en dinámicas urbanas en las que observar las nuevas caras de la dominación capitalista del espacio y las resistencias que se le oponen. Desde “Turismografías” queremos practicar una atenta mirada etnográfica que revele la incidencia de estos procesos de subsunción al capital sobre poblaciones y territorios (implicaciones sociales de los procesos de turistificación), tratando al mismo tiempo de establecer lazos activos con las comunidades afectadas (así como con los usuarios del turismo).

Bibliografía

- ARIAS, A. (2015) “Tú a Boston y yo a Airbnb. Un análisis urbanístico de Barcelona”, Accessed: September 12, 2015 [<http://latramaurbana.net/2015/01/22/tu-a-boston-y-yo-a-airbnb-un-analisis-urbanistico-de-barcelona>]
- ARNÚS, G. (1908) *Barcelona cosmopolita*, Barcelona: Imprenta de la Vda. De Luis Tasso.
- BÆRENHOLDT, J. O. et al. (2004) (Eds.) *Performing tourist places: New directions in tourism analysis series*, Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

- BALIBREA, M.P. (2004) "Barcelona: del modelo a la marca", *Desacuerdos. Sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español*, 2. Barcelona: Arteleku, MACBA, UNIA. pp. 83-110.
- BIANCHI, R. (2002) "Towards a new political economy of global tourism", in SHARPLEY, R. et al. (Eds.) *Tourism and development. Concepts and issues*, Clevedon: Channel View Publications, pp. 265-299.
- BUADES, J. et al. (2012) *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*, Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- CÓCOLA, A. (2015) "Gentrificación y turismo en la ciudad contemporánea", *Boletín de Turismo Responsable*, 14, pp. 2-6. Pamplona: Alter-Nativas.
- COHEN, E. (1984) "The sociology of tourism: approaches, issues, and findings", *Annual Review of Sociology*, 10, pp. 373-392.
- COHEN, E. (1979) "A phenomenology of tourist experiences", *Sociology*, 13 (2), pp. 179-201.
- COLEMAN, S. y CRANG, M. (2002) (Eds.) *Tourism: Between place and performance*, Nueva York: Berghahn Books.
- COLES, T. et al. (2005) "Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar", *Política y Sociedad*, 42 (1), pp. 85-99.
- CRICK, M. (1989) "Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings, and servility", *Annual Review of Anthropology*, 18, pp. 307-344.
- DELGADO, M. (2007) *La ciudad mentirosa*, Barcelona: Catarata.
- DI GIOVINE, M.A. (2011) "Tourism Research as "Global Ethnography"", en *Anthropologies. A collaborative Online Project*, [<http://www.anthropologiesproject.org/2011/04/tourism-research-as-global-ethnography.html>] Accessed: July 20, 2015.
- DOEL, M.A. (2007) "Post-structuralist geography: a guide to relational space", *Annals of the Association of American Geographers*, 97, pp. 809-810
- EDENSOR, T. (2001) "Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 59-81.
- EDENSOR, T. (2000) "Staging tourism: Tourists as performers", *Annals of Tourism Research*, 27, pp. 322-344.
- FÀBREGAS, E. (1970) *Vint anys de turisme a la Costa Brava*, Barcelona: Selecta.
- FLETCHER, R. (2011) "Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The tourism industry role in global capitalist expansion", *Tourism Geographies*, 13(3), pp. 433-461.

- FRANKLIN, A. (2012) “The choreography of a mobile world. Tourism orderings”, in VAN DER DUIM, R. et al. (Eds.) *Actor-Network Theory and tourism: Ordering, materiality and multiplicity*, Londres: Routledge, pp. 43-58.
- FRYKMAN, J. y LÖFGREN, O. (1996) “Introduction”, en FRYKMAN, J. y LÖFGREN, O. (Eds.) *Forces of Habit: Exploring Everyday Culture*, Lund University Press, pp. 5-20.
- GAVIRIA, M. (1979) *España a go-go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*, Madrid: Ediciones Turner.
- GOFFMAN, E. (1993 [1959]) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GRABURN, N. (1989 [1977]) “Tourism: the sacred journey”, in SMITH, V. L. (ed.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press, pp. 21-36.
- HARVEY, D. (2007) *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*, Madrid: Akal.
- HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. (2012) “La ciudad reencantada. Transformaciones urbanas y nuevas tendencias turísticas”, in CASTELLANOS GUERREROS, A. y MACHUCA, J. (coord.) *Turismo y Antropología. Miradas del Sur y el Norte*, Iztapalapa: Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 113-136.
- HIERNAUX, D. (2000) “La fuerza de lo efímero. Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo”, in LINDÓN, A. (2000) (coord.) *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*, Barcelona: Anthropos, pp. 95-122.
- HORTA, G. et al. (2010) “La Barcelona turistizada. A Voltes. Pels itineraris turístics de Barcelona (1908-2008)”, *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 36, pp. 126-135.
- JAFARI, J. (1992) “Significado sociocultural y educacional del turismo de juventud”, *Papers de Turisme*, 8-9, pp. 39-46.
- JURDAO, F. (1990) *España en venta*, Madrid: Endymion.
- KING, R. y RUIZ-GELICES, E. (2003) “International Student Migration and the European ‘Year Abroad’: Effects on European Identity and Subsequent Migration Behaviour”, *International Journal of Population Geography*, 9 (3). pp. 229-252.
- KOWALCZYK, A. (2014) “The phenomenology of tourism space”, *Turyzm / Tourism*, 24 (1), pp. 9-15.
- LARSEN, J. (2008) “De-exoticizing tourist travel: everyday life and sociality on the move”, *Leisure Studies*, 27 (1), pp. 21-34.
- LATOURETTE, B. (2005) *Reensamblar lo social. Una introducción a la Teoría del Actor-Red*, Buenos Aires: Manantial.
- LEFEBVRE, H. (1973) *De lo rural a lo urbano*, Barcelona: Península.

