

32-2016

QuAderns

de l'Institut Català d'Antropologia
Sèrie monogràfics

32

**DIÀLEGS D'ANTROPOLOGIA I
TURISME. ETNOGRAFIES I DEBATS
CONTEMPORANIS**



p·l·en
EDICIONS

Institut
Català
d'Antropologia

ICA

Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia
sèrie monogràfics 32 (2016)

**DIÀLEGS
D'ANTROPOLOGIA
I TURISME.
ETNOGRAFIES I DEBATS
CONTEMPORANIS**

Coordinació:

Saida Palou Rubio i Fabiola Mancinelli

Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia
Sèrie monogràfics, Núm. 32, 2016

Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia és una revista de comunicació i debat científic adreçada als antropòlegs i antropòlogues socials. L'objectiu principal és crear un espai de discussió àgil i dinàmic sobre els temes d'interès en l'àmbit de l'antropologia.

Consell de Redacció
Natalia Alonso Rey
Giuseppe Aricó
Alba Barbé i Serra
Roger Canals Vilageliu
David Curto Teixidó
Susan Frekko
Jose Antonio Mansilla López
Mònica Martínez Mauri
María Offenhenden
Saida Palou Rubio

Coordinació de la Revista Núm. 32, 2016
Saida Palou Rubio i Fabiola Mancinelli
Edita: ICA, Casp 43, 08010
Barcelona
www.antropologia.cat

La foto de la coberta és de Pablo Díaz Rodríguez,
a Tefía (Fuerteventura)

ISBN: 978-84-16828-06-7
ISSN: 0211-5557
Dipòsit legal: B 22809-2016

Disseny i maquetació: Georgina Rosquelles

Coordinació i ecoedició: Pol-len edicions, scl

Impressió: Novoprint (Impress als Països Catalans)

Amb el suport del programa de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya (IPEC) de la Direcció General de Cultura Popular, Associacionisme i Acció Culturals del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya

SUMARI

El turismo como refractor Saida Palou Rubio y Fabiola Mancinelli	5
Entre el lentisco y la jara. Cinco conclusiones socio-antropológicas sobre el turismo Antonio Miguel Nogués-Pedregal	29
Turisme per desposseïó: el treball col·lectiu del patrimoni cultural com a comú denominador urbà Marc Morell	51
Reconfigurando el entramado turístico: tres breves ensayos a cargo de “Turismografías” Daniel Malet Calvo, Sergi Yanes y Andrés Antebi	71
Discursos periodísticos y prácticas comunicativas <i>alrededor</i> del turismo. El caso de Portmán (Región de Murcia) Raúl Travé Molero, Daniel Carmona Zubiri y Antonio Miguel Nogués-Pedregal	95
La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología Mónica Lacarrieu	123
Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: el turismo comunitario a debate Claudio Milano	145
Image on Internet as a Strategy of Rejuvenation: Virtual Expectations Pablo Díaz Rodríguez, Agustín Santana Talavera y Alberto Jonay Rodríguez Darías	169
Mundos soñados, mundos contestados: la dialéctica de los imaginarios del turismo. Reseña del libro <i>Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches</i> de Noel B. Salazar & Nelson H. H. Graburn (Eds.) (2016) David Lagunas	197

Hablan las trabajadoras de los rincones oscuros del turismo. Reseña del libro *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral* de Ernest Cañada (2015)

Javier Hernández-Ramírez

205

Sobre amistad, amor y dinero: relaciones frágiles y sentimientos híbridos a los márgenes del turismo. Reseña del libro *Tourism and Informal Encounters in Cuba* de Valerio Simoni (2016)

Fabiola Mancinelli

213

EL TURISMO COMO REFRACTOR

Saida Palou Rubio y Fabiola Mancinelli
Universitat de Girona
Universitat de Barcelona

De la antropología y el turismo

La antropología, como el turismo, tiene sed de otredad, porque es nómada de conocimiento y de experiencia. En su génesis encontramos algo de aventura y de atrevimiento, y a veces deviene un espejo calidoscópico contra el cual nos observamos a nosotros mismos. Antropología y turismo se asemejan por su “innata” curiosidad hacia la diferencia y a lo extraordinario, y continúan asemejándose cuando hoy en día no solo reclaman distancia y exotismo, sino también un acercamiento a lo cotidiano y ordinario, a una realidad que se nos puede antojar familiar o vulgar a la vez. Se ha escrito bastante a propósito de este paralelismo, y también de la tensión con la que la antropología se ha acercado a lo turístico (Bruner 2005; Stronza 2001; Galani-Moutafi 2000).

El interés de la antropología por lo turístico nace en la década de los sesenta a partir de las observaciones fortuitas o “descubrimientos accidentales” (Núñez 1963) que realizan algunos antropólogos preocupados por problemas o cuestiones no relacionados con el turismo. De algún modo la eclosión del turismo de masas después de la II Guerra Mundial no resulta ajena al trabajo de la antropología, que observa preocupada los cambios que genera en las sociedades receptoras –más que en las emisoras. La antropología encuentra nuevos actores en rincones del planeta a los que previamente no habían llegado, y esta situación provoca la aparición de nuevos debates y delicadas incomodidades: los antropólogos no solo temen ser confundidos con turistas (una cuestión que Crick identificó perfectamente y que se instaló como prejuicio en la conciencia de una parte importante de la antropología), sino que identifican el turismo como una experiencia de intercambio que puede aportar beneficios a la comunidad local a través de “préstamos culturales”. La teoría de la aculturación, basada en la idea que el intercambio cultural constituye un vector positivo y necesario y de la cual Núñez (1963) fue uno de los máximos exponentes, emerge en la década de los sesenta.

Pero el turismo no escapa de la crítica, y también es visto como una fuente de contaminación y destrucción cultural. Nash (1989) lo consideraría una forma de imperialismo, Boorstin (1961) un signo de alienación y frivolidad y Turner y Ash (1975) la periferia del placer. Los posicionamientos y actitudes críticas de la antropología con lo turístico brotan, en parte y sobre todo, de las teorías críticas con la sociedad del consumo y del ocio y los posicionamientos neo-marxistas de los setenta. Aparece el paradigma de la dependencia, según la cual el turismo es una industria neocapitalista que mancilla todo lo que toca y destruye el mismo objeto de su deseo (Hernández-Ramírez 2006). Además, la teoría de la aculturación, interpretada desde un punto de vista crítico y negativo, asume que el contacto de los turistas con los nativos provoca cambios cuanto menos degradantes y denigrantes en la cultura de los anfitriones.

A finales de los setenta la antropóloga norteamericana Valene L. Smith recopila un conjunto de etnografías centradas en los procesos de transformación sociocultural producidos en distintos contextos turísticos: la primera edición de *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo* (1977) se convierte en una referencia en los entornos académicos, en parte porque impulsa un análisis crítico de un fenómeno que ha irrumpido de forma contundente en las sociedades occidentales, y al que atribuye un efecto negativo en las sociedades de recepción. Tan solo un año después de la publicación Smith sugiere al conjunto de autores la revisión de los textos y la edición de la obra al cabo de diez años, de modo que a finales de los ochenta *Anfitriones e invitados* reaparece actualizada, incorporando un cambio de paradigma que no es insignificante, ya que la mayoría de autores determina que el turismo *no* constituye un elemento importante en los procesos de cambio cultural que se dan en la mayor parte de las sociedades con las que entra en contacto, sino que constituye un elemento más en las exigencias de modernización y materialismo que penetran en las poblaciones receptoras (Smith 1992). El cambio de paradigma no es menor, puesto que el turismo deja de ser concebido como sujeto casi contaminante a ser comprendido como un fenómeno más en los procesos de modernización de las sociedades receptoras, hecho que lo descarga de cierta culpabilidad —una actitud que predominaba y continúa prevaleciendo en los análisis antropológicos.

En el contexto catalán y español el interés de la antropología por lo turístico aparece en la década de los sesenta. El paisaje fordista, caracterizado por un consumo masivo e indiferenciado de recursos naturales y tópicos culturales por parte de sectores de población cada vez más amplios que se instalan temporalmente en localidades del litoral, sacude todo tipo de preocupaciones (ambientales, económicas, políticas, sociales, culturales...), de modo que la antropología no es ajena a dichas problemáticas, y penetra en los contextos turísticos asumiendo un rol claramente crítico. Es necesario mencio-

nar por lo menos cinco referencias pioneras: durante los sesenta el antropólogo inglés Julian Pitt Rivers analizó las normas de la sociabilidad entre residentes y forasteros en el municipio de Grazalema (Cádiz), determinando que en este tipo de escenario “la hospitalidad se rige bajo normas culturales ritualizadas y organizadas en torno a un patrón relacional específico en el que los anfitriones y los invitados desempeñan roles distintos a los establecidos cotidianamente entre nativos” (Hernández-Ramírez 2015: 305-306). En los años setenta el antropólogo Davydd J. Greenwood analizaba el efecto del turismo en una pequeña población del norte de la península, evidenciando los procesos de transformación cultural a los que sucumbían sus habitantes al convertirse en una sociedad receptora de turismo. Greenwood alertaba que el uso mercantil de la cultura en contextos turísticos deterioraba la cohesión social y afectaba el cuerpo de significados de la sociedad local. Greenwood fue uno de los autores de *Anfitriones e invitados*, como también lo fue Oriol Pi-Sunyer, considerado pionero en el estudio antropológico del turismo tanto en Cataluña como en España. Pi-Sunyer examinó las formas de relación y percepción entre turistas y locales en una población de la Costa Brava en el marco del fordismo, a la que denominó Cap Lloc y de la cual nos mostró los cambios estructurales causados por el turismo, pero no solamente a causa del turismo. La etnografía de Pi-Sunyer supuso un “avance teórico y metodológico porque el turismo se analizaba como una relación interétnica compleja basada en contactos directos, pero al mismo tiempo mediada por la percepción de alteridad y el dominio de imágenes preexistentes más o menos estereotipadas” (Hernández-Ramírez 2015: 306). Pi-Sunyer trató de explicar las representaciones del turismo en una comunidad local y como se adhería a la cotidianidad de sus habitantes, a los que denominó convecinos y a los que analizó desde la equidistancia propia de todo etnógrafo que no es ajeno a la comunidad que investiga. Otros antropólogos, tales como Antonio Mandly o Francisco Jurdao, también analizaron las transformaciones socioculturales causadas por el turismo en poblaciones españolas, atribuyendo al fenómeno turístico un valor innegablemente contaminante y crítico.

Hasta mediados de los noventa se puede constatar que las aportaciones de la antropología a la comprensión del turismo fueron relativamente escasas tanto en Cataluña como en España, y Europa en general, puesto que a diferencia de otras disciplinas la antropología omitía la relevancia social del turismo, además de carecer de los instrumentos epistemológicos necesarios para su comprensión y de cargar con ciertos prejuicios acerca del estudio del turismo (Boissevain 1977). En los noventa se traduce al español la segunda edición de *Anfitriones e invitados*, así como otras obras y autores de referencia en el campo de la antropología o la sociología del turismo (MacCannell, Augé, Boissevain,

Urry y Turner y Ash). Agustín Santana publica *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, y Antonio Miguel Nogués-Pedregal avanza con nuevas interpretaciones a propósito del papel de la cultura en lo turístico y de la antropología en lo turístico. Se editan revistas dedicadas específicamente al turismo, como *Papers de Turismo* (1989), *Cuadernos de Turismo* (1998), *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (2003), *Revista de Análisis Turístico* (2006), *TuryDes. Revista de investigación en Turismo y Desarrollo local* (2007) e *Investigaciones Turísticas* (2011). Asimismo, se crean grupos de investigación interdisciplinares y se celebran jornadas, congresos y espacios de debate académico en torno a lo turístico. Se estimula la creación de nuevos intereses y conocimientos en la temática, y se publican estudios de caso, artículos, libros, monografías, traducciones como *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masa* de Boissvain a cargo de Nogués-Pedregal (2011). En realidad el “apogeo” de la antropología del turismo forma parte de un interés creciente de las ciencias sociales y humanidades por las cuestiones relacionadas con el ocio, el patrimonio y el fenómeno turístico, aunque también debemos atribuir este interés académico a una evidencia incontestable, que es la presencia tan significativa que la experiencia turística tiene en la vida de las sociedades contemporáneas. Para una genealogía profunda de la antropología de lo turístico en el contexto español, imprescindible leer Hernández-Ramírez (2015). La genealogía de la antropología del turismo en Cataluña, está pendiente de escribir.

En cualquier caso, ¿Qué estudiamos los antropólogos que estudiamos el turismo? Según Nogués-Pedregal (2011) actualmente se ha producido un desplazamiento epistemológico en el campo de estudio antropológico del turismo, puesto que se ha pasado de estudiar el turismo como objeto o hecho que induce dinámicas y transformaciones en las sociedades receptoras a estudiar el turismo en tanto que vehículo o elemento que nos permite conocer de una forma más profunda la alteridad. O sea, se ha pasado de estudiar de forma prácticamente exclusiva los impactos generados por el turismo en las sociedades receptoras, a estudiar las narrativas, imágenes, usos, significados, símbolos, apropiaciones y experiencias asociadas al viaje turístico, ubicando el turismo como un elemento consubstancial de la mayoría de las sociedades contemporáneas y como agente productor de nuevas identidades, espacios y tiempos (Palou 2014).

La antropología propone una comprensión del turismo como un vector que mediatiza espacios, formas de vida, relaciones sociales, identidades y memorias colectivas, como algo que crea y recrea imágenes, imaginarios, recursos, patrimonios y que siempre transforma economías, políticas y territorios. El turismo constituye un vector que produce nuevas realidades, la presencia del cual nunca resulta inocuo ni en la vida de las sociedades emisoras ni cuanto menos en la de las receptoras. El turismo reacciona ante

un mundo cambiante, y algunos entramados que clásicamente eran estables hoy día se nos presentan ambiguos o difusos. Así, por ejemplo, las líneas de división entre unos y otros (léase: anfitriones e invitados) devienen cada vez más porosas y ambivalentes, y sin ánimo de caer en una vorágine postmoderna debemos asumir que las identidades de los sujetos acostumbra a ser reversibles (uno puede ser anfitrión o invitado en función el espacio y el tiempo). Los diálogos en el campo turístico ya no son bidireccionales como lo eran antaño (de turista a local), sino que son múltiples y de un modo u otro también nos obligan a dialogar con nosotros mismos (inevitablemente, la antropología del turismo cobra un componente innegable de reflexividad, porque también nos habla de *nosotros*). La frontera entre ocio y trabajo se vuelve cada vez más blanda, y también aquella que separa el tiempo extraordinario del tiempo ordinario, tradicionalmente muy bien delimitada. Actualmente la experiencia turística se ramifica más allá del tiempo “estrictamente” turístico (MacCannell aseveró que la vida turística no se reduce a los escenarios del viaje, sino que también penetra en las rutinas y espacios íntimos del individuo a través de objetos souvenirs, imágenes y recuerdos). En definitiva, el turismo contemporáneo replantea viejas cuestiones como la hospitalidad, la búsqueda de experiencia o la creación de mundos de contacto entre nómadas y locales. Nuevas realidades y reacciones del turismo ante un mundo cambiante abonan un campo interesante para la antropología contemporánea, que no puede omitir su papel crítico ni su método basado en la comparación y relativización.

Nuevos focos de interés alientan a seguir trabajando y avanzando, entre los cuales el estudio de las ideologías hegemónicas, la construcción de los destinos, las relaciones entre locales y visitantes, la significación de los espacios turísticos, las formas de resiliencia, las redes de actores, la formación de la imagen, las políticas y estructuras de gobernanza, el neomonumentalismo, los nuevos perfiles y experiencias de turismo, la cosificación de la pobreza y la etnicidad, entre otros (Hernández-Ramírez 2012). Aunque se ha avanzado profusamente en el estudio antropológico del turismo y se ha consolidado una significativa tradición académica al respecto, lo cierto es que aún existe cierta distancia entre la producción teórica-académica y su aplicación social. En términos de transferencia de conocimiento la investigación antropológica en turismo tiene aún poca visibilidad social, una situación paradójica si tenemos en cuenta la intensidad de la práctica turística en nuestra sociedad. Así, mientras la interconexión de las administraciones y sectores turísticos con los círculos académicos especializados en turismo se intensifica de forma notable, la contribución de la antropología queda prácticamente al margen. Quizá se debe al hecho que las instituciones y sectores productivos reclaman principalmente conocimientos y herramientas pragmáticos para planear o promover los territorios y

productos, de modo que los resultados de los estudios antropológicos, al no ser siempre aplicables, cobran un interés relativo por parte de los agentes turísticos. Además, cabe no perder de vista que las instancias económico-políticas buscan aquellos datos que legitimen el turismo, no que lo cuestionen o lo analicen con demasiada profundidad. La interpretación antropológica del turismo puede que incomode a los responsables de dicha industria, puede que su lenguaje escape de los convencionalismos: es por esto que debe avanzar, hacerse útil y visible, penetrando en territorios y conocimientos.

El turismo es un todo complejo que según Nogués-Pedregal (2009) no podemos reducir a la noción de “fenómeno”, ya que en este caso caemos en una trampa lingüística que omite o limita las posibilidades que ofrece la antropología. La comprensión del turismo como una realidad compleja con multitud de facetas y dinámicas, apunta este autor, debe mantener la centralidad del estudio de la cultura. Mientras que para la antropología la cultura constituye el marco de referencia necesario para comprender las relaciones y hechos sociales de los grupos estudiados, la industria del turismo tiende a utilizar cada vez más el elemento cultural como distintivo imprescindible para la promoción de los destinos y el consumo de los mismos. Las relaciones epistemológicas entre turismo y antropología son inexcusables, puesto que aquello que denominamos cultura se encuentra en el centro de interés de ambos campos. Es cierto que la industria del turismo ha tendido a utilizar una visión “esencial” y “superficial” de la “cultura”, pero no es menos cierto que la antropología puntualmente también ha tratado el turismo desde un punto de vista “esencialista”, a menudo omitiendo su transversalidad y dimensión creativa, adjudicándole una carga por defecto destructiva. ¿Acaso hemos pecado de análisis centrados únicamente en los impactos de lo turístico en el cuerpo social?, ¿Hemos tratado el turismo exclusivamente como una amenaza para las comunidades anfitrionas, sin asumir su dimensión creativa humana?, ¿Hemos olvidado que el turismo moderno aparece como hito y reivindicación de las clases trabajadoras después de la II Guerra Mundial, y que constituye un derecho y expresión de libertad?, ¿Hasta qué punto subyace el estigma cuando nos referimos al turista como el *otro*?, ¿Hasta qué punto contemplamos indiscriminadamente al turista como un sujeto alienado que sucumbe a los imperativos del mercado sin capacidad de crítica ni de decisión propia?, ¿Escribimos sobre impactos presuponiendo que la comunidad local es un ente pasivo y acaso un colectivo “que se deja impactar”, sin ser parcialmente corresponsable de las dinámicas que se producen? Esta línea de análisis (la centrada en los impactos del turismo) constituye una puerta de entrada para muchos estudiosos en el campo del turismo. Es necesaria. Pero no la única. Y tampoco debe ser siempre contestataria. La antropóloga Amanda Stronza (2001) asevera que los estudios centrados exclusivamente en los impactos nos

cuentan sólo la mitad de la historia. Probablemente la invisibilidad de la transversalidad del turismo por parte de la antropología se ha debido a una inmadurez de la propia disciplina, y no ha sido hasta su legitimización que ha podido abrirse a otros aspectos del turismo. Así por ejemplo se puede constatar que el estudio del turista como sujeto central es cada vez más frecuente y necesario, precisamente por la reflexividad que nos proponen este tipo de análisis, entre los cuales cabe destacar las recientes contribuciones de Mancinelli (2009), Anta (2013), Lacaba Rodríguez Regueira (2004) y Calvo Varela (2009), entre otros (Hernández-Ramírez 2015).

Hoy en día pierden sentido las nociones y teorías basadas únicamente en el impacto o intercambio cultural si no se observa el marco global en el que se producen las relaciones turísticas, y se entiende que la transformación de la vida de las sociedades turísticas, en un sentido amplio, es indisoluble de la contemporaneidad y de la globalización. Superadas las interpretaciones esencialistas y los estudios centrados únicamente en la aculturación y los impactos (más propios de una concepción fordista del turismo), nos aventuramos a apuntar los principales retos que la denominada antropología del turismo debería asumir por lo menos en nuestras latitudes: la adopción del turismo como un campo de estudio legítimo en antropología y por consiguiente la consolidación y ampliación de los temas, contextos, marcos explicativos y métodos de estudio; la superación del particularismo y las teorías centradas en la aculturación y los impactos; la ampliación de la presencia de la antropología en las investigaciones multidisciplinares en turismo; la realización de una antropología de lo turístico metódica y crítica; la presencia del turismo en la formación en antropología y la presencia de la antropología en la formación en turismo; la transferencia del conocimiento académico en la sociedad e instituciones involucradas en turismo; el mantenimiento de una mirada crítica, atenta y de denuncia ante las situaciones de vulneración, subyugación o denigración de las personas.

En sus inicios, el interés de la antropología por lo turístico sucumbe a la casualidad etnográfica, a la marginalidad y transversalidad disciplinaria y a una constante crítica tanto del objeto que estudia –las relaciones sociales en contextos turísticos–, como al hecho de estudiarlas. Después de décadas de recorrido, este campo de estudio no se desprende de cierta susceptibilidad o cuestionamiento, hecho que a nuestro parecer resulta incluso estimulante, puesto que alienta a seguir construyendo las razones, objetos y métodos que lo justifican. Vaya este monográfico, el primero que el Institut Català d'Antropologia dedica al tema del turismo, a convertirse en una esperanza, contribución y tributo a la denominada antropología del turismo: a la que se viene haciendo desde hace décadas, en la que trabajamos cada vez más antropólogos, y a la que necesariamente se hará en el futuro.

En particular

El presente monográfico está estructurado en siete artículos y tres reseñas que nos invitan a leer sobre temas concretos y casos particulares. Cada texto presenta sujetos, objetos y contextos de análisis específicos que en su conjunto demuestran la enorme variabilidad de temas y problemáticas de estudio en el campo del turismo. Es por esta razón que el monográfico pretende contribuir a la visibilidad y debate antropológico contemporáneo y global del turismo, poniendo en valor su densidad temática y metodológica. Su objetivo principal es el de reafirmar y ampliar el interés de la antropología por lo turístico, especialmente en el contexto catalán y español. Pero el punto de partida del monográfico, una vez fue aprobada su elaboración por parte del Consell de Redacció de l'Institut Català d'Antropologia, fue el de interrogarse a propósito de tres cuestiones fundamentales: ¿Cómo se acerca la antropología contemporánea a la comprensión del turismo como una de las actividades que más define nuestros tiempos?, ¿En qué marcos explicativos y paradigmas se sitúa la investigación antropológica del turismo actual? Finalmente, ¿En qué medida el análisis antropológico del turismo nos permite reflexionar sobre otras cuestiones de la realidad social, más allá del turismo?

Se abrió el proceso de recepción de manuscritos, invitando a los autores a reflexionar, a partir del análisis de casos particulares, sobre los diálogos que actualmente establece la antropología con lo turístico. Se recibieron dieciséis propuestas, que fueron evaluadas por parte de revisores anónimos expertos en el campo de la antropología del turismo. Asimismo se estimó la necesidad de incluir la publicación de reseñas de libros referentes y novedosos, con la voluntad de fomentar el espíritu crítico y la divulgación. Los textos reseñados son: *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches*, de Noel B. Salazar y Nelson H. H. Graburn; *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*, de Ernest Cañada; *Tourism and Informal Encounters in Cuba*, de Valerio Simoni. Estas obras nos presentan cuestiones muy relevantes, entre las cuales la importancia de lo simbólico y lo imaginario en el mundo turístico, la dimensión glocal del turismo, las repercusiones de los sistemas turísticos de base neoliberal en capas frágiles de la población, o el tejido de relaciones informales y asimétricas que se producen al margen de las formas convencionales de turismo. En cuanto a los siete artículos que se publican, inéditos y representativos de la investigación actual, logran demostrar que hoy en día el turismo no es un ente aislado o ajeno al devenir de gran parte de las sociedades modernas, sino un cuerpo de experiencias y relaciones fuertemente interconectado, combinado o diluido entre otras. Y esta es, a nuestro parecer, una de las principales lecciones que trasciende el conjunto de textos del monográfico.

Más allá de proponer un debate general o incluso abstracto a propósito de paradigmas, metodologías, temas, objetos o conceptos antropológicos en el campo del turismo, la casi totalidad de los textos que incluye el monográfico analizan cuestiones concretas, dando así protagonismo a voces, lugares y tiempos únicos. La mayoría de las investigaciones se basan en un modelo empírico fundamentado en el constructivismo que analiza narrativas, lenguajes y prácticas constitutivas de realidades, y de imaginarios como hechos sociales. En este sentido representan una clara excepción la aportación de Nogués-Pedregal, que con un ejercicio de auténtica espeleología trata de interrogar y examinar las contribuciones socio-antropológicas al estudio del turismo, con severidad y autocrítica, y el artículo de Lacarrieu, que reflexiona a propósito de las aportaciones socio-antropológicas y metodológicas en el campo del denominado turismo cultural y los procesos de patrimonialización.

Los autores del monográfico relatan etnografías de la globalidad (Appadurai 2001) partiendo de referencias teóricas y métodos de investigación muy distintos, diríamos que radicalmente incomparables en algunos casos. No encontramos etnografías a “lo Malinowski”, más bien nuevas prácticas etnográficas en las que el investigador desarrolla distintos roles en la escena: antropólogos que mantienen relaciones cotidianas o efímeras con los lugares y gentes estudiadas (es el caso de Morell; Travé, Carmona y Nogués-Pedregal; Malet, Yanes y Antebi; Milano) y antropólogos que plantean un trabajo de campo basado en datos cuantitativos y herramientas digitales (Díaz, Santana y Rodríguez).

Habitualmente, para la antropología del turismo los sujetos de estudio, o lo que es lo mismo, los cuerpos en torno a los cuales giran los análisis, son muy heterogéneos. Principalmente son los anfitriones e invitados (turistas, clientes, consumidores, extranjeros, forasteros o como quiera que se etiquete a los *otros*). Las unidades de análisis pueden ser grupos o individuos –de rostros concretos y anónimos–, las instituciones, las políticas, así como los recursos, patrimonios, imágenes e imaginarios que se construyen y forman parte de los tejidos turísticos. Es interesante fijarse como algunos artículos del monográfico integran unidades de análisis distintas que son observadas desde ángulos muy particulares: instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, asociaciones de vecinos, estatuas humanas, políticos, camareros, agentes de viajes, bañistas en playas mediterráneas y estudiantes erasmus en capitales europeas, entre otros.

A parte del *quién* o sujeto turístico, cabe destacar el *qué*, o sea, el objeto: las prácticas que toman la forma de lo que pasa y se produce entre los sujetos (y aquí nos referimos a la infinita variedad de procesos, diálogos, reglas, rituales, intercambios, transformaciones, conflictos, apropiaciones, empoderamientos, resistencias y resiliencias que se

producen entre distintos sujetos en un marco turístico). Las investigaciones que compila el monográfico sitúan los objetos de estudio en lugares muy plurales, que nos remiten, casi en la totalidad de casos, al conflicto o tensión entre sujetos y objetos.

Los contextos del turismo son plurales, globales y cambiantes, y cobran una entidad incuestionable en el análisis antropológico: así la playa, el bar, la ciudad, el barrio, el monte o la isla no constituyen un mero entorno o telón de fondo, sino la “razón” de los sujetos y objetos turísticos que se analizan y su infinita maleabilidad. Los territorios, mediatizados por el turismo, son al mismo tiempo contexto y unidades de análisis.

Si bien los textos que aquí publicamos nos hablan de sujetos, objetos y contextos turísticos muy específicos (que además son interpretados a partir de marcos teóricos y filtros ideológicos particulares), en su conjunto convergen en algunas ideas esenciales e incluso ineludibles en el marco del estudio antropológico del turismo contemporáneo, que son fundamentalmente las siguientes: se entiende el turismo como un elemento asociado a un poder simbólico y material hegemónico, y por consiguiente se pretenden desenmascarar las contradicciones y prejuicios que comporta tanto en los grupos sociales como en los espacios donde se produce; predomina una actitud crítica, incluso combativa o militante en algunos casos, por lo que podríamos hablar de una antropología del turismo *implicada*, pero también (y este será el caso específico de Díaz, Santana y Rodríguez) de una antropología del turismo *aplicada*. Fijémonos también como en muchos casos el autor o autores (etnógrafos) son al mismo tiempo actores en los escenarios analizados, tal como lo fue Pi-Sunyer en Cap Lloc; de algún modo todos los capítulos también plantean la dialógica de un análisis abstracto y material de los sujetos y objetos turísticos, evidenciando incluso tensiones entre ambos planos. Otro aspecto común en los textos del monográfico es la confirmación de que las relaciones sociales en el campo del turismo se basan fundamentalmente en formas de consumo, producción y transformación de recursos, cualesquiera que sean, al amparo de determinados modelos económicos e instrumentalización del turismo.

Muchas de las etnografías contemporáneas en el campo del turismo se sitúan en lo que MacCannell (1976) denominó el *backstage*, o sea, la parte trasera y cotidiana, el espacio social no turístico. Es un lugar de estudio preferente para la antropología, puesto que busca comprender los mundos de contacto y las transformaciones socioculturales que se producen en los contextos turísticos. Sin embargo, los espacios de análisis se desplazan y multiplican, y algunos de ellos se resitúan en el centro de la actividad turística, en la médula del mismo sistema, con el fin de explicar sus contradicciones o aspectos insanos (como el caso de Cañada), y también en los márgenes del sistema convencional (como el caso de Simoni), o en el plano de lo imaginario (como demuestra el compendio

de etnografías recopiladas por Salazar y Graburn). Del mismo modo que se “mueven” los espacios etnografiados, también se modulan y superan los paradigmas de análisis. Actualmente se ha superado –aunque no totalmente– la teoría de la modernización o dependencia aparecida en los setenta; la globalización del turismo propone nuevos debates y marcos analíticos, como por ejemplo la comprensión del turismo como expresión de la globalización que al mismo tiempo intensifica, o la explicación del “fin del turismo”, los límites borrosos de una práctica que ha dejado de ser organizada, moderna y fordista para ser “desorganizada”, “postmoderna” y “postfordista”.

Finalmente, y a razón del título que encabeza el monográfico, se puede abstraer que la antropología contemporánea dialoga con lo turístico no solo para comprender mejor la naturaleza y significado social de esta actividad, sino también para explicar o atender algunas de las principales preocupaciones de la antropología: la organización y cambios de vida de los grupos sociales, la permeabilidad y las transformaciones de los cuerpos y significados culturales, las relaciones con la política, la economía, el intercambio, la producción, el consumo, el trabajo, el poder, la construcción de la diferencia, exotismo y alteridad, la construcción de memoria e identidad, etc. Asimismo podemos reconocer que el turismo contemporáneo deviene un espejo calidoscopio, un refractor contra el cual nos observamos a nosotros mismos, y que a su vez nos permite confrontar nuestra propia naturaleza social.

Sin lugar a dudas el turismo nos presenta una gran cantidad de temas mezclados que estimulan el trabajo de la antropología, y prueba de esta cuestión es el presente monográfico, que integra textos y autores que nos hablan de turismo, pero no solamente de turismo. A continuación, y según orden de aparición, se presenta una breve reseña de los artículos y biografía de cada autor, destacando sus diálogos con la antropología del turismo.

“Entre el lentisco y la jara. Cinco conclusiones socio-antropológicas sobre el turismo”, artículo escrito por Antonio Nogués-Pedregal, abre un abanico de cuestiones y un profundo debate a propósito de las aportaciones socio-antropológicas al estudio del turismo que esperamos sea el prelude de un futuro texto aún más intenso y expansivo. En esta ocasión Nogués-Pedregal discute los objetos y sujetos turísticos analizados tradicionalmente por la literatura antropológica, cuestionando qué ha aportado la antropología más allá de las aseveraciones a propósito de los cambios culturales en las poblaciones de acogida. Retomando un reto planteado recientemente por Hernández-Ramírez (2015), según el cual se debe avanzar en la creación de marcos de interpretación explicativos que superen la tendencia al particularismo, Nogués-Pedregal sostiene que el estudio socio-antropológico del turismo consiste en el análisis de los procesos sociales y culturales

que se producen en contextos turísticos, y que el espacio turístico deviene un mediador de significados; entre otras cuestiones expone hasta qué punto la literatura socio-antropológica del turismo ha tratado de comprender de forma preferencial el subalterno y en menor medida la figura del turista, cómo el turismo es una estructura de poder, un sistema que consume territorio y un fenómeno que “dibuja las vidas sociales de los grupos que habitan en entornos turísticos y media para ofrecer un sentido distintivo a las memorias colectivas”. Estas son solamente algunas de las reflexiones a las que nos invita esta lectura, que de un modo u otro precede las siguientes.

Marc Morell nos sitúa en una interpretación materialista de la historia con el artículo “Turisme per desposseïó: el treball col·lectiu del patrimoni cultural com a comú denominador urbà”. Superando los enfoques de una antropología del turismo centrada exclusivamente en la aculturación del anfitrión o la alineación del turista, Morell se focaliza en la cuestión del trabajo colectivo, un aspecto que considera fundamental para entender los contextos turísticos y los procesos de producción, reproducción y consumo que lo crean. Morell nos presenta a Roberto, una estatua humana en el Centre Històric de Palma de Mallorca, y a Gabi, propietaria de un bar “local” en la misma zona, que se convierten en actores y patrimonios de un territorio modelado por y para el turismo. Son productos de un trabajo que se mercantiliza, patrimonios que se turistifican, vidas que devienen turísticas. Morell pone el acento en la cuestión de las relaciones sociales como producto y productoras de realidades, y nos va mostrando la mutación del centro de Palma a través de los años, las políticas y las estructuras de poder.

En las últimas décadas, la tradición de la antropología urbana ha incorporado el análisis turístico como un tema importante de debate, casi diríamos inexcusable y central en muchos casos (quizá porque ya “no existen” ciudades comprensibles fuera del turismo). Dani Malet, Sergi Yanes y Andrés Antebi son referentes en esta encrucijada temática: en su artículo “Reconfigurando el entramado turístico: tres breves ensayos a cargo de «Turismografías»” nos hablan de tres ciudades (Lisboa, Lloret de Mar y Barcelona) y de millones de turistas, de locales que no restan pasivos ni conformes con la llegada de turistas, de políticas liberales, espacios de saturación, transformaciones territoriales, simbiosis culturales y procesos de gentrificación, entre otros aspectos. En su texto late una actitud de denuncia hacia determinadas formas de cambio urbano y urbanístico. Además cabe destacar la interesante idea de capacidad performativa del turismo, la maleabilidad de lo urbano cuando es turístico y la cotidianidad de las praxis como algo “constituyente”: algo a través del cual podemos entender la formación de espacios y realidades.

Raúl Travé, Daniel Carmona y Antonio Miguel Nogués-Pedregal escriben el artículo “Discursos periodísticos y prácticas comunicativas *alrededor* del turismo. El caso

de Portmán (Región de Murcia)”, un interesante texto que nos propone entender el turismo como mediador significativo de la vida cotidiana de una población. Según los autores, el turismo no tan solo constituye una realidad material, sino que también se presenta como un conglomerado de discursos que producen “verdades”, “formas de comprender” y significados que afectan y materializan la realidad; este trabajo presenta la paradójica situación de una comunidad que logra “pensarse a través del turismo” sin ser turística, hecho que evidencia la potencia de los discursos hegemónicos y la tensión de la resistencia. El caso de Portmán es sumamente singular y paradigmático, propio de los procesos de reconversión económica y territorial inducida en determinadas zonas. Los autores articulan un diálogo que va más allá de las cuestiones turísticas ya que en el fondo plantean reflexiones *alrededor* de la organización social y económica de una comunidad, sus modelos de desarrollo territorial, los sistemas de poder y resistencia y la construcción de discursos, valores, símbolos e identidades.

La contribución de Mónica Lacarrieu a partir del artículo “La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la Antropología” representa una interesante oportunidad para reflexionar a propósito del trabajo antropológico (metodológico y epistemológico) en el ámbito turístico-cultural, particularmente en el Cono Sur del continente americano. Lacarrieu enfrenta el debate de la construcción de la diferencia y el exotismo, advirtiendo a propósito de la espectacularización del Otro con el fin de sacar réditos turísticos, al mismo tiempo que propone repensar críticamente las prácticas patrimoniales y turísticas que se producen en muchos lugares del mundo. La construcción diferenciada de atractivos y valores es un asunto cultural –más que turístico, asevera la autora-, que no puede desvincularse de los relatos occidentales sobre la otredad y la identidad. Por todo ello este texto avanza en una línea sólida e inagotable de la antropología del turismo, que busca no solo comprender, sino también actuar y defender.

El artículo “Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: el turismo comunitario a debate”, de Claudio Milano, retoma, entre otras premisas y autores, la crítica de Turner y Ash acerca de la denominada “periferia del placer”, y plantea hasta qué punto la pobreza puede convertirse en un elemento de consumo turístico en el marco del turismo comunitario actual. Milano analiza de forma crítica los entramados de intereses, discursos y prácticas que se producen entre estados y políticas neoliberales, agencias de desarrollo, instituciones, oenegés y diversos actores, y advierte a propósito de los prejuicios causados en las comunidades anfitrionas. Cuando la pobreza y el mito del Buen Salvaje devienen objetos de consumo turístico, pretextos para el deseo, recursos para el desarrollo, debemos alertar a propósito de las contradicciones del turismo comunitario, un modelo que el autor desarma, que pone en tela de juicio –tanto por los objetivos como beneficios que

se le atribuyen. En este texto los diálogos que se tienden entre antropología y turismo nos permiten analizar cuestiones relacionadas con el poder, la política, la organización y transformación social y las formas de consumo, y de un modo especial, creemos, las relacionadas con la cosificación de la pobreza.

Pablo Díaz Rodríguez, Agustín Santana Talavera y Alberto Jonay Rodríguez Darias nos presentan el artículo “Image on Internet as a Strategy of Rejuvenation: Virtual Expectations”, que a diferencia del resto de textos del monográfico se inscribe en una línea de antropología claramente aplicada a la gestión directa (aunque no por esto descargada de crítica y de compromiso). En este artículo se presenta el caso de la imagen turística de Fuerteventura, un tema (el de la producción de imágenes e imaginarios) muy presente en la antropología del turismo. Díaz, Santana y Rodríguez describen los procesos de creación de nuevos significados en las imágenes turísticas de Fuerteventura, destacando cómo tratan de basarse en elementos y necesidades de las sociedades dominantes. Los autores inciden en una cuestión crítica: a menudo el nativo es presentado de forma estereotipada, ya que su identidad es conectada con la naturaleza y el pasado, recreando una imagen incluso peyorativa del sitio y sus habitantes. La presentación de un paisaje paradisíaco, bello, remoto y alejado de los valores occidentales acostumbra a ser una postal clásica en los imaginarios turísticos que la literatura antropológica ha analizado y criticado severamente por todo aquello que tiene que ver con la mercantilización de la naturaleza al servicio de las sociedades dominantes. Por todo ello, este artículo nos habla, más allá del caso concreto de Fuerteventura, de clichés culturales, trivialización cultural, etnocentrismo, construcción de identidad, exotismo y diferenciación.

“Mundos soñados, mundos contestados: la dialéctica de los imaginarios del turismo” es el título con el que David Lagunas reseña el libro editado por Noel B. Salazar y Nelson H. H. Graburn *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches*, publicado en 2016 por Berghahn Books. En esta obra los autores presentan un conjunto de textos etnográficos que evidencia la presencia de una etnografía global, apunta Lagunas, una “etnografía del mundo globalizado” que se realiza a partir del análisis de la “producción, diseminación y consumo de los imaginarios del turismo”. Lagunas no solo comenta de forma rigurosa y atenta los textos que integran la obra, sino que también nos proporciona interesantes apuntes de carácter teórico alrededor de conceptos como los imaginarios, las representaciones e ideologías en turismo. Además Lagunas, no omite una crítica a la focalización que a menudo se produce entorno al análisis de los imaginarios turísticos, ya que a su parecer puede oscurecer otras realidades de carácter material como “la mercantilización del turismo, en especial la explotación, la precarización y la alienación de los trabajadores del turismo, así como el fetichismo que finalmente envuelve el producto turístico”.

Por todo ello, esta reseña contribuye a seguir comprendiendo la potencia y poder de las imágenes y símbolos, y su articulación y tensión con un mundo globalizado en el que constantemente circulan personas, lugares y objetos.

Moviendo el monográfico de los imaginarios al plano material, Javier Hernández-Ramírez escribe la reseña “Hablan las trabajadoras de los rincones oscuros del turismo”, del libro de Ernest Cañada *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral* publicado por Icaria en 2015, y que adentra al lector en el submundo del turismo con una actitud de absoluta crítica, compromiso y denuncia. Hernández-Ramírez sitúa esta obra en la tradición socio-antropológica del trabajo turístico, y destaca el valor de Cañada en dar luz a los rincones oscuros del turismo, en dar voz a las que son invisibles. La reseña destaca las aristas del sistema turístico, sus contradicciones y problemáticas, al mismo tiempo que nos propone un diálogo entre antropología y turismo que trae a colación cuestiones tan críticas y fundamentales como el tema de género, la segregación social o la explotación.

La última de las reseñas la realiza Fabiola Mancinelli, y nos traslada a Cuba: “Sobre amistad, amor y dinero: relaciones frágiles y sentimientos híbridos a los márgenes del turismo”, del libro de Valerio Simoni *Tourism and Informal Encounters in Cuba* publicado por Berghahn Books en 2016, nos presenta las relaciones y lenguajes creados entre residentes y turistas de todas las procedencias y de ambos sexos. Existe una dimensión económica e instrumental que mediatiza gran parte de los encuentros informales que se producen en los márgenes de la industria turística, del mismo modo que existe una voluntad, tanto por parte del turista como de la población residente, de crear experiencias que van más allá de un intercambio turístico convencional. Simoni analiza este entramado ambivalente de encuentros a partir de un método innovador basado en la noción de “idiomas relacionales” y asumiendo una perspectiva *emic*, que según Mancinelli abre el paso a una comprensión más profunda del amplio espectro de relaciones que están en juego en el turismo contemporáneo. El análisis de Simoni, según Mancinelli, permite replantear la división entre visitantes y visitados, asumir que los roles e identidades se construyen, confunden y descomponen de forma constante en un mundo turístico, reflejo de un mundo lleno de asimetrías, diferencias y desigualdades.

En cuanto a los autores

Antonio Miguel Nogués-Pedregal es profesor titular de Antropología social e investigador principal de *Culturdes* en la Universitas Miguel Hernández, grupo que estudia las

relaciones entre cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo. Nogués-Pedregal realiza trabajos de campo en España y América Latina y su línea de investigación aborda las manifestaciones del poder, los procesos de significación y el análisis de las dinámicas sociales y culturales en contextos turísticos, con especial atención al patrimonio cultural, la cooperación internacional al desarrollo y las nuevas movibilidades. Desde 1991 investiga sobre antropología del turismo y publica en libros y revistas nacionales e internacionales, y varios de sus textos han sido traducidos a distintos idiomas. Ha coordinado la edición de *Cultura y turismo* (Signatura 2003) y *Culture and Society in Tourism Contexts* (Emerald 2012).

Marc Morell es antropólogo social doctorado por la Universitat de Barcelona (UB), con la tesis *La flor y muerte de un barrio. An Ethnography on Comprehensive Gentrification and Class Struggle in Urban Majorca*. Ha trabajado de investigador y profesor en la Universitat de les Illes Balears (UIB) y colabora con el Grup de Recerca sobre Exclusió i Control Social de la UB y con el de Política, Treball i Sostenibilitat de la UIB. Su trabajo de campo en Mallorca y Malta se ha centrado en el carácter de clase de la producción del espacio. Mientras que de un lado indaga a propósito del trabajo que requiere el patrimonio y en como el turismo lo mercantiliza, del otro explora la gentrificación no como reflejo espacial de las clases sociales previamente precipitadas, sino como un momento constitutivo más en su formación urbana. Entre sus publicaciones más recientes cabe destacar *The Making of Heritage* (coeditor, Routledge, 2015) y «When space draws the line on class» (en *Anthropologies of Class*. Cambridge University Press, 2015).

Daniel Malet Calvo es Doctor en Antropología Social, con la tesis «*A ver quem passa*». *O Rossio. Processo social y dinámicas interactivas en una plaza del centro de Lisboa*, y licenciado en Historia y en Antropología Social por la Universitat de Barcelona. Ha participado en variados proyectos de investigación financiados, realizando etnografía en Barcelona, Lisboa y la isla de Santiago (Cabo Verde). Es miembro del Grup de Recerca en Exclusió i Control Social (GRECS-UB), del Centro de Investigação e Estudos de Sociologia - Instituto Universitário de Lisboa (CIES-IUL) y del grupo de trabajo LXNIGHTS, sobre las transformaciones urbanas derivadas del crecimiento del sector turístico nocturno en la capital lusa. Tanto en su proyecto postdoctoral actual sobre los estudiantes Erasmus en Lisboa, como en los grupos e intereses en los que participa, aborda el fenómeno turístico como un componente inseparable de las dinámicas del urbanismo capitalista en general.

Sergi Yanes Torrado es Doctor en Antropología Social por la Universitat de Barcelona, con una tesis sobre el turismo en Lloret de Mar que lleva por título *Abierto por vacaciones. Una etnografía de la apropiación turística de Lloret de Mar*. Sus principales líneas

de interés se centran en la producción social del turismo, los procesos de apropiación espacial, la construcción de los discursos técnicos, mediáticos y políticos, las relaciones de poder, el papel del patrimonio y de la memoria en los procesos de resignificación del lugar. Es co-autor de la investigación *A Voltes. Pels itineraris turístics de Barcelona* (IPEC-Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura) y miembro del Grup de Recerca en Exclusió i Control Social (GRECS-UB) y del Observatori d'Antropologia del conflicte Urbà (OACU-UB).

Andrés Antebi es antropólogo y documentalista. Coordina el Observatori de la Vida Quotidiana (OVQ), entidad interdisciplinar que trabaja en proyectos de investigación en historia y etnografía urbana, focalizados en la ciudad de Barcelona. En su marco ha dirigido varios documentales etnográficos y ha publicado artículos y libros sobre muchos de sus intereses: movimientos sociales urbanos, cultura islámica, espacio público y fiestas populares. En el ámbito del turismo ha centrado sus intereses en el barrio de la Barceloneta y su proceso acelerado de transformación. Es co-autor de la investigación *A Voltes. Pels itineraris turístics de Barcelona* (IPEC-Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura).

Raúl Travé Molero es Doctor en Antropología Social por la Universitat Miguel Hernández de Elche con la tesis, *Comunicación y mediaciones culturales en la producción de hegemonía en contextos turísticos. Discursos y prácticas sobre el desarrollo turístico de Portmán (Murcia)*. Desde 2012 pertenece al grupo de investigación Culturdes; su línea de investigación se centra en las relaciones entre poder, comunicación y cultura en los procesos de construcción, cambio y apropiación de discursos. Recientemente ha firmado junto a Daniel Carmona la entrada "Change, sociocultural, tourism" en la *Encyclopedia of Tourism* (2015) coordinada por Jafar Jafari y Honggen Xiao, y junto a Antonio Miguel Nogués-Pedregal y Daniel Carmona ha publicado "Los misterios del patrimonio y el turismo en Elche: Lo global (UNESCO) en lo local (identidad)" en el monográfico sobre turismo del año 2015 de la *Revista Andaluza de Antropología*.

Daniel Carmona Zubiri es profesor asociado del área de antropología social y cultural del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Miguel Hernández de Elche, y Doctor por esta misma universidad desde 2004, con la tesis *Las Minas de Hellín (Albacete)*. Actualmente es miembro del grupo de investigación Culturdes (Cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo); su tarea como investigador aborda cuestiones relacionadas con el patrimonio cultural, el desarrollo local y el turismo. En sus publicaciones de los últimos años ha colaborado con autores como Antonio Miguel Nogués-Pedregal y Raúl Travé en "Los misterios del patrimonio y el turismo en Elche. Lo global (UNESCO) en lo local (identidad)" o "Change, Socio-cultural, tourism" de

la *Encyclopedia of Tourism* de Jafar Jafari y Honggen Xiao.

Mónica Lacarrieu es Doctora en Antropología Social por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es Investigadora Principal en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y profesora titular en la UBA. Trabaja como consultora y formadora en Patrimonio Inmaterial y en Turismo Cultural para UNESCO, y es directora de proyectos relacionados con el campo de la cultura. Ha sido coordinadora por Argentina del Proyecto ALFA “Turismo cultural en América Latina y Europa: investigación, formación y desarrollo regional” y del proyecto “Políticas Públicas de Turismo y Gestión Turística del Patrimonio Cultural en Argentina”; ha publicado diversos artículos, libros y capítulos de libro relacionados con el turismo, la cultura y el patrimonio.

Claudio Milano es Doctor en Antropología Social y Cultural por la Universidad Autónoma de Barcelona con la tesis “*Eran bichos de siete cabezas*”. *Una isla del Delta del Parnaíba, Brasil, en la mira de la promoción turística transnacional*. Es investigador y docente en los programas de grado y posgrado de Ostelea School of Tourism & Hospitality - Universidad de Lleida. En la misma institución es responsable del Área de Ciencias Sociales y Humanas. Sus investigaciones se han centrado en la promoción turística en el nordeste de Brasil y en la emergencia de nuevas modalidades de turismo. En la actualidad estudia la relación entre turismo y movimientos sociales. Es miembro colaborador en varias redes de investigación antropológica y de turismo: Observatorio de Antropología del Conflicto Urbano (OACU), Grupo de Investigación Multidisciplinar en Turismo (GRIT-EAE), y la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR).

Pablo Díaz Rodríguez es Doctor en Antropología por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, con la tesis *Cambio cultural e imagen turística. Efectos de los procesos de reconfiguración y consumo de imágenes proyectadas*. Investigador docente en la Escuela de Turismo de la Universidad de Las Américas (Quito, Ecuador) y miembro del equipo de investigación Sistemas socioecológicos, Paisaje y Desarrollo local (ADAPTA) de la Universidad Complutense de Madrid y el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna (Tenerife), especializado en investigación ambiental y turismo como aplicaciones de la antropología y la ciencia ecológica. Es autor de diversos artículos, capítulos y libros sobre socioecología y turismo, como *Cultural Tourism* (2014), *Tourism as a Challenge* (2014) o *Tourism as a Tool for Development* (2014) (WIT Press, London).

Agustín Santana Talavera es Doctor en Antropología Social, profesor titular de la Universidad de La Laguna (Tenerife) y Director del Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales en la misma universidad. Sus líneas de investigación se enmarcan

en la antropología del turismo, lo cual se muestra en varios libros y en una amplia producción de artículos en revistas nacionales e internacionales, desde 1983, así como colaboraciones con capítulos en diversos libros científicos. Es fundador y director de *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (www.pasosonline.org). Ha participado y dirigido proyectos de investigación nacionales e internacionales, así como realizado diversas asesorías técnicas para clústeres, instituciones y empresas. También es miembro de comités científicos de revistas y eventos (entre otras es miembro de AECIT, AIBR y AMIT).

Alberto Jonay Rodríguez Darías es licenciado en Filosofía, Máster en Dirección y Planificación del Turismo y Doctor en Antropología del Turismo por la Universidad de La Laguna con la tesis *Turismo y áreas protegidas. El caso de los Parques Rurales de Teno y Betancuria*. En el desarrollo de su tesis doctoral analizó las implicaciones entre el turismo y las áreas protegidas, centrándose en dos estudios de caso en Canarias (los parques rurales de Teno y Betancuria). Desde 2006 ha participado en más de cuarenta publicaciones y diez proyectos de investigación analizando la imagen, los impactos y las posibilidades de desarrollo turístico desde una perspectiva antropológica. Actualmente es profesor agregado en la Universidad Europea de Canarias y miembro del Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, el grupo de investigación Reinventur y la Cátedra de Turismo Ashotel-Cajacanarias de la Universidad de La Laguna.

David Lagunas Arias es Doctor en Humanidades; actualmente es profesor titular en Antropología Social en la Universidad de Sevilla; ha sido profesor en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y la Escuela Nacional de Antropología e Historia, en México, y es autor de más de 100 publicaciones, de las cuales 12 son libros, 47 artículos y 46 capítulos de libros. También es miembro regular de la Academia Mexicana de Ciencias y de The European Academic Network on Romani Studies (Consejo de Europa), Estrasburgo. Entre sus contribuciones a la antropología del turismo ha desarrollado estudios tanto teóricos como etnográficos sobre diversas cuestiones (turismo sexual, imaginarios, ideologías, política, patrimonio, mercado, globalización).

Javier Hernández-Ramírez es Doctor en Antropología Social y responsable de asignaturas relacionadas con la Antropología del Turismo y el Patrimonio Cultural en los grados y másteres oficiales que se imparten en la Universidad de Sevilla. En sus investigaciones recientes aborda el estudio de la imagen turística y del turismo de base local en áreas periféricas y fronterizas. Esta experiencia investigadora se ha visto reflejada en su producción bibliográfica de la que se entresacan algunos de los últimos títulos, como “Turismo de base local en la globalización”, publicado en 2015 en la *Revista Andaluza de Antropología* y “El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica

fica de los antropólogos españoles del turismo”, publicado en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* también en 2015.

Fabiola Mancinelli es Doctora en Antropología Social por la Universitat de Barcelona y guía acompañante de turismo internacional. Su tesis se centra en el análisis del proceso de turistificación y puesta en valor patrimonial de los pueblos de Zafimaniry de Madagascar. En la actualidad compagina la actividad docente (Universitat de Barcelona, Ostelea School of Tourism and Hospitality y Escola Universitària del Maresme) con la investigación en turismo y cultura de viaje. Es miembro del Grupo de Investigación Multidisciplinar en Turismo (GRIT-EAE, Ostelea). Entre sus publicaciones destacan «Shifting values of primitiveness among the Zafimaniry of Madagascar: an anthropological approach to tourist mediators’ discourses» (en *Regimes of Value in Tourism*, Routledge, 2016) y «Tourism and the Place of Memory» (coeditora del monográfico del *International Journal of Tourism Anthropology*, 2016).

Saida Palou Rubio es Doctora en Antropología Social y Cultural por la Universitat de Barcelona con la tesis *Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010)*, que analiza el proceso de construcción turística de Barcelona desde un punto de vista histórico, político y social. La tesis obtuvo el Premi d’Història Ciutat de Barcelona (2011) y fue publicada en 2012 por Edicions Vitel·la. Ha coordinado las jornadas *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat* y la publicación del libro con los textos de las ponencias (Efadós 2016). Ha participado en proyectos, comisiones, congresos y publicaciones relacionadas con el turismo en Barcelona, la memoria histórica, la historia y la antropología del turismo. En el campo profesional ha trabajado en el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona (2008-2010), y actualmente continúa colaborando en la planificación estratégica y debate turístico en Barcelona. Desde 2010 es profesora asociada en la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona.

A modo de reconocimiento

Las coordinadoras del monográfico queremos agradecer al Dr. Llorenç Prats sus lecciones sobre antropología y turismo, así como los consejos que motivaron nuestras carreras académicas en este campo de estudio. Agradecemos también la colaboración de todos los autores y sus valiosas aportaciones al monográfico y el trabajo de los revisores anónimos que han evaluado todos los manuscritos. Finalmente también queremos agradecer el apoyo del Consell de Redacció de l’Institut Català d’Antropologia.

Bibliografía

- ANTA, J. L. (2013) “Una etnografía del avión. Cuerpos sujetos a la disciplina del consumo viajero”, AIBR, *Revista de Antropología Iberoamericana* 8 (3), pp. 323-344.
- APPADURAI, A. (2001) *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.
- BAUMAN, Z. (2001) [1997] “Turistas y vagabundos: héroes y víctimas de la posmodernidad”, in Z. Bauman, *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Akal, pp. 107-120.
- BOORSTIN, D. J. (1961) *The image or what happened to the American Dream*, New York, Atheneum.
- BRUNER, E. (2005) *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*, Chicago: The University of Chicago Press.
- CALVO VARELA, C. (2009) “Bourdieu en la playa. Campos de fuerza y relaciones de poder sobre la arena”, *Gazeta de Antropología*, 25 (2), artículo 48.
- COHEN, E. (1972) “Toward a sociology of international Tourism”, *Social Research*, 39, pp. 164-182.
- CRICK, M. (1985) “Tracing’ the anthropological self: quizzical reflections on field work, tourism and the ludic”, *Social Analysis*, 17, pp. 71-93.
- GALANI-MOUTAFI, V. (2000) “The self and the other: Traveller, ethnographer, tourist”, *Annals of Tourism Research*, 27 (1), pp. 203-224.
- GRABURN, NELSON H. H. (1989 [1977]) “Turismo: el viaje sagrado”, in V.L. Smith, *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Endymion, pp. 45-68.
- GREENWOOD, D. J. (1989 [1977]) “La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural”, in V.L. Smith, *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Endymion, pp. 257-279.
- HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. (2006) “Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo”, *Boletín Antropológico*, 66: pp. 21-50.
- HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. (2012) “Implicaciones socioculturales del turismo y balance de la Antropología del turismo sobre Andalucía”, in C. Jiménez de Madañaga, y J. Hurtado Sánchez (coords.), *Andalucía. Identidades culturales y dinámicas sociales*, Sevilla: Aconcagua Libros, pp. 123-162.
- HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. (2015) “El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (2): pp. 305-331.
- JURDAO, F. (1990 [1979]) *España en venta*, Madrid: Endymion.

- LACABA, J. J. (2004) "Sitges (Catalunya) y el carnaval gay: el turismo y sus nuevos peregrinajes", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (1): pp. 111 -124.
- LAGUNAS, D. (2005) "Turismo, espacio y representación del patrimonio en el sistema mundial", in A. Santana, y L. Prats (Eds.) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*, *Actas del X Congreso de Antropología*, Sevilla: pp. 147-167.
- LAGUNAS, D. (coord.) (2007) *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplina-rias*, Plaza y Valdés: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- MACCANNELL, D. (2003 [1976]) *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona: Melusina.
- MANCINELLI, F. (2009) "More pins on the map. Las prácticas y los discursos de los turistas americanos de viaje por la Europa Mediterránea", *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 7, (1): pp. 13-27.
- MANDLY ROBLES, A. (2002) "Espacio, lugares, transparencias", in M. Luna (ed.) *La Ciudad en el Tercer Milenio*, Murcia: Universidad Católica San Antonio, pp. 109-132.
- MANDLY ROBLES, A. (1983) *Estudio antropológico-social sobre aspectos relacionados con el turismo en la provincia de Málaga: la comunidad tradicional andaluza en el reto de la urbanización*, Universidad Complutense de Madrid, Tesis Doctoral inédita.
- NASH, D. (1981) "Tourism as an anthropological subject", *Current Anthropology*, 22 (5): pp. 461-481.
- NASH, D. (1989 [1977]) "El turismo considerado como una forma de imperialismo", in V. L. Smith, *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Endymion, pp. 69-91.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2008) "Poder político y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados". *Gazeta de Antropología*, 24 (2), artículo 26.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2009) "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (1): pp. 43 -56.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2010) "Prólogo a la edición española: la antropología entre lo cultural y el turismo", in Boissevain, J. (ed.) *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo de masas*, Barcelona: Bellaterra, pp. 9-25.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2012) "El Cronotopo del Turismo: Espacios y Ritmos", *Revista de Antropología Social*, 21: pp. 147 -171.

- NÚÑEZ, T. (1963) "Tourism, tradition acculturation: Weekendismo in a Mexican village", *Ethnology* 2 (3), pp. 347-52.
- PALOU RUBIO, S. (2014) "The Anthropological Study of Tourism in Spain: Notes about a brief anthropological culture dedicated to the study of tourism", *Anthropology News*, 55 (9-10), American Anthropological Association, 31.
- PI-SUNYER, O. (1989 [1977]) "Percepciones cambiantes del turismo y de los turista en un centro turístico catalán", in V. L. Smith (ed.) (1992) [1977] *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Endymion, pp. 281-302.
- PRATS, L. (2006) "La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias", *PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, Sevilla, Junta de Andalucía, 14, (58): pp. 72-80.
- PRATS, LLORENÇ (1997) *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, A. & RUSSO, A. P. (2010) "Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico", *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*.
- SANTANA TALAVERA, A. (2003) "Mirando culturas: la antropología del turismo", in Rubio Gil, À., *Sociología del turismo*, Barcelona: Ariel, pp. 103-125.
- SANTANA TALAVERA, A. (1997) *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- SMITH, V. L. (ed.) (1992 [1977]) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Endymion.
- STRONZA, A. (2001) "Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives", *Annual Review of Anthropology*, 30: pp. 261-284.
- TURNER, L. y ASH, J. (1991 [1975]) *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid. Endymion.
- URRY, J. (1990) *The Tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage.
- URRY, J. (1995) *Consuming places*, New York: Routledge.

ENTRE EL LENTISCO Y LA JARA. CINCO CONCLUSIONES SOCIO-ANTROPOLÓGICAS SOBRE EL TURISMO

*Antonio Miguel Nogués-Pedregal
Universitat Miguel Hernández de Elche*

Resumen

Tras el incontable número de investigaciones realizadas y del infinito número de artículos publicados con estudios socio-antropológicos sobre el turismo, qué hemos aprendido desde que la antropología se percató de que los turistas alteraban el devenir de las poblaciones. Escrito como un ensayo y sin pretensiones de exhaustividad, el texto responde a esta pregunta y explica que hemos alcanzado cinco conclusiones: 1. Que el turismo no es sino otro de los nombres del Poder; 2. Que no se puede entender la complejidad del turismo sin comprender los procesos sociales y culturales que suceden en un entorno turístico; 3. Que los procesos ecológico-culturales que construyen territorio determinan y son determinados por el espacio social y su distribución de capitales; 4. Que la industria de la seducción crea un conjunto de deseabilidades a través del que los grupos forjan su propio

Abstract

After a countless number of socio-anthropological research studies and an infinite number of articles published in scientific journals, what have we learned since anthropologists realized that tourists alter the nature of the local societies they visit? Written as an essay and by no means claiming to be exhaustive, this article argues that we have reached five considerations: 1. Tourism is nothing but another name for power; 2. The complex nature of tourism cannot be fully understood without studying the social and cultural processes that constitute a tourism environment; 3. The socio-ecological processes that construct territory determine and are determined by the social space and the different kinds of capital distributed; 4. The industry of seduction creates a body of desires through which socio-cultural groups forge their own frame of sense and identity; 5. The potentialities shown by tour-

marco de sentido; 5. Que la potencialidad mediadora del turismo permite sugerir desarrollos alternativos del turismo.

Palabras claves: Epistemología, mediación significativa, estudios socio-antropológicos, turismología

ism to mediate in the creation of meanings allow researchers to suggest alternate paths for the development of tourism.

Keywords: Epistemology, meaningful mediation, socio-anthropological studies, tourismology

Planteamiento del problema

Solo en contadas ocasiones la creación intelectual o artística es ajena a su contexto de producción, al *Zeitgeist* o las condiciones económicas y financieras que fundamentan este y favorecen aquellas. Ocurrió con los mecenas renacentistas, ocurre con las líneas temáticas priorizadas por los programas estratégicos de investigación científica y con las corporaciones privadas que destinan recursos a la investigación. Tampoco es ajena la producción intelectual a las circunstancias personales que hoy determinan la carrera académica de los investigadores que, ante el temor a *perecer*, publicamos bajo un alocado ritmo que estalla en infinitas publicaciones inabordables en una sola vida, nos coartamos la posibilidad de madurar las ideas y reducimos el diálogo científico a una incansable secuencia de comunicaciones en incontables congresos y jornadas siempre apurados de tiempo. Esta realidad, que los angloparlantes siempre acertados con las tonalidades del humor llaman *publish or perish*, es bien conocida por todos los que leamos este número especial de *Quaderns*. Este marco ideológico que desde la precisa expresión de Sheila Slaughter y Larry Leslie (1997) conocemos como “capitalismo académico” influye –cuando no determina—las temáticas y las finalidades de las investigaciones científicas. El estudio del turismo no podía ser menos. Un fenómeno definido en toda su complejidad por von Schullern “como la síntesis de todas aquellas actividades, *especialmente las económicas* que, comienzan y están directamente relacionadas con la llegada, estancia y partida de extranjeros/extraños/turistas hacia, en o fuera de una localidad, región o país específico” (cursivas añadidas, 1911:437). Una realidad global que mueve hoy mil millones de turistas internacionales, prevé 1.800 millones hacia 2030, “aporta 1,5 billones de dólares al comercio mundial, representa el 30% de las exportaciones mundiales de servicios [y] aumenta esta cifra hasta el 45% en los países menos desarrollados” (OMT, 2015), no podía escapar de las circunstancias que condicionan su propio conocimiento.

El turismo determina muchas de las políticas que hoy se diseñan desde las instituciones públicas estatales y supra-estatales. No en vano todos los países realizan denodados

esfuerzos, si no por controlar los flujos turísticos —pues estos están en manos de los agentes privados de la industria de la seducción— y la actividad económica de estos derivada, al menos sí por atender a los indicadores con los que elaborar su Cuenta Satélite de Turismo. La CST es una herramienta que escudriña las dinámicas del mercado y en el más deseable de los casos, permite evaluar la efectividad de las políticas públicas obsesionadas por aumentar las cifras contables del negocio turístico. Parece obvio sin embargo, que esta herramienta que “se puede describir como un conjunto de cuentas y tablas, basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos (oferta y demanda) del turismo de forma interrelacionada para una fecha de referencia dada” (Instituto de Turismo de España, 2015), no contempla casi ninguno —siendo generoso— de los datos que necesita el conocimiento socio-antropológico del hecho turístico.

El reconocimiento del carácter econométrico de la CST no anula el hecho de que todas las cuentas nacionales confirman que el turismo es una actividad pujante en la inmensa mayoría de países; salvo claro está, en aquellos inmersos en una situación de extrema inseguridad (léase, guerra), o que son una calamidad como organización estatal normalizada y que la terminología occidental denomina *Estados fallidos*. Sirva como ejemplo de la centralidad que ha alcanzado el sector turístico en el horizonte de muchas sociedades, que todas las noticias sobre la Semana Santa en los telediarios de las televisiones españolas —en tanto que voceros y relatores del *mundo del que se habla*— se aderezan con porcentajes de reservas hoteleras, número de visitantes que se esperan en tal o cual ciudad, niveles de ocupación de las estaciones de esquí, de las reservas de los destinos rurales o del incremento de contrataciones. Es una realidad locutada que induce a pensar que la comprensión del turismo solo pasa por el conocimiento exhaustivo de las cifras de su gestión, porque son estas las que le otorgan entidad. Limitar el conocimiento del fenómeno del turismo al conocimiento de estas cifras es, probablemente, el más pernicioso de los obstáculos que enfrentamos aquellas disciplinas que consideramos secundario el número de transacciones turísticas y solo nos preocupa el conocimiento de los entresijos del sistema turístico internacional porque es el marco donde ocurren los procesos que nos interesan.

Jafar Jafari (2005 [2001]) fue quien primero abordó desde una perspectiva científico-social el turismo como realidad económica a escala global y estructuró su tratamiento en cinco plataformas que recuerdo de manera breve. Según este autor primero aparece la “plataforma apologética” agrupando aquellos argumentos, fundamentalmente nacidos desde la industria turística, que subrayaban las excelencias del turismo. Como respuesta aparecen unos enfoques críticos, especialmente en el entorno académico, que conforman

la “plataforma precautoria”. De esta confrontación dialéctica —que no dialógica— en los ochenta surge como síntesis la “plataforma adaptativa” que, aunque sigue prestando atención a los *impactos*, se interesa por nuevas estrategias turísticas que empoderan a las comunidades receptoras y atienden a un uso responsable de los recursos locales. Estos estudios son fundamentalmente de carácter propositivo y se materializan en el florido ramillete de adjetivos con el que seguimos adornando al turismo: turismo sostenible, rural, de granja, cultural, de naturaleza, de baja intensidad, sensitivo, etcétera. Una vez constituido el turismo como “parte del paisaje” surge la “plataforma científico-céntrica” que esboza las primeras definiciones y teorías socio-antropológicas y aparta levemente la atención de las magnitudes económicas. Con el nuevo siglo Jafari ve indicios de una quinta plataforma que denomina “de interés público”. Se constata que el turismo es un fenómeno sociopolítico de importancia global que ha llevado a la UNESCO, al PNUD o la AECID a interesarse por su potencialidad y a la ONU a aceptar en 2003 a la OMT como agencia especializada (Resolución 453/XV), lo que le otorga plenos derechos en el consejo de altos ejecutivos que diseña políticas intergubernamentales sobre cooperación y desarrollo económico. Esta quinta plataforma busca modos diferentes de gestión del turismo desde lo local. Es aquí donde situaríamos aquellas propuestas etnográficas que responden a una preocupación humanitaria y que utilizan adjetivos como comunitario, solidario, voluntariado, *pro-poor*, ético, etcétera (Singh 2015). Quizás también cupiese incluir al turismo antropológico o etnográfico a la vista de propuestas que invitan a conocer “una sociedad matriarcal en medio de un mundo islámico”.

Ilustración 1. Captura de pantalla. Marzo 2016. Fuente: Boyé 2016.



De hecho, si se analiza la producción bibliográfica y la sucesión de plataformas observamos que el estudio del turismo ni ha sido ni es ajeno a sus circunstancias de producción (Nogués-Pedregal 2009). Una evolución temática de trabajos más generalistas hacia estudios de caso de fuerte componente proyectivo que se percibe en el recorrido de *Annals of Tourism Research*, la revista que ha sido y es referencia mundial en este ámbito (Xiao, Jafari, Cloke, & Tribe, 2013).

También Erik Cohen y Scott A. Cohen (2012) subrayan la fuerte vinculación entre el contexto socio-histórico y los enfoques sociológicos al estudio del turismo. Una distinción disciplinaria esta del ‘enfoque sociológico’ contra la que en 1995 me rebelé al utilizar la adscripción *socio-antropológica* en el título de mi tesis: *Estudio socio-antropológico sobre aspectos relacionados con el turismo en Zahara de Los Atunes. La configuración de la realidad: anfitriones, huéspedes y antropólogo*. Quise mostrar que lo transdisciplinar, con ser fructífero en cualquier ámbito del saber, es mucho más productivo en esta temática porque circunscribir el estudio del turismo al corpus teórico de una sola disciplina merma su comprensión. Así lo indicaban Nash y Smith: “el pequeño, pero creciente número de antropólogos interesados en turismo no ha estado muy preocupado por las fronteras disciplinarias. Se han basado en trabajos de otros campos, así como en los del suyo y han usado teorías y metodologías sin mucha preocupación por los orígenes disciplinarios de las mismas” (*cit.* en Nogués-Pedregal 2015:12).

En cualquier caso Erik y Scott Cohen subrayan de manera muy acertada la centralidad que tuvo el concepto AUTENTICIDAD propuesto por Dean MacCannell. Una relevancia que vista desde hoy, resulta coherente con aquellos primeros compases en los que los estudios pretendían dilucidar cuáles eran los beneficios y los perjuicios de la aparición del turismo. No comparto sin embargo con los Cohen que la crisis de la modernidad, tal como aparece en los textos de Jean Baudrillard sobre el simulacro, de Umberto Eco sobre hiper-realidad, o la introducción del concepto MIRADA de Michel Foucault realizada por John Urry, haya desterrado la idea de autenticidad. Muy al contrario, una lectura crítica de los trabajos que hoy se publican desde perspectivas socio-antropológicas sobre —digámoslo de una forma general— la relación entre turismo, patrimonio y desarrollo, evidencia que la idea de autenticidad todavía está presente (Francesch 2011) en una buena parte de las etnografías, y todo pese a que Pierre Clastres (1987 [1971]) ya mostró su inviabilidad¹. Auguro que será difícil que desaparezca por dos motivos muy relacionados entre sí: primero por el constante re-descubrimiento que la socio-antropología hace del turismo, y segundo por el ritmo frenético de publicación que se impone a los jóvenes investigadores.

1. Esta línea enmarca el documental *Framing the Other: when strangers meet in the name of tourism* realizado por Ilja Kok y Willem Timmers (2012) sobre la reconstrucción de los Mursi del valle del Omo en Etiopía como producto turístico.

Una combinación que hace muy difícil que tengamos tiempo para la reflexión, para leer todo lo escrito sobre esta cuestión (*cf.* Knudsen and Waade 2010) y para avanzar sin recurrir una y otra vez a la facilidad de estos términos icónicos.

En este esfuerzo por aclarar el panorama destaca el análisis de Javier Hernández-Ramírez (2015) que desbroza con precisión el estado en el que se encuentra la “antropología del turismo” en España. Las temáticas² que identifica confirman un hecho indiscutible: la inmensa mayoría de los estudios que se declaran antropológicos estudian los procesos sociales y culturales *en* entornos turísticos. Debo subrayar la preposición *en* porque la antropología social que se acerca a comprender el turismo siempre hace su etnografía *en* un territorio concreto, observando lo que pasa durante —y como consecuencia de— los encuentros entre una población residente y otra visitante —a los que Jeremy Boissevain (1996) se refería como *insiders* y *outsiders*. Una población visitante que tiene la particularidad de ser estacional y que, salvo en el caso de algunos veraneantes, es esporádica y anónima para la población residente. En los estudios antropológicos la centralidad es para la sociedad local; porque aunque hay interesantes aproximaciones a la figura del turista (Palmer 2005; Frohlick & Harrison 2008; Martín Cabello 2014), lo cierto es que son pocos los estudios que se declaran etnográficos y que analicen la experiencia del turista en tanto que actor social en un entorno concreto. Porque incluso aquellas que no se acercan *stricto sensu* a la interacción entre poblaciones como, por ejemplo la etnografía sobre la situación laboral de los trabajadores del sector, siempre se hace desde la perspectiva de los subalternos (Cañada, 2015; Galán et al., 1977).

Quizás, a la vista de lo descrito por Peter Lugosi (2009), se podrían excluir de esta generalización las investigaciones realizadas por antropólogos adscritos a escuelas de negocio o de gestión turística (*Schools of Management and Hospitality*), porque están limitadas por un entorno académico gobernado por la necesidad de mostrar la profesionalidad y la relevancia de los resultados para la industria. Una circunstancia que termina alejando a los etnógrafos de explorar nuevos ámbitos de estudio y devuelve este texto a las primeras frases de este artículo.

Concluye Javier Hernández con un reto que se convirtió en parte de este ensayo: invita a “encontrar marcos teóricos explicativos [que superen esa] cierta tendencia al particularismo” que ha detectado tras su análisis de la producción bibliográfica (2015: 322). En este sentido, aunque de manera más contundente, se pronuncian Rafael Merinero y Juan Pulido (2016: 124) cuando escriben que bajo el enfoque de las ciencias sociales:

2. Las temáticas no difieren demasiado de las conocidas: patrimonio cultural (50%), el turismo como medio de desarrollo, teorías, relaciones turistas-residentes, conservación del medioambiente y la imagen como modeladora de subjetividades.

“[N]o se hacen conceptualizaciones profundas, ni se identifican procesos en los que las dimensiones de las interrelaciones se hagan operativas. Que estos artículos ni siquiera proponen un modelo básico de análisis [...] En consecuencia, el principal valor de esta línea de investigación reside en la consideración del turismo como un fenómeno social complejo que requiere para su comprensión del análisis de los lazos creados entre los principales elementos que componen la actividad turística”.

De aquí surgen preguntas: ¿Es simplemente otra afirmación gratuita nacida del desconocimiento o solo la constatación de la incapacidad de las ciencias sociales y humanas para aclarar el valor de sus conclusiones en un entorno dominado por las perspectivas de gestión empresarial? ¿Son tan determinantes las formas de poder que estructuran el conocimiento en el estudio del turismo que no podemos concluir sino que *en este pueblo también se enciende la luz cuando se acciona el interruptor*³? ¿No es que quizás el fin último del conocimiento socio-antropológico sea, como afirmaba Clifford Geertz, “mostrar las respuestas que otros, guardando las ovejas en otros valles, han dado, para así incluirlas en el registro consultable de lo hecho por la humanidad” (1973: 30)?

¿Qué hemos aprendido sobre el turismo gracias a los estudios socio-antropológicos?