- LEW, A. et al. (2004) *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- MACCANNELL, D. (2003 [1976]) *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Santa Cruz de Tenerife: Melusina.
- MALET CALVO, D. (2013) “Procesos de revalorización patrimonial en el barrio de Alfama: el papel de los estudiantes Erasmus en la tematización de la ciudad”, *Etnográfica*, 17 (1), pp. 31-50.
- MALHEIROS, J., CARVALHO, R., MENDES, L., (2013) “Gentrification, residential ethnicization and the social production of fragmented space in two multi-ethnic neighbourhoods of Lisbon and Bilbao”, *Finisterra*, 96, pp. 109-135.
- MAVRIC, M., y URRY, J. (2009) “Tourism studies and the new mobilities paradigm”, en JAMAL, T. y ROBINSON, M. (Eds.) *The Sage Handbook of Tourism Studies*, Londres: Sage Publication, pp. 646-659.
- MEETHAN, K. (2001) *Tourism in global society. Place, culture and consumption*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- MERLEAU-PONTY, M. (1976 [1942]) *La estructura del comportamiento*, Buenos Aires: Hachette.
- MITCHELL, K. (2012) “Student mobility and European Identity: Erasmus Study as a civic experience?”, *Journal of Contemporary European Research*, 8 (4), pp. 490-518.
- MORELL, M. (2013) “De l’espai no te’n refies mai”: el treball urbà en la formació/lluita de classe”, *Quaderns-e de l’Institut Català d’Antropologia*, 18 (2), pp. 53-67.
- MURPHY-LEJEUNE, E. (2002) *Student Mobility and Narrative in Europe. The new strangers*, London & New York: Routledge Studies in Anthropology (Taylor & Francis).
- MURRAY, I. (2015) *Capitalismo y turismo en España. Del “milagro económico” a la “gran crisis”*, Barcelona: Alba Sud Editorial.
- MURRAY, I. (2013) “Algunes notes sobre el turisme i la forma en què les ciències socials l’han abordat críticament”, *Geocrítica*, XVIII, 1016.
- MUSGROVE, F. (1963). *The Migratory Elite*, London: Heinemann.
- NASH, D. y SMITH, V. L. (1991) “Anthropology and tourism”, *Annals of Tourism Research*, 18 (1), pp. 12-25.
- NASH, D. (1989 [1977]) “Tourism as a form of imperialism”, in SMITH, V. L. (ed.) (1989 [1977]) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press, pp. 37-52
- NEVELING, P. y WERGIN, C. (2009) “Projects of scale-making: new perspectives for the anthropology of tourism”, *Etnográfica*, 13 (2), pp. 315-342.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2012) “El Cronotopo del Turismo: Espacios y Ritmos”, *Revista de Antropología Social*, 21, pp. 147-171.

- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2009) "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo", *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (1), pp. 43-56.
- QUINN, B. (2007) "Performing tourism: Venetian residents in focus", *Annals of Tourism Research*, 34, pp. 458-476.
- RODRÍGUEZ, X.A. et al. (2012) "Academic tourism demand in Galicia, Spain", *Tourism Management*, 33, pp. 1583-1590.
- SMITH, A. (2005) "Conceptualizing City image change: The 'Re-imaging' of Barcelona", *Tourism Geographies*, vol. 7 (4), pp. 398-423.
- SMITH, V. L. (org) (1989 [1977]) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- SOUTO-OTERO, M. (2008) "The socio-economic background of Erasmus students: a trend towards wider inclusion?", *International Review of Education*, 54 (2), pp. 135-154.
- STRONZA, A. (2001) "Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives", *Annual Review of Anthropology*, 30, pp. 61-283.
- TATJER, M. (1973) *La Barceloneta, del siglo XVIII al Plan de la Ribera* Barcelona: Los Libros de la Frontera.
- TOWNER, J. (1985) "The Grand Tour: a key phase in the history of tourism", *Annals of Tourism Research*, 12 (3), pp. 297-333.
- TURNER, L y ASH, J. (1991) *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Madrid: Endymion.
- URIELY, N. (2005) "The tourist experience. Conceptual developments", *Annals of Tourism Research*, 32 (1), pp. 199-216.
- URRY, J. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage.
- WANG, N. (1999) "Rethinking authenticity in tourism experience", *Annals of Tourism Research*, 26 (2), pp. 349-370.