Intentemos responder a esta pregunta. En la década de los treinta del siglo pasado el antropólogo Robert Redfield realizaba en Yucatán su trabajo etnográfico más renombrado. Si bien es cierto que la antropología apenas llevaba unas décadas fuera de los gabinetes, hasta la aparición de la monografía en 1941 los visitantes no aparecían en ninguna etnografía y si acaso, se les consideraba incordios ajenos a cualquier proceso. Entre los muchos aspectos que recogió el que interesa ahora es su descripción sobre la fiesta de Tizimín porque comenzó a hacerse famosa y a comercializarse, atrajo a muchos forasteros gracias a que el ferrocarril facilitó el transporte e hizo que los buscadores de ganancias vieran en la conservación de las costumbres un atractivo para gustar al público. Paralelamente, la fiesta en Chicxulub también experimentó un enorme auge porque tras la construcción de la carretera, se puso de moda entre las gentes adineradas de la ciudad ir a pasar algunas semanas en la costa durante los días más calurosos del verano a la orilla del mar. La fama llevó a los gobiernos municipales a atender más a las

3. Un renombrado catedrático de sociología del turismo me confesó que el noventa y nueve por ciento de nuestras investigaciones solo podía –o quizás debería– aspirar a mostrar que “aquí también se enciende la luz cuando se acciona el interruptor”.

fiestas patronales al percatarse de su potencialidad comercial. De hecho, para competir con estas, en la localidad cercana de Chelem, el gobierno trasladó la fecha de su fiesta alejándola del calendario de los Santos y acercándola a los ritmos de los visitantes (Redfield 1944: 358-359 [1941]).

“No reciben [los creyentes de Chicxulub] ayuda de las autoridades municipales, quienes se ocupan sólo de la fiesta secular. De vez en cuando, algunos de los veraneantes ayudan a decorar el altar ‘por pura broma’. La fiesta secular ha llegado a ser el principal empeño y negocio más grande del pueblo. La fecha se fija ahora para el domingo de agosto en que hay luna llena. En esta época, la temporada de verano está en su apogeo. Las autoridades hacen gastos para la construcción de una gran plaza de toros y de una plataforma para bailar, así como para contratar los músicos y los toreros profesionales. Pero, por otra parte, reciben fuertes entradas por concepto de la admisión, que se cobra. La jarana se ha reducido a una cosa insignificante. Pocas gentes de las que vienen a Chicxulub desean bailarla. La mayor parte de los visitantes está compuesta por jóvenes de Mérida que no tienen pensamiento alguno para la Virgen y no van más que a divertirse; para ellos es mejor el baile moderno” (Redfield, 1944:360).

La cuestión etnográfica del turismo quedaba clara y sencillamente planteada: la llegada de los turistas había despertado el interés comercial de los empresarios locales (aque- llos que según la distribución de capitales del espacio social de la comunidad tenían la capacidad de emprendimiento e innovación) por la fiesta. Una situación que despertó el interés de las autoridades locales por controlar este flujo de nuevas relaciones, por crear elementos, ponerles nombres y administrarlos. Inventan una fiesta, la engalanan y eligen celebrarla en la fecha que mejor convenga a los forasteros. Esto molesta al grupo que monopoliza el capital simbólico y provoca su protesta por la secularización y la pérdida de valores. Algunos forasteros, más partidarios del turismo activo y de la implicación directa en la comunidad, gustan de participar directamente con las gentes del lugar. En definitiva Redfield describe que ese marco de sentido que era el cronotopo agrario y punteaba los ritmos ecológico-culturales desde tiempo inmemorial se adecuaba, por mor de un agente externo, al nuevo calendario vacacional que era percibido como una oportunidad para modernizar el pueblo. O utilizando una terminología más en consonancia con la escritura científica actual: algunos elementos de la cultura expresiva popular se transformaron en un bien patrimonial porque empezó a ser gestionado de acuerdo con los intereses de los *stakeholders* y porque gracias a la connivencia del entramado político-técnico, que concibe el patrimonio como una fuente de ingresos, se decide su puesta

en valor para lo que se provisionan más recursos financieros. Esta apuesta posiciona mejor a la localidad en el competitivo mercado de la industria de los forasteros, pero la obliga a tomar unas decisiones que introducen un nuevo juego de intereses en el espacio social. Es decir, la fiesta se había mercantilizado y alterado su sentido hasta el punto de convertirse en un simple espectáculo. El proceso de racionalización de la actividad comunitaria y la secularización espectacular se consumaron; también la expropiación a los grupos subalternos de sus elementos identitarios; la autenticidad de las expresiones simbólico-religiosas dio paso a la autenticidad escenificada; y hegemonizó la lógica del interés político-mercantil en la gobernanza de la comunidad, entre ellas, la priorización de unos elementos culturales en detrimento de otros: la patrimonialización.

Leído así el texto de Redfield debemos preguntarnos si, además de mostrar que en todos los Tizimín y Chicxulub se enciende la luz cuando se activa el interruptor, hemos avanzado más allá de crear multitud de términos distintos para hablar sobre los mismos procesos: mercantilización, patrimonialización, turistificación, extrañamiento identitario, alienación simbólica, autenticidad... y “ponerlo todo perdido de palabras” (Gabilondo, 2013).

Soy consciente de que aunque dispusiera de todo el espacio de este monográfico, no sería capaz de sintetizar lo que han aportado las investigaciones socio-antropológicas que se han acercado a comprender el fenómeno del turismo. Sin embargo, parto de mi propia experiencia en este ámbito de estudio y me atrevo a señalar cinco conclusiones que hemos alcanzado y con las que se ha contribuido a enriquecer el conocimiento científico sobre el turismo.

Primera conclusión: el turismo es otro de los nombres del Poder

Probablemente lo más importante que se ha mostrado a los investigadores de otras disciplinas es que *el turismo no es sino otro de los nombres del Poder*. Esto, que afortunadamente cada vez sorprende a menos estudiosos, no siempre ha estado claro y ha obligado a un replanteamiento epistemológico de primer orden. Comenzando porque con la llegada del pensamiento post-estructuralista se ha demostrado que eso que conocemos con el nombre TURISMO no es una entidad o un agente delimitado ni delimitable, sino un conjunto de dispositivos socio-tecnológicos —bien articulado y mejor engrasado— que despierta el deseo por viajar, facilita el transporte, el alojamiento, la manutención y el entretenimiento de *ciertos* grupos sociales alejados de su cotidianeidad, así como los procesos y prácticas que inducen en el territorio al que llegan y que, por el hecho de ser un territorio, está ocupado por un grupo humano que lo reivindica como suyo.

Después de décadas estudiando la presencia de turistas en tantas latitudes, hemos aprendido que eso que llamamos TURISMO no es sino un complejo entramado de procesos socio-económicos que conforman una cadena causal que recorre desde la construcción imaginaria de los destinos como lugares de recreo y esparcimiento, hasta las prácticas de implantación neo-colonial de la industria turística, pasando por el cambio en la estructura de la propiedad del suelo y de los recursos locales, la transformación radical de los territorios, de las formas de estratificación social, del mercado y de los modos de trabajo, o de la distribución de la renta. Un complejo entramado que es a la vez, un campo donde se intercambian distintos tipos de capital y se altera su composición, distribución y volumen (Bourdieu 2005) y una arena político-económica donde dirimen sus intereses contrapuestos los grupos de poder, las facciones o los partidos. Un todo complejo con multitud de facetas y dinámicas distintas al que, por comodidad o por la fortísima influencia de otras disciplinas, tratamos como si fuera un solo fenómeno: el turismo. Desafortunadamente, la indudable manejabilidad conceptual y facilidad textual de un solo término es una trampa lingüística que, pese a lo que se ha avanzado, aún cercena las posibilidades que ofrece la perspectiva socio-antropológica.

Gracias a las innumerables etnografías realizadas sobre todos los Tizimín y Chicxulub que han sido y son, podemos identificar casi todos los dispositivos socio-tecnológicos que hacen deseable y posible esa movilidad. Estas etnografías han desenmarañado y desvelado que el turismo es un complejo entramado de relaciones sociales que puede ejercer una presión inmobiliaria transnacional sobre el nordeste brasileño recurriendo al argumento promisorio del turismo residencial como garantía de desarrollo socio-económico (Aledo et al. 2013) o determinar la situación laboral de las trabajadoras de hotel (Cañada, 2015), por limitarme solo a dos ejemplos en escalas *aparentemente* distantes. Puedo aceptar que para los análisis económico-empresariales estos dos ejemplos correspondan a escalas económicas distintas e incomparables, pero no puedo admitir que por esta razón analítica pertenezcan a dos ámbitos infinita y gnoseológicamente alejados entre sí. De hecho, las etnografías muestran la íntima conexión que recorre la secuencia causal que vincula ambos hechos y que se antoja inabordable para determinados posicionamientos disciplinarios.

Esta capacidad para afectar un rango tan amplio de territorios y de procesos sociales y culturales, es lo que lleva a hablar del turismo *como la creación más perfecta y sofisticada del Capitalismo*: no sólo consume lugares y territorios, esculpe paisajes o perpetúa relaciones de dependencia sino que, como demuestran los cientos de estudios etnográficos realizados, también produce deseabilidades, sentidos y significados y, sobre todo, convierte al *lugar* a través del espacio turístico actualizando los lugares y los ritmos de acuerdo

con los principios definidos por el Mercado Global. Por eso considero que plantear que el turismo es otro de los nombres del Poder, no parece que sea exactamente lo mismo que plantear la relación del turismo y el poder —como si acaso hablásemos de *realidades* externas entre sí; o de las relaciones de poder en el turismo —como si acaso hubiera relaciones sociales que no fuesen relaciones de poder.

Solo el carácter cualitativo y la profundidad etnográfica de las investigaciones socio-antropológicas han permitido conocer las interrelaciones —plasmadas en prácticas identificables y describibles preñadas de poder (cf. Amer Fernández 2006; Cheong & Miller 2000)— que permean el sistema de actores y que poco tienen que ver con el tipo de elementos del sistema turístico identificado por pioneros como Allister Mathieson y Geoffrey Wall (1982) y que, apenas actualizados en su filosofía funcionalista, todavía se siguen en las escuelas de negocio y turismo.

Segunda conclusión: el entorno turístico es sobre todo territorio

En línea con lo anterior se mueve la segunda conclusión: *los estudios socio-antropológicos han demostrado que no se puede entender la complejidad del fenómeno del turismo —ni siquiera en sus aspectos más empresariales— sin comprender los procesos sociales y culturales que se suceden en un entorno turístico.*

Aunque cualquier actividad humana no pueda sino ocurrir en un espacio y un tiempo, pocas actividades están más estrechamente ligadas al consumo de espacio que el turismo. De hecho, si algo distingue al turismo es que es una actividad que conlleva el consumo de un tiempo y un espacio cualitativamente diferentes: el tiempo de ocio y el *territorio turístico*. Lo que interesa subrayar aquí no es plantear si se puede considerar como tiempo de ocio modalidades como el turismo de congresos o de incentivos o el de cualquier otra vinculada al mundo profesional y pergeñada por expertos en mercadotecnia; lo que subrayo es el término territorio.

No es extraño encontrar en la literatura especializada investigaciones econocéntricas que presentan y abordan el turismo como un conjunto de actividades de ocio que consumen espacio; espacio así, en abstracto. Sin embargo muy pocas consideran que ese espacio está ocupado —con mayor o menor densidad— por un grupo humano que —con más o menos intensidad— siempre lo reivindica como suyo⁴; es decir, pocas

4. Un ejemplo de las nefastas consecuencias del mito turístico por 'descubrir' territorios con una total desconsideración hacia los que pueblos que los ocupan, lo tenemos en el documental *Gringo Trail* realizado por Pegi Vail (2013).

investigaciones econocéntricas introducen en sus indicadores que el turismo no consume espacio, sino territorio. Es cierto que el conocimiento científico tiende a establecer principios generales, pero ya nos alertó Evans-Pritchard (1974 [1962]: 19-20) que en las cuestiones humanas se debía buscar patrones y no leyes científicas. Afirmaba esto porque las disciplinas que explican la diversidad humana como sistemas naturales y no la interpretan como sistemas morales, pueden hacernos creer que “todo el monte es orégano” y no orégano, tomillo, lentisco, jara y yo que los transformo en *mi tierra* a través de los valores. Antonio Mandly lo aclara muy bien: “sobre un espacio las culturas construyen sus territorios, los señalan con deícticos, los dotan de topónimos y prosopónimos los cualifican en términos de creencias, valores, ideologías, *les dan sentido*. Así los transforman en *lugares* cuando los hermean o deterioran, viven y recuerdan” (cursivas añadidas, 2002: 108).

Los estudios socio-antropológicos sobre turismo han mostrado que como ya sabíamos (cf. García García 1976), el territorio no solo es una construcción social muy compleja sobre el que ocurren todo el conjunto de prácticas e interrelaciones ecológico-culturales que constituyen una sociedad, sino que esa misma complejidad determina los costes de las actividades empresariales vinculadas al turismo. Es decir, gracias a las etnografías conocemos la temposensitividad que destilan tierra y paisaje para los distintos grupos humanos que lo viven y sabemos que el turismo siempre consume territorios sea para facilitar el baño en una isla *desierta* del Pacífico Sur, cuando transforma las calles de una ciudad en un parque temático (Yanes Torrado, 2009), gentrifica un centro histórico (Hiernaux-Nicolas & González Gómez, 2014), o cuando sobrevuela las discusiones sobre parques naturales (Beltran Costa et al. 2008). Este consumo de territorio despierta tensiones con las poblaciones locales por la apropiación y control de los recursos porque entre otras razones, “transforma la tierra en suelo” (Aledo Tur, 2008) e incluso en las inhóspitas latitudes polares, donde aparentemente solo importa la prístina pureza de un lugar único, estas tensiones afectan a la experiencia turística y al deleite estético del paisaje tanto como a los beneficios empresariales (Snyder & Stonehouse, 2007).

Tercera conclusión: el espacio social sucede en un contexto turístico

Del hecho de que el turismo consuma territorio y no simplemente espacio hemos alcanzado otra conclusión: *los procesos ecológico-culturales implicados en la construcción del territorio determinan y son determinados por el espacio social—y su consiguiente distribución de capitales— y que deben ser estudiados con profusión etnográfica.*

Una lectura crítica de la literatura científica arroja la impresión de que en la turismoología —que en inglés llaman *tourism studies*— se ha caído prisionero del nominalismo y de la reificación epistemológica que supone confundir las nociones, conceptos y fenómenos que fueron creados para pensar sociológicamente, con la realidad de las cosas y su gestión —o sea, que caemos en la ‘falacia de las concreciones fuera de lugar’ como la llamó Alfred Norton Whitehead. De tal forma que de tanto hablar sobre Turismo en singular —cuando en realidad nos referimos a un conjunto de estructuras objetivas que tiene agentes, instituciones, reglas y prácticas individuales que son sociales— hemos interiorizado la historicidad del turismo *como si* fuera un agente externo e independiente de sus distintas trayectorias y contextos de producción. Aunque no hablo de esencialismo en un sentido ontológico, las investigaciones socio-antropológicas sí han contribuido a debilitar e incluso a conjurar el riesgo epistemológico que entraña el sustancialismo. Quizás porque estamos prevenidos contra las conceptualizaciones de la sociedad y la cultura como entidades homogéneas, cerradas y funcionales y preferimos hablar de espacio social en tanto que “sistema de relaciones” (Bourdieu 1998: 16) o incluso de *lo* cultural como “instrumento heurístico para hablar de la diferencia” (Appadurai 1996: 13). Además, hoy sabemos que en tanto que otra práctica de poder, el Turismo presenta un campo de posiciones claramente diferenciado de otros campos sociales, por seguir con Pierre Bourdieu (2005). La literatura etnográfica detalla que las estructuras que se presentan como objetivas en el campo del turismo han sido determinaciones históricamente constituidas, que existen agentes dominantes y dominados, que se producen luchas por la conservación o la subversión del campo —manifestadas en modos de apropiación turística distintivos, que tiene mecanismos propios de reproducción, unas reglas de entrada y otras de participación y unas prácticas de consumo y de producción, identificables y distinguibles de las de otros campos.

Gracias a este uso del concepto de campo social como herramienta heurística, los estudios etnográficos realizados sobre la interacción turística entre visitantes y población local confirman que existen demasiados matices y particularidades como para que hablemos de Turismo sin rubor. ¿O es que acaso algún gestor turístico puede mantener que la posibilidad de satisfacer las expectativas del cliente es independiente del contexto en el que se disfruta del escenario turístico y que este a su vez, es ajeno al espacio social de posiciones relativas, distancias y distribución de capitales en el que ocurren los grupos sociales que constituyen la sociedad local?

Ejemplos para responder a esta pregunta son los relatos etnográficos recogidos por Jeremy Boissevain (2011 [1996]). *Lidiar con turistas* ilustra cómo cada contexto turístico desarrolla un dinamismo que no se explica sólo mediante el patrón de oposición

dialéctica entre visitantes y población local, sino que está determinado por los ritmos ecológico-culturales del lugar, de la estructura laboral y de las distancias que constituyen el espacio social local. Por ejemplo, en la isla griega de Skyros los *kochyliani* (campesinos) vieron cambiar la valoración de los recursos y las que eran tierras yermas pasaron a ser los terrenos más deseados, su antigua ocupación artesanal pasó de ser marginal a ser muy lucrativa y cómo esto alteró su posición relativa en el espacio social. En la localidad sarda de Abbasanta (Italia) la dinámica de apropiación del significado de un patrimonio como la *nuraga*⁵ Losa reveló que la lucha de poderes no se realizaba ni única, ni principalmente, en términos de oposición a los visitantes, sino que era precisamente la relación con los turistas la que hacía comprensible los procesos políticos que se producían en el espacio social. Por su parte, en la cosmopolita ciudad de Amsterdam el colectivo de jubilados *Mee in Mokum*⁶ se había apropiado del discurso turístico y mostraba a los visitantes otra cara de la ciudad a través de sus experiencias de vida, rompiendo así el monopolio que las instituciones que regían el campo social del turismo tenían sobre la imagen de la ciudad.

Como vemos, la socio-antropología que se ha acercado al turismo desde posiciones dialógicas desvela de manera indubitable la complejidad del sistema de actores que conforman el campo social del turismo y muestra que esa complejidad tiene muy poco que ver con simplificaciones como el índice de irritación de Doxey. Por esta razón y para evitar también la tentación científica de creer que la población residente o la visitante constituyen entidades homogéneas, cada vez somos más los investigadores que preferimos decir que estudiamos los procesos sociales y culturales que se suceden *en* contextos turísticos.

Cuarta conclusión: el espacio turístico es un mediador significativo

Otra conclusión general a la que se ha llegado después de tanta aportación socio-antropológica a la turismología es que, efectivamente, el turismo es un medio de comunicación global. Así lo piensa la OMT cuando entre sus objetivos declara que el turismo puede promover la paz y el entendimiento entre las naciones. También en estos términos se expresó en ¡junio de 2011! el Secretario General, Taleb Rifai, cuando presentó el Día Mundial del Turismo para el 27 de septiembre:

5. Estructuras megalíticas en forma de torre realizadas con sillares y que son muy comunes en Cerdeña. Parece que están relacionadas con los *talayotes* y las *navetas* del Bronce de las Islas Baleares.

6. *Mee in Mokum* puede traducirse como *Únete a nosotros en Mokum*. El término *Mokum* es un sinónimo de Ámsterdam que deriva de la palabra hebrea *mahem* y significa 'lugar'.

“El mensaje de este Día Mundial del Turismo es que, gracias al turismo, millones de personas de diferentes culturas se están encontrando en todo el mundo como nunca había ocurrido antes [...] Esta interacción entre personas con diferentes tradiciones y formas de vida representa una inmensa oportunidad de avanzar por el camino de la tolerancia, el respeto y la comprensión mutua” (OMT 2011).

Afirmar sin ambages que una conclusión de las investigaciones socio-antropológicas es que el turismo es un medio de comunicación puede resultar controvertido. Sin embargo, si evitamos restringir la idea de medio de comunicación a aquello por cuyo control se enzarzan hoy las grandes corporaciones de comunicación, entonces acordaremos que efectivamente el turismo sí es otra forma de comunicar o, cuando menos, un medio que pone en contacto a gentes con sistemas de valores distintos. Hace bastante que sabemos que el imaginario turístico es un compendio de deseabilidades producido por unas condiciones históricas identificables, que influye en la producción del hecho turístico y del destino en tanto que proyección en el espacio y el tiempo de los ideales y mitos de la sociedad global (Chadefaud, 1987). De igual modo que también sabemos que estos imaginarios construyen la mirada sobre el Otro y la experiencia turística (Urry, 1990) o en último extremo, “la visión que una sociedad toma de sí misma [...] se relaciona con sus memorias, sus tradiciones, con sus valores —en definitiva con su identidad” (Picard 1995: 46).

Si concretamos la producción de estos *imaginarios sociales* —asociada a prácticas históricas concretas como le concede Charles Taylor (2002)— en contextos turísticos a otros ámbitos (*cf.* Salazar & Graburn 2014), ya contamos con suficientes evidencias etnográficas para plantear una cuarta conclusión: *la industria de la seducción, conformada por entidades públicas y privadas, crea un conjunto de deseabilidades y se esfuerza en construir unos valores que, en determinadas circunstancias históricas, actúan como mediadores significativos en la producción de unos imaginarios que conforman unos espacios turísticos, a través de los que las poblaciones locales forjan su propio marco de sentido y, por extensión, sus propias expresiones identitarias.*

Los estudios que se encuadran en la temática que Malcolm Crick definió muy acertadamente como “la semántica de la interacción turista-local” (1989:330) son muy conocidos. Sus aportaciones han ayudado, por ejemplo, a comprender los modos en los que la producción de imaginarios turísticos condicionan los procesos sociales y culturales en contextos turísticos consolidados, como enseñan las etnografías sobre Barcelona (Palou 2011), o en la importancia que tiene en la conformación de lo étnico como objeto de deseo (Adame Cerón 2002; Pereiro et al. 2012).

En esta línea he desarrollado la hipótesis del turismo como mediador en la producción de significados que, aunque no enfatiza los mismos procesos que las corrientes más semiológicas, sí debe considerarse muy emparentada con estas. Para evitar el sustancialismo y subrayar el proceso dialógico de la mediación, opté por describir la hipótesis de trabajo como la *conversión del lugar a través del espacio turístico*. Como se intuye, existe una gran influencia del concepto TOURISTIFICATION acuñado por Michel Picard (1995: 57) y especialmente, de los textos de Mijail Bajtín sobre dialógica de la significación y su concepto CRONOTOPO como marco en el que la temposensitividad —lugares y ritmos— de las prácticas sociales adquieren sentido (Bajtín 1989). No voy a insistir en que entiendo la *cultura* como una red de significados y valores que da sentido a la vida de los grupos y a la *sociedad* —si es que acaso forma y contenido pudieran separarse como enseñó Raymond Firth— como una red de posiciones sociales históricamente constituidas.

La noción del *espacio turístico como mediador de la significación* y no como contenedor geográfico de actividades turísticas, parece una buena herramienta heurística para estudiar los procesos sociales y culturales en entornos donde el turismo “forma parte del paisaje” y no puede seguir estudiándose como un agente ajeno o externo. La idea central del modelo radica en entender que las industrias de la seducción despiertan la deseabilidad —trazada desde el horizonte del individualismo (Dumont 1987)— tanto entre los potenciales turistas como entre los grupos sociales que articulan su sentido de pasado (memoria colectiva), presente y futuro (ideología del desarrollo) y que, sin necesidad de comentario alguno, se condensa en la expresividad de la siguiente imagen.

Ilustración 2. Graffiti anónimo. Sevilla 2007. ¿Habré muerto para salvar el turismo? (Foto de Zifra Ra en Flickr)



En las conclusiones al volumen *Culture and Society in Tourism Contexts* (Nogués-Pedregal 2012) detallo con profusión las tres grandes temáticas en las que este modelo teórico arroja cierta luz: a) la patrimonialización –o proceso por el que se seleccionan, identifican, nombran y gestionan unos determinados elementos de la memoria colectiva; b) la producción de territorios turísticos –o como el turismo es presentado ante las poblaciones como un vehículo para el desarrollo y c) las movilidades transnacionales y el cosmopolitanismo –o los modos en los que distintos agentes sociales (inmigrantes socio-económicos, turistas residenciales, visitantes diaspóricos, turistas, etno-comunidades cosmopolitas, autoridades locales, élites transnacionales o grupos de interés turístico) se relacionan entre ellos, difuminan las categorías analíticas y producen y reproducen sus identidades. El libro estudia las dinámicas sociales y culturales en destinos turísticos en el Mediterráneo a través de estudios de caso en Grecia, España, Marruecos, Croacia, Líbano, Francia y Creta, analizando temas como la globalización, el cosmopolitanismo, las movilidades, el poder o el capitalismo tardío. Se plantean los difusos bordes que existen entre el turismo y las migraciones, el rol que el turismo desempeña en la construcción dialógica de las identidades culturales y la manera en la que la interconexión entre los grupos locales influye en su relación con otros grupos. Los relatos etnográficos muestran, en definitiva, los modos en los que el turismo dibuja las vidas sociales de los grupos que habitan en entornos turísticos y media para ofrecer un sentido distintivo a sus memorias colectivas.

Quinta conclusión: no solo existe una manera de fomentar el desarrollo turístico

Lo anterior lleva a otra conclusión: la capacidad mediadora del turismo, evidenciada incluso antes de su materialización en un territorio turístico (cf. Travé Molero 2015)⁷, subraya *la perspectiva dialógica como única estrategia para conocer los modos de apropiación, resistencia, refracción o resiliencia locales ante el tipo hegemónico de desarrollo que engendra el turismo y permite sugerir potencialidades para desarrollos alternativos.*

Las muchas etnografías realizadas en tantos territorios demuestran que el paradigma de la aculturación cada vez es menos aplicable para entender los desarrollos que experimentan las actividades turísticas en diversas partes del Planeta. El turismo es visto como vehículo de desarrollo desde la década de los setenta (de Kadt 1984) y hoy todos los

7. El documental *Chambre d'hôtes dans le Sahel* realizado por Christian Lallier (2001) muestra qué ocurre en una remota aldea al norte de Burkina Faso ante la llegada de una iniciativa de turismo solidario.

organismos e instituciones con competencias en desarrollo —como la AECID (Moragues Cortada 2006)—promueven una relación de causalidad directa entre el turismo, los recursos valuados como patrimonio y el desarrollo (Soler García et al. 2010). Sin embargo no ha sido hasta hoy que los estudios socio-antropológicos, con sus detalladas etnografías sobre gobernanza, prácticas de apropiación, resistencia, refracción o resiliencia, o el surgimiento de otras formas de distribuir los tipos de capital y de estructurar el espacio social en los nuevos contextos turísticos, han desvelado que el diseño y planificación del desarrollo turístico ni puede ni debe realizarse al margen de los beneficiarios (Ankulegi 2009; Marín Guardado 2015). Y esta conclusión es muy, pero que muy importante.

El conocimiento etnográfico de los desarrollos turísticos de los Tizimín y Chicxulub que hoy son, desvelan que estos se agrupan en dos grandes estrategias: a) aquellas que ‘ponen en valor’ el territorio en su conjunto y piensan *hacia fuera*; b) aquellas que privilegian la mirada *hacia dentro* esforzándose por ‘dar valor’ a los recursos del territorio. Así los *adjetivos* nacidos en las últimas décadas para modular de alguna manera el Turismo (ecológico, agro-turismo, sostenible, comunitario, solidario, voluntariado, *pro-poor*, ético...) identifican modelos de gobernanza y gestión que se oponen a la habitual estrategia de *poner en valor* los recursos del territorio privilegiando la planificación turística *desde fuera* y mirando solo *hacia fuera* para satisfacer las deseabilidades de los turistas. El conocimiento etnográfico explora hoy nuevas estrategias de desarrollo turístico que nacen *desde dentro* y dirigen su mirada *hacia dentro*, con el objetivo de empoderar a los agentes locales y priorizar sus necesidades y anhelos, incorporando la preocupación por la continuidad en la producción de sentido. Es la aparición de una socio-antropología implicada que comprende mejor el Turismo y puede sugerir modelos de gobernanza alternativos para su desarrollo: sería pues no tanto una antropología *del* turismo cuanto una socio-antropología *para* el turismo.

Sin embargo, esta implicación conduce inexorablemente a enfrentar la cuestión del compromiso ético y de los principios morales de una socio-antropología de los contextos turísticos. Afortunadamente, ni queda espacio para ello ni estoy capacitado para aventurar ninguna conclusión sobre esto.

Bibliografía

ADAME CERÓN, M. Á. (2002) “Exotismo posmoderno: la antropología de los encuentros turísticos interculturales”, *Cuicuilco - Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia*, 9(24), pp. 333-364.

- ALEDO, A. (2008) “De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial”, *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, 184 (729), pp. 99–113.
- ALEDO, A. et al. (2013) “El turismo residencial internacional en el nordeste de Brasil: un análisis de partes interesadas”. *REIS*, 142(1), pp. 3-23.
- AMER FERNÁNDEZ, J. A. (2006) *Turisme i política. L'empresari hoteler de Mallorca. El període autònom de 1983 a 2003*, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- ANKULEGI (2009) “Viaje, encuentro o excursión: una mirada antropológica del turismo”, *XI Jornada de Antropología*. Donostia-San Sebastián: Ankulegi. Asociación Vasca de Antropología.
- APPADURAI, A. (1996) *Modernity at large: Cultural dimensions of globalisation*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- BAJTÍN, M. (1989) “Las formas del tiempo y el cronotopo en la novela. Ensayo de poética histórica” (1937), in M. Bajtín, *Teoría y estética de la novela*, Madrid: Taurus, pp. 237-409.
- BELTRAN COSTA, O. et al. (Coords.) (2008) “Patrimonialización de la naturaleza, el marco social de las políticas ambientales”, *XI Congreso de Antropología de la FAAEE*. Donostia-San Sebastián: Ankulegi Antropología Elkartea.
- BOISSEVAIN, J. (Coord.) (1996) *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*, Oxford: Berghahn Books.
- BOISSEVAIN, J. (Coord.) (2011) *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo de masa*, Barcelona: Bellaterra edicions.
- BOURDIEU, P. (1998) “Social space and symbolic power”, *Sociological Theory*, 7(1), pp. 14-25.
- BOURDIEU, P. (2005) “La lógica de los campos”, in P. Bourdieu y L. Wacquant, *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires: Siglo XXI editores, pp. 147-173.
- BOYÉ, A. (2016) “Viaje antropológico a Sumatra”, <http://matriarcados.com/>, acceso 2 de marzo, 2016.
- CAÑADA, E. (2015) *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*, Barcelona: Icaria editorial.
- CHADEFAUD, M. (1987) *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour: Du mythe a l'espace: un essai de géographie historique*, Pau: Département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour.
- CHEONG, S. M., & MILLER, M. L. (2000) “Power and tourism: A Foucauldian observation”, *Annals of Tourism Research*, 27(2), pp. 371-390.
- CLASTRES, P. (1987) *La atracción del crucero*. En P. Clastres, *Investigaciones en antropología política*, México DF: Gedisa, pp. 47–52.

- COHEN, E., & COHEN, S. A. (2012) "Current sociological theories and issues in tourism", *Annals of Tourism Research*, 39(4), pp. 2177-2202.
- CRICK, M. (1989) "Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings, and servility", *Annual Review of Anthropology*, 18(1), pp. 307-344.
- de KADT, E. (1984) *Tourism: passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism on developing countries*, Washington: World Bank.
- DEMAJOROVIC, J. et al. (2011) "Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el mediterráneo español y en el litoral nordestino (Brasil) y su impacto socio-ambiental", *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(4), pp. 772-796.
- DUMONT, L. (1987) *Ensayos sobre el individualismo*, Madrid: Alianza Editorial.
- EVANS-PRITCHARD, E. E. (1974) *Ensayos de antropología social*, Madrid: Siglo XXI de España.
- FRANCESCH, A. (2011) "Una tarde con los auténticos maasai mara. Turismo, autenticidad y de cómo eludir un pozo sin fondo", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(2), pp. 237-248.
- FROHLICK, S., & HARRISON, J. (2008) "Engaging ethnography in tourist research: An introduction", *Tourist Studies*, 8, pp. 5-18.
- GABILONDO, Á. (2013). *El salto del ángel. Palabras para comprendernos*, Penguin Random House Grupo Editorial España.
- GALÁN, J. J. et al. (1977). *Costa del Sol. Retrato de unos colonizados*, Madrid: Campo Abierto Ediciones.
- GARCÍA GARCÍA, J. L. (1976) *Antropología del territorio*, Madrid: Taller Ediciones Josefina Betancor.
- GEERTZ, C. (1973) *The interpretation of cultures*, New York: Basic Books.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2015) "El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(2), pp. 305-331.
- HIERNAUX-NICOLAS, D., & GONZÁLEZ GÓMEZ, C. I. (2014) "Gentrificación, simbólica y poder en los centros históricos: Querétaro, México", *Scripta Nova*, (18), pp. 10-12.
- INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (2015) "Cuenta Satélite de Turismo". <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/cuentasatelite/Paginas/default.aspx>, acceso 20 de enero, 2016.

- JAFARI, J. (2005) "El turismo como disciplina científica", *Política y sociedad*, 42(1), pp. 39-56.
- KNUDSEN, B. T., & WAADE, A. M. (Eds.) (2010) *Re-Investing authenticity: Tourism, place and emotions*, Bristol: Channel View Publications.
- LUGOSI, P. (2009) "Ethnography, ethnographers and hospitality research: Communities, tensions and affiliations", *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6(2), pp. 95-107.
- MANDLY ROBLES, A. (2002) "Espacios, lugares, transparencias", in M. Luna (Coord.), *La ciudad en el tercer milenio*, Murcia: Universidad Católica San Antonio, pp. 109-132.
- MARÍN GUARDADO, G. (Ed.). (2015) *Sin tierras no hay Paraíso. Turismo, organizaciones agrarias y apropiación territorial en México*, El Sauzal, Tenerife: Pasos Edita.
- MARTÍN CABELLO, A. (2014) "Backpacker tourism in Chile as an expression of global youth subculture" *Cuadernos de turismo*, 34, pp. 405-407.
- MATHIESON, A., & WALL, G. (1982) *Tourism: Economic, physical, and social impacts*, Harlow: Longman.
- MERINERO-RODRÍGUEZ, R., & PULIDO-FERNÁNDEZ, J. I. (2016) "Analysing relationships in tourism: A review", *Tourism Management*, 54, pp. 122-135.
- MORAGUES CORTADA, D. (2006) *Turismo, cultura y desarrollo*, Madrid: AECID.
- 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.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2012) "Conclusion: Sociocultural nature and context of tourism", in A. M. Nogués-Pedregal (Ed.), *Culture and society in tourism contexts*, Bingley: Emerald Group Publishing Limited, Vol. 17, pp. 181-208.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2015) *Etnografía bajo un espacio turístico: Sus procesos de configuración*, El Sauzal, Tenerife: Pasos Edita.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2011) "Turismo y acercamiento de las culturas: La OMT presenta el Día Mundial del Turismo 2011", <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-06-22/turismo-y-acercamiento-de-las-culturas-la-omt-presenta-el-dia-mundial-del-t>, acceso 10 de febrero, 2016.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2015) "Día Mundial del Turismo: Celebrando las mil millones de oportunidades que crea el turismo", <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-09-25/dia-mundial-del-turismo-celebrando-las-mil-millones-de-oportunidades-que-cr>, acceso 5 de febrero, 2016

- PALMER, C. (2005) "An ethnography of englishness. Experiencing identity through tourism", *Annals of Tourism Research*, 32(1), pp. 7-27.
- PALOU RUBIO, S. (2011) *Barcelona, destino turístico. Promoción pública, turismo, imagen y ciudad (1888-2010)*, Tesis doctoral, Universidad de Barcelona.
- PEREIRO, X. et al. (2012) *Los turistas kunas: Antropología del turismo étnico en Panamá*, Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- PICARD, M. (1995) "Cultural heritage and tourist capital: Cultural tourism in Bali", in M.-F. Lanfant, J. B. Allock, & E. M. Bruner (Eds.), *International tourism: Identity and change*, Londres: Sage Publications, pp. 44-66.
- REDFIELD, R. (1944) *Yucatán. Una cultura en transición*, México DF: Fondo de Cultura Económica.
- SALAZAR, N. B., & GRABURN, N. H. H. (Eds.) (2014) *Tourism imaginaries. anthropological approaches*, Oxford: Berghahn Books.
- SINGH, T. V. (Ed.) (2015) *Challenges in tourism research*, Bristol: Channel View Publications.
- SLAUGHTER, S., & LESLIE, L. L. (1997) *Academic capitalism: Politics, policies, and the entrepreneurial university*, Baltimore Johns Hopkins University Press, 296.
- SNYDER, J., & STONEHOUSE, B. (Eds.) (2007) *Prospects for Polar*, Wallingford: CABI Publishing.
- SOLER GARCÍA, C. et al. (2010) "Cultura, turismo y desarrollo, o cómo la cultura se diluye con el patrimonio cultural en los contextos de desarrollo", in C. Ordaz Benet (Coord.), *Actas del IV Congreso internacional de patrimonio cultural y cooperación al desarrollo*, Sevilla, pp. 389-394.
- TAYLOR, C. (2002) "Modern social imaginaries", *Public Culture*, 14(1), pp. 91-124.
- TRAVÉ MOLERO, R. (2015) *Comunicación y mediaciones culturales en la producción de hegemonía en contextos turísticos. Discursos y prácticas sobre el desarrollo turístico de Portmán (Murcia)*, Tesis doctoral, Universitas Miguel Hernández de Elche.
- URRY, J. (1990) *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage Publications.
- von SCHULLERN ZU SCHRATTENHOFEN, H. (1911) "Fremdenverkehr und Volkswirtschaft", *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, (4), pp. 433-492.
- XIAO, H., JAFARI, J., CLOKE, P., & TRIBE, J. (2013) "Annals: 40-40 vision", *Annals of Tourism Research*, 40(1), pp. 352-385.
- YANES TORRADO, S. (2009) "Dialécticas de una calle turística: la Rambla de Barcelona", *Ankulegi*, 13, pp. 45-54.

TURISME PER DESPOSSESIÓ: EL TREBALL COL·LECTIU DEL PATRIMONI CULTURAL COM A COMÚ DENOMINADOR URBÀ

Marc Morell

Universitat de les Illes Balears i Universitat de Barcelona

Resum

El gruix dels treballs en antropologia del turisme para atenció o bé en la mercantilització de la cultura o bé en la cerca de la seva autenticitat. Són pocs els autors que hi exploren la producció del turisme i quan ho fan hi primen les forces expansives del capitalisme, incloent-hi l'organització del treball. El que sovint hi manca, però, és l'estudi del treball que cau fora del format salarial i que s'esdevé clau en la producció dels espais que atreuen el capital en forma d'arribades turístiques i d'iniciatives immobiliàries. És per això que aquest article té per objectiu examinar el treball viu i el treball mort necessaris per a la producció del patrimoni cultural. Sostenc que la indústria turística necessita transformar en mercaderies tant els espais treballats en el passat com els valors d'ús col·lectius presents. És per això que pos èmfasi en l'absorció per part del capitalisme tant de les perifèries externes com

Abstract

Most of the literature in the anthropology of tourism either looks at the commodification of culture or focuses on its authenticity. Few are the authors that explore the production of tourism and when they do so they prime the expansive forces of capitalism, including the organisation of labour. However, what there is seldom lacking is the study of the labour that falls out of the wage format and that is key to producing the spaces that attract capital in the form of tourist arrivals and real estate initiatives. Therefore, this article aims to examine the living and dead labour that are necessary for the production of cultural heritage. I maintain that the tourist industry needs to transform into commodities both the spaces laboured in the past and the collective use values of the present. I therefore put emphasis on the absorption by capitalism of both the external and the internal peripheries.

de les internes. Després d'il·lustrar aquest argument amb varis esquetxos etnogràfics extrets de ma recerca en el Centre Històric de la Ciutat de Mallorca (Illes Balears, Espanya), arrib a la conclusió que la relació entre el treball mort i el treball viu dels que està fet el patrimoni presenta deficiències atès l'accés diferencial que la gent té al producte del seu treball col·lectiu.

Paraules clau: Antropologia del turisme, comuns, Mallorca, patrimoni cultural, treball col·lectiu, obra.

After illustrating this argument with several ethnographic sketches drawn from my research in the Historic Centre of Ciutat de Mallorca (Balearic Islands, Spain), I reach the conclusion that the relation living labour maintains with dead labour, and out of which heritage is made, is flawed given the differential access people have to the product of their collective labour.

Keywords: Anthropology of tourism, collective labour, commons, cultural heritage, Majorca, oeuvre.

Tots sabem la importància que té en la nostra economia el turisme. Tot, d'una manera o d'una altra, gira entorn d'aquesta activitat. I per això ha de ser tractada de forma diferencial. (Discurs d'investidura del President de les Illes Balears José Ramón Bauzá i Díaz del 14 de juny de 2011, Parlament de les Illes Balears 2011: 19).

Sobre estàtues vivents i maniobres de distracció

Des de fa més d'una dècada les estàtues humanes han esdevengut part del paisatge estiuec del Centre Històric de Ciutat, també coneguda com a Palma, la capital de Mallorca i del conjunt de l'arxipèlag balear. El Centre es feu monument el 1964 i cobeja igualar en estatus a la Serra de Tramuntana de l'illa, que el 2011 fou declarada Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO (Morell 2015a). En una de les places més transitades, Roberto, un uruguaià voltant els cinquanta, treballa tot el dia d'estàtua sota el sol estival. Vesteix robes feixugues i pintades per a semblar un àngel esculpit en or. Els turistes que li passen pel davant s'aturen i li deixen propines per a prendre's fotos amb ell. Si Roberto té sort guanyarà entre quinze i vint-i-cinc euros al dia, diu que prou com a per a pagar-se un sostre i el menjar.

Ser estàtua no és fàcil en aquests temps en que la ciutat ja no es considera pus teixit productiu, sinó producte. A Ciutat s'ha imposat una normativa per a la 'convivència cívica' que limita els usos de l'espai públic (Ajuntament de Palma 2013). Tant investigadors com activistes s'avenen a qualificar de 'nou ciutadanisme' (cf. Alain 2001;

Delgado 2013) aquestes mostres de domesticació política que esbandeixen pràctiques tan diverses com ara demanar almoïna, oferir serveis sexuals, beure alcohol, però també discrepar i protestar, jugar, i pintar grafitis, tocar música o, fins i tot estar-se ben quiet, com una estàtua. Darrera aquest panorama hi ha una realitat política i econòmica de molt més abast.

Segons l'Organització Mundial del Turisme aquesta és l'activitat econòmica que creix més ràpidament arreu del planeta. Prenguem com exemple l'any 2009. Aleshores hi hagué 875 milions d'arribades turístiques internacionals a tot el món (UNWTO 2011: 8), de les quals deu milions visitaren les Balears, amb els seus 5000 km² i un milió i escaix d'habitants (Botín Torres et al. 2011). El mateix 2009, devers un 91% de la població balear estigué oficialment ocupada en el sectors dels serveis i la construcció (Sansó Rosselló 2011: 172-173) i els negocis turístics en sentit estricte donaren feina a quasi un 12% de la força de treball durant tot l'any (Agència de Turisme de les Illes Balears 2012: 129). El turisme dicta la política governamental (Amer Fernández 2006), alhora que urgeix la societat a treballar a tota hora.

Fixem-nos sinó en la campanya endegada el 2004 per l'Institut Balear del Turisme: "El turista un amic. Fes que torni". Aital imatge reproduïx la descripció que l'Arxiduc Lluís Salvador d'Àustria, un aristòcrata i viatger pioner a Mallorca, escrigué a mitjans del segle denou:

Tot foraster, encara que sigui un perfecte desconegut, representa per a[ls mallorquins] un convidat ben rebut al que no es cansaran de complimentar amb atencions. Així, fan l'indicible per afalagar-lo, i es diria que és una qüestió d'honor obsequiar-li i mostrar-li les belleses de la illa o de la ciutat de residència (de Àustria 1985: 177).¹

Aleshores els amfitrions no feien part del paisatge però molts anys després hi trobam gent dreta salpebrant l'espai públic. Tot i que hom podria pensar que Roberto sols és un captaire disfressat, mantenc que les estàtues vivents tenen molt en comú amb aquells papús del riu Sepik que filmà O'Rourke (1988), on el paisatge incloïa talles, cossos i estils de vida locals exhibint-se davant la ullada de turistes desitjosos de trobar una autenticitat que es fonia així com se li posava preu.² Tanmateix, a diferència de molta de la literatura de l'antropologia del turisme, no pretenc oferir un exemple més de la

1. Tota traducció al català és meua. En tot moment empr el català estàndard en la seva modalitat balear. Això implica l'ús de terminacions verbals pròpies i de cert vocabulari illenc.

2. En la seva cerca per la mercantilització col·lectiva del "moment extàtic" que aplega la gent del Sepik i els turistes, O'Rourke evita qualsevol afirmació política explícita (Lutkehaus i O'Rourke 1989: 428).

modernització monetitzada, ni d'assenyalar com l'alienació del negoci del lleure porta a la mercantilització cultural.

De ser així, l'exemple de l'estàtua vivent per si sola seria massa confusa atès que realment no il·lustra res pel que fa a l'autenticitat. Ara bé, pel fet d'estar dret sobre un escenari aprovat per la indústria turística Roberto s'adapta a les estipulacions que exigeix, ara sí, aquesta autenticitat material. Les implicacions que es desprenen per a l'estudi del patrimoni i de les relacions laborals que requereix la indústria turística són importants. Abans, però, cal repassar el que s'ha escrit en el que s'ha vengut a conèixer com a antropologia del turisme on l'aspecte del treball col·lectiu en el turisme és pràcticament absent davant de l'enfocament en l'alienació del turista o l'aculturació de l'amfitrió (pe. Smith 1992 i Boissevain 2011).

L'autenticitat també hi és omnipresent, ja sigui en termes del caràcter sacre del viatge i del ritus de pas que representa (Graburn 1992); ja sigui ben amagat per la semiòtica del turisme bastida pel capital, on s'hi troben les regions 'reals' del darrere (MacCannell 2003: 121-144). Certament, l'autenticitat ens permet treballar 'la semiologia', 'l'economia política', i 'el canvi social i cultural' (Selwyn 1998: 1); emperò, aquest èmfasi de l'antropologia del turisme presenta limitacions atès que, baldament s'hi observa la mercantilització, amb prou feines es considera el caràcter global del turisme (Neveling i Wergin 2009). Enfocaments més recents mantenen aquest monocultiu disciplinar en que s'ha convertida l'autenticitat.

Mentre Picard (2011) examina l'economia del turisme des del pla d'acció modernitzador que conté, i Di Giovine (2009) aprofundeix en la sacralitat de l'autenticitat a partir de l'estudi de l'estructura política que garanteix l'estratègia global de la UNESCO; Chio (2014) copsa el treball que conté la relació convidat-amfitrió tot invocant la construcció de l'autenticitat com a mitjà per a estendre la frontera turística. El turisme obre l'obsolescència a nous mercats en la forma de paisatges recurrent a la cultura a cop de bitllets (Greenwood 1992). Més enllà d'aquest raonament de la mercantilització, alguns autors assenyalen la importància de la construcció de l'autenticitat com una manera de crear significats a partir del turisme (Shepherd 2002), quan no de la producció de l'autenticitat tal qual (Bruner 2005).

Com suggereix Bruner, llevat que abandonem tota fantasia i només ens centrem en la teatralitat de les 'produccions turístiques autèntiques', l'autenticitat —on es troba o què és o no és— no és res més que una maniobra de distracció (ib.: 5).³ Aquestes explicacions

3. Cal prendre amb pinces l'ús que Bruner fa del terme 'producció'. És més una al·lusió ritual a les seves arrels teatrals (pe. Turner i Bruner 1986), que no pas una concessió a una antropologia social que privilegiï les relacions de producció que permeten la teatralitat.

‘discursives’ repeteixen l’esquema basat en la teatralitat. Prenguem Salazar (2010), qui es fixa en els aspectes mòbils del turisme. Entén que el discurs és un fet en tant que les vendes turístiques precedeixen el consum turístic (ib.: 47-77). Ara bé, aquestes vendes mai estan fetes en el buit. Tant la teatralitat com el discurs tenen molt a veure amb els girs postestructural, postmodern, cultural i fins i tot crític d’uns estudis turístics que molts autors acusen d’ignorar la dimensió de classe que conté la relació capital–treball (McGuckin 2005 i Bianchi 2009).

Aquest article s’adreça al treball col·lectiu del turisme tot explorant la (re)producció que es troba al marge dels arranjaments capitalistes a l’ús. Les següents seccions introdueixen un marc analític i un cas empíric amb el que copsar la ‘producció del turisme’ des del cas del patrimoni. Mentre que la primera prima la ‘producció’ com a “intervenció activa amb la natura i la ‘reproducció’ concomitant dels lligams socials” (Wolf 1987: 97), la segona afirma, tot prenent com a base ma recerca a Mallorca, que el turisme és una “activitat predominantment organitzada sota criteris capitalistes” (Britton 1991: 475). Al cap i a la fi, no és el treball d’en Roberto que atreu turistes al Centre en primera instància, sinó l’escenari on es troba que, curiosament, també és producte d’un treball.

(Mani)obres infreqüents

Segons Wolf (1987: 97-130), en el mode de producció capitalista s’hi troben traces actives de modes de producció ‘previs’. Pel que fa al turisme, hi desenvolup aquesta afirmació i hi identific com altres formes d’extracció de plusvàlua coexisteixen juntament amb la que prové de l’explotació salarial. És més, el capital s’hi deu en aquestes altres formes extractives. Determinar què és explotació capitalista del treball i què és una extracció de plusvàlua no capitalista és, en darrera instància, una qüestió que pertany als àmbits de l’anàlisi social i de la història. A tot això s’hi afegeix el fet que el lloc de treball no conté totes les castes de treball.

Tant el “treball immaterial” (Hardt i Negri 2003: 9-29) com “el treball interpretatiu” i el “treball imaginatiu” (Graeber 2012), i el “treball col·lectiu” (Harvey 2013: 107-136), assenyalen un trencament amb la visió que redueix el treball a les ‘zones de producció immediata’. Fins i tot “la comunalització es basa en un procés de treball [en el que hom] adquireix drets comunals gràcies al seu treball” (Linebaugh 2013: 62). El treball, doncs, determina el fruit del capital (Tronti 2001).⁴ És en aquesta línia que explor tant el treball

4. Vegi’s Negri (2005: 35) per a un tractament de la ‘fàbrica social’ com a “subsumció real del treball”. Cleaver

viu com el treball mort (Marx 2001: 3-53) que s'hi dóna en la producció del patrimoni.⁵

El patrimoni no només requereix d'un treball mort, és a dir, d'un capital constant com són les matèries primeres, les eines, la infraestructura i la maquinària (per exemple l'objecte patrimonialitzable); sinó que també necessita d'un treball viu (d'un capital variable) que ofereixi usos, que garanteixi significat al patrimoni, i que el doti d'un marc legal. Així doncs, la finalitat d'aquest article és precisament la d'examinar tant el treball viu com el treball mort que intervenen en la producció del patrimoni que acaba mercantilitzant el turisme. Pel que fa al treball mort, em fix en el concepte 'obra' que maneja Lefebvre (vegi's 1978a, 1973 i 2013), i que formulà d'una manera força consistent a un volum dedicat a la idea de la representació:

Diguem de tot d'una que el terme 'obra' es prendrà en tota la seva amplitud. Es tractarà de les obres d'art? Sí, però [t]ambé es tractarà d'obres més vastes: la ciutat, allò urbà i allò monumental. ¿No es pot considerar també la sociabilitat i la individualitat, allò quotidià i allò insòlit, i les institucions, el llenguatge i fins i tot la natura formada per la pràctica, com a obres? (Lefebvre 1983: 27).

Tot i estar lligades a l'obra d'art i a la creació de la natura –el gaudi natural enfront del treball productiu (Lefebvre 1973: 20), aquestes obres de Lefebvre no són les 'obres d'art' de Benjamin (2005). Lefebvre porta les seves obres en una altra direcció. Mentre que Benjamin desafia la reproduïbilitat capitalista de l'obra d'art, singular, i la mena cap al consum democràtic via la seva conversió en una mercaderia produïda en massa – una noció que possiblement tendria molt a veure amb la desaparició de l'autenticitat i l'emergència de la representació; per a Lefebvre les obres són expressions úniques que resulten d'intenses cooperacions col·lectives no capitalistes (Lefebvre 1973: 166-167; 1978b: 96; 1983: 28).

A diferència dels productes, per a Lefebvre les obres són irremplaçables, úniques, i no entren en la reproducció automàtica de les relacions socials que Benjamin albirà, com sí fan els productes, que de fet existeixen per a consumir en massa (Lefebvre 1973: 42-44).

(2000), també la treballa des de la reproducció ampliada del capital.

5. Prenc la distinció entre 'treball mort' i 'treball viu' de Marx. Per 'treball mort' s'entén tot allò que entra en el procés productiu i que de per si ja ha sigut sotmès a un treball (matèries primeres, maquinària, instruments, l'espai construït, etc.), i per treball viu la força de treball emprada en qualsevol procés productiu. Si bé la majoria de les referències al 'treball viu' i al 'treball mort', que Marx sovint qualifica de 'treball inanimat' o de 'treball pretèrit', apareixen en el primer llibre del Capital (Marx, 1975a/1975b/1975c: 220-222, 234-236, 258, 279-280, 376-377, 753 i 759), és en el tercer volum on equipara el 'treball inanimat' al 'capital constant' (Marx, 1976: 213-214).

La relació que productes i obres mantenen amb l'espai que ocupen tampoc és la mateixa:

Si en realitat es tracta de mantenir la distinció entre obra i producte, hem d'advertir que aquesta distinció només té un abast relatiu. Potser es descobriria entre aquests dos termes una relació més subtil que la consistent en una identitat o en una oposició. Tota obra ocupa un espai, l'engendra, l'elabora. Tot producte ocupa així mateix un espai i hi circula. Quina és la relació entre aquestes dues modalitats d'ocupació de l'espai? (Lefebvre 2013: 133).

És aquesta relació que assenyalava com l'espai es produeix de bell nou. Ras i curt, les obres no són mercaderies, però poden esdevenir-ne, i en tant que originalment no són portadores de valors de canvi sinó de valors d'ús, plantegen una alternativa al capital. Eventualment, però, les obres sucumbeixen al capital, prenent la forma de mercaderies singulars.⁶ Els atributs més importants d'aquestes obres són els usos col·lectius a les que es destinen i que el sistema capitalista coopta sota formes turístiques. Un dels atributs més significatius de les obres és que s'usen –es treballen?– per part de grups anteriors al, o que es troben als marges del, sistema capitalista. Lefebvre reconeixia així la tesi de Rosa Luxemburg respecte a l'expansió del capital com a condició necessària per a la seva pròpia existència (Luxemburg 2003):

El capitalisme integra i inventa nous sectors per a ampliar la producció i la plusvàlua. Ha desintegrat i reintegrat ... la ciutat històrica, l'agricultura precapitalista; ha inventat el sector del lleure; s'ha estès a la producció en massa d'armament, energia, etc. (Lefebvre 1976: 322).

El capitalisme colonitza perifèries i converteix obres en mercaderies després de desintegrar el context en el que es troben. Però significa això que les obres són matèria finita, possiblement autèntica? Es poden produir perifèries de bell nou? De ser així, cal considerar, doncs, la relació que les obres i el treball viu mantenen en el si dels comuns, una relació que depèn de com es desenvolupa la propietat sota el capitalisme. La mateixa autodestrucció que el capitalisme s'infringeix crea noves perifèries constantment en el seu si. Trobam versions similars a la tesi de Lefebvre entorn de la desintegració i reintegració en 'l'acumulació per desposseïció' de Harvey, segons la qual la reproducció ampliada del capital (la mercaderia, l'explotació del treball assalariat, etc.) es connecta a activitats basades en el frau, la depredació, i el pillatge (Harvey 2004: 111-140).

6. No es tracta de confondre els valors de canvi amb els d'ús, quelcom que Desai (2011) titlla de proudhonisme dels nous comunistes dels comuns. Desai manté que qualsevol projecte que té com objectiu la producció de valor (el valor de canvi) implica necessàriament l'expansió de valors d'ús.

Els treballs de Lefebvre i Harvey sobre els vincles entre la reproducció ampliada del capital i l'acumulació per desposseïció connecta amb el treball d'altres autors, entre ells Eric Wolf. Des d'una antropologia social compromesa amb copsar l'expansió del capitalisme i la seva relació amb els llocs que atreu cap a si, Wolf assenyalà cap a la tesi de la diferenciació per a explicar que les crisis sistèmiques es resolen mitjançant noves onades d'extracció de plusvàlues (Wolf 1987: 359-376). Ara bé, tots aquests relats tendeixen a privilegiar el capital tot negligint l'autonomia del treball, reduint-lo a fer-hi de mer peó.

L'èmfasi en el treball cooptat pel capital ans que no en la seva forma servil, es troba en la profusa i recent producció acadèmica entorn dels comuns. Segons Nonini (2006) els comuns són “col·leccions i conjunts de recursos que els éssers humans mantenen en comú o en custòdia, en nom seu, d'altres éssers humans, i de generacions d'éssers humans futures, i que són essencials a la seva reproducció social, cultural i biològica” (ib.: 164). Les obres i els comuns divergeixen en que el contingut de les obres té més a veure amb el treball mort, en tant que ja no es troben en la fase productiva sinó que són béns que serveixen per a produir, i que el contingut dels comuns fa referència explícita a les tasques realitzades pel treball viu.

A més, a diferència de les obres, l'apreciació que Nonini fa dels comuns reconeix el treball humà actiu, aquí emprat com a protecció de la mercantilització (ib.: 168). Aquest treball dels comuns privilegia la lluita per protegir-los de la mercantilització. Aital relació entre la protecció i la mercantilització esdevé summament dialèctica. De manera similar, de Angelis (2007: 137) subratlla una altra volta el caràcter *ex novo* de l'acumulació per desposseïció, en el que el capital identifica nous àmbits de vida afins a les seves prioritats alhora que reintegra espais socials previament reclamats a la producció de mercaderies del capital (ib.: 137-9).

De Angelis es referirà a aquest procés mitjançant l'expressió “la cooptació dels comuns pel capital” (2013: 610-612). La interdependència dels tipus ideals que mantenen ambdós pols no deixa lloc de cap mena per a la determinació d'un sobre l'altre:

Els béns comuns no són ... quelcom que existí ... i que es perdé, sinó quelcom que se segueix produint contínuament, com els béns comuns urbans. El problema és que també segueixen essent contínuament expropiats pel capital en la seva forma mercantilitzada i monetitzada, encara que segueixin essent produïts contínuament pel treball col·lectiu (Harvey 2013: 122).

De Angelis suggereix que l'existència dels comuns “no és la d'oferir alternatives al capital, sinó la de crear nodes concrets dins del capital ... mentre que alhora es prova

d'adreçar d'alguna manera els problemes de la reproducció" (de Angelis 2013: 612).⁷ Pel que fa al turisme, i al patrimoni, obres previament comunalitzades, treball mort, esdevenen 'nodes específics del capital', mentre que el treball col·lectiu de la comunalització engendra treball viu. Així, el treball mort i el treball viu en l'organització social del patrimoni esdevenen cabdals atès que la relació que mantenen amb el capital és a la base de la creació de valor.

La següent secció il·lustra el treball que expira i inspira el Centre de Ciutat. Tot i que el procés no acaba essent igual de nítid que en la teoria, en línies generals sí es mostra com les obres i l'espai que ocupen poden esdevenir productes, és a dir, mercaderies actualitzades per al negoci del lleure així com per a les activitats immobiliàries que, fet i fet, són els pilars principals de la indústria turística global, una que apareix enormement localitzada.

Un itinerari entorn de la proesa del treball urbà, forçat

El 2012, a punt de finalitzar el meu treball de camp en Es Barri,⁸ vora on treballa Roberto; Gabi, propietària d'un bar que serveix principalment a gent local, m'aconsellà que no me n'anàs encara. Hi insistí: "és que la història del barri encara no ha acabada!". Tenia raó. Després de deu anys de demanar infructuosament a l'Ajuntament que alliberàs de cotxes la plaça per a poder posar una terrassa, fou testimoni de com el nou hotel suec de l'altra costat havia aconseguit lliurar-se'n dels cotxes i així obrir pas a la seva selecta clientela. Gabi estava furiosa. Es Barri, com la resta del Centre, ja no era pas per a la seva gent. Ella, que havia arribada d'un origen humil de la península a mitjans dels setanta per a treballar amb la seva tia, que havia sobreviscut el Xino del tràfic de droga i de la prostitució, que havia aconseguit invertir en un bar del que construï esperança, no tenia permès albirar un futur millor.

El desembre del 2014 l'Ajuntament anuncià de manera unànime la candidatura de Ciutat per a ser declarada Patrimoni de la Humanitat sota l'eslogan 'Palma, un paisatge cultural vora la mar'. Fins i tot la premsa insular escrita en anglès recollí que el Regidor de Cultura suggerí que: "seria un reconeixement important per a la capital i un

7. Les pràctiques de conservació en general, des del patrimoni fins als paisatges i la mateixa natura, han acabat esdevenint també un mitjà cap a l'acumulació (cf. Smith 2007; Kelly 2011; Macip i Zamora Valencia 2012; Büscher i Fletcher 2014).

8. També conegut pel nom de Sa Gerreria, Es Barri es troba als marges orientals del Centre de Ciutat i els darrers vint anys ha estat subjecte a una gentrificació integral (Morell 2015b).

de necessari considerant com l'autoritat local vol transformar Palma i establir-la com a una de les destinacions de cap de setmana més populars de Europa" (Majorca Daily Bulletin 2014). La idea era la d'eleva el llistó del 1964, quan el Centre aconseguí ser patrimoni nacional per tal de "salvaguardar els barris antics i els edificis artístics a fi d'evitar la construcció d'edificis moderns que desnaturalitzen el concepte monumental de la ciutat" (Boletín Oficial del Estado 1964: 8555).

És aquí que ens trobam amb qüestions relatives al treball, les obres, els comuns, i el capitalisme. Durant segles, els edificis artístics inclosos en la declaració de 1964 havien sigut, principalment, llocs del poder polític, religiós i econòmic. Per contra, només alguns dels barris antics que podien esdevenir patrimoni de la UNESCO el 2014 havien allotjat mercaders i aristòcrates. Durant llargs períodes de temps aquests foren els barris de moltes de les llars de les classes populars modestes, incloent-hi el lumpenproletariat urbà. En les seves memòries de la segona meitat del segle XX, l'enginyer Ferrà Bartomeu escrigué:

[La pobrea l]a formaven totes les famílies proletàries que, per manca de recursos, se feien la vida en la indigència, incloent-hi els treballadors afortunats, els de poques manyes, els vagos d'ofici, i els qui, per causa de malalties o revessos de fortuna, eren venguts a menos i se deien pobres vergonyants i de solemnitat. Uns i altres malevetjaven arredossar-se dins les cel·les més o manco ruinoses, sub-arrendant-les als especuladors d'aquells locals (sobrances de magatzems i estables) ... El darrer terç de segle, ja la *pobrea* jove havia entrat d'auxiliar en totes les indústries mogudes pel vapor, i en els seus tallers de tota casta que invadien i transformaven la nostra ciutat (abans tranquila i endormiscada) amb una petita Babilònia (Ferrà Perelló 1996: 123-125).

Aquesta 'pobrea' transformà la ciutat no només a través del seu treball assalariat, sinó també a través del treball invertit en establir i mantenir la comunitat, el seu 'treball urbà' (Morell 2013). Ara bé, el marc de la declaració de 1964 impossibilità concebre el conjunt de la ciutat com si d'un monument homogeni es tractàs. Bona part dels edificis dels barris antics mai podrien ser considerats patrimoni atès que fins aleshores ningú reclamà els valors que s'hi estojaven en ells per no trobar-los prou dignes. Així, els edificis que rebien les atencions per dur incorporats un valors preuats pels entesos sí gaudirien d'una protecció total; mentre que els barris antics farien de zona de transició, tot enmarcant aquest edificis artístics.

De fet, l'urbanista format al MIT que inspirà la declaració del 1964, Gabriel Alomar Esteve, dugué a terme la demolició de grans porcions del Centre després de la Guerra Civil per a, com afirmava ell mateix, crear llocs de feina: "L'objectiu de l'Ajuntament

era dur a terme una obra de sanejament interior de la ciutat amb la finalitat principal de donar feina als soldats llicenciats que es trobaven desocupats. La vida a la ciutat estava molt difícil” (Alomar Esteve 1986: 19). Però la ciutat que aquests soldats llicenciats demolien i reconstruïen de bell nou no era per a ells atès que Alomar l’havia dissenyada pensant en una altra classe social: “El cas de Palma és el del senyor que ha rebut en herència dels seus avantpassats un palau ruïnós i antiquat però ple de bel·leses rànies i de memòries familiars” (Alomar Esteve 2000: 8).

A més, la reforma fou massa ambiciosa. Tot i que algunes àrees foren completament arrassades i reconstruïdes, fent lloc per a la Ciutat més senyora del present, el conjunt del projecte mai es realitzà i molts barris populars quedaren fora de planificació. Interpretacions posteriors sostenen que la declaració del 1964 només es pot entendre en termes de l’augment profitós del valor de l’entorn construït que havia romàs sense tocar:

[O]cultant sota aqueixa declaració la possibilitat de realitzar reformes urbanístiques i projectes arquitectònics planificats des del 1943 ... [E]n 1964 el decret de protecció del casc antic de Palma mantengué part de les reformes, deixant les zones que hi cobrien fora de protecció. Enfront d’aïtal circumstància seguia sent més rendible invertir en les zones de reforma que en la resta del centre històric (Riera i Frau 1994: 93-94).

Així s’assentaren les bases del ‘vaivé geogràfic del capital’ que se succeiria després. El capital es mou on la taxa de benefici és més alta deixant àrees sense desenvolupar que, eventualment acaben en runa, tot esdevenint zones d’oportunitats altament profitoses (Smith 1990: 149). La inserció primerenca de Mallorca en la indústria turística global, especialment des dels 1950s, portà als promotors a àrees més atractives, principalment les costes insulars (Murray 2012). A això li seguí l’èxode dels centres urbans de la població treballadora més jove que cercava millorar les seves condicions de vida. Aquest moviment abocà els barris ‘desprotegits’ a una espiral de degradació que eventualment només podria ser ocupat per elements pobres i marginals. Aquells eren els dies que Gabi arribà per a treballar per a la seva tia. Eren els dies del Barri Xino. El gènere literari d’inframón que il·lustrà aquesta fase del Barri durà anys:

[El senyor Martorell r]arament visita els carrers per on corre el cavall i, de fer-ho, mai no ho fa sol. Meuques velles li surten al pas i les convida a cafè amb llet o a dos dits d’allò que vulguin amb un imperceptible gest de la mà dreta adreçat al cambrer. Temps enrera va follar-se-les tant com va voler. ... L’altra gent el defuig i el fita de biaix, si li deuen la mota o els rèdits de qualque préstec (Capellà 1998: 13).

Aquest era el context en el que es trobava Es Barri fins a mitjans dels 1980s, quan es dissenyà un primer pla de reforma per a tota la ciutat (Ajuntament de Palma 1985). Un dels seus objectius era el de 'salvar' Es Barri de la decadència. Tanmateix, una intervenció d'aquesta magnitud rebé la contundent resposta de la societat civil organitzada. ARCA (Associació per a la Revitalització dels Centres Antics) es creà el 1987 per a prendre aquesta funció i ho feu tot conscienciant la població dels valors patrimonials de l'entorn construït alhora que recomanant a les autoritats quines obres havien d'esdevenir patrimoni. Mentrestant, juntament amb l'aportació de fons de la UE a través del Programa URBAN, es dissenyà un pla especial per Es Barri que recollia les reevidicacions veïnals però que alhora contemplava una sèrie d'intervencions que sovint es qualificaren de dràstiques.

Gràcies a la pressió d'ARCA, la recentment fundada associació de veïnats (Canamunt – Ciutat Antiga), i el grup ecologista més important de l'arxipèlag (GOB), es dedicaren a conscienciar sobre la necessitat de conservar el patrimoni industrial i el manteniment de la població marginalitzada (Morell 2010). El llenguatge que s'hi feu servir en aquella ocasió en particular invocà la memòria tant del treball mort com del treball viu de la ciutat:

Si parau atenció en aquests noms, tots ells comparteixen una profunda ressonància palmesana, us n'entemereu que són noms que ens recorden de l'home treballador, que ens recorden les mans de la persona, un ésser que es guanya la vida oferint un esforç incansable a la comunitat. En aquest sentit, tota aquesta antiga Palma és un museu de si mateixa, però anau amb compte, aquest és un museu viu, un museu d'aquells que un cop el construïren, el visqueren, el treballaren i el suaren (pregó inaugural de les festes celebrades amb motiu de la campanya 'Rehabilitar no és destruir' del 1991, a càrrec de Joan Bonet, arxius de l'Associació de Veïnats de Canamunt-Ciutat Antiga).

És important subratllar el caràcter fugisser que tota obra té. Per molt que ens hi entestem, les obres no són eternes. La preocupació de Lefebvre pel 'dret a la ciutat' (Lefebvre 1978a), on hi formulà les seves primeres reflexions entorn de 'la ciutat com a obra', el portà a qualificar els habitants de la ciutat com aquells que l'havien 'treballada', hi podem inferir, en una obra en construcció a la que s'hi tenia dret per això mateix: per haver-la treballada. Tanmateix, en formulacions posteriors sobre l'espai abstracte, és cert que Lefebvre també sostingué que aquests mateixos habitants hi podien perdre el control d'aquesta obra en cas que el capital fos prou hàbil com a per a subsumir la creació del seu treball comú a la seva pròpia dinàmica (Lefebvre 2013: 271-327).

Això mateix succeí quan fins i tot el responsable socialdemòcrata d'urbanisme que

hi havia a l'oposició adduï que calia atreure nouvinguts: "... és un pas positiu. La idea és bona per actuar a una zona que és la més degradada i intentat revitalitzar-la ... El que passa és que s'ha de ... definir quin tipus de gent volem per omplir el forat d'aquests que parteixen ..." (Carles Bona, responsable municipal d'urbanisme del PSIB-PSOE, a Oliver 1997: 27). I així fou. El veïnats de tota la vida foren desnonats i n'arribaren de nouvinguts (Morell 2015b). Alguns com na Gabi aconseguiren quedar-s'hi, però... fins a quan?

L'obertura del que s'han vingut a nomenar 'hotels boutique' ens revela el darrer crit en la relació dels factors de producció que prenen part en la creació de nous valors en l'economia turística de Ciutat (el capital constant del treball mort i el capital variable del treball viu). Resumint, el producte de les lluites comunes per preservar les obres dels 1980s, com ara les que liderà ARCA, han sigut segrestades, tot prenent nous significats en el procés. Prenguem com exemple el següent article de premsa on es lloa la conversió d'un palau en runa en un hotel sota el títol "Dormir com els nobles de Palma":

L'auge dels hotels boutique té un efecte positiu en el patrimoni arquitectònic de la ciutat i 'en tot l'entorn, perquè es revaloritza', afirma ... l'Associació Hotelera de Palma. Es confirma des del punt de vista de l'hoste, com a per exemple l'excònsul d'Alemanya a l'illa ... Mentre esperà l'arribada del cònsul que l'havia de rellevar, alquilà un aparthotel ... el 2013, quan obrí les seves portes, i quedà astorat amb la transformació del barri de Sa Gerreria. 'Quan vivia a l'illa entre el 1994 i el 1998, ningú s'atrevia a passetjar de nit per aquest racó de Palma, perquè els ionquis i les prostitutes dominaven el carrer. A dia d'avui s'ha convertit en una zona molt polida i un se sent més segur', afirma (Wilms 2015: 15).

Mentre que per una banda s'hi posa èmfasi en el lligam entre el patrimoni i el creixent valor de la propietat, per l'altra també es dóna suport a la idea de la 'millora' i s'assenyala qui en surt beneficiat. A més, es confirma que l'escenari que trepitja Roberto, i que és el lloc amb el que es guanya la vida Gabi, té una història, una molt vinculada a l'acumulació del capital en el medi urbà, i que s'alimenta dels esforços (passats i presents) d'aquells que hi visqueren i que hi viuen.

Conclusió: del turisme i les altres formes de treball

El turisme és un sector complex fet de transport, allotjament, restauració, atraccions de tota mena i d'altres ofertes. Tots aquests components requereixen del seu "procés

de treball turístic”, és a dir, orientació laboral, comunitats ocupacionals, flexibilitat, temporalitat, i segmentació (Shaw i Williams 2004: 65-82). Tanmateix, el turisme també ha de mester que la societat hi treballi com un tot i és per això que exhorta a la participació de la societat en la creació de valor. No ens sorprén, doncs, que el President balear mantingués un punt de vista quasi maussia pel que fa a al fet social total que li atorgava al seu dicurs de presa de possessió (veure la cita a l’inici de l’article).

Les declaracions patrimonials són un bon exemple de com el turisme modela l’espai. Ara bé, per analitzar aquest procés ens cal saber què entenem per treball. L’estudi de la producció d’escenaris per al sector turístic no sols ofereix un relat sobre els mitjans usats per a transformar-los, sino que també identifica les formes concretes de treball que requereix la seva creació, cosa que apunta a la idea de que “[a]l cap i a la fi, en turisme, el lleure d’una persona és el treball d’una altra” (Chio 2014: xvii). En el mateix discurs de presa de possessió, el President il·lustraria aquest punt de vista per al cas de la ruralia de l’arxipèlag:

Des de fa temps es diu del sector primari que és fonamental perquè la nostra principal indústria, el turisme, tenguí en el paisatge illenc una font d’imatges que portin als nostres visitants a percebre la diversitat dels entorns de les Illes Balears, reflectits en les seves collites, en un paisatge modificat per l’home en gairebé tot el territori ... (Parlament de les Illes Balears 2011: 21).

El desllorigament d’aquestes imatges de les obres que fan el territori ignoren el fet que aquest mateix territori és eminentment immobiliari i turístic, i que ha estat construït com a tal des de fa més d’un segle (Rullan Salamanca 2002). Això és especialment pertinent pel que fa al cas de les obres del Centre, aquelles que el fan valuós. Mentre que per una banda, les obres acaben cobrant nous valors d’ús gràcies al treball col·lectiu dels diferents grups; per l’altra, la conversió de les obres en patrimoni sovint significa que aquests nous valors d’ús assoleixin la composició total del valor de canvi. El patrimoni no és un producte *per se*, sinó el trampolí comú cap a la mercaderia final, en aquest cas la ciutat mesurada pel metre quadrat que es promou per mitjà d’imatges turístiques. Amb tot, el treball del que està fet el patrimoni ofereix noves perspectives per a superar el que entenc que és un dilema.

El patrimoni cultural es troba atrapat entre la política identitària universal que propugna la UNESCO (Meskell 2013) i la seva comercialització a partir de la combinació del seu acaparament i de la seva circulació (Franquesa 2013). Aquí es troben ben presents les lògiques estatals i mercantils del patrimoni que, no ens enganyem, no

ofereixen cap mena d'alternativa transformadora. Ara bé, hi ha una omisió important en aquest panorama força restringit a l'Estat i al mercat, si bé nogensmenys realista: per a qui conservar? I fent servir a qui en el procés? Quina és la relació de producció sota l' empar de la mediació estatal que possibilita una explotació d'un treball no assalariat en la producció del patrimoni?

A mode de conclusió, contra gran part de la literatura a l'ús, he provat de donar cabuda a una antropologia del turisme tunejada entorn d'una concepció materialista de la història, poblada d'interessos, i que dóna fe de com el capitalisme absorbeix les perifèries externes i en crea d'internes per al mateix propòsit. Sostenc que la indústria turística global no tan sols depèn de la transformació en mercaderies dels espais treballats de fa temps i usats en el present per accions col·lectives, sinó que també hi va al darrera de la reproducció de les relacions socials que fan possible aital conversió. Al cap i a la fi, són aquestes relacions socials que es troben a la base de la creació del valor que conté el patrimoni i que cobeja el sector turístic. Tanmateix, la relació entre el treball mort i el treball viu del patrimoni presenta deficiències substancials pel que fa a l'accés diferencial que té la gent al resultat del seu propi treball col·lectiu.

Agraïments

Agraesc a Saida Palou i a Fabiola Mancinelli l'oportunitat que m'han brindat per a poder publicar als *Quaderns* de l'ICA. Donc les gràcies a Natalia Buier, Jose Mansilla i els revisors anònims per les seves més que pertinents observacions i a Patrick Neveling i Luisa Steur el seu treball editorial en una versió anterior pendent de publicar a *Focaal. Journal of Global and Historical Anthropology*. Finalment, dedic aquest text als meus fills Júlia, Grazzja i Illiam, als comuns que viuran i a les obres que bastiran.

Bibliografia

AGÈNCIA DE TURISME DE LES ILLES BALEARS (2012) *El turisme a les Illes Balears. Anuari 2011*, Palma: Agència de Turisme de les Illes Balears.
AJUNTAMENT DE PALMA (1985) *Pla General d'Ordenació Urbana*, Palma: Ajuntament de Palma.

- AJUNTAMENT DE PALMA (2013) “Ordenanza para fomentar y garantizar la convivencia cívica en Palma.” http://www.palmademallorca.es/portal/palma/recursosweb/documentos/1/0_7394_1.pdf, accedit 1 de març, 2014.
- ALOMAR ESTEVE, G. (2000 [1950]) *La reforma de Palma. Hacia la renovación de una ciudad a través de un proceso de evolución creativa*, Palma: Col·legi Oficial d'Arquitectes de les Illes Balears.
- ALOMAR ESTEVE, G. (1986) *Memorias de un urbanista 1939-1979*, Palma: Miquel Font Editor.
- AMER FERNÁNDEZ, J.A. (2006) *Turisme i política. L'empresariat hotelier de Mallorca*, Palma: Edicions Documenta Balear.
- DE AUSTRIA, L.S. (1985 [1871]) *Las Baleares por la palabra y el grabado. Mallorca (parte general). Tercer Libro. Tomo IV*, Palma: Caja de Baleares - Sa Nostra.
- BENJAMIN, W. (2005 [1983]) *Libro de los pasajes*, Madrid: Akal.
- BIANCHI, R.V. (2009) “The ‘Critical Turn’ in Tourism Studies: A Radical Critique”, *Tourism Geographies* 11 (4), pp. 484-504.
- BOISSEVAIN, J. (ed.) (2011 [1996]) *Lidiar con turistas: Reacciones europeas al turismo en masa*, Barcelona: Bellaterra.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (1964) “Decreto 1842/1964, de 11 de junio, por el que se declara conjunto histórico-artístico el casco antiguo de la ciudad de Palma de Mallorca (Baleares)”, *Boletín Oficial del Estado* 158, 2 de juliol, Madrid.
- BOTÍN TORRES, V. et al. (2011) *El turismo a les Illes Balears. Anuari 2010*, Palma: Observatori del Treball i Turisme de les Illes Balears.
- BRITTON, S.G. (1991) “Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism”, *Environment and Planning D* 9 (4), pp. 451-478.
- BRUNER, E.M. (2005) *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*, Xicago: Chicago University Press.
- BÜSCHER, B. i R. FLETCHER (2015) “Accumulation by Conservation”. *New Political Economy* 20 (2), pp. 273-298.
- C, A. (2001 [2001]) “El impase ciudadanista. Una contribución a la crítica del ciudadanismo”. *Folleto Etcétera* 23, 20 pp, <http://sindominio.net/etcetera/PUBLICACIONES/minimas/minimas.html>, accedit 27 de setembre, 2015.
- CAPELLÀ, L. (1998) *Guitarres de dol*, Binissalem: Di7.
- CHIO, J. (2014) *A Landscape of Travel. The Work of Tourism in Rural Ethnic China*, Seattle: University of Washington Press.
- CLEAVER, H. (2000/1979) *Reading Capital politically*, Leeds: Antithesis.

- DE ANGELIS, M. (2013) "Does Capital Need a Common Fix?", *ephemera* 13 (3), pp. 603-615.
- DELGADO, M. (2013) "Artivismo y postpolítica. Sobre la estetización de las luchas sociales en contextos urbanos", *Quaderns-e Revista de l'Institut Català d'Antropologia* 18 (2), pp. 68-80.
- DESAI, R. (2011) "The New Communists of the commons: Twenty-first-century Proudhonists". *International Critical Thought* 1 (2), pp. 204-223.
- DI GIOVINE, M.A. (2009) *The Heritage-Scape: UNESCO, World Heritage and Tourism*, Lanham: Lexington Books.
- FERRÀ PERELLÓ, B. ([1918] 1996) *Ciutat ha seixanta anys. 1850 - 1900*, Palma: Miquel Font Editor.
- FRANQUESA, J. (2013) "On Keeping and Selling: The Political Economy of Heritage Making in Contemporary Spain", *Current Anthropology* 54 (3), pp. 346-369.
- GRABURN, N. (1992 [1977 /1989]) "Turismo: El viaje sagrado", in V.L. Smith (ed.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Ediciones Endymion, pp. 45-68.
- GRAEBER, D. (2012) "Dead Zones of the Imagination. On Violence, Bureaucracy, and Interpretive Labor", *Hau. Journal of Ethnographic Theory* 2 (2), pp. 105-128.
- GREENWOOD, D.J. (1992 [1977 /1989]) "La cultura al peso: Perspectiva antropológica del turismo en tanto en tanto proceso de mercantilización", in V.L. Smith (ed.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Ediciones Endymion pp. 257-279.
- HARDT, M. i A. NEGRI (2003 [1994]) *El trabajo de Dionisos. Una crítica de la forma-estado*, Madrid: Akal.
- HARVEY, D. (2004 [2003]) *El nuevo imperialismo*, Madrid: Akal.
- HARVEY, D. (2013 [2012]) *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*, Madrid: Akal.
- KELLY, A.B. (2011) "Conservation Practice as Primitive Accumulation", *The Journal of Peasant Studies* 38 (4), pp. 683-701.
- LEFEBVRE, H. (1978a/ 1969/ [1968]) *El derecho a la ciudad*, Barcelona: Ediciones Península.
- LEFEBVRE, H. (1973) *La survie du capital. La reproduction des rapports de production*, París: Anthropos.
- LEFEBVRE, H. (2013 [1974]) *La producción del espacio*, Madrid: Capitán Swing.
- LEFEBVRE, H. (1976) *De l'État. Tome II. De Hegel à Mao par Stalín (La théorie «marxiste» de l'État)*, Paris: Union Général d'Éditions.

- LEFEBVRE, H. (1978b) *De l'État. Tome IV. Les contradictions de l'État moderne. La dialectique et/de l'État*, Paris: Union Général d'Éditions.
- LEFEBVRE, H. (1983 [1980]) *La presencia y la ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones*, Mèxic D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- LINEBAUGH, P. (2013 [2008]) *El manifiesto de la Carta Magna. Comunes y libertades para el pueblo*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- LUTKEHAUSE, N.C. i D. O'ROURKE (1989) "“Excuse Me, Everything Is Not All Right”: On Ethnography, Film, and Representation: An interview with filmmaker Dennis O'Rourke", *Cultural Anthropology* 4 (4), pp. 422-437.
- LUXEMBURG, R. (2003 [1951/1913]) *The Accumulation of Capital*, Londres: Routledge.
- MACCANNELL, D. (2003 [1976 /1999]) *El turista: Una nueva teoría de la clase ociosa*, Santa Cruz de Tenerife: Melusina.
- MACIP RICARDO, F. i C. ZAMORA VALENCIA (2012) "“If We Work in Conservation, Money Will Flow Our Way”: Hegemony and Duplicity on the Coast of Oaxaca", *Dialectical Anthropology* 36 (1/2), pp. 71-87.
- MAJORCA DAILY BULLETIN (2014) "Palma Wants to Become a UNESCO World Heritage Site", *Majorca Daily Bulletin*, 19 de desembre, <http://majorcadailybulletin.com/4533.html>, accedit 22 de gener, 2015.
- MARX, K. (1976 [1894]) *El Capital. Libro tercero. El proceso global de la producción capitalista (Volumen 6)*, Madrid: Siglo Veintiuno de España editores S.A.
- MARX, K. (1975a-1975b-1975c [1867]) *El Capital. Libro primero. El proceso de producción de capital (Volums 1, 2 i 3)*, Madrid: Siglo Veintiuno de España editores S.A.
- MARX, K. (1971/ 2001[1867]) *El Capital. Libro primero. Capítulo VI (inédito). Resultados del proceso inmediato de producción*, Madrid: Siglo Veintiuno de España editores S.A.
- MCGUCKIN, E. (2005) "Travelling Paradigms: Marxism, Postructuralism and the Uses of Theory". *Anthropologica* 47 (1), pp. 67-79.
- MESKELL, L. (2013) "UNESCO's World Heritage Conventions at 40: Challenging the Economic and Political Order of International Heritage Conservation", *Current Anthropology* 54 (4), pp. 483-494.
- MORELL, M. (2010) "Patrimonio de la clase obrera sin la clase obrera. Etnografía de la gentrificación en Ciutat (Mallorca)", in C. del Màrmol et al. (Eds.) *Los lindes del patrimonio. Consumo y valores del pasado*, Barcelona: Icaria, pp. 105-125.
- MORELL, M. (2013) "De l'espai no te'n refies mai: Treball urbà i formació/lluita de classe", *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia* 18 (2), pp. 53-67.

- MORELL, M. (2015a) "Tourism Values and the Becoming Ordinary of Heritage", in C. del Mármol et al. (Eds.) *The Making of Heritage. Seductions and Disenchantments*, Nova York: Routledge, pp. 158-183.
- MORELL, M. (2015b) *La flor y muerte de un barrio. An Ethnography on comprehensive Gentrification and Class Struggle i Urban Majorca* (tesi doctoral), Barcelona: Universitat de Barcelona.
- MURRAY, I. (2012) *Geografies del capitalisme balear: Poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística* (tesi doctoral), Palma: Universitat de les Illes Balears.
- NEGRI, A. (2005 [1997/1971]) "Crisis of the Planner-State: Communism and Revolutionary Organization", in A. Negri *Books for Burning. Between Civil War and Democracy in 1970s Italy*, Londres: Verso, pp. 1-50.
- NEVELING, P. i C. WERGIN (2009) "Projects of Scale-Making: New Perspectives for the Anthropology of Tourism", *Etnogràfica* 13 (2), pp. 315-342.
- NONINI, D.M. (2006) "Introduction: The Global Idea of 'the Commons'", *Social Analysis* 50 (3), pp. 164-177.
- OLIVER, A. (1997) "La rehabilitació de Ciutat, el gran rept", *Ona* 51, pp. 24-29.
- O'ROURKE, D. (1988) *Cannibal Tours* (film documental), Port Moresby: Institute of Papua New Guinea Studies.
- PARLAMENT DE LES ILLES BALEARS (2011) "Debat d'investidura del candidat a president de les Illes Balears", *Diari de Sessions del Ple del Parlament de les Illes Balears* 2 (1), 14 i 15 de Juny, 2011, pp. 18-22.
- PICARD, D. (2011) *Tourism, Magic and Modernity. Cultivating the Human Garden*, Nova York: Berghahn Books.
- RIERA I FRAU, M. (1994) "Planeamiento urbanístico, promoción inmobiliaria y arqueología involuntaria", *Arqueología y Territorio Medieval* 1, pp. 93-99.
- RULLAN SALAMANCA, O. (2002) *La construcción territorial de Mallorca*, Palma: Editorial Moll.
- SALAZAR, N.B. (2010) *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, Oxford: Berghahn Books.
- SANSÓ ROSSELLÓ, A. (dir) (2011) *Les Illes Balears en xifres '10*, Palma: IBESTAT.
- SELWYN, T. (1998) "Introduction", in T. Selwyn (ed.) *The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism*, Chichester: John Wiley & Sons Ltd., pp. 1-32.
- SHAW, G. i A.M. WILLIAMS (2004) *Tourism and Tourism Spaces*, Londres: Sage.
- SHEPHERD, R. (2002) "Commodification, Culture and Tourism", *Tourist Studies* 2 (2), pp. 183-201.

- SMITH, N. (1990 [1984]) *Uneven Development. Nature, Capital and the Production of Space*, Oxford: Basil Blackwell.
- SMITH, N. (2007) "Nature as Accumulation Strategy", *Socialist Register* 43, pp. 19-41.
- SMITH, V.L. (ed.) (1992 [1977 /1989]) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid: Ediciones Endymion.
- TRONTI, M. (2001 [1962] [1966]) "La fábrica y la sociedad", in M. Tronti *Obreros y capital*, Madrid: Akal, pp. 43-63.
- TURNER, V.W. i E.M. BRUNER (Eds.) (1986) *The Anthropology of Experience*, Urbana: University of Illinois Press.
- UNWTO (2011) *Annual Report 2010*, Madrid: UNWTO.
- WILMS, A. (2015) "Dormir como los nobles de Palma", *Diario de Palma (Diario de Mallorca)*, 25 de gener, 2015, pp. 14-15.
- WOLF, E.R. (1987 [1982]) *Europa y la gente sin historia*, Mèxic D.F.: Fondo de Cultura Económica.

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 movilidades 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*, Izta-palapa: 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.
- LATOUR, 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.

DISCURSOS PERIODÍSTICOS Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS
ALREDEDOR DEL TURISMO. EL CASO DE PORTMÁN
(REGIÓN DE MURCIA)

Raúl Travé Molero
Universitas Miguel Hernández de Elche

Daniel Carmona Zubiri
Universitas Miguel Hernández de Elche

Antonio Miguel Nogués Pedregal
Universitas Miguel Hernández de Elche

Resumen

Desde los años 70, Portmán, en la costa murciana, ha estado rodeada por un importante desarrollo del negocio turístico. Mientras buena parte del litoral de la Región de Murcia era urbanizado, Portmán vivía de la minería. Esta comenzó a declinar en los ochenta y desapareció finalmente en 1991 dejando tras de sí un paisaje medioambiental y social devastado, la bahía a la que se asomaba el pueblo había quedado colmatada por los vertidos de estériles mineros.

Los cambios en las prácticas y los discursos de los grupos de interés de la comunidad *alrededor* del desarrollo turístico son el objetivo de este artículo.

Abstract

Since the seventies, Portmán, on the Mediterranean coast (Murcia - Spain), has been surrounded by a prominent urban development of tourism. While most of the Murcian coast was being developed, Portmán was living for and off the mining industry. The mining industry decline started in the eighties, and by 1991 it had left behind a devastating environmental landscape by completely covering the big bay from which the village takes its name with mining waste.

The changes in the practices and the discourses of the stakeholders *regarding* tourist development are the main focus of this article.

Palabras claves: Turismo, comunicación, mediaciones culturales, hegemonía, ciudadanía.

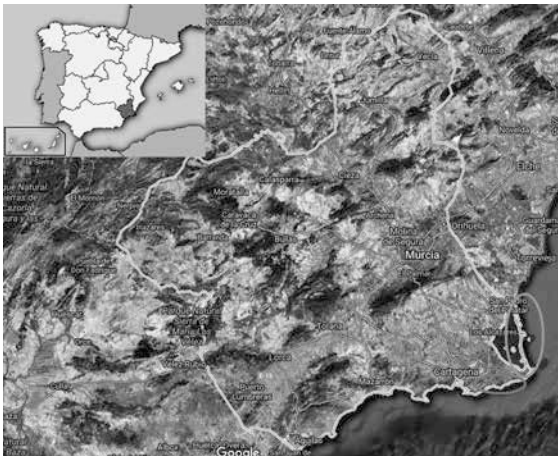
Keywords: Tourism, communication, cultural mediations, hegemony, citizenship.

Introducción

Portmán ha sido desde los años 60 una isla minera rodeada de un mar turístico. Esta población de la Región de Murcia cuenta además con dos particularidades destacables para las ciencias sociales: ha suscitado el interés de la prensa escrita de la Región, tanto por el vertido de estériles al mar -desde 1958-, como por los intentos de regeneración y promoción turística de la bahía -desde 1990-; y además cuenta con un importante movimiento vecinal, ciertamente excepcional en la comarca.

Según el padrón municipal de 2014, Portmán es una pedanía de 1.005 habitantes, vinculada al municipio de La Unión. Este pueblo del suroeste de la Región de Murcia está enclavado entre la Sierra Minera de Cartagena-La Unión y el Mar Mediterráneo. Geográficamente se encuentra casi equidistante de Cartagena, La Manga y el Mar Menor y a tan sólo cuatro kilómetros del más antiguo (y también uno de los más grandes) complejos turístico/residenciales de la Región, “La Manga Club”, o el *campo de golf* como se le conoce en Portmán, en funcionamiento desde 1972 (Figura 1).

Figura 1: [Google Maps]. La Región de Murcia. En rojo límites aproximados de la Sierra Minera de Cartagena-La Unión. En verde La Manga del Mar Menor.



Portmán, cuya vida económica dependió de la minería hasta 1991, asistió entre 1958 y 1990 al vertido constante al mar de cerca de 70 millones de toneladas de estériles mineros mezclados con reactivos químicos (Figura 2) (Conesa, Schulin, Nowack 2008), (Egea, Vilar 1994). Cuando se detuvieron los vertidos, la Bahía de Portmán había desaparecido por completo (Figuras 3 y 4). Durante aquellos años la multinacional francesa *Peñarroya* arrojó al mar, sin impedimentos legales, los estériles que generaba una explotación basada en canteras a cielo abierto y lavado por flotación diferencial, en la mayor instalación de ese tipo de Europa, el *lavadero Roberto*.

Desde la paralización de los vertidos en 1990, las administraciones, los propietarios y los diferentes colectivos vecinales y ecologistas se han fijado el desarrollo turístico de la población como objetivo, adoptando, eso sí, actitudes y discursos diferentes. Curiosamente, los habitantes de Portmán habían empezado a pensar en su pueblo como destino turístico desde mucho antes.

Figura 2: [Fotografía de *La Verdad*: 10/11/2013]. (Portmán. Años 60). "Los chorros" de Roberto.



Figura 3: [IDE. CARM]. (Portmán. 1929). En rojo el pueblo de Portmán, en verde el puerto pesquero.



Figura 4: [IDE. CARM]. (Portmán. 2011). Delimitada en rojo puede distinguirse la zona anegada por residuos mineros.



El presente artículo ofrece, desde la antropología del turismo, una descripción de cómo una población tradicionalmente minera se transformó, en la percepción de sus habitantes, en un territorio turístico mucho antes de que las administraciones públicas lo planteasen y sin necesidad de contar con infraestructuras ni con turistas (ambos hoy casi inexistentes).

Prestaremos atención a cómo han cambiado los discursos y las prácticas de los diferentes agentes sociales implicados en el desarrollo de Portmán y cómo, a través de la mediación significativa del espacio turístico (Nogués-Pedregal 2005), un planteamiento basado en esta actividad se ha convertido en preeminente. Aunque para conseguirlo haya tenido que pasar por el tamiz de las matrices culturales locales (Martín-Barbero 1987), marcadas por la herencia asociativa del movimiento obrero de la Sierra Minera (Vilar, Egea y Victoria 1987).

Para abordar este proceso presentaremos tres momentos socioeconómicos claves desde los años sesenta hasta la actualidad, con sus discursos hegemónicos de medios y administraciones y la correspondiente respuesta de la comunidad. Antes aclararemos la perspectiva metodológica y teórica de nuestra investigación.

Nuestra hipótesis de partida es que en Portmán la influencia simbólica del turismo (consolidado en áreas circundantes) excede con mucho su influencia material real. A pesar de no ser una actividad importante ni en el municipio de La Unión, ni en la localidad de Portmán, la mediación significativa del espacio turístico (Nogués-Pedregal 2005) ha transformado la percepción que sus habitantes tienen de sí mismos y de su entorno.

Por otro lado, agentes sociales influyentes, los propietarios de la Sierra y los grupos ecologistas, han jugado un papel importante en estos procesos de cambio, ejerciendo una influencia y una presión material y simbólica sobre los habitantes de Portmán, quienes, según el momento, han aceptado en mayor o menor medida los discursos de estos actores o tomado elementos de los mismos para rearticularlos en función de sus propios intereses.

Una parte importante de nuestro trabajo consistió en el análisis de la ingente cantidad de piezas informativas sobre Portmán, publicadas en la prensa escrita de la Región de Murcia durante los últimos cuarenta y cinco años, y compararlas con la memoria de nuestros informantes. Realizamos un vaciado de documentación periodística que abarca desde 1967 hasta febrero de 2013, periodo elegido por ser 1967 el año en que los periódicos regionales comienzan a hacerse eco del problema medioambiental de Portmán. Hemos trabajado sobre más de 2.000 piezas periodísticas de siete cabeceras diferentes (*El Noticiero, Diario Línea, La hoja del lunes, La Verdad, La Opinión, Diario 16, y El Faro*), si bien hemos recurrido en ocasiones a publicaciones de otros medios

que nos han permitido reconstruir la historia de Portmán, vista desde la prensa y los discursos que esta defendió y/o recogió y expuso.

La cobertura periodística sobre Portmán nos permite rastrear multitud de pequeños y grandes discursos, desde los políticos al ecologista pasando por los cambiantes y variados de los diferentes grupos vecinales. Estos últimos, así como el ecologista, se han plasmado con claridad en forma de manifiestos, reclamaciones e informes que también han sido objeto de estudio.

Analizamos por tanto cómo los diferentes actores sociales han utilizado y tratado de significar diferentes conceptos: ‘desarrollo’, ‘turismo’, ‘bahía’, así cómo la significación y la utilización de estos han cambiado para cada grupo a lo largo del tiempo en estrecha relación con los cambios ‘infraestructurales’ y ‘estructurales’.

El trabajo de campo etnográfico realizado entre el verano de 2009 y comienzos de 2013 ha completado la investigación. Durante su transcurso se prestó especial atención a las formas de comunicación locales, a las redes y a los lugares públicos en los que esta se produce, contemplando así la comunicación como un espacio desde el que miramos la sociedad más que como un tema en sí mismo (Mandry 2002: 7).

Un espacio turístico sin turistas

Durante nuestro trabajo de campo pudimos comprobar que Portmán se ha transformado en un espacio turístico sin recibir turistas, lo es al menos para sus habitantes que ven esta actividad como futuro necesario y deseable. Esto demuestra el poder simbólico y material del turismo y nos lleva a abordarlo como fenómeno esencial en los procesos socio-culturales, no sólo de Portmán, sino de cualquier área con influencia del mismo ya que la presencia física y simbólica del turismo:

altera las relaciones sociales en y entre los grupos humanos, incorpora nuevas formas productivas, transforma la cultura en patrimonio [...], modifica paisajes, crea narrativas y metáforas, configura los modos de vernos, de mirar a los otros, fractura la continuidad en la reproducción-producción del sentido... y en definitiva, convierte *lugares* en territorios y escenarios turísticos a través de la mediación significativa del espacio turístico (Nogués-Pedregal 2005: 1).

Así, el turismo aparece como realidad material, pero también como discurso que, siguiendo a Foucault (2010), produce verdades y formas de comprender, define lo

posible y lo deseable y, en definitiva, establece las reglas de la existencia. “Esta hipótesis explica, por ejemplo, que no resulte necesaria la presencia efectiva de los turistas (o sus infraestructuras) para ocasionar cambios en los ritmos sociales y modos culturales en zonas semi-periféricas o periféricas” (Nogués-Pedregal 2005: 7).

Al menos durante la primera década del siglo XXI el discurso hegemónico sobre el turismo -lo que Mandly ha llamado ‘ideología del desarrollo’ (2008)- ha identificado crecimiento económico y desarrollo social, sin prestar atención a las consecuencias ambientales, culturales y sociales de sus actuaciones, y obviando “la desigual distribución social de los impactos generados por los desarrollos turísticos residenciales” (Aledo 2012: 156).

Figura 5: [Fotografía de Raúl Travé]. (Los Alcázares. 2014). Archivo personal. Urbanización Nueva Ribera, ejemplo de resort abandonado.



En la costa murciana, el *boom* del turismo residencial al comienzo de la década de los dos mil supuso un alto grado de especulación inmobiliaria, se pusieron en pie miles de viviendas, en ocasiones en complejos residenciales aislados y sin servicios que actualmente se encuentran casi des poblados, cuando no abandonados (Figura 5). Esto fue posible sin una oposición importante, excepción hecha de la plataforma ‘Murcia No se Vende’ y la coalición IU-Verdes, en buena medida gracias a la capacidad hegemónica de un discurso que presentaba y defendía el turismo residencial como herramienta infalible de crecimiento económico permanente y desarrollo social para las poblaciones que lo

aceptasen. Por tanto, el discurso del turismo, como potenciador económico más eficaz en contextos periféricos y semi-periféricos, aparece como el único medio de desarrollo y produce significados que se materializan en realidades.

Los discursos *alrededor* del turismo funcionan como un mecanismo de construcción social de la realidad y significación de la misma. Por encima de estos, las ideologías, junto con las estructuras socio-económicas y sus relaciones de poder, dan forma y condicionan los discursos -y por supuesto, las prácticas- en una relación dialógica constante, configurando identidades y posiciones sociales en el campo del turismo, así como las estructuras y las relaciones entre los actores de dicho campo, contribuyendo en última instancia a establecer los sistemas de conocimiento, creencias y valores afines a determinadas ideologías y visiones del mundo (Tribe 2007).

En el caso de Portmán veremos cómo cada grupo de actores ha desplegado y tratado de articular su propio discurso alrededor del concepto 'desarrollo' (minero *vs.* minero-turístico; turístico-industrial *vs.* turístico-tradicional) en función de sus intereses y con el objetivo de cambiar la distribución de los impactos positivos y negativos de las diferentes actividades económicas. Estos discursos funcionan como legitimadores de las diversas prácticas socioculturales estudiadas y son una pieza clave en las luchas por la hegemonía -por convertirse en el discurso sancionado que funciona como vertebrador de las prácticas- que en última instancia es la herramienta que posibilita que se acepten los impactos negativos de las diferentes alternativas de desarrollo y se recele de los discursos y prácticas contrarios.

En Portmán, durante los últimos veinticuatro años, se ha discutido públicamente en las calles, en los bares, en las reuniones asociativas, en las propias casas, sobre qué tipo de desarrollo turístico debía emprenderse (mayor o menor grado de edificabilidad, residencial u hotelero, recuperación de los usos pesqueros tradicionales frente a los deportivos, etc.). Una batalla que se traduce, como ya hemos señalado, en una distribución desigual de las consecuencias positivas y negativas sobre el territorio y la sociedad, en la cual los agentes, formando grupos o coaliciones, han tratado de influir o controlar la toma de decisiones.

Le dimos la espalda a la bahía aunque sabíamos que eso era una barbaridad, nosotros defendíamos nuestro trabajo que era nuestro interés y el sustento de nuestras familias [...] luego nos dejaron tirados [...] y por fin nos dimos cuenta de que teníamos que defender nuestro pueblo (minero).

En esta lucha la suma de los capitales de cada actor social ha sido decisiva a la hora de conformar y controlar el bloque de prácticas que hegemoniza. Ha sido por tanto una ba-

talla a dos niveles: el discursivo, tratando de hacer deseable un determinado imaginario sobre el desarrollo turístico, y el de la práctica, tratando de imponer en última instancia un programa en concreto, que en cualquier caso no podría ser totalmente opuesto al imaginario deseado, so pena de enfrentarse a la mayoría de la población.

Este enfrentamiento es un buen ejemplo de cómo interactúan estructuras y agentes sociales, lo que Giddens llama “estructuración” (1992). Las estructuras son a la vez medio y resultado de la acción de los agentes, estos no son ni prisioneros totalmente a merced de fuerzas externas, ni escultores a voluntad de la realidad social. Esta capacidad de estructuración es la que permite a los agentes posicionarse ante el concepto de ‘desarrollo’ y apropiárselo tratando de superar el papel que este juega en las estrategias de dominación cultural y social.

Discursos y prácticas alrededor del turismo

La costa de la Región de Murcia -especialmente la del Mar Menor- ha experimentado desde los años sesenta una enorme expansión del negocio turístico como demuestran los datos económicos del sector. Según *IMPACTUR 2011* el turismo supuso un 9,8% del PIB regional (2.719 millones de euros), lo que se traduce en 55.792 empleos directos e indirectos, un 10,2% del total, cifras por debajo de la media nacional, en las que el turismo representa el 10,8% del PIB y el 12,2% del empleo, pero que deben ser contextualizadas. Según la unidad de estadística de la Región de Murcia (2011), el año 2011 cerró con una media de 41.971 afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico (empleo directo), lo que supone una variación interanual positiva del 0,4% en una coyuntura de pérdida general de empleo del 1,7% en la Región. En estas cifras tienen un peso particularmente importante el Mar Menor y La Manga (durante mucho tiempo únicos referentes turísticos de Murcia) ya que, según el Consejo Económico y Social (2011: 82), suman el 47% del total de pernoctaciones turísticas de la provincia, y casi el 56% si le añadimos las de la vecina ciudad de Cartagena.

Estos datos dan una idea de la transformación económica de una zona que en los años setenta del siglo XX comenzó a experimentar cambios estructurales de gran envergadura gracias al trasvase Tajo-Segura, el cual permitió industrializar la agricultura, y a la implantación de un turismo de masas en La Manga (Figuras 6 y 7) y los alrededores del Mar Menor (Martínez 2002). De la mano del turismo para la masificación se produjo una transformación en destino y se generó un ‘contexto turístico’ en la costa del Mar Menor; o lo que es lo mismo, el turismo no sólo se convirtió en la principal actividad

económica, sino que la población autóctona ha llegado a comprenderse a sí misma, a utilizar su entorno y a encontrar sentido a sus prácticas, *a través* del turismo, es decir, el turismo ha funcionado y funciona como mediador significativo de la vida cotidiana (Nogués-Pedregal 2006).

Figura 6: [Autor desconocido]. (La Manga. Principio de los años 60). Archivo fotográfico de www.20minutos.es.



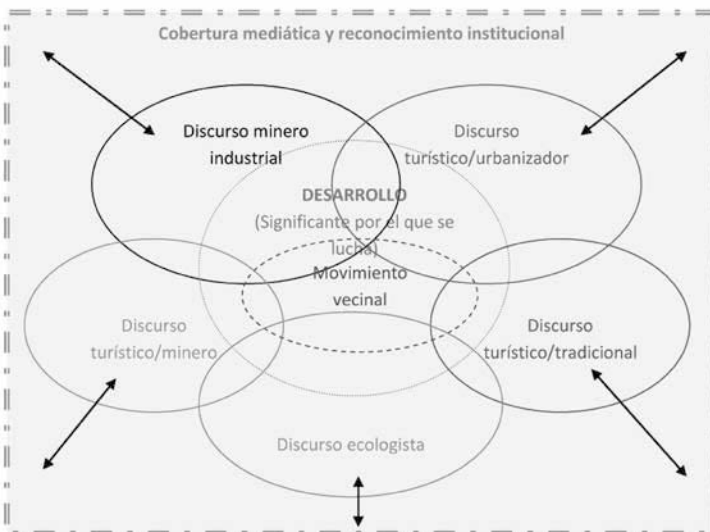
Figura 7: [Pedro Armestre]. (La Manga. Principio del siglo XXI). Archivo fotográfico de Greenpeace.



La ideología del desarrollo, caracterizada por la depredación, la elitización y la privatización del paisaje y los recursos (Mandly 2008), se ha impuesto en la costa murciana como en la mayoría del Mediterráneo español, limitando las posibilidades de su población para controlar o dirigir este proceso. En la Región de Murcia, La Manga del Mar Menor es el mejor ejemplo de esto. Sin embargo, Portmán se ha mantenido al margen de estas dinámicas como una excepción peculiar, inicialmente a casusa del predominio de la minería y, décadas más tarde, por los problemas para regenerar la bahía y urbanizar su entorno.

Esta excepcionalidad se combina con varias dinámicas socioculturales cuyo estudio y comprensión justifican nuestro trabajo: la confluencia y choque de distintos discursos articulados alrededor del concepto (o significante) 'desarrollo' (Figura 8): el minero, los turísticos (en plural pues son varios) y el ecologista; la existencia de un fuerte tejido asociativo cuya capacidad de movilización no ha decrecido a lo largo de los últimos años; la presencia constante de Portmán, sus asociaciones y las acciones de protesta organizadas por ellas en la prensa regional; el reconocimiento por parte de las instituciones políticas del movimiento vecinal de Portmán como interlocutor en la negociación sobre planes de regeneración y desarrollo; y finalmente, el ineludible hecho de ser Portmán una isla rodeada de un mar de turismo desde hace cincuenta años.

Figura 8: Discursos alrededor del significante desarrollo en Portmán.



Discursos y actitudes en el tiempo

Para su comprensión y análisis hemos dividido el *continuum* socio-cultural desde 1967 en tres periodos definidos por cambios económicos.

1967-1979: Omnipotencia de la minería

Mientras la Bahía de Portmán desaparecía por efecto de las toneladas de estériles vertidas al mar, la Región de Murcia experimentaba un importante incremento de la actividad económica vinculada al turismo: la población ocupada en los servicios pasó del 26,31% en 1955 al 50,85% en 1985 y la de la construcción del 4,21% al 8,19% (Martínez 2002: 73).

Por otro lado, no se puede comprender lo ocurrido en Portmán en la década de los setenta sin reseñar dos hechos que determinaron la reacción de los medios de comunicación y la adopción por parte de algunos vecinos de la idea de impulsar el negocio turístico en su pueblo: 1) la nueva Ley de Prensa de 1966, que suavizaba el control informativo suspendiendo la censura previa y 2) la explosión turística que supuso la urbanización de La Manga del Mar Menor y la inauguración de *La Manga Club* en 1972.

En consonancia con lo que estaba ocurriendo en La Manga y en las poblaciones del Mar Menor, en 1965 el Ayuntamiento de La Unión se planteó la posibilidad de atraer turistas a Portmán. Con esta intención se solicitó un deslinde de la zona marítimo-terrestre a la Comisión Administrativa del Grupo de Puertos de Murcia para construir un paseo marítimo y un hotel e iniciar así la promoción turística del lugar. La respuesta de la Comisión fue condicionar el deslinde a la realización del dragado de la bahía, el cual, aunque previsto por *Peñarroya*, nunca se llevó a cabo. Sin embargo, las guías editadas en esos años ya presentaban a Portmán como un destino turístico. Sirva de ejemplo la *Guía turística de Murcia y su provincia* (1965), que cita la playa de Portmán en el epígrafe “Detalle de las playas”, afirmando que: “Dentro del puerto de Portmán, existe esta playa de una gran calidad y de *buenas posibilidades turísticas*, frecuentemente utilizada por vecinos de La Unión y de Cartagena, y *por turistas de otros puntos*” (énfasis añadido). Por un lado, se obvia la contaminación por estériles ya evidente y, por otro, se apuntan las posibilidades turísticas del enclave.

Ya entonces se hablaba entre los vecinos y los esporádicos visitantes de las “maravillosas posibilidades turísticas” que podrían tener Portmán y su bahía, aunque sin cuestionar el trabajo minero que ocupaba a buena parte de los cabezas de familia de Portmán. Estos discursos pusieron las bases de la imagen socialmente construida que

tienen los vecinos sobre la bahía. Un buen ejemplo es el artículo “La Cenicienta de la Costa Blanca” firmado en agosto de 1972 por Carmen Díaz, maestra jubilada, natural de Portmán, pero vecina sólo en verano:

Abrazada por sus montañas forma una concha que guarda la preciosa perla de este mar tan diáfano y puro de suaves y oscuras arenas. Pero esta deliciosa playa está en trance de desaparecer, agoniza bajo el peso de las miles de toneladas de escorias negras que diariamente arrojan sobre ellas y que la van convirtiendo en un desértico arenal *la que podría ser zona turística y una positiva fuente de riquezas*. (Énfasis añadido) (Baños 2004: 35).

Durante los años setenta, el colectivo de pescadores fue el más combativo, pues sus intereses eran *a priori* totalmente contradictorios con los de *Peñarroya*. Aunque en la prensa regional se publicaron una serie de cartas críticas con los vertidos firmadas por pescadores y comerciantes, estos nunca adoptaron una posición de confrontación o denuncia directa, su discurso, su actitud —como la de la prensa— fue señalar el exceso y pedir la convivencia de minería y pesca, conscientes de la dependencia laboral y económica de la mayoría de sus vecinos y del poder de *Peñarroya*:

Como hombres de mar que somos dedicados a la pesquera en aguas de Portmán, sabemos que los males que nos afligen tienen remedio, *sin perjuicio alguno para la industria minera y para la industria pesquera que pueden y deben vivir conjuntamente armonizadas*” (Énfasis añadido) (Baños 2004: 22).

La *Sociedad Minero Metalúrgica Peñarroya* intentó contrarrestar estos ataques ocupando páginas de la prensa regional. Encontraron estas páginas especialmente en el diario *La Verdad* que, por ejemplo, el veintiséis de noviembre de 1974 publicaba una entrevista con “Don Alain de Sagazán Director de la S.M.M. *Peñarroya-España*, S.A.” en la que este insistía en tres cuestiones: 1) en la existencia de una concesión administrativa que respaldaba unos vertidos que imprevisiblemente estaban colmatando la bahía; 2) en la cesión de dinero y terrenos en Cabo de Palos para construir un nuevo puerto de pescadores como compensación a estos; y 3) en la inocuidad de los vertidos: “los reactivos del Lavadero se oxidan en contacto con el aire y desaparecen totalmente en el recorrido de los estériles al mar.”

Durante esta época se articularon dos discursos: el minero, defendido abiertamente por *Peñarroya* y respaldado de forma más o menos velada por los trabajadores de la empresa y sus familias; y el que llamamos turístico/minero, defendido por comerciantes,

pescadores y propietarios. Este último, si bien se enfrentaba al minero, lo hacía respetando los límites impuestos por él. Se configura así un discurso hegemónico y por tanto unas prácticas que no ponían en cuestión la preeminencia de la actividad minera y de la labor de *Peñarroya*. La multinacional a través del control económico y social de buena parte de la población se aseguraba la hegemonía social y cultural evitando rupturas o conflictos sociales de mayor entidad.

La creación dialógica de consenso se fraguó en buena medida en los mismos espacios que siguen siendo hoy centrales para la comunicación local: los bares, y especialmente, los salones de la *Liga de Vecinos*, la asociación más importante de Portmán. Esto se plasmó en negativo en la marginalidad que durante mucho tiempo sufrió el discurso ecologista (que ponían en cuestión toda la actividad minera) y aquellos que lo defendieron (Figura 9). Esta marginalidad y las prácticas de exclusión e incluso acoso que sufrió el movimiento ecologista, queda ilustrada con una ‘anécdota’ relatada por uno de los primeros ecologistas vecino de Portmán, quien tras sufrir varios pinchazos de las ruedas de su coche decidió dejar de vivir en el pueblo.

Figura 9: Alianzas: Bloques discursivos y actores en Portmán, años 70.



La acelerada urbanización de La Manga puso las bases estructurales para que, a finales de los años setenta, apareciese en la Región de Murcia un movimiento y un discurso ecologista animado por científicos, activistas y eruditos locales que en el ambiente de politización propio de los años finales del franquismo y de la Transición volcaron parte

de su actividad militante en la protección del territorio. Así nació, por ejemplo, la *Asociación de Naturalistas del Sureste (ANSE)* en 1973 o el *Grupo Ecologista Mediterráneo (GEM)* en 1977, que comenzaron a generar un discurso basado en la defensa del paisaje, el territorio y los valores sociales, ambientales y culturales del mismo. Un discurso minoritario en Portmán pero que, como veremos, ha ido permeando y rearticulando, alrededor de algunos de sus significantes principales (como desarrollo sostenible), el resto de discursos.

1980-1991: Decadencia de la minería

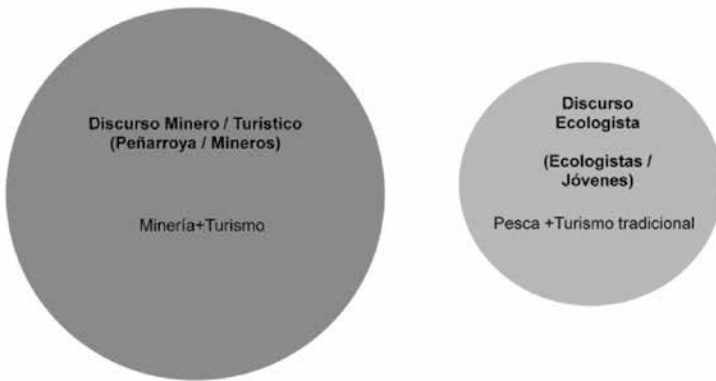
Durante los años ochenta se produjeron dos luchas paralelas en Portmán: la ecologista, a veces animada desde fuera pero cada vez con mayores apoyos dentro del pueblo, y la de los trabajadores de *Peñarroya* por la continuidad de la explotación y de sus puestos de trabajo. Ambas alcanzaron un punto de inflexión en 1991 con el cierre de las minas y el despido de todos los trabajadores. Este hecho convirtió en convergentes ambas luchas, articulando a la larga un discurso y una estrategia común.

Siete años antes del cierre, en el verano de 1985, el entonces alcalde, Martínez Cánovas, junto al concejal de medio ambiente Francisco Faraco (PSOE), se habían reunido con los representantes de las asociaciones vecinales para presentar un proyecto de regeneración parcial de la costa a partir de un estudio financiado por *Peñarroya*. La solución planteada consistía en la construcción de un dique de escollera en la parte oriental de la bahía, lo suficientemente largo como para impedir la entrada de estériles y permitir la posterior recuperación de un tercio de la bahía, a la que se equiparía con paseo marítimo y jardines. Sin embargo, algunos de los asistentes –identificados como ecologistas locales– insistieron en la necesidad de recuperar la totalidad de la rada. Las autoridades políticas se comprometieron a asumir las recomendaciones vecinales y se creó la “Comisión en defensa de Portmán”. De esta comisión fueron marginados los vecinos más próximos a los movimientos ecologistas, quienes eran vistos como enemigos de la minería. Este hecho ilustra un periodo de inestabilidad social en el que se abrieron las posibilidades discursivas y se configuraron dos bloques (Figura 10) con intereses enfrentados, si bien uno de ellos, el minero/turístico, respaldado por *Peñarroya*, seguía teniendo mayor capacidad hegemónica gracias al control económico y social de la población.

Estos bloques discursivos lo eran también de prácticas, si el minero/turístico enmarcaba prácticas de quiescencia (Gaventa 1980) respaldadas por el consenso generado en los espacios públicos de Portmán; el ecologista alimentaba y daba cobertura a prácticas

de protesta y concienciación político/ambiental y empezaba a conseguir apoyos dentro del pueblo, pero se organizaba en buena medida fuera de ese entorno. En un momento de crisis, de inestabilidad, actores sociales enfrentados pueden tomar elementos del discurso rival para intentar articularlos sobre sus propios intereses con el fin de retener o conquistar la hegemonía discursiva. Así vemos como *Peñarroya* acepta la compatibilidad de turismo y minería e incluso la promociona tras haberse opuesto a la misma.

Figura 10: Alianzas: Bloques discursivos y actores en Portmán, años 80.



Un año después de aquella reunión, el 31 de julio de 1986, el grupo ecologista *Greenpeace* protagonizó el acontecimiento que volvió a situar a Portmán en todos los medios de comunicación nacionales. El barco *Sirius* llevaba algunos días en las inmediaciones de la bahía; la organización ecologista había advertido a la empresa de su intención de taponar las tuberías y los trabajadores habían sido puestos sobre aviso:

Nosotros llevábamos varios días viendo el barco y nos decíamos: “algo va a pasar; estos van a hacer algo”. Y nosotros no podíamos dejar que pusiesen en peligro nuestros trabajos, ya ves, a nosotros tampoco nos gustaba lo que ha pasado con la bahía, pero lo que no íbamos a hacer era dejar perder nuestros trabajos así, luego lo demostramos aunque ya ves que no sirvió de nada (trabajador del lavadero).

Cuando dos activistas trataron de taponar las tuberías y otros dos se encadenaron a la estructura metálica que las sujetaba (Figura 11), algunos de los trabajadores del lavadero “bajaron corriendo” produciéndose enfrentamientos con periodistas y ecologistas.

Muchos de los trabajadores consideran este momento como el principio del fin de la minería en la Sierra.

Figura 11: [Lorette Dorreboom]. (Portmán. 1986). Archivo de Greenpeace. Activistas de Greenpeace observan el corte de los “chorros”.



ANSE, por su parte, organizó en 1987 una campaña de denuncia –otro ejemplo de prácticas de protesta y concienciación enfrentadas a la quiescencia generalizada. Dentro de esta campaña se editó y publicó el trabajo *Problemática de Portmán* de Isabel González y Pedro Baños. El decálogo de conclusiones de este informe resume el pensamiento de una parte del pueblo de Portmán en esa década y, sobre todo, enuncia las ideas, que articuladas alrededor del concepto de desarrollo sostenible, han acabado siendo asumidas por la gran mayoría de vecinos. Este ‘desarrollo sostenible’ se debería plasmar en la práctica en un turismo controlado por la comunidad y compatibilizado con otras actividades, idea presente en el punto cinco de este decálogo:

Se sacrifican las posibilidades de futuro estable de un pueblo (pesquera, agrícola, cultural, turística...) en aras de extraer una riqueza mineral limitada, en la mayor cantidad y en el menor tiempo posible y con la menor inversión, en lugar de buscar compatibilizar todas las facetas. (González y Baños 1987: 10).

En 1988 *Peñarroya* vendió todos sus activos y pasivos en la Sierra Minera a una empresa cartagenera recién creada, *Portmán Golf*, la cual, desde el primer momento, manifestó su intención de compatibilizar minería y desarrollo turístico/urbanístico, anunciando la desaparición de la minería en un año y medio y la reconversión de los trabajadores a actividades de construcción dentro de un plan de urbanización masiva de la cuenca visual de la bahía. El acuerdo parecía bueno para todas las partes y el mito turístico construido durante tantos años parecía próximo a realizarse.

En un primer momento, *Portmán Golf* consiguió mantener, al igual que *Peñarroya*, el control sobre la mayoría de habitantes de Portmán, quienes identificaban sus intereses con los de “la empresa”. Pero las diferentes crisis y las actuaciones contradictorias de los nuevos propietarios fueron resquebrajando esta capacidad, dejando así grandes espacios por los que se fueron colando nuevas influencias. Al desaparecer esa identificación entre los intereses de “la empresa” y los vecinos, los discursos ecologistas fueron permeando los de las asociaciones locales quienes progresivamente ocuparon el papel hegemónico que habían desempeñado *Peñarroya*.

Cuando el 2 de diciembre de 1991 los trabajadores de *Portmán Golf* acudieron a Cartagena a firmar sus finiquitos, esta compañía selló su desaparición como actor hegemónico en la zona. Sin embargo, los trabajadores, asumiendo el fin de la minería, facilitaban la convergencia de sus intereses con el resto de vecinos y ponían las bases para que el movimiento asociativo se convirtiese en el actor con mayor potencial hegemónico de Portmán al convertirse, también, en el agente con más prestigio.

El movimiento vecinal de Portmán, en su papel, no rechazará todo el sistema precedente, sino que lo descompondrá en sus elementos básicos y seleccionará aquellos que, tras modificar su contenido, les sean útiles para rearticularlos en un nuevo sistema (Gramsci 1975 [1929]: 1322). En este caso, la idea de usar el turismo como herramienta de desarrollo, aunque en términos muy diferentes a los planteados por *Portmán Golf*.

1991-2013: la omnipotencia del turismo

Tras el cierre de la explotación minera, el movimiento obrero se integró paulatinamente en el vecinal —un centenar de los alrededor de trescientos trabajadores de *Portmán Golf* eran vecinos de la pedanía. Esto favoreció que, entre 1992 y 1996, se asentase entre la población un discurso que gira sobre el concepto ‘desarrollo’ articulado con la economía del turismo -erigido en elemento central del desarrollo nacional y particularmente mediterráneo- pero con elementos tomados del discurso ecologista, como la sostenibilidad.

El movimiento vecinal encabezado por *La Liga de Vecinos* ha sido capaz de aglutinar a la mayoría de la población alrededor de la reivindicación de regenerar la bahía y reactivar económicamente la zona (Figura 12). Este extremo lo pudimos comprobar en una de nuestras primeras visitas al campo coincidiendo con la manifestación celebrada el 28 de junio de 2009. En esa ocasión, la movilización era contra la construcción de un puerto de contenedores en la cercana Bahía de El Gorguel que podría haber dificultado la regeneración de Portmán y, sobre todo, condicionado su desarrollo turístico. Durante esa jornada pudimos comprobar el grado de implicación vecinal y la importancia del asociacionismo local, no en balde la manifestación acabó en la sede de la *Liga de Vecinos* con una comida popular y actuaciones musicales –desde el flamenco a la canción protesta– claramente reivindicativas.

En la *Liga de Vecinos* participan, o han participado en algún momento, casi todos los habitantes de Portmán, si bien es cierto que los puestos directivos los han ocupado tradicionalmente personas identificadas con fuerzas políticas de izquierda. Esta asociación ha recibido el apoyo de grupos como *ANSE* y *Ecologistas en Acción*, así como de miembros de la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica de Cartagena y la Universidad de Murcia que, desde 1998, colaboran activamente con la *Fundación Sierra Minera*.

El movimiento asociativo ha abogado durante estos años por el control sobre las decisiones institucionales y administrativas que afectan a Portmán. En cierto modo, el movimiento vecinal, transformado en agente con capacidad hegemónica a nivel local, pasó a ocupar el papel hasta entonces representado por *Peñarroya*.

Figura 12: Algunos titulares sobre las luchas vecinales.

Vecinos de La Unión y Portmán arrojan en Madrid 500 kilos de arena contaminada

La regeneración de la bahía de Portmán comenzará en junio
 La secretaria de Estado de Medio Ambiente, Cristina Narbona, ha anunciado ayer tras la firma de un convenio de colaboración con la Comunidad / La primera fase costará 1.400 millones

Los vecinos de Portmán protestan por el retraso en el proyecto turístico

Narbona elude fijar fechas para rehabilitar Portmán

Seiscientas voces críticas en Portmán

Los vecinos de Portmán exigen un debate público sobre el futuro desarrollo de la zona
 La coordinadora para la conservación y recuperación de la sierra y la bahía demanda a la Administración la urgente elaboración de un plan de ordenación de los recursos naturales

LOS VECINOS DE PORTMÁN COMENZARON LA REGENERACIÓN SIMBÓLICA DE LA BAHÍA

MEDIO AMBIENTE
 Los vecinos de Portmán se movilizarán para adelantar la regeneración de la bahía
 Rechazo unánime en la pedanía de La Unión al retraso en el inicio de las obras ya ha anunciado el Ministerio

ARENAS PARA TODOS

Vecinos de Portmán irrumpen en el pleno de La Unión arrojando arena de la bahía

Los vecinos de Portmán felicitan a Aznar con arena de la bahía

Los vecinos acusan a la Comunidad y al Puerto de "mentir descaradamente"

Vecinos de Portmán lanzan bolsas de arena para protestar en el Pleno
 Quieren que se apruebe una moción para que el alcalde encabece una manifestación.

Los vecinos exigen voz y voto en la regeneración de la bahía
 Varias asociaciones de Portmán han manifestado su malestar porque no se ha contado con su opinión para elaborar los proyectos

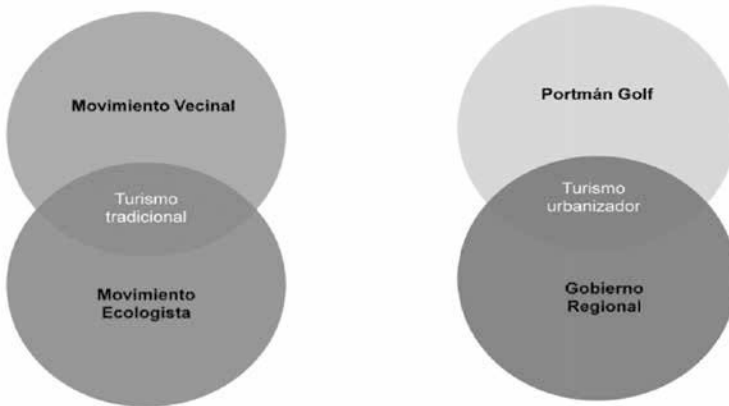
Varias cuestiones han lastrado, sin embargo, cualquier posibilidad de regeneración y recuperación de la bahía y la sierra: la falta de financiación para emprender cualquiera de los proyectos que se han barajado; y las dificultades para alcanzar un acuerdo de cara a la recalificación de terrenos junto a la difícil relación con *Portmán Golf*, actor que forma parte de la batalla por el control de las posibles formas de desarrollo turístico del área.

Aunque la recalificación de los terrenos y el desarrollo turístico-urbanístico de la zona se planteen por parte de todos los agentes sociales (propietarios, vecinos, políticos

y ecologistas) como la mejor opción de futuro, las diferencias son también importantes. La postura y el discurso más crítico con las recalificaciones lo encabezó en un primer momento el grupo ecologista *ANSE*, mientras que *Portmán Golf* fue quien más presionó para conseguir las ratios de edificabilidad más altas posibles.

En estos años, el movimiento vecinal se mostró activo y unido. Las diferencias entre pescadores, mineros y ecologistas fueron desapareciendo y se articuló un bloque de acción y discurso bastante homogéneo (Figura 13), aunque empezaron a despuntar diferentes sensibilidades más o menos próximas a los postulados ecologistas representadas por las dos asociaciones de vecinos, la mayoritaria *Liga de Vecinos* (más próxima a los movimientos ecologistas) y la *Asociación de Vecinos Bahía de Portmán*.

Figura 13: Alianzas: Bloques discursivos y actores en Portmán 1991-2013



Si bien es cierto que tanto los discursos políticos (con variantes) como los ecologistas usaban (y usan) el turismo como elemento central, comprobamos que la gran diferencia radica en el contenido dado al adjetivo ‘sostenible’, que es moldeado en función de los intereses de cada actor social con el objetivo último de influir sobre los discursos y las actitudes vecinales. Así, si para la mayoría de los vecinos y los grupos ecologistas ‘sostenible’ significa poder controlar el desarrollo turístico y compatibilizarlo con otras actividades, para *Portmán Golf* y el Gobierno Regional este adjetivo tiene más que ver con una etiqueta mercadotécnica. Por ejemplo, mientras el Consejero de Turismo, Pedro Alberto Cruz, hablaba de “refundar el turismo regional [...] *en intimidad con la naturaleza y no a su costa*” (énfasis añadido) (*La Opinión*: 31/08/11), exponiendo un

proyecto que la prensa denominó de *Costa Azul murciana* (*La Opinión*: 01/09/11) y se resumía en “varios hoteles de lujo, un campo de golf, viviendas y un paseo marítimo”; el grupo *Ecologistas en Acción* afirmaba que dicho plan pretendía volver “al modelo agotado, nefasto e insostenible del ladrillo y el campo de golf” (*La Verdad*: 02/09/11). Por su parte, los vecinos insistían en su intención de control: “Turistas sí, pero con cuantogotas [...] los vecinos de Portmán quieren evitar que la bahía se llene de apartamentos y hoteles” (*La Opinión*: 16/12/11).

El periodo comprendido entre 2001 y 2013 sólo es comprensible teniendo en cuenta el crecimiento económico experimentado en la Región de Murcia, basado en la especulación inmobiliaria, y la aceleración de la apuesta por la economía turística llevada a cabo por el Gobierno Autonómico durante la primera década del siglo XXI:

La Ley del Suelo (Ley 1/2001) abre claras oportunidades al fomento de los complejos residenciales. De igual modo lo hacen las Directrices para la Ordenación Territorial del Sector Turístico al favorecer las actuaciones integrales en turismo, como forma de potenciar una demanda de calidad, con oferta hotelera y complementaria, entendiendo como pilares de la nueva oferta el golf, la náutica y los deportes al aire libre (Vera 2006: 170-171).

Este periodo se ha caracterizado en Portmán por una repetición constante de anuncios de proyectos de regeneración y desarrollo con sus “comienzos inminentes y retrasos indeseados”; un seguimiento de la prensa constante; comportamientos contradictorios de los empresarios de *Portmán Golf*; y una convergencia cada vez mayor entre las posiciones y discursos ecologistas y las del movimiento vecinal en lo que respecta al desarrollo turístico/urbanístico.

El movimiento vecinal considera la regeneración de la bahía como una puerta al desarrollo turístico, pero también como una cuestión de justicia histórica por lo que permanecen vigilantes y no están dispuestos a que el turismo implique una forma de dominación que les arrebate (de nuevo) el control de su pueblo, su territorio y su futuro. La aceptación de estas premisas básicas, hegemónicas a nivel local actualmente, queda patente en el hecho de que tras una época de desunión y enfrentamiento (1996-2001), los diferentes colectivos vecinales volvieron a constituir un bloque único de acción y discurso ante la necesidad de encontrar soluciones a una cuestión que mediatiza la vida de todos los habitantes de Portmán.

Cuando en 2001 el consejero de Obras Públicas Ruíz Abellán propuso “dejar los depósitos de minerales pesados en su ubicación actual”, es decir, no mover los residuos e iniciar “una actuación parcial para controlar el impacto ambiental, visual y marino de

los estériles sumergidos” (*El Faro*: 13/11/2001), el rechazo de los vecinos de Portmán fue unánime: “Desde luego para nadie era concebible el sellado de la bahía dejándola tal como estaba, eso era prácticamente un insulto a tantas luchas y a tanta gente que se había dejado la piel para conseguir recuperar la bahía” (profesor).

Frente a la decisión gubernamental de sellar la bahía y construir un puerto deportivo junto a otros equipamientos, la apuesta vecinal fue por recuperar la línea original de costa, limitar los amarres del puerto deportivo y priorizar el pesquero. Este enfrentamiento muestra el diferente significado otorgado por estos actores a dos conceptos que ambos, sin embargo, articulan juntos: ‘turismo’ y ‘desarrollo sostenible’. Para el Gobierno Regional lo importante era urbanizar el área gracias al impulso del puerto deportivo y algunas otras instalaciones recreativas (paseo marítimo, campos de golf, etc.) asegurando el aprovechamiento económico de la inversión en una zona periférica. En cuanto a la sostenibilidad, la eliminación de riesgos contaminantes era su único horizonte contemplado. Sin embargo, para los vecinos el proyecto turístico pasaba (y pasa) por una regeneración ambiental integral, como un asunto de justicia histórica. Para ellos el eje central del ‘desarrollo sostenible’ debe ser la valorización medioambiental y patrimonial mientras que la urbanización debe limitarse y controlarse. Por esta misma razón su objetivo prioritario es recuperar el puerto pesquero y limitar al máximo los amarres de un posible puerto deportivo.

En ese momento, ecologistas y *Portmán Golf* se enfrentaron a una situación paradójica. Los primeros, que siempre habían defendido la recuperación de la bahía, llegaron a preferir el sellado como solución medioambiental a la inacción gubernamental, aunque se opusiesen al puerto deportivo y al proyecto urbanizador. Los segundos se opusieron tácitamente al sellado, que podía limitar el beneficio económico de la operación urbanizadora, pero apoyaron el proyecto de urbanización y construcción de equipamientos recreativos, especialmente del puerto deportivo.

Finalmente, el movimiento ecologista se unió al vecinal oponiéndose al sellado y apostando por un proyecto de regeneración integral supervisado por los vecinos; y la Comunidad Autónoma acercó su posición a la de *Portmán Golf* para tratar de maximizar las posibilidades económicas del área. De este modo, no estando de acuerdo en casi nada, estos dos bloques convergieron en la necesidad de recuperar la bahía.

A finales de 2005, el acuerdo para la regeneración y desarrollo de la zona parecía inminente. El Ministerio se haría cargo de la regeneración de la bahía y la Comunidad Autónoma de la “elaboración y ejecución del proyecto técnico de un puerto deportivo-pesquero” de no más de 650 amarres (*La Verdad*: 15/11/2005). El dieciséis de noviembre se cerró el acuerdo en una reunión entre los vecinos, el Ministerio y la Comunidad.

Los vecinos partían de la reivindicación de la línea de costa de 1957 y la recuperación de los usos pesqueros:

En la reunión vimos que no era posible recuperar totalmente la bahía, pero que tampoco se podía dejar pasar la oportunidad, así que hicimos una línea más o menos en lo que era el centro de la antigua bahía, al menos se debía recuperar esa parte... Luego en la reunión con todos los vecinos para explicar y aprobar la propuesta costó mucho trabajo convencer a la gente, era renunciar a una reivindicación histórica y admitir que nunca más se volvería a ver la bahía tal como fue, había gente, los más mayores que lloraban... pero se aceptó (profesor).

El proyecto definitivo se debía concretar en un concurso de ideas, se esperaba poder licitar las obras en 2006 y finalizarlas entre 2009 y 2010, pero casi toda la planificación volvió a incumplirse.

Tras la resolución del concurso de ideas, todas las asociaciones de Portmán presentaron de forma conjunta una serie de propuestas para mejorar el plan de recuperación y adecuación de usos ambientales de la bahía, demostrando tanto la unidad de acción entre ellas como la asimilación de un discurso turístico propio. En términos globales valoraban positivamente el proyecto pero les parecía mejorable en algunos puntos sensibles. Señalaban, por ejemplo, que el patrimonio cultural, como el *lavadero Roberto*, debía conservarse y potenciarse, que debía recuperarse en su totalidad el puerto pesquero o que debía restablecerse la continuidad entre el Parque Natural de Calblanque y la playa de Portmán.

Conclusiones

Portmán se ha transformado en un territorio turístico a pesar de no haber experimentado prácticamente ninguna transformación material en este sentido: no se han construido instalaciones hoteleras o recreativas, no ha pasado a formar parte de los paquetes de *touroperedores*, no recibe visitas regulares de turistas. La transformación se ha producido por tanto en el ámbito de lo que podemos denominar “superestructuras”.

El proceso constante de construcción y reconstrucción de la hegemonía “de los límites dentro de los cuales las ideas y los conflictos se mueven y son resueltos” (Hall, Jefferson 2014 [1975]: 99) se ha librado mediado por dos fenómenos que irrumpieron con gran fuerza en esta comunidad a partir de los años 60, el turismo que comenzó a desarrollarse alrededor de la población (La Manga y el Mar Menor), y la comunicación de masas, los

periódicos regionales se ocuparon con asiduidad de lo que acontecía en esta pequeña población. A través de estas *mediaciones*, la sociedad comenzó a entenderse a sí misma, la sociedad y sus relaciones fueron poco a poco pensándose *a través* de ambos fenómenos, pero no de forma directa, sino de forma negociada.

En Portmán, la desaparición de quien había sido agente hegemónico por excelencia, la *Sociedad Minero Metalúrgica Peñarroya*, y su sustitución por otro, *Portmán Golf*, con capacidad coercitiva pero sin facultades para conseguir consenso, permitió a los vecinos de Portmán, en tanto que colectivo, pasar de la quiescencia a la participación activa como agente político. Es decir, tanto *Portmán Golf* como el Gobierno Regional esperaban poder imponer sus planes de desarrollo turístico/urbanístico del mismo modo que *Peñarroya* consiguió que la minería a cielo abierto, los vertidos de residuos al mar y la desaparición de la bahía fuesen aceptados por la población. Sin embargo, la realidad es que, aunque se ha impuesto la visión de Portmán como destino turístico, los portmaneros han encontrado el espacio para construir sus propios discursos sobre el 'desarrollo'. Estos no escapan de la idea dominante del turismo, pero se articulan con elementos propios y otros tomados de los discursos ecologistas.

Si durante los años de dictadura franquista el conjunto de la población de Portmán asumió una serie de premisas, no por ello desapareció el conflicto político. Los intentos por reconfigurar la 'hegemonía' a nivel local no cesaron. Como hemos visto pescadores, comerciantes y propietarios de suelo en un primer momento, y jóvenes (no mineros) influidos por el ecologismo después, trataron de negociar el discurso y la práctica de desarrollo minero a toda costa, tratando de imbricar en él: pesca, turismo y sostenibilidad. Estos agentes sociales eran quienes se encontraban de alguna manera en los márgenes de la sociedad, alejados del control pero también de los beneficios reportados por la actividad minera. Para ellos los discursos dominantes y las estrategias de dominación eran menos adecuados y efectivos y, por ende, en sus manos recaían las mayores posibilidades de articular nuevos discursos.

Detrás de una aparente discusión entre intereses múltiples hasta alcanzar el consenso, se escondía una pelea por conseguir hacer oír la propia voz y ser reconocidos como interlocutores legítimos. Hasta comienzos de los años 90 del siglo XX, *Peñarroya*, apoyándose en sus trabajadores, consiguió acallar estas voces que, aunque pudieron convertirse en interlocutores o encontrar espacios para sus reivindicaciones en momentos puntuales, fueron controladas gracias a la aplicación combinada de estrategias de coerción y consentimiento.

Es con la desaparición de *Peñarroya* primero y la minería después, liquidada por *Portmán Golf*, cuando estas voces, en el vacío dejado por la minería, articulan un nuevo

discurso hegemónico. Este acabó siendo asumido y defendido, formando un único bloque, por quienes habían sustentado el discurso minero. Su gran éxito, más allá de las reivindicaciones concretas, es haber conseguido convertirse en interlocutor legítimo frente a los agentes de la ideología del desarrollo en la batalla por la hegemonía socio-cultural a nivel local.

En el contexto murciano donde, con escasas excepciones, la construcción de grandes urbanizaciones y campos de golf ha encontrado una acogida favorable, resulta de particular interés la actitud de la mayoría vecinal de Portmán, pues han apostado por el desarrollo turístico desde los años más duros del fin de la minería, pero luchando por evitar que este adoptase las mismas formas que en el resto de la comarca.

Las actitudes ante lo posible y lo deseable se han moldeado en Portmán entre la influencia del discurso turístico (como única alternativa viable al desarrollo de áreas periféricas) y la influencia del discurso ecologista presente en la zona. En base a las matrices culturales locales, el movimiento vecinal se ha apropiado de ambos. El resultado es un discurso turístico rearticulado alrededor de elementos tomados del ecologista, este discurso ha arraigado en la estructuración de la vida cotidiana porque se ha articulado alrededor de elementos tomados de fuera pero que han sido modificados desde dentro. No se trata únicamente de un discurso de resistencia, también mueve a la acción a nivel local generando un caso excepcional de activismo y participación vecinal en la toma de decisiones, una participación ganada en muchas ocasiones a través de acciones de protesta.

En cualquier caso, esta no es una situación permanente ni estable. La actual capacidad hegemónica del movimiento vecinal, y el discurso sobre el desarrollo turístico articulado por esta, es “un proceso histórico que necesita ser constantemente renovado, recreado, defendido y también es constantemente resistido, limitado, alterado y cambiado por las presiones” (Williams 1977: 112).

Bibliografía

- ALEDO, A. (2012) “Un marco de investigación para la internacionalización del turismo residencial: Espacio, conflicto y poder”, in Navarro, E. y Romero, Y. (Eds.) *Cooperación y turismo: intenciones y olvidos. Experiencias de investigación a debate*, Málaga: Grupo de Investigación SEJ-402 Turismo y Territorio, pp. 151-184.
- BAÑOS, F. (2004) *Crónica. Portmán década de los 70*, La Unión: Autoedición.

- CONESA, H.M., SCHULIN, R., NOWACK, B. (2008) "Mining landscape: a cultural tourist opportunity or an environmental problem? The case of the Cartagena-La Unión Mining District (SE Spain)", *Ecological Economics* 64, pp. 690-700.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA (2011) *Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de la Región de Murcia en 2010*, Murcia: CES.
- EGEA, P.M., VILAR, J.B. (1994) "Minería y ecología en la sierra de Cartagena-La Unión", *AREAS, Revista de ciencias sociales* (Murcia) 16, pp. 233-249.
- ESPINOSA, S. (1965) *Murcia y su provincia. Guía turística*, Murcia: F. Zambudio.
- FOUCAULT, M. (2010) *El orden del discurso*, Barcelona: Tusquets.
- GAVENTA, J. (1980) *Power and Powerlessness, Quiescence and Rebellion in an Appalachian Valley*, Oxford: Clarendon Press.
- GIDENS, A. (1992) *Sociología*, Madrid: Alianza Editorial.
- GONZÁLEZ, I., BAÑOS, P. (1987) *Problemática de Portmán*, Murcia: ANSE.
- GRAMSCI, A. (1975 [1929]) *Quaderni del Carcere. I-IV*, Turín: Einandi.
- HALL, S., JEFFERSON, T. (Eds.) (2014 [1975]) *Rituales de Resistencia*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- MANDLY, A (2002) "Full Monty: transculturación, mediación y comunicación", *Actas del Coloquio Internacional "Antropología y Música. Diálogo 3. Transculturaciones Musicales Mediterráneas*, pp. 41-52.
- (2008) "Poder y mediaciones. Políticas de turismo y patrimonio en Andalucía", in Jorge, A. y García M. (coord.) *Comunicación y poder. Reflexionando para el cambio social*, Sevilla: Servicio de publicaciones de la Fundación Unicaja, pp. 165-200.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Gustavo Gili.
- MARTÍNEZ, J.M. (2002) *Historia económica de la Región de Murcia. Siglos XIX y XX*, Murcia: Editora Regional de Murcia.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A.M. (2005) "Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología", *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura* (Madrid) 68, pp. 33-38.
- (2006) "Dar valor y poner en valor. Dos estrategias para el desarrollo significativo del patrimonio en contextos turísticos", *Actas del II Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo. Valencia*, pp. 291-311.
- REGIÓN DE MURCIA TURÍSTICA. UNIDAD DE ESTADÍSTICA (2011) "Ocupación laboral en el sector turístico de la Región de Murcia. Año 2011", [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11356&IDTIPO=100&RASTRO=c1335\\$m13833](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11356&IDTIPO=100&RASTRO=c1335$m13833), accessed October 06, 2014.

- TRIBE, J. (2007) "Critical tourism: Rules and resistance", in Ateljevic I., Pritchard A. y Morgan N. (Eds.) *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods*, Oxford: Elsevier, pp. 29-40.
- VERA, J.F. (2006) "Agua y modelo de desarrollo turístico: la necesidad de nuevos criterios para la gestión de los recursos", *Boletín de la A.G.E.* 42, pp. 155-178.
- VILAR, J.B., EGEA, P.M. y VICTORIA D. (1987) *El movimiento obrero en el distrito minero de Cartagena - La Unión. (1840-1930)*. Murcia: Academia Alfonso X El Sabio.
- WILLIAMS, R. (1980 [1977]) *Marxismo y literatura*, Barcelona: Península.

LA ALTERIDAD Y EL EXOTISMO EN CLAVE PATRIMONIAL TURÍSTICA. APORTACIONES DE LA ANTROPOLOGÍA

Mónica Lacarrieu

Conicet (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas)

UBA (Universidad de Buenos Aires)

*“¿Qué puede tener de interesante recorrer y visitar un desierto?
¿Qué tiene de mejor contemplar un cactus respecto de una pirámide arqueológica?
(Pregunta realizada por una conductora radial a un investigador en Chihuahua, México).*

Resumen

El campo del patrimonio cultural inmaterial y sus vínculos cada vez más estrechos con el turismo cultural no son asuntos atractivos para la antropología. Si bien, el surgimiento del patrimonio inmaterial ha ido de la mano de la legitimidad de esta disciplina en relación a dicha temática, esto ha sucedido sobre todo en el ámbito de la práctica profesional. El presente texto reflexiona sobre las aportaciones metodológicas y epistemológicas –en su mayoría críticas– que ha hecho la antropología en relación al campo del turismo cultural, analizando algunos procesos de patrimonialización –particularmente de patrimonio inmaterial. Colocar el

Abstract

The fields of intangible cultural heritage and their increasingly close relationships with cultural tourism are not attractive to anthropology. While intangible heritage has emerged alongside the legitimacy of the discipline on this topic, this process has mostly been bound with the professional practice. This text reflects upon the (mostly critical) epistemological and methodological contributions Anthropology has made to the field of cultural tourism, analyzing some processes of heritagisation – namely of intangible heritage. The focus on Latin-American

ojo sobre ejemplos latinoamericanos es un desafío pero también un intento por comprender estas relaciones complejas.

Palabras clave: Patrimonio cultural, patrimonio inmaterial, alteridad, colonial, decolonial.

case-studies is a challenge but also an attempt to understand these complex relationships.

Keywords: Cultural heritage, intangible heritage, otherness, decolonialization.

El turismo comporta una “carga pesada” de preconcepciones y juicios de valor, muchos de ellos ligados a la construcción de la perspectiva antropológica –aún cuando este vínculo parece prescindible, innecesario e invisible, no solo a los ojos de quienes conforman el ámbito turístico, sino también de quienes somos parte del campo antropológico–. Como puede observarse en el testimonio transcrito, no cualquier territorio, ni cualquier sitio específico, son valorados en tanto experiencias turísticas atractivas. ¿Por qué un desierto, como el del norte mexicano, podría no ser un “atractivo turístico”? ¿Por qué el desierto del Sahara puede sí promoverse como un recorrido o como un espacio de aldeas tribales deseado por un sector importante de turistas? Esa construcción diferenciada es un asunto cultural antes que turístico, aunque, indudablemente, a partir de allí pueda volverse turístico. La cultura es una categoría constitutiva de la argumentación antropológica, en tanto disciplina institucionalizada a fines del siglo XIX, pero también una herramienta clave para la pregunta y la práctica antropológica, explícita en los casos planteados. Es la cultura la que actúa como parámetro en la valoración significativa del desierto, porque es a través de ella, en que la naturaleza se construye y va adquiriendo sentidos según perspectivas diversas. La cultura ha sido un recurso que, desde diferentes corrientes teóricas, ha contribuido en la construcción de la diferencia, delimitando, clasificando, jerarquizando y desde allí produciendo una visión del “otro”. Así, el desierto del norte mexicano, es un territorio minado por el peligro de un “otro” que azuza los temores en la frontera con EEUU, mientras el del Sahara cuenta con un “umbral de culturalidad” alto (Moragues Cortada 2006: 4), marcado por el “pintoresquismo” de pueblos, aldeas y grupos étnicos que enmarcan ese turismo, en un “turismo de aventura y asombro”.

Aunque durante casi todo el siglo XX, el turismo fue asociado a un tipo de turista obsesionado por el sol y la playa, es de destacar que ese turismo masivo era acompañado por otro más selectivo, estrechamente relacionado con bienes culturales satisfactorios de necesidades culturales construidas desde la cultura civilizatoria y universalista. La segunda pregunta transcrita en el párrafo que da comienzo a este texto, nos habla de

ello: una pirámide arqueológica, en un país como México, es parte de esa “cultura de la trascendencia”, tan bien definida por los primeros antropólogos, aunque, obviamente, no cualquier pirámide –la comparación entre un cactus y una pirámide no valora positivamente a todas y es probable que puestas en relación un conjunto de diferentes pirámides, sería a través de la misma vara cultural en que se establecería una graduación con mayor jerarquización para algunas-. Es decir que aunque la antropología, como ciencia social, se ha construido y se construye a distancia del turismo, por otro lado, ha servido –incluso más allá del denominado hoy “turismo cultural”–, las más de las veces indirectamente, para definir grados de culturalidad, construir juicios de valor acerca de qué bienes o componentes de la vida social y natural exponer, delimitar cuerpos y rostros entre el “nosotros” y el “otro” (Moragues Cortada 2006: 5).

Así como en el ámbito del patrimonio cultural, también en el campo del turismo –particularmente del cultural– es la mirada un elemento crucial en la manera de contemplar, en el sentido que debemos dar a cada una de las cosas o personas que son parte de esas activaciones, y en las formas de definir qué debe exhibirse/mirarse como patrimonio y con frecuencia, como turístico. No obstante, ese derecho y/o deber de mirada tiene raíz en las condiciones ancestrales de la antropología que, aunque parece haber debatido con los formatos clásicos que la atravesaron, aún permea la mirada de los expertos, quienes definen y legitiman sitios y sujetos, también deciden qué y cómo mirar a los mismos, incluso, en muchas ocasiones, en contradicción con los que viven y/o poseen el capital material y simbólico de sus lugares y sus colectivos sociales. La antropología se ha dicho vocera de los diferentes, de los invisibilizados, de los más vulnerables, pero esa vocería ha sido el producto de una mirada centralista, hoy ampliamente discutida por los mismos sujetos “objeto” de sus intereses cuando señalan “los antropólogos cuentan todo errado” (Bonilla y Franchetto 2015: 1). Debatida, aún en el presente, vinculada al campo del patrimonio inmaterial y al del turismo cultural y retomada por expertos, organismos internacionales, gobiernos y porque no, por el mismo mercado turístico.

Desde esta perspectiva, es que nos interesa reflexionar sobre las aportaciones metodológicas y epistemológicas –en su mayoría críticas– que ha hecho la antropología en relación al campo del turismo cultural –aún en su negación y descalificación del mismo–. En pos de este objetivo, nos detendremos en algunos procesos de patrimonialización –particularmente de patrimonio inmaterial– o incluso en procesos que, aunque no patrimonializados, podrían ser eventualmente considerados dentro de ese campo, en el que replicados y reproducidos en su escenificación, se vuelven turísticos bajo la mirada y la pregunta antropológica convencional. Colocar el ojo sobre ejemplos latinoamericanos es un desafío pero también un intento por comprender estas relaciones

complejas en un continente que, particularmente desde principios de este siglo, se ha fortalecido en la idea y la necesidad de invertir los modelos de autoridad nacional y desde allí, algunos países más que otros, han procurado revertir esa mirada antropológica inicial, bajo nuevas concepciones y formatos –no siempre exitosos– vinculados al multiculturalismo-interculturalidad¹.

1. Del “exotismo del otro” al multiculturalismo radicalizado: formatos propicios para la legitimidad del patrimonio inmaterial y del turismo cultural

“–Acaban de declarar Palenque San Basilio Patrimonio Inmaterial de la Humanidad... y no se entiende porque... no tiene cultura, no tiene, no posee nada para mostrar turísticamente...–¿Por qué no tiene cultura? –Porque no hay nada para mostrar. Solo las mujeres que hacen dulces artesanales y salen a venderlos en Cartagena, mientras los hombres se quedan en las hamacas sin hacer nada” (Segmento de una ponencia y parte de un diálogo posterior desarrollado en el Seminario sobre Turismo Cultural en Cartagena de Indias, Colombia, 2006).

Para los colombianos en general, pero no solo para ellos, también para quienes visitan algunos lugares del país, en la medida en que Palenque no estaba, antes de la inscripción en la Lista Representativa de Patrimonio Inmaterial, en ningún mapa patrimonial o turístico-cultural, este lugar era poco proclive a su legitimación como espacio cultural, así como a su promoción desde el turismo cultural. Visualizado y tratado como una localidad “sin cultura”, pues la única particularidad se asociaba a la actividad económica fundada en la diferencia entre géneros², Palenque no respondía a

1. Este es un artículo reflexivo crítico que retoma resultados obtenidos de proyectos sobre turismo cultural que hemos compartido con Jordi Tresserras (Barcelona), de investigaciones realizadas bajo mi dirección y con financiamiento de CONICET y de mi experiencia como formadora UNESCO en el ámbito del patrimonio inmaterial. Los ejemplos empíricos que retomaremos no son el resultado de un trabajo de campo antropológico en el sentido “malinowskiano” del término. En ese sentido, retomamos “casos” seleccionados en relación a la problemática de interés, sin embargo, recuperando datos y elementos empíricos que provienen de fuentes secundarias, de la gestión del patrimonio realizada por equipos técnicos antropológicos, considerando los efectos sobre el turismo y las investigaciones de otros autores. La elección de ejemplos latinoamericanos se explica desde el objetivo de este artículo: en un contexto regional en que se ha debatido intensamente sobre la colonialidad-decolonialidad, el rol de la antropología ha sido clave, no solo en dicho debate, sino también en la producción patrimonial y turística. De allí, que los “casos” pueden permitir hacer una doble lectura antropológica: por un lado, una antropología reproductora y elogiosa de la “otredad”, por el otro, una antropología crítica de ese exotismo y puesta a aportar y debatir sobre la alteridad como campo de disputa.

2. Aunque se trata de una comunidad de afrodescendientes, herederos de esclavos fugados, no era el color, en este caso, un “atractivo” o “curiosidad” local. Pero tampoco lo era la actividad económica que desarrollan, como se observa en el párrafo que da inicio a este tópic. Tal vez porque es una actividad marcada por el trabajo, lo económico y el género es

los parámetros necesarios para su inclusión dentro del set de elementos patrimoniales, menos aún, del menú de recursos y productos turístico-culturales –de hecho, Unesco lo declaró no solo por su potencial calidad patrimonial, sino bajo la necesidad de regular el desplazamiento constante de población local ligado al conflicto armado–.

No obstante, posteriormente a la inscripción, comenzó un proceso de reinención de prácticas culturales (un Festival de Tambores, la reapropiación de la lengua, etc.) vinculadas al patrimonio cultural inmaterial. Y como consecuencia de ello, comenzaron a ofrecerse tours “culturales-patrimoniales”: de la localidad y pueblo sin cultura se pasó a una nueva idea que lo definió como “*el primero y el último pueblo africano viviente en América*”, encuadrado en un pasado remoto (el 1600) y en un rasgo cultural de excelencia para la definición de patrimonio inmaterial. Es decir, en la trasmisión oral³ de ciertas prácticas que, evidentemente, a la llegada del gobierno y la Unesco, se habían perdido, estaban ocultas o bien, se habían naturalizado como parte de la vida ordinaria. Ese proceso de reconversión, se produjo desde la necesidad cultural que devino de la inscripción –la redefinición del color como signo, la cordialidad como aspecto cultural intrínseco (reflejado en nuevas imágenes visuales), la re-inención de la “palenquera”, figura “natural” del lugar (las mujeres mostradas con vestimentas apropiadas a la “curiosidad” y vinculadas a productos comestibles regionales), son algunos de esos recursos visibilizados, sin embargo, no por efecto de un reconocimiento colectivo, sino por la impostación derivada de la misma inscripción–.

No nos quedaremos en la cuestión de la cultura de excelencia que, evidentemente como ya observamos, es desde donde se ha forjado el turismo cultural del siglo XX y a la cual, según los expertos patrimoniales y vinculados al turismo, Palenque no responde. Como muchas de las poblaciones y sitios que ingresaron en las listas del PCI⁴, Palenque se incorpora como carente de cultura para rápidamente construirla desde otra perspectiva de la misma, nos referimos a la visión particularista/relativista, en torno de la cual se construyen micro-sociedades densificadas por ese especial carácter idiosincrático que Palenque debía recuperar y que, de hecho, retomó. No obstante, en esos procesos de usos y apropiación de la cultura “ancestral” que inevitablemente llevaron a la escenificación del sí mismos, se produjeron controversias y hasta debates públicos acerca de esa espectacularización del “otro” (Hall 2010:75). Cuando este autor se pregunta “¿Por qué

que nuestra interlocutora lo disoció del aspecto cultural y del campo del patrimonio, evidentemente asociado por ella a la “cultura de la trascendencia”.

3. Estos son algunos de los aspectos que los tours valorizan y difunden a fin de promover la visita en Palenque.

4. PCI es la sigla con que se abrevia patrimonio cultural inmaterial. La misma será utilizada en diferentes tópicos de este texto.

es la diferencia un tema tan fascinante, un terreno tan disputado de representación?”, en el caso de Palenque y los palenqueros es posible decir que sí es un tema problemático y disputado, y necesario para formar parte del mapa de valor patrimonial.

Un video sobre el qué significa ser palenquera para los palenqueros a través del vestir de las palenqueras⁵, desde el momento en que Palenque ingresa en el campo de lo patrimonial, da cuenta de esa disputa acerca de quiénes somos, para quienes somos palenqueros, porqué construirse como “otro” y sobre todo las razones por las cuales la representación de la diferencia se afirma en el género femenino, especialmente en las jóvenes. Mientras en la mitad de la imagen una joven va vistiéndose y arreglándose de camino hacia el lugar donde se exhibirá, para regresar más tarde a Palenque, quitarse el atuendo y reaparecer con un jean y una remera; en la otra mitad, mujeres y hombres en sus atuendos, posturas y cuerpos cotidianos discuten acerca de la impostación, el simulacro y la ficción desde los que esas muchachas se travisten cada día. Las mujeres mayores y algunos hombres también, dicen: *“las mujeres, nuestras madres, no se visten así, con esos colores. Esto es para vender. Esto no es de nuestro país. Se escudan en el vestido para hacer creer, pero no necesitamos disfrazarnos para ser palenqueras. Este vestido fue adoptado por los blancos para los negros (introduciendo la idea de autoctonidad como el camino virtuoso al ser y sentirse palenquera)...”*. En el video las mujeres grandes enseñan a la joven para qué sirve el vestido o las partes del vestido que ahora usan en los momentos efímeros vinculados a su presentación especial, y al mismo tiempo dicen que no se vestirían así, que tal vez sí para un baile, pero luego reflexionan diciendo que tampoco en esas ocasiones –si bien los hombres sí aceptan que este puede ser el “uniforme” para una representación artística o cultural, pero no así para caminar–. Simultáneamente la joven comienza a mezclar sus preferencias actuales –como sentarse frente a la computadora– con su tradicionalidad efímera. El video nos presenta el espacio de reflexión que las mujeres grandes –junto con algunos hombres– hacen sobre la representación de la diferencia, y el significado que tiene el vestirse de ese modo (incluso en términos de corporeidad: *me hace gorda*, dice una de ellas), en consecuencia, se manifiesta una diferencia que “conlleva sentimientos, sentidos y emociones” y que al mismo tiempo puede “movilizar miedos y ansiedades” que, Hall (2010: 76) dice, se generan en el público, pero que, como se ve en el video, son también asuntos del mundo de lo íntimo y de lo social cotidiano. En la construcción de un relato contradictorio, se visibiliza una disputa entre el hacer y la asunción de una “nueva cultura” puesta en escena por las jóvenes y la visión de quienes prefieren no volverse una “otra”, porque esa no es su

5. “El vestier. La Changaina ri Palenque” en: <https://www.youtube.com/watch?v=pzZXRx0SsuM>

cultura, no es la cultura de “acá”, incorporando, tímidamente, las relaciones de poder coloniales que subyacen a estas representaciones.

La espectacularización del “otro”, tal como se observa en este caso, nos remite, por un lado a la construcción del exotismo como parte del horizonte que llena el campo del patrimonio cultural y de allí, el del turismo cultural; por el otro, a la disputa epistémica desde la cual se ha conformado nuestra disciplina (Segato 2015:14). El exotismo, como dimensión práctica, nos habla de una representación visual y discursiva de la diferencia, siempre construida desde el relato del Occidente, y en base a una “poética de la exhibición” (Hall 2010:75) que tiende a obturar (como se ve en el video) las relaciones desiguales y los procesos históricos de poder que permean la sociedad. El exotismo, tan caro al patrimonio y el turismo, se construye como lo extraño, singular, y por extensión como “extraño al observador” (Duhamel y Doumenge 2002: 1). Como señalan los autores, el exotismo no se observa ni se construye en el espacio de lo privado, lo doméstico o lo íntimo, sino en el ámbito de lo público, donde el otro debe poder mirarse como “otro” y así “nutrir un exotismo” (Duhamel y Doumenge Op.cit.). En el caso comentado, y sobre todo por tratarse de un patrimonio inmaterial que debe transmutar a turístico, es observable la tensión entre el mundo de lo privado, desordenado y precario, y el de lo público, donde la diferencia debe radicalizarse bajo un régimen de visibilidad que no todos los sujetos admiten como propio. Como señalara Ruffer (2014), la exhibición en el museo del pasado permitía traducir un ejercicio de orden bajo una forma de mirar y una visión del mundo a explicitar. Pero el patrimonio inmaterial, y su devenir en turismo cultural, pone en juego una representación de la diferencia exótica al mismo tiempo que inmediata y jugada tensamente con la pobreza del “desorden” de la vida ordinaria. ¿Cómo producir ese orden homogéneo y hegemónico en un contexto público, donde las mezclas entre mujeres con jean y remera que discuten con las nuevas “estéticas”, y jóvenes (en su mayoría) que deciden vestirse cada mañana con los atuendos reinventados como típicos, para quitárselos de noche y repetir la operación cada día, son parte de lo cotidiano? Como señala el mismo autor, esa representación es demasiado inmediata y no logra extraer de contexto (como siempre se ha hecho en el campo patrimonial) la pobreza, la precariedad, la reproducción social que se desarrolla en la vida cotidiana –solamente se descontextualiza en forma efímera y ocasional, para los momentos y espacios en que el sujeto travestido actúa como si se tratara de un personaje estudiado para la ficción del teatro–. Por ende, como se observa en el video, las jóvenes vestidas de palenqueras se alejan del espacio cotidiano, tomando un bus y produciendo distancia en los sitios escogidos para su “venta y consumo”.

Pero está claro que ese exotismo banal necesario al patrimonio y al turismo, así como fundado en el multiculturalismo, en tanto relativismo puro, requiere de estímulos a la imaginación y desde allí, volverse una fuente inagotable de representaciones y prácticas significantes. En el caso de las palenqueras, esto es evidente y aunque las confrontaciones internas a Palenque San Basilio están presentes en los diálogos tensos entre mujeres y hombres, o en las recusaciones a la cultura reinventada, las palenqueras que salen de su cultura a mostrarse ante el observador, son productoras de exotismo en connivencia con los organismos internacionales, las instituciones estatales y/o el mercado del turismo. No obstante, cuando el sentido de la experiencia no se produce a través de objetos y sujetos con memoria y/o detonadores de memoria (Ruffer 2014: 109) sobre la otredad y sus vínculos con el pasado, ese exotismo se evanesce y con ello, su potencial patrimonialización. En el sur argentino, cerca de San Martín de los Andes, próximo al Lago Huechulafquen, hay un restaurante atendido por jóvenes que se autoidentifican como mapuches. Resulta interesante este caso, pues los turistas que llegan al lago son oyentes de un discurso armado por el guía, donde resalta: *almorzarán en un restaurante manejado y atendido por jóvenes mapuches, si bien no están vestidos como indios, no crean que se encontrarán con salvajes o indios con plumas, es más algunos de ellos tienen piercings en la lengua o el labio, pero son mapuches*. Un guía preparado para hablar de los indios como “salvajes”, aunque en clave de exotismo, debe casi disculparse ante los turistas que no podrán verlos en su “vida natural”. Un ejemplo que recuerda otro: cuando hacia el año 2000, los mapuches habían recibido financiamiento de un organismo español, y al cabo de un tiempo fueron monitoreados por técnicos españoles y funcionarios argentinos. En aquel momento, fueron los mismos indígenas los que establecieron un límite claro de recusación a lo étnico como mirada de lo exótico. Luego de relatar a los técnicos qué hicieron con el dinero, o sea campings mapuches para turistas jóvenes, aquellos agentes preguntaron dónde estaba lo indígena, a lo que los mapuches respondieron: *por ahora en administrar nosotros los campings, mas adelante decidiremos si nos ponemos plumas y taparrabos para el turista*⁶. La carencia de cultura/patrimonio en clave de exotismo, se suple con relatos contruidos por organismos y/o agentes intermediarios como los técnicos o los guías de turismo, no obstante, no alcanza para completar la representación visual y significativa esperada y la experiencia resulta fallida.

Duhamel y Doumenge (2002: 3) observan diferentes perspectivas acerca de la relación entre el turismo y el exotismo. Sin embargo, esas perspectivas se aúnan entre

6. Relato retomado de la Tesis de Doctorado “Aproximación etnográfica al activismo mapuche. A partir de Internet y tres viajes de campo” de Oscar Grillo (2009).

dos posibles: 1) la visión asociada al exotismo como un requisito indispensable para el turismo, en la medida en que éste supone, en general, un desplazamiento hacia lo lejano y la alteridad; 2) aquella que se asienta en que “cuanto mas el turismo progresa, mas se disuelve el exotismo”, basada en un turismo “destructor” (del otro, del exotismo...). Sin embargo, no se deviene turista a partir de la búsqueda de lugares y personas similares al sí mismos o que, como en Palenque, produzca encuentros poco atractivos, cuando la cultura y el patrimonio no son parte de las vidas de todos los días. Si bien es cierto, que el turismo se construye como un campo de “alteridades múltiples” (otros lugares, otros pueblos, otros turistas, otros “nosotros”, ya que nosotros mismos no devenimos en turistas de la misma forma), el mismo, en general, se enraiza, casi mecánicamente, con una práctica patrimonial, que supone por ende, una práctica turística⁷. De allí que difícilmente el relato y la práctica patrimonial-turística vinculada al exotismo se debilita o desaparezca por efecto de mas turismo. Efectivamente, el turismo masivo en lugares y culturas patrimoniales contribuyen en mayor mercantilización y serialización, sin embargo, solo son potencialmente turísticos cuando la singularidad y la diferencia radical se hacen mas visibles.

En este sentido, y volviendo al interrogante que se hacen los autores mencionados: “¿es el exotismo una solución dentro del turismo?” o ¿se disuelve en dicho campo?⁸; es evidente que es dudoso que se disuelva, porque inevitablemente como observamos en el ejemplo de las palenqueras, sin esa pureza original, aún inscripto como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, no sería incluido en el mapa turístico de Colombia y no entraría en el mapa geocultural del valor transnacional. Mas bien el exotismo suele mostrarse como una “solución” o un camino hacia el turismo.

Si bien la espectacularización del “otro” es una forma de representar contemporáneamente la alteridad, cabe retomar a Hall para dar cuenta del segundo aspecto planteado mas arriba: el de la disputa epistémica relativa a la antropología. El autor señala que en esta exaltación de las diferencias hay diferentes argumentos a partir de los cuales responder “¿por qué importa la diferencia?” (2010: 86), y entre ellos uno clave para nuestro texto: la razón antropológica en doble perspectiva. En primer término, la visión clásica de la cultura asociada a la construcción de los estados nación, a partir de la cual se ejerce el orden, se disciplina una mirada y se marca la diferencia en base a un sistema y orden

7. Incluso quienes somos expertos en patrimonio inmaterial, o quienes somos antropólogos, cuando nos convertimos en turistas, como cualquier otro sujeto, elegimos sitios, generalmente cargados de cultura y/o patrimonio, esperando producir encuentros con “otros” diferentes y sobre todo, curiosamente atractivos.

8. El título del texto es “El exotismo es soluble en el turismo?”. Como podrá observarse, los autores utilizan la palabra soluble que puede tener dos acepciones: 1) como solución, y 2) como disolución.

clasificadorio. Como bien dice Ruffer (2014: 100) la función de la antropología en los tiempos en que la cultura se institucionalizó como su categoría “estrella” –tanto desde el evolucionismo, como desde el relativismo y el funcionalismo– fue la de “diseccionar la otredad”, en tanto las exhibiciones en los museos, por ejemplo, “representaban un cuadro mas o menos curioso de elementos “exóticos” sobre la diferencia”. Estos elementos eran ordenados en aquellos tiempos a fin de fijar las diferencias y sus significados ambiguos, estabilizar y delimitar los “otros fuera de sitio” (Hall 2010), generar procesos de purificación a través de “marcar la diferencia (que) nos lleva a cerrar rangos, amurar la cultura y estigmatizar y expulsar todo lo que pueda ser definido como impuro o anormal” (Hall 2010: 90).

Es indudable que esta forma de “marcar” la diferencia, ordenarla, y clasificarla en tanto “estética primitiva” aunque exótica a la vez, persiste aún en la contemporaneidad. En ese sentido, acordamos con Ruffer (2014: 96-97, cita a Clifford 2013: 15-18) “que se trata de una poética del retorno: permitir que la tradición no esté arcaizada en el museo nacional, sino que lo produzca en la lejanía espacial del pueblo o la aldea...”. Esta segunda perspectiva es parte del giro cultural que comenzó a tener lugar en los ‘80 en EEUU y hacia los ‘90 en América Latina. No hay que dejar de considerar que entre la emergencia del multiculturalismo norteamericano y el apoyo que al mismo tiempo dieron los antropólogos posmodernos de esa época, el fortalecimiento de los estudios culturales británicos a través de los enfoques contemporáneos de las identidades y los estudios poscoloniales, y las políticas culturales de la diversidad que nacieron al calor de su valorización encumbrada por organismos como la UNESCO; se produjo ese giro cultural que promovió el ascenso del multiculturalismo, por momentos relativista a ultranza, en otros, como un avance hacia el reconocimiento de grupos estigmatizados. Aunque los estudios antropológicos que dieron lugar a los fenómenos multiculturalistas propusieron sendos debates –arduos y demasiado extensos para este texto– acerca de hasta donde defender el multiculturalismo en tanto “mosaicismos culturales” y porque no redefinir lo cultural por vía de un nuevo concepto y enfoque asociado a la interculturalidad, es destacable mencionar que el patrimonio inmaterial y sus vínculos con el turismo cultural continúan fortaleciendo la preservación de culturas “originarias” y tradicionales. Es decir que, como observamos en los inicios de este tópico y como señala Restrepo (2012: 219), nos encontramos ante un contexto turístico patrimonial basado en la “otredad” caricaturizada, ampliamente arraigada en organismos internacionales, en las políticas de gobiernos incluso de los países latinoamericanos, así como en grupos, como pueblos originarios, afrodescendientes, entre otros, que vienen reclamando reconocimiento en clave de “otricación” multicultural.

En relación a lo planteado hasta ahora, podemos decir que las aportaciones teóricas y epistemológicas de la antropología al campo del turismo cultural, son muchas, aunque provenientes del retorno de la cultura esencialista de la mano de enfoques contemporáneos que, con énfasis en el valor dado a la diversidad cultural, promueven procesos de escenificación del “otro” en activaciones de patrimonialización y en contextos turísticos. La antropología en estos casos sirve a la profundización de encuadramientos estereotipados que contribuyen al reconocimiento discriminatorio de los grupos que hoy se sienten visibilizados: hace unos años en el Corso Turístico del Cuzco se desarrolló un evento promovido no solo por el estado, sino fundamentalmente por el mercado a través de Condor Travel (operador turístico) postulado como asociado al turismo receptivo y responsable. En el curso desfilaron comuneros y pueblos de diferentes regiones del Perú, ordenados según un formato de exhibición que ya no suprime la diferencia, sino que la produce para ser consumida, performatearla como grotesco cultural y por fuera de la pregunta antropológica del asombro.

2. Entre la “otrificación” y la “des-otrificación”: una antropología de la colonialidad/decolonialidad para pensar los escenarios del patrimonio y el turismo

*“Aquí está la camarita y acá esta quién lo ha de hacer! En medio de tantos cantores no lo han ya de conocer/Señorcito filmador no me mire con su lente, míreme con sus ojitos y reténgame en su mente”*⁹. (Copla extraída del Carnaval 2012, citada por Lucila Salleras en su tesis de doctorado sobre la Quebrada de Humahuaca, 2016).

La copla citada, así como la anécdota que una coplera nos relató en el año 2012 cuando en el mes de agosto visitamos Humahuaca, dan cuenta de la pérdida del asombro antropológico, ya no solo por efecto de una antropología institucionalizada que ordena las culturas y la diferencia, como sucediera en los comienzos de la disciplina; sino como consecuencia de la intromisión de las viejas y nuevas tecnologías que hoy llegan a los lugares, incluso a espacios y personas no turísticas, a través de grupos de turistas o de personas que desean visitar parajes exotizados por ellos mismos. En el caso de la coplera de Humahuaca, ella contaba como ese 1º de agosto en ocasión de la celebración de la Pachamama, había llegado hasta allí un turista brasileño para observarla y participar. Asombrada por el hecho, aún a días del mismo, se preguntaba cómo había llegado y se

9. <https://www.youtube.com/watch?v=EnW-eVM98Zk>

repetía hasta el cansancio, las razones que el turista le había dado: *es que yo ya la conocía*, ante cuyas palabras la coplera preguntaba pero de donde si yo nunca salí de aquí, y él respondía *es que yo la vi por internet, la vi haciendo esto que usted hace y yo quería conocer*¹⁰.

El exotismo trabajado en el tópico anterior poco tiene ver con el asombro devenido de la pregunta antropológica y mucho se construye en torno del multiculturalismo que solo mira a los originarios por su condición étnica simplificada a través de fiestas, celebraciones, rituales, vestimentas, comidas, artesanías. Ese año, la Pachamama nos mostró diversas facetas de esta cuestión. Por un lado, el aporte antropológico organizado desde el mismo museo de antropología de Tilcara, Jujuy, cuando en la tarde del 1 de agosto, los empleados de la institución bajo el formato de las políticas estatales de la diversidad, celebraron a la madre tierra colocando un perfil escultórico de una mujer originaria bajo un árbol del patio, mientras ellos enseñaban a los turistas, casi pedagógicamente, los detalles de la celebración, omitiendo ciertas invenciones como que la ofrenda que se hace a la tierra no requiere de ningún elemento materializado, pues la Pachamama no tiene cuerpo, ni rostro. Por el otro, el relato de la coplera que nos colocó frente a la problemática de una celebración intrusada y curioseada por el turista, casi un antropólogo llevado por el interés de lo lejano y lo diferente, pero observando una ceremonia no preparada para el ajeno. Esta Pachamama es construida multiculturalmente más allá de las instituciones y la disciplina, aunque mediante el uso de las tecnologías. Y muchas otras celebraciones que, ocultas entre los sujetos del lugar y los parajes distantes de las rutas y localidades visitadas, no esperan al “otro” –que ya no es el sujeto visitado, sino el turista visitante–, desplegando ofrendas que no requieren de ese exotismo, o de una estética predeterminada por la multiculturalidad.

Existen autores que desde hace tiempo señalan que el turismo cultural puede contribuir a “favorecer el diálogo intercultural, crear lazos de solidaridad, ... luchar contra la pobreza...” (Morucci 2009: 52), es decir a un mayor y mejor conocimiento y comprensión de las culturas, o dicho en otros términos a crear un respeto y “conocimiento del otro” (Arbore y Medina 2009: 72). El “turismo con identidad” –en algunos casos “turismo étnico” o también llamado “turismo cultural”– tiende a observarse como un espacio para el reconocimiento de la diversidad y el diálogo intercultural, o bien de oportunidad para pensar las identidades. Esta idea de la comprensión, respeto y diálogo respecto del otro proviene de la visión en que la diversidad cultural es recuperada como valor transnacional des-conflictivado y politizado solo como recurso anodino de la cultura contemporánea.

10. La visita a la coplera en Humahuaca se enmarcó en el plan de trabajo que estaba llevando adelante en el área de PCI de la Dirección de Patrimonio de la Secretaría de Cultura de la Nación (hoy Ministerio de Cultura de la Nación). Entre 2011 y 2012 fui asesora del área mencionada.

nea. Podría decirse que la Pachamama celebrada en el Museo es un intento de producir esa comprensión de lo diverso, sin embargo, nuevamente bajo el formato del modelo occidental, posible de ser digerido por cualquier turista o visitante que pasa por allí. O podría especularse que en el caso de la coplera, el brasileño hace su propia interpretación, primero traducida por internet, luego por sus propios ojos cuando llega al lugar y la observa en primera persona. Pero también, podría suponerse que esa comprensión está discontinuada o interrumpida constantemente, como consecuencia de las diferentes celebraciones, algunas de ellas ocultas, por ende imposibles de ser comprendidas o donde el otro es desconocido, o bien establece diálogos solo en los momentos en que decide sentirse interpelado o decide interpelar al visitante como un “otro”. Y llevando mas lejos este parecer, sorprende la equiparación que los autores hacen de ese turista cultural con el antropólogo “clásico” que aún hoy procura convertirse en ese “traductor intercultural” (Giglia 2007) que, mediante interpretaciones personales de lo que vio, lleva y trae desde y hacia su mundo, como se espera el turista lo haga en el presente.

Esta forma de valorizar al “otro” conlleva la construcción de lugares y poblaciones con mayor rentabilidad cultural (material y simbólica) constituida en base a gradaciones en torno de un umbral cultural –como planteamos en la introducción de este texto– (Moragues Cortada 2006). Pero no necesariamente al deseo de antropólogos críticos que aún esperan que el patrimonio inmaterial, así como el turismo cultural, puedan pensarse y practicarse en torno de la “metáfora del diálogo” o del “diálogo como metáfora” (Cruces 2010: 43). Ese diálogo que implica hablar e interactuar con el otro tiene mas que ver con el encuentro asimétrico construido en la distancia antropológica que con la emergencia de nuevas alteridades que deberían pensarse entre “poéticas de lo cotidiano” (Cruces 2010: 44) más allá de lo extraordinario en que se construye el patrimonio y el turismo, así conducido desde siempre por la antropología en su construcción de la diferencia. Ahora bien, “sin diferencia no hay diálogo, solamente monólogo” señala Cruces (Op.cit.), una apreciación plausible que, sin embargo, relega las cuestiones de desigualdad –un asunto que Reygadas (2007) coloca en primer plano cuando habla del multiculturalismo y se pregunta por “¿dónde quedó la desigualdad?”–, si bien siempre considerando que en el caso del patrimonio, las activaciones no pueden ser hechas por cualquiera o en cualquier tipo de relación, sino solo por quienes pueden y tiene el poder de hacerlo (asunto que no deja de mencionar Cruces).

En la visión del exotismo en su completa pureza y autenticidad, así como en la del multiculturalismo y/o en la de la valorización de la diversidad, hay intentos de producir “nativos” a la usanza del antropólogo convencional, asimismo, horizontalidades entre unos y otros –entre visitantes y “otros nativos”–, y procesos de igualación mediante diá-

logos comprensivos, tolerancias liberales, y políticas de asistencia benéficas por relación al desarrollo en contextos de pobreza. Esta es, nuevamente, una forma de objetivar y externalizar un “otro” según los parámetros occidentales. En ese sentido, el exotismo no es asociable a cualquier extraño o a cualquier pueblo lejano, si bien en la lejanía es más viable esa construcción objetivada y neutralizada que acompaña el discurso y la práctica antropológica del patrimonio y el turismo cultural. El exotismo no implica “escuchar al otro” o comprenderlo complejamente, considerando que también pueden ser exotismo –en otros términos– las extensas confrontaciones entre los países desarrollados del Norte y los “en desarrollo” del sur, o bien las problemáticas de los migrantes que, por el contrario, suelen ser recusados y excusados de escuchas y comprensiones, particularmente cuando se trata de ciertos migrantes, de migrantes parciales, de migrantes fuera de sus lugares de origen –el caso más flagrante es el de los musulmanes en ciudades europeas– (Duhamel y Doumenge 2002). Es así que la visión antropológica crítica que incluye trascender la otredad nativa, no penetra los campos patrimoniales y turísticos.

¿Cuál es la antropología que atraviesa estos procesos?, ¿qué visiones de la antropología contribuyen a los mismos? Es una antropología de lo colonial –mirada en clave de antropología eurocéntrica–, aunque desde el continente latinoamericano podríamos decir que se trata de una antropología de la colonialidad. Ambas antropologías, la primera cuestionada por los estudios pos-coloniales contemporáneos, la segunda desde la perspectiva decolonial, se vinculan a través de la mirada colonial del sujeto. Una mirada que, como hemos planteado, atraviesa aún en el presente los procesos de activación patrimonial, profundizándose en las relaciones y prácticas turísticas asociadas. Para América Latina esa mirada –siguiendo a autores como Quijano (2007)– se construye en las continuidades históricas producidas entre los tiempos coloniales y los contemporáneos (los que en Europa se han llamado pos coloniales y en nuestro continente decoloniales). Lo interesante de esta visión, fuertemente enraizada en una antropología crítica, es la perspectiva que prima en la construcción de las relaciones coloniales de poder que no se limitan a los poderes económicos y/o políticos, sino que integran una dimensión cultural.

Entonces, si la diferencia relativista/multicultural que vemos estrechamente asociada a los patrimonios y turismos contemporáneos se produce en clave de “otrificación”, la diferencia colonial es un conjunto de diferencias que implican “des-otrificar” la diferencia (Restrepo 2012: 221) y observarla dentro del marco de heterogeneidades histórico-estructurales, eludiendo modelos antinómicos y “minimalistas del multiculturalismo” y para algunos –no así para Restrepo que dice que el multiculturalismo amerita ser defendido en los términos antedichos–, reemplazando esta idea por la de intercultural-

lismo –cuando ésta no es sinónimo de multiculturalismo, ni solo de reconocimiento, sino también de redistribución–. Desde la interculturalidad es posible pensar en múltiples y complejas pertenencias, mezclas, diferencias y desigualdades – como dice García Canclini (2007: 6), los indígenas no solo son diferentes por su condición étnica, sino también por sus condiciones de desigualdad y exclusión–.

Yo he escuchado la palabra “museos vivientes”. Eso ya lo hemos expuesto en varias oportunidades a una funcionaria de Turismo de Jujuy. Nos quieren transformar en museos vivientes, ponernos en su zoológico para que nos miren, con una cerca para que nos miren, donde el negocio es de los otro (miembro de comunidad indígena de Humahuaca, testimonio tomado y citado por Lucila Salleras para su Tesis de Doctorado, 2016).

“Vos vas a escuchar que se dice: ‘tenemos que hacer nuestras comidas’, ‘tenemos que sembrar nuestros productos’, ‘tenemos que hacer ropas propias’ ‘tenemos que hacer nuestra música’. ¿Para qué? Para vender al turista...” (testimonio tomado y citado por Lucila Salleras para su Tesis de Doctorado, 2016).

Los testimonios que Salleras recuperó, dan cuenta de la auto-percepción de los sujetos como “objeto-otros” y de cómo a partir de la patrimonialización de la Quebrada como paisaje cultural de la humanidad, el patrimonio absorbió a los pobladores mediante un reforzamiento de lo inmaterial y por efecto de un turismo potente y contundente que se masifica en las épocas de fiestas.

“Nosotros tenemos como premisa principal realizar la Pachamama todo el mes de agosto, si? Todo el mes de agosto, eso tiene que ser del 1º hasta el 30, 31 de agosto; esa es nuestra premisa fundamental, pero en algunas partes lo hacen ver en cualquier mes del año y estas cosas, no son así” (Miembro CS, Tilcara, testimonio tomado y citado por Lucila Salleras para su Tesis de Doctorado, 2016).

Este último testimonio refleja la relevancia adquirida por el PCI, por ende la necesaria replicación de ciertas celebraciones, incluso en el caso de la Pachamama, cuya repetición fuera de fecha es una especie de “sacrilegio”.

En todos los casos transcritos, es posible observar cómo los sujetos se observan constituidos por esas políticas de las diversidades en clave colonial. En torno de la “colonialidad del saber” (pues se espera que sus saberes autóctonos -celebraciones, comidas, artesanías- sean valorizados pero siempre desde una perspectiva occidental); la “colonialidad del ver” (desde la cual se procura visibilizar a los sujetos en sus fenotipos

y corporalidades étnicas, pero siempre naturalizando para los turistas determinadas jerarquías raciales y/o culturales que ellos mismos llevan inscriptas en sus imaginarios, a fin de poder contemplarlas¹¹); la “colonialidad del ser” (implica construir con una relativa des-humanización a los sujetos del lugar y desde allí, violentarlos en su propia cotidianeidad) (cfr. Quijano 2007). Estas colonialidades históricamente constituidas, desde las cuales se han clasificado y jerarquizado las sociedades, han permeado los lugares, sitios y objetos patrimoniales desde siempre y en los últimos años también a los sujetos y sus manifestaciones culturales. Los patrimonios culturales latinoamericanos están enraizados y valorados desde representaciones y significatividades fijadas en lo colonial y la colonialidad, sin embargo, aun en el presente se omite esta construcción y en esa omisión es que se constituye una mirada y una práctica patrimonial y turística que contribuye a su fortalecimiento.

3. El patrimonio y el turismo entre agencias de interpelación de sujetos y grupos y una antropología crítica

“...pero esa cueva es turística...[y como sería una cueva no turística?] Como sería?...bueno camas hechas con tientos, basura que no es basura, sino material orgánico...seguro que la que viste tiene televisión y estufa...[no, no tenía televisión]...esa gente ya ni es indígena, son mestizos, los hijos van a la escuela, van a la universidad, lo hacen como negocio...pero seguro tienen lloradero...” (Diálogo con un académico especializado en temas étnicos y culturales, Chihuahua, México, 2008).

Este diálogo entre antropólogos, una argentina y un mexicano residente de Chihuahua, refiere a los pueblos indígenas de la Sierra de Tarahumara, poco conocidos en el mapa cultural, patrimonial y turístico del país. Pero la discusión remitía a la autoctonidad y al valor-disvalor de una cueva en la sierra, referencia turística de otras cuevas no turísticas que los tarahumaras utilizaban y aun hoy utilizan como nómades que son. Es un ejemplo de colonialidad, no solo desde las ONGs o fundaciones que contribuyen a que los indígenas de la zona recuperen sus valores ancestrales para mostrar a los turistas escasos que llegan a una ciudad y un estado marcado por la violencia y las maquiladoras; sino desde ellos mismos, pues aceptan un reconocimiento parcial que no deconstruye la colonialidad o la mirada colonial sobre el sí mismos.

11. Alguna vez un turista arribó a Tilcara con la intención de ver indios y se acercó a un ciber (negocio de internet) preguntando por los indios. En ese contexto un joven lo miró despaciosamente y con cierta tranquilidad, le contestó: *es que somos nosotros.*

Sin embargo, como plantean Jhon y Jean Comaroff citando a Namane (2011), no todos los sujetos o colectivos involucrados en este tipo de prácticas tienen solo “valor de exhibición” en tanto autenticidad y autoctonidad. Ellos postulan que “para ser humanos hoy debemos “tener cultura”, pero que este objetivo, también puede obtenerse por vía de un “agenciamiento indígena” (si se trata de pueblos originarios), antes que de pura “alienación producida por abstracción” o de conversión en mercancía (Op. cit.:47). En la perspectiva de estos autores, los sujetos escogidos para ser contemplados o consumidos, negocian con su “autenticidad”, con su valor, pero siempre desde su auto-reconocimiento y desde los límites que ellos mismos pueden imponer al “valor de uso y valor de cambio” establecidos en ese proceso de negociación.

Esta es una visión no pasiva de las comunidades, sino de vinculación dinámica y de intento de definir qué y cómo turistificar sus manifestaciones culturales. Pero no acaba, necesariamente, interpellando a la antropología y a los antropólogos. No obstante, como se observa en algunos de los testimonios de la Quebrada, comienza a haber interpelaciones a los agentes institucionales, pero también a los antropólogos involucrados con estas poblaciones:

“Para mí todo el concepto, todo hablar de patrimonio, es una discusión que nos están obligando a tener y que por ahí nosotros no queremos tener, no queremos hablar de patrimonio (...) no queremos que esto tenga valor para los de afuera. Queremos que siga teniendo el valor que siempre tuvo y que no venga nadie a decirnos si es o no valioso. Nosotros sabemos si es valioso. Cada pueblo sabe qué es valioso y qué no para él, digamos...” (citado por L. Salleras en su Tesis de Doctorado, 2016).

Probablemente como señala Segato (2015: 14-15), este sea el ámbito de enunciación y demanda hacia una antropología menos objetivista y descriptiva, y más productora de conocimientos, aunque no solo ello, sino también una disciplina “litigante”. Es evidente que esta visión crítica, supone asumir las nuevas perspectivas del multiculturalismo por fuera de los estados y los organismos, las críticas decoloniales que dan cuenta de la constitución latinoamericana del continente y sobre todo, los escenarios de “alteridad en clave de contienda”. Esta mirada más crítica y política también implica repensar el rol de los estados y los procesos de conformación de las naciones y desde allí, reelaborar nuevas políticas de las identidades con implicancias sobre los campos patrimoniales y turísticos.

¿Pero es posible viabilizar esas disputas epistémicas y teóricas con estrecho vínculo con prácticas no solo antropológicas, en los campos turístico-patrimoniales?

4. *¿Qué más puede aportar la antropología?*

Efectivamente, la antropología como disciplina del encuentro en la diferencia y de la alteridad en disputa, puede contribuir en aportes mas que significativos para repensar críticamente las prácticas patrimoniales y turísticas. Pero para ello, el antropólogo debe aceptar la demanda, la interpelación y un campo contencioso de litigios producto de sujetos que, como dijimos al comienzo de este texto, sienten que estamos errando, que lo que decimos de ellos, no es sobre ellos, sino sobre una construcción externa del “otro” pensada en el centro y a distancia. ¿Es por el lado de autorizar solo las voces y relatos de esos “otros”, ahora convertidos en “nosotros” desde esos espacios de interpelación? Tal vez no, o solo parcialmente. Cuando Rodrigo de Azeredo Grunewald (2002) que trabajó con los indígenas pataxó de Brasil, relata los conflictos producidos entre los pueblos originarios y el estado a raíz de los subsidios otorgados para desarrollar artesanías turísticas, que el estado considera no-auténticas por efecto de realizarlas con materiales no ancestrales; se observa que estos actores sociales prefieren relegar al antropólogo que ya no cubrió las expectativas y reclamar a los estados que, además, pueden otorgan financiamientos. Pero claro, los estados son los que luego estrechan esos caminos y restringen el posible poder de los sujetos comprometidos.

Entonces, es allí que el antropólogo puede contribuir interpelando y disputando al estado, sin denostar o bien sin intervenir la voz y los conocimientos de los grupos implicados. Por ejemplo: visibilizando conocimientos “otros”, no como misión de rescate fundamentalista o esencialista relacionado con la autenticidad cultural. Asimismo, des-disciplinándose en tanto discurso antropológico afín a una “geografía de la imaginación” –asociado a un relato sobre el “nicho del salvaje”– y a una “geografía de la administración” –como proveedor de recursos epistémicos vinculados a la modernidad y la colonialidad– (Gnecco 2011:16). En el caso de Palenque, esta contribución será posible si los antropólogos implicados se ubican “fuera del lugar” relacionado a la gestión del PCI bajo principios de UNESCO y al mercado del turismo. Si ese tipo de gestión se funda, con frecuencia, en el hacer una “antropología de (en este caso Palenque)”, la contribución podría centrarse en una o múltiples antropologías “a partir de Palenque”, perspectiva desde la cual es posible que Palenque y los sujetos “se problematicen a través de la práctica antropológica... como un lugar epistémico, un lugar político” (Restrepo 2014: 14). En relación a la Quebrada de Humahuaca, donde la patrimonialización y la intensificación del turismo ha sido crucial como detonante de una lucha material y simbólica emergente de los pobladores locales, parecería bastar con esa autoridad admitida y puesta en escena por ellos, a partir de la cual se sienten dueños de la pala-

bra, el territorio y los procesos de identificación con sus patrimonios. Sin embargo, el antropólogo, visualizado como un “error” en sus vidas, en tanto historice y re-historice esa antropología que ha reproducido el “otro-salvaje”, puede contribuir en situaciones dialógicas en las que la antropología entre en la política y el antropólogo adopte una posición política que negocie y asuma disputas y contestaciones en convivencia con las ejercidas por los sujetos y grupos locales.

Se trata de colocar la diferencia colonial en el centro del proceso de producción de conocimientos. Es decir la otredad no como una exterioridad absoluta que irrumpe, sino aquella que se ubica en la intersección entre lo tradicional y lo moderno, contribuyendo a elaborar formas de conocimiento intersticiales –una resistencia semiótica a fin de resignificar las formas hegemónicas de conocimiento–. En términos de Quijano, en la relectura de Rita Segato (2015: 49), reorientar el sentido eurocéntrico y el racismo epistémico que subyace los procesos de historización de América Latina: o sea, repensar la colonialidad del poder reproducida en el ser, el saber y el ver que connotan patrimonios y prácticas turísticas para dar espacio a la recomposición de nuevos sujetos históricos –no indígenas, negros u otros adaptados a la nación y la modernidad eurocéntrica–.

Ello implica convertirse en sujetos activos que involucren la necesidad ética y política para la antropología latinoamericana y obviamente, para los sujetos comprometidos con su realidad.

Bibliografía

- ARBORE, R. y MEDINA, X. (2009) “Turismo, Cooperación y Construcción del “otro” en: Tresserras, J. Medina, X., Santonja, P. y Solanilla, P. (Eds.) *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Diputació Barcelona: Aecid.
- BONILLA, O. y FRANCHETTO, B. (2015) “Os antropólogos contam tudo errado! Nós somos as autoras das nossas falas.” - Geledés <http://www.geledes.org.br/entrevistacom-nelly-duarte-marubo-e-sandra-benites-guarani/#ixzz3tbakeaQU>
- COMAROFF, J. y J. (2011) *Etnicidad S.A.*, Madrid: Katz.
- CRUCES, F. (2010) “Sobre el diálogo como metáfora del patrimonio cultural” in: Nivón, E. y Rosas Mantecón, A. *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización* México: UAM-Iztapalapa, Juan Pablos Editor, pp. 37-50.

- DE AZEREDO GRUNEWALD, R. (2002) “Artes Turísticas e Autenticidade Cultural”, *Veredas, Revista Científica de Turismo*, 1 (1), pp. 7-21.
- DUHAMEL, P. et DOUMENGE, J.P. (2002) L'exotisme est-il soluble dans le tourisme?, *Cafés Géographiques de Paris*, pp. 1-4.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2007) “De cómo la interculturalidad global debilita al relativismo” in Giglia, A., Garma, C. y de Teresa, A., *¿Adónde va la antropología?*, pp. 39-58.
- GIGLIA, A., GARMA, C., DE TERESA, A.P. (2007) “¿Adónde va la antropología? Las razones de una pregunta”, in Giglia, A., Garma, C. y de Teresa, A. *¿Adónde va la antropología?*, pp. 9-20.
- GNECCO, C. (2011) “Antropología en entredicho: propuestas desde el fondo de la subalternidad”, in Trouillot, M-R. *Transformaciones globales. La Antropología y el mundo moderno*, pp. 9-24.
- HALL, S. (2010) “El espectáculo del “Otro” en: Cruces Villalobos, F. y Pérez Galán, B. (Compiladores) *Textos de Antropología Contemporánea*, Madrid: UNED, pp. 75-94.
- MORAGUES CORTADA, D. (2006) “Turismo, Cultura y Desarrollo”, Paper presentado en Seminario de Turismo Cultural, Cartagena, Colombia.
- MORUCCI, B. (2009) “Le tourisme, instrument de dialogue interculturel et de compréhension entre les cultures. Le tourisme soutenable et responsable: face a un dialogue interculturel”, in Tresserras, J. Medina, X., Santonja, P. y Solanilla, P. (Eds.) *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Barcelona: Aecid.
- QUIJANO, Aníbal (2007) “Colonialidad del poder y clasificación social” en: *El giro decolonial Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, Castro-Gómez, S. y Grosfoguel, R. (Eds.), Bogotá: Siglo del Hombre Editores, pp. 93-126
- RESTREPO, E. (2012) “¿El multiculturalismo amerita ser defendido?”, in Restrepo, E., *Intervenciones en Teoría Cultural*, pp. 197-220.
- RESTREPO, E. (2014) “Desdisciplinar a antropología. Dialogo com Eduardo Restrepo”, GEAC 5.
- REYGADAS, L. (2007) “La desigualdad después del (multi)culturalismo”, in Giglia, A., Garma, C. y de Teresa, A. *¿Adónde va la antropología?*, pp. 39-58.
- RUFFER, M. (2014) “La exhibición del otro: tradición, memoria y colonialidad en museos de México”, *Antéteses* 7, (4), pp. 94-120.
- SALLERAS, L. (2016) Disputas de sentido, conflictos y negociaciones en torno al

patrimonio cultural y el desarrollo del turismo en la Quebrada de Humahuaca. Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

SEGATO, R. (2015) “Introducción: Colonialidad del poder y antropología por demanda” y “Aníbal Quijano y la perspectiva de la colonialidad del poder”, in Segato, R. *La crítica de la colonialidad en ocho ensayos. Y una antropología por demanda*, Prometeo, pp. 11-68.

ANTROPOLOGÍA, TURISMO Y DESARROLLO EN CUESTIÓN: EL TURISMO COMUNITARIO A DEBATE

Claudio Milano

Ostelea School of Tourism & Hospitality

Observatorio de Antropología del Conflicto Urbano (OACU)

Resumen

El presente artículo presenta un análisis de las contribuciones de la Antropología del Turismo en el Estado español a la problematización del controvertido debate sobre el turismo comunitario en América Latina. Entre la multiplicidad de prácticas turísticas, el turismo comunitario, por sus especiales características, ha sido empleado como una estrategia para el desarrollo local y ha entrado con fuerza en la agenda política de la cooperación internacional a partir de la puesta en marcha de las metodologías *Pro Poor Tourism* (PPT) y *Sustainable Tourism for Eliminating Poverty* (ST-EP). A partir del análisis de determinados casos de estudios en América Latina, el artículo plantea los debates existentes en torno a los beneficios y limitaciones de este tipo de turismo.

Palabras claves: Antropología, Turismo, Cooperación Internacional, Desarrollo, Turismo Comunitario.

Abstract

This article presents an analysis of the contributions of the Anthropology of Tourism in Spain to problematize the controversial debate on community based tourism in Latin America. Among the multiplicity of tourism practices, community-based tourism, due to its special characteristics, it has been used as a strategy for local development and has entered strongly in the political agenda of international cooperation from the implementation of methodologies *Pro Poor Tourism* (PPT) and *Sustainable Tourism for Eliminating Poverty* (ST-EP). From the analysis of specific case studies in Latin America, the article discusses existing debates on the benefits and limitations of this type of tourism.

Key words: Anthropology, Tourism, International Cooperation, Development, Community-Based Tourism.

Los estudios antropológicos del turismo y su relación con el desarrollo

La antropología comenzó a interesarse por el estudio del turismo cuando vio penetrar a los turistas en los lugares donde llevaba a cabo sus estudios etnográficos. Las nuevas tecnologías de movilidad, así como la emergencia de una nueva clase turista, hicieron el resto, provocando una rápida expansión del turismo y situando a los antropólogos ante un nuevo objeto de estudio: el fenómeno turístico. A partir de la aproximación de los antropólogos al estudio del turismo, este artículo presenta algunas de las principales aportaciones etnográficas y estudios antropológicos del turismo en el Estado español, que analizan el turismo comunitario en América Latina.

Hasta la década de los noventa, las contribuciones de la antropología a la comprensión del turismo fueron en general relativamente escasas, tanto en España como en Europa. Sin embargo durante la década de los setenta, antropólogos como Antonio Mandly y Francisco Jurdao señalaron por primera vez a España como producto turístico a etnografiar (Palou 2014). Durante la misma década, Oriol Pi i Sunyer investigó la relación entre anfitriones e invitados (Hernández 2015). Desde los años noventa Antonio Miguel Nogués-Pedregal y Agustín Santana Talavera son considerados los estudiosos más importantes de la antropología del turismo en el Estado español (Palou 2014).

Los primeros antropólogos y sociólogos españoles que se acercaron al estudio del fenómeno turístico empezaron a analizar los turistas identificándolos como agentes externos que visitaban y alteraban los equilibrios culturales de las sociedades anfitrionas. A partir de la década de los noventa es cuando se inicia gradualmente una segunda fase de conceptualización y teorización de la naturaleza del fenómeno turístico. Con el nuevo siglo comienza una tercera etapa que se caracteriza por una evidente y extensa aproximación antropológica y sociológica al complejo estudio de las prácticas turísticas (Nogués-Pedregal 2011). Esta etapa significó el definitivo aumento de la producción académica de los antropólogos del turismo en las revistas españolas e incluso latinoamericanas (Hernández 2015). En este sentido, recientes contribuciones han aclarado el estado de la cuestión de la antropología del turismo en el Estado español (Nogués-Pedregal 2011, Palou 2014, Hernández 2015) y su relación con una antropología preocupada por los procesos de desarrollo (Martínez Mauri 2013; 2015).

Desde sus primeras postulaciones, los estudios antropológicos del turismo han sido relacionados con el desarrollo. En varios contextos se ha preguntado: ¿El turismo es un pasaporte para el desarrollo? (de Kadt 1979), si es así, ¿bajo qué circunstancias? ¿en qué condiciones? (Gascón y Cañada 2005). El turismo como vía de desarrollo representa un “tópico clásico” y se ha convertido en uno de los, cada vez más frecuentes, objetos

de estudio entre los antropólogos españoles (Hernández 2015). Por ello, el fenómeno turístico y su promoción no se pueden comprender sin tener en cuenta el paradigma desarrollista en el que se inscriben. El antropólogo brasileño Gustavo Lins Ribeiro (2013) apunta al desarrollo como uno de los discursos más poderosos y maleables del mundo contemporáneo, especialmente desde la segunda mitad del siglo pasado, por haber logrado una posición central en las políticas de alcance global. Por ello, su estudio es crucial para la comprensión del sistema mundial. Un tema de mucha relevancia a la hora de observar el fenómeno turístico y su promoción.

Las teorías del desarrollo aplicadas al turismo tienen su fundamento en las teorías de la globalización basadas en la noción de modernidad y vinculadas a suposiciones como: la modernización del mundo, las nuevas tecnologías, la dialéctica de lo global y lo local, la globalización y la fragmentación (Coriolano 2003). Por tanto, es en este contexto de globalización en el que necesitamos entender el desarrollo social, local y el propio turismo, así como también al aparente deseo de viajar derivado de la intermitente necesidad de la co-presencia corporal dentro de la vida social (Urry 2002), y de los sueños de hiper-movilidad y comunicación instantánea del siglo XXI (Hannam et al 2006).

En el ámbito anglosajón, Emanuel de Kadt (1979) ha sido pionero en problematizar la relación entre turismo y desarrollo, así como lo ha sido Jordi Gascón (1999; 2009) a nivel español. Posteriormente, el debate entre antropología y ciencias sociales ha generado un enorme volumen de literatura académica sobre dicho binomio¹. Siguiendo en esta misma relación, Mónica Martínez Mauri (2013; 2015) destaca tres motivos que explican la aproximación de la antropología española al turismo y su relación con el desarrollo tanto en España como en América Latina: el aumento de los estudios antropológicos del turismo en la academia española, la transnacionalización del desarrollo turístico en América Latina y la introducción del turismo comunitario en los programas de desarrollo de las organizaciones no gubernamentales. Respaldando este último motivo, en los últimos años y en el ámbito del Estado español, se han asignado fondos para investigar proyectos de turismo (el BID o el Banco Mundial) que son financiados por la cooperación internacional institucional (Martínez Mauri y Larrea Killinger 2010), por el Programa de Cooperación Interuniversitario (PCI) y por la Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID) (Nel-lo Andreu y Pérez Albert 2015). A continuación se observará la emergencia y la incidencia del turismo en la agenda política de la cooperación al desarrollo.

1. Mowforth y Munt 1998; Sharpley y Tefler 2002; Wearing y McDonald 2002; Butcher 2003; Gascón y Cañada 2005; Cañada y Gascón 2007; Salazar 2006; Burne y Dachary 2008; Tefler y Sharpley 2008; Gascón 1999, 2009; Martínez Mauri y Larrea Killinger 2010; Pérez Galán 2012; Gascón et al 2013; Martínez Mauri 2013, 2015; entre otros.

Un turismo “pro pobre” en la agenda política de las agencias de desarrollo

El turismo como ámbito de intervención por parte de las ONGs es un hecho novedoso y reciente, comparado con la cooperación en sectores como la sanidad, la educación o el desarrollo agropecuario (Gascón 2009; Nel-lo Andreu y Pérez Albert 2015). A pesar de ser novedoso y reciente, su gestación empieza en 1967. Este fue el año en que las Naciones Unidas declararon el Año Internacional del Turismo y algunas de sus agencias empezaron a financiar estudios de mercado, planes maestros, capacitación y restauración de áreas culturales. Tanto es así que entre 1969 y 1977 se financiaron aproximadamente 24 proyectos en 18 países (Pleumaron 1994; UNESCO 1976). En la década de los setenta, tanto el Banco Mundial como la UNESCO se implicaron en el desarrollo del turismo. Si la implicación de la UNESCO fue indirecta en su mayor parte, contribuyendo a la preservación de monumentos culturales y convirtiéndolos en atracciones turísticas, el respaldo del Banco Mundial fue más directo, otorgando préstamos destinados al desarrollo de políticas turísticas (de Kadt 1979).

En la década de los ochenta, los impactos del turismo no pasaron desapercibidos, dando lugar incluso a un movimiento apoyado por el Consejo Mundial de Iglesias que introdujo la crítica al desarrollo turístico en la agenda social: la Ecumenical Coalition on Third World Tourism (ECTWT). Por el contrario, en la década de los noventa hubo sólo esporádicas referencias a la relación entre turismo y desarrollo sostenible desde instancias políticas y desde el sector de las ONGs. Sin embargo, en Europa, la plataforma Tourism European Network (TEN), en colaboración con la Coalición Ecuménica de Turismo (ECOT, anteriormente ECTWT) y con financiamiento de ONGs alemanas, siguieron alimentando esta visión crítica. Fue a partir de mediados de la década de noventa que algunas ONGs, las cuales en un principio habían criticado las consecuencias del desarrollo turístico, empezaron a considerar el turismo como una estrategia adecuada para recaudar fondos, tanto para su propia financiación (turistas que visitan los proyectos de cooperación) como para beneficiar a las comunidades anfitrionas con las que trabajaban. En esta década, ONGs de países de acogida o beneficiarios comenzaron a poner en marcha proyectos turísticos financiados por entidades y organizaciones occidentales (de Man 2013: 31-34)².

2. A pesar del posicionamiento a favor del turismo de algunas ONGs, actualmente algunas redes realizan acciones de incidencia política y de denuncia en el ámbito del sector turístico cuestionando el papel del turismo como vector de cambio. A nivel internacional, la plataforma TEN - Tourism European/Ecumenical Network reúne diversas agencias de desarrollo centradas en denunciar los impactos del turismo en sociedades locales. Un ejemplo de ello es la Bröt Fur Die Welt (Alemania) cuya revista *Tourism Watch* es un referente en este tema. A nivel español en el año 2004 surgió la

Tras las primeras iniciativas de la UNESCO y del Banco Mundial, en el año 1999 surgió la metodología *Pro Poor Tourism* (PPT)³ con su visión: “*Putting poverty at the heart of the tourism agenda*”, la cual impulsó el interés de las agencias internacionales de desarrollo hacia el sector turístico. Los tres creadores y principales teóricos involucrados con la implementación del PPT, Caroline Ashley, Harold Goodwin y Dilys Roe, afirman que generalmente los gobiernos nacionales han promovido la inversión del sector privado y el crecimiento macroeconómico en el sector turístico mostrando una falta de atención a la reducción de la pobreza (Ashley et al 2000). A partir de fundamentos teóricos basados en la participación de los “pobres” en el turismo, las intervenciones turísticas tendrían que mejorar la capacidad de subsistencia de los sectores menos favorecidos y ampliar su gama de beneficios (Ashley et al 2000; 2001).

Desde el estreno del PPT, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha producido gran cantidad de manuales teóricos y prácticos⁴ que adoptan las bases teóricas del PPT, y en 2002, lanzó la iniciativa ST-EP “*Sustainable Tourism for Eliminating Poverty*”. En diciembre de 2005, creó la Fundación ST-EP con sede en Seúl, en la República de Corea. Si el primer manual “Turismo y atenuación de la pobreza”, publicado en 2002, brindaba un análisis de la interrelación entre el turismo y el desarrollo económico incluyendo factores tales como la mejora de los beneficios económicos, la mejora del acceso para las pequeñas y medianas empresas y la intensificación de los efectos locales del turismo para los pobres, la segunda publicación de la OMT de 2004, “Turismo y atenuación de la pobreza: recomendaciones para la acción”, propone un marco de siete medidas prácticas para la aportación eficaz de beneficios económicos y sociales para los pobres⁵.

plataforma Foro de Turismo Responsable (FTR) que reúne diez organizaciones que se centran en la denuncia y la investigación desde la perspectiva del turismo crítico en ámbitos como los mecanismos de internacionalización del capital turístico, el turismo como sector de la cooperación al desarrollo, los impactos del turismo en el mundo rural/campesino y la equidad de género (Gascón 2013b). A modo de ejemplo, actualmente una de las ONGs que conforman el Foro de Turismo Responsable, Albasud, ha abierto el debate social y político sobre las condiciones laborales de las camareras de hotel (Cañada 2015b).

3. La metodología PPT fue desarrollada por la agencia británica Overseas Development Institute (ODI), el International Institute for Environment and Development (IIED) y el Centre for Responsible Tourism de la Universidad de Greenwich (CRT) y financiada por el Economic and Social Research Unit (ESCOR) del Department for International Development (DFID) del Reino Unido.

4. “Turismo y atenuación de la pobreza” (2002); “Turismo y atenuación de la pobreza: recomendaciones para la acción” (2004); “Turismo, micro finanzas y reducción de la pobreza” (2005); “Reducción de la pobreza por medio del turismo: una compilación de buenas prácticas” (2006); “Manual sobre turismo y reducción de la pobreza: Medidas prácticas para destinos” (2010).

5. A modo de ejemplo se mencionan las medidas que plantea la OMT (2004) para canalizar el gasto de los visitan-

Las bases de estas metodologías (PPT y ST-EP) se ha aceptado como principio básico de la cooperación internacional para el desarrollo, y se fundan principalmente en la liberalización del sector turístico, considerándolo como *una panacea* para todos los males. La conceptualización de los pobres y de la pobreza que hacen estas metodologías recuerdan al florecimiento de “la cultura de la pobreza” de Oscar Lewis (1972) consustancial al estadio primitivo de la libre empresa en el capitalismo y fenómeno endémico del colonialismo. Además, evocan también las comparaciones entre turismo y colonialismo (Graburn 1983; Crick 1985; Bruner 1989), turismo y neocolonialismo (Turner y Ash 1991) y turismo e imperialismo (Nash 1989). Si por un lado, el PPT y el ST-EP legitiman el ingreso de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el sistema de Naciones Unidas y el turismo como sector de la cooperación internacional al desarrollo, por otra parte, siguiendo a Gascón (2009; 2014), tales acciones van dirigidas a favorecer al sector empresarial confiando en que una parte de los beneficios se filtrará hacia abajo – desde la parte superior de la pirámide económica a la base, es decir, hacia la población menos favorecida – activando el denominado efecto *trickle down*, que supone que con favorecer a los sectores con mayores ingresos, la economía genera y extiende sus beneficios y ventajas incluyendo otros sectores por efecto “goteo” o “derrame”.

En la primera década del nuevo milenio, las bases teóricas de estas estrategias de desarrollo turístico (PPT y ST-EP) comenzaron a proliferar en los proyectos turísticos de las agencias de desarrollo internacional bajo diferentes formas: turismo comunitario, turismo rural comunitario, turismo de base local, turismo solidario, turismo voluntario, etc. Sin embargo, estas estrategias no han estado exentas de críticas. Por ejemplo, el PPT no solo no pone en duda el modelo económico dominante, sino que busca como socio al capital turístico transnacional, de forma que quienes más se han beneficiados han sido las inversiones de capital foráneo y las agencias internacionales de desarrollo. El principal objetivo del PPT, redistribuir los ingresos entre los sectores más desfavorecidos de la población, resulta dudoso puesto que las ganancias de éstos últimos resultan ser circunstanciales en relación a las de quien acapara la mayor parte de los beneficios que genera la actividad. Además, el enfoque PPT valora el impacto de una actividad turística

tes y las inversiones asociadas hacia la mejora de los ingresos y de la calidad de vida de las personas que viven en la pobreza: emplear los pobres en las empresas turísticas; suministrar bienes y servicios a las empresas turísticas que empleen pobres; vender directamente bienes y servicios a los visitantes por los pobres (economía informal); crear empresas turísticas por los pobres – por ejemplo, microempresas, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), o empresas de base comunitaria (economía formal); poner impuestos sobre los ingresos o beneficios del turismo cuya recaudación se destine a beneficiar a los pobres; fomentar las donaciones y el apoyo voluntario de las empresas turísticas y de los turistas; invertir en infraestructura, estimulada por el turismo, que beneficie también a los pobres de la localidad directamente o mediante el apoyo a otros sectores.

a partir de su capacidad de aumentar los ingresos netos de la población subestimando otros factores como el impacto sobre las diferencias socioeconómicas y la distribución de los beneficios, que son considerados temas secundarios (Gascón 2014). Paradójicamente, este hecho entra en contradicción con los objetivos de las propuestas PPT y ST-EP de impulsar la productividad de empresas turísticas locales y fomentar una mejor redistribución de los ingresos entre las comunidades anfitrionas. Por el contrario, el fenómeno de liberalización económica de los servicios turísticos, ha favorecido inversiones turísticas foráneas que no contemplan los costes socio-económicos que originarían en el contexto social (ibídem 2009).

Esta paradoja es tímidamente expuesta por dos de los investigadores implicados en los primeros trabajos sobre el PPT, Caroline Ashley y Harold Goodwin. En un primer informe (2007) “Turismo pro-pobre” – ¿Qué ha ido bien y qué ha ido mal?, se exponen algunas preocupaciones con respecto a las acciones enfocadas a nivel micro y a nichos como el turismo comunitario, al fracaso de no encontrar demanda y a la ausencia de un monitoreo sistemático y documentado sobre los cambios en los medios de vida de los involucrados. En una contribución más reciente, Harold Goodwin (2013) afirma que, a una distancia de más de diez años de su estreno, sorprendentemente hay pocos ejemplos exitosos de iniciativas emanadas del PPT. Además, desde el momento en el que se acuñó el concepto del PPT, se consideró éste como una aproximación al turismo que se centraba en desbloquear las oportunidades para los pobres, más que como un producto turístico. Por último, se remarca que con la puesta en marcha del PPT no se pretendía utilizar la pobreza ni en el mercado ni como una atracción turística (ibídem). Sin embargo, en muchas ocasiones la pobreza ha entrado en el eje de la *exoticidad* de la oferta turística⁶.

En este marco, las ONGs que han aplicado la metodología PPT han confluído en otra paradoja. Contextos considerados “desarrollables”⁷ en los discursos de los Estados dentro del marco de la economía neoliberal, han entrado en la agenda de los proyectos

6. Con respecto a la pobreza como atractivo turístico, resultan emblemáticas las investigaciones de Freire-Medeiros (2007; 2010) del turismo en las favelas en Brasil y las comparaciones etnográficas con los casos de estudio en Soweto (África del Sur) y en Dharavi (India) (Freire-Medeiros 2014). Asimismo, a lo largo de la última década el turismo en espacios de extrema pobreza ha registrado una fecunda producción bibliográfica (Meschkank 2011; Frenzel y Koens 2012; Frenzel et al 2012; Frenzel 2014; entre otros). Por último, la celebración en 2010 del congreso “*Destination Slum! Reflections on the production and consumption of poverty in tourism*”, organizada por la University of the West of England en Bristol, ha sido la consagración de este joven campo de investigación interdisciplinario en turismo (Frenzel y Koens 2012).

7. Con este término Arturo Escobar (2010: 48) se refiere a los procesos históricos a comienzos de los ochenta de incorporación del Pacífico colombiano como entidad “desarrollable” por los discursos del Estado, particularmente mediante el desarrollo y las representaciones y estrategias de conservación.

de desarrollo vinculados con el sector turístico. Para Lins Ribeiro (2013), los flujos y la implementación de modelos de desarrollo no ocurren en el vacío sino que se difunden y circulan proliferando como discursos en las políticas públicas y privadas a nivel global. Cabe señalar igualmente que las ONGs han ido suplantando a los Estados en proyectos de diversa índole (Bretón 2001), entre ellos los de desarrollo y turismo. Por ello, además de las políticas públicas y privadas, las ONGs han desempeñado un papel preponderante e intervencionista en la promoción turística local.

El sector de las ONGs constituye un mundo “tremendamente heterogéneo y, por ello, no es fácil generalizar sobre sus características comunes: las hay que operan con honestidad junto a otras que, tras la fachada de ‘sin ánimo de lucro’, enmascaran su naturaleza de empresa de servicios pura y dura” (Bretón 2004: 431). Las ONGs “suelen ofrecer una imagen común de independencia formal de los Estados y los organismos internacionales que no es real, dada su enorme dependencia de los recursos procedentes de los poderes públicos” (ibídem 2001: 238). Además, las ONGs establecen vínculos formales e informales con organismos gubernamentales, movimientos sociales y agencias internacionales de desarrollo (Fisher 1997), entretejen redes con la nueva economía y actúan como cualquier empresa de servicios convencionales por dos razones fundamentales. Primero, por la necesidad de competir en un mercado, el de la cooperación internacional, que se caracteriza por contar con medios financieros limitados; y, segundo, por las exigencias de cumplir con criterios financieros al modo de empresas capitalistas cuando como organizaciones surgieron con finalidades estrictamente sociales (Breton 2001).

Cabe preguntarse entonces cuál sería el carácter y la finalidad política de las organizaciones no gubernamentales que utilizan el turismo como estrategia de desarrollo. Como bien postula Gascón (2009), es difícil pensar que una ONG –que trabaja en el ámbito sanitario, educativo, agropecuario o en equidad de género– no haya desarrollado un discurso y una posición política al respecto. En paralelo, al creciente interés en el turismo por parte de la cooperación internacional para el desarrollo, ha aumentado también la atención que desde la academia del Estado español los antropólogos han dedicado al análisis del turismo comunitario, que por sus características disfruta de un espacio privilegiado en la promoción de los proyectos de desarrollo turístico local en América Latina. A continuación se profundizará sobre ello.

La emergencia de los “nuevos turismos”

La gama de productos de interés turístico se ha ido diversificando y actualizando según las especificidades de las sociedades contemporáneas. Paralelamente al turismo corporativo, otras tipologías de turismo se han inscrito en la agenda de la promoción turística transnacional, así como también en las políticas de la cooperación internacional. Además, los productos turísticos han aumentado también debido a la segmentación de los mercados turísticos, la ambición constante de los capitales turísticos transnacionales, la diversidad de perfiles, las motivaciones y las prácticas turísticas. En la década de los setenta y ochenta, los estudios turísticos a menudo preguntaban por qué los antropólogos estaban evitando el turismo como un tema legítimo de análisis. Actualmente, la cuestión podría ser la contraria: ¿Por qué los antropólogos prestan tanta atención a las formas alternativas de turismo? (Stronza 2001). La emergencia de estas tipologías de turismo, acordes con los valores naturales, sociales y comunitarios (Smith y Eadington 1992), – como el turismo comunitario, el ecoturismo, el agroturismo, el turismo cultural, el turismo rural, el etnoturismo, etc. –, se sitúa a finales de la década de los ochenta (informe Brundland, “*Our common future*”, 1987) y principios de los noventa (Cumbre de la Tierra, Río de Janeiro, 1992). Estas prácticas turísticas reformulan el *mito del buen salvaje* incluyendo elementos simbólicos como el aportado por el indígena, el campesino, el artesano, el pescador y las sociedades pastoriles (Santana Talavera 2010).

Junto a la preocupación por un turismo sostenible (Ruiz-Ballesteros et al 2008) y las nuevas condiciones y exigencias del mercado, nuevas modalidades turísticas se han articulado entorno a nociones como “cultura”, “experiencia”, “responsabilidad”, “exotismo”, “primitivismo”, “autenticidad” y “sostenibilidad” (Santana Talavera 2003). Por su demanda heterogénea, los diferentes perfiles del potencial público y su carácter minoritario y sofisticado, han sido denominadas “formas alternativas de turismo” (Smith y Eadington 1992; Stronza 2001), nuevos turismos (Santana Talavera 2003), turismos de nicho (Novelli 2005) o turismos post-fordistas (Gascón 2011). “El hecho de que el turismo fuera una actividad no tradicional para las poblaciones rurales, que habían tenido muy poca experiencia tanto profesional como personal en este tipo de sector, convirtió al desarrollo del turismo comunitario en un campo privilegiado para las políticas de cooperación internacional y todo tipo de acompañamientos técnicos externos. Muchas iniciativas de turismo comunitario nacieron al calor de la cooperación o fueron directamente impulsadas por esta” (Cañada 2015a: 161). Más específicamente, el turismo comunitario ha sido considerado como un instrumento muy adecuado por la cooperación para el desarrollo y para erradicar la pobreza en contextos marginales y desfavorecidos.

De acuerdo con Ruiz-Ballesteros y Solís (2007), a partir de las diferentes denominaciones y categorizaciones, es importante clarificar algunas confusiones entorno a la definición del turismo comunitario. El principal problema se debe a la confusión entre productos (ecoturismo, etnoturismo, turismo étnico, turismo indígena) y forma de organización. Así, el turismo comunitario, a diferencia de otras actividades, se caracteriza por la forma en que está gestionado, esto es, por su organización comunitaria como forma distintiva.

Este artículo no problematiza el concepto de comunidad utilizado en el turismo comunitario, que merecería amplio espacio por su complejidad y su relativismo contextual. Por ello, nos limitamos a comprender el turismo comunitario como una forma de organizar la actividad para no confundirla con otras modalidades y productos turísticos. Es decir, “un modelo de actividad turística desarrollada principalmente en zonas rurales y en el que la población local –en especial pueblos indígenas y familias campesinas–, por medio de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su ejecución, gestión y distribución de beneficios” (Cañada 2012: 130). Cabe enfatizar que ha sido por su empuje desarrollista que el turismo comunitario ha entrado con fuerza en la agenda política de intervención local de las ONGs. Además, desde la antropología del Estado español existe un amplio interés en observar la gestión del turismo comunitario en América Latina y el controvertido papel que juegan las agencias de cooperación internacional para el desarrollo (Martínez Mauri 2013, 2015; Hernández 2015). Bajo este propósito, encontramos diferentes descripciones de los éxitos y limitaciones producidos por los proyectos de turismo comunitario y la intervención de las ONGs para su puesta en marcha. A continuación, se observarán algunos casos etnografiados por antropólogos del turismo del Estado español en contextos latinoamericanos.

La mirada de la antropología en el Estado español hacia el turismo comunitario en América Latina

Durante las dos últimas décadas, los estudios antropológicos del turismo elaborados desde el Estado español han dedicado un enfoque especial al turismo comunitario en América Latina. El debate central en el análisis del turismo comunitario se ha fundamentado en la relación entre turismo y desarrollo. En este sentido, los estudios antropológicos de turismo parecen proponer una doble perspectiva: mientras algunos estudios se centran en las luchas de poder y luchas económicas que resultan de los procesos de toma de decisiones inherentes al turismo comunitario; otros abogan por

el papel propositivo del turismo comunitario en las comunidades anfitrionas. En su mayoría, el interés antropológico acerca del turismo comunitario en América Latina se ha centrado principalmente en tres países: Ecuador, Perú y México⁸. A continuación, el artículo proporciona algunos ejemplos de las investigaciones llevadas a cabo por antropólogos en diferentes comunidades latinoamericanas.

En América Latina, Ecuador se suele señalar como el país que cuenta con más experiencias exitosas de turismo comunitario. Esta práctica turística ha sido investigada por varios antropólogos de la Universidad Pablo de Olavide, como Esteban Ruiz-Ballesteros, el cual ha desarrollado diversos estudios sobre el tema en Ecuador.

“Por un lado, es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental, y aun supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural” (Ruiz-Ballesteros y Solís 2007: 13). En la isla Floreana (Galápagos, Ecuador), por ejemplo, el turismo comunitario es propuesto como una solución para impedir que agentes externos se beneficien del desarrollo turístico local isleño (Ruiz-Ballesteros y Cantero 2011; Ruiz-Ballesteros y Brondizio 2013; Andrada, Cantero y Ruiz Ballesteros 2015). Por otro lado, el éxito del turismo comunitario en cinco comunidades de la amazonía, de la sierra y de la costa ecuatoriana (Tunibamba, Huertas, Caguanapamba, Machacuyacu y Agua Blanca) es el resultado de otras dinámicas. En el caso de Machacuyacu se ha debido a la organización en unidades domésticas y grupos familiares, la autogestión de recursos y el sentido colectivo; y en Agua Blanca, se ha vinculado a los procesos de participación, de gestión y de redistribución de beneficios que han proporcionado una estructura organizativa del grupo sobre el turismo comunitario, generando un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios (Ruiz-Ballesteros et al 2008). El caso de Agua Blanca, en la provincia de Manabí, cuenta también con una actividad turística que se ha complementado con el desempeño de actividades como el trabajo en los huertos, la recolección de fruta y la ganadería. Esta misma actividad ha conseguido reducir la emigración ofreciendo posibilidad de empleos, ha contribuido a la apropiación comunitaria de los recursos culturales y medioambientales por parte de la población local y ha mejorado la capacidad de consumo en el mercado por parte de los aguablanquenses (Ruiz-Ballesteros y Solís 2007; Ruiz-Ballesteros 2009; Ruiz-Ballesteros y Vintimilla 2009; Ruiz-Ballesteros 2011; Ruiz-Ballesteros y Gual 2012).

8. En este artículo no se toman en cuenta las investigaciones de Xerardo Pereiro (2013; 2016) que analizan el turismo étnico e indígena en Guna Yala (Panamá), y que precisarían de una contextualización debido a la compleja definición de esta práctica turística.

Si el turismo comunitario busca obtener una mejora en la calidad de vida de las comunidades anfitrionas, cabe cuestionarse y profundizar sobre algunas dinámicas que surgen a largo plazo y así no caer en el mito de los supuestos beneficios del turismo. Los mitos más frecuentes a nivel macro serían la generación de ocupación, el impulso de otras actividades productivas, la modernización de las infraestructuras, la revalorización de los recursos autóctonos y la generación de ingresos en los países de destino que permiten equilibrar la balanza de pagos nacionales (Gascón y Cañada 2005). Muchas veces, estos mitos se diluyen con el pasar del tiempo y con los conflictos de poder entre los grupos involucrados directa e indirectamente en la gestión del turismo comunitario. Sin embargo, a pesar de las buenas intenciones y las virtudes potenciales del turismo comunitario, éste también implica dificultades que a menudo no se toman suficientemente en cuenta (Gascón 2013a).

Desde otra perspectiva, Gascón (1999; 2009; 2013a; 2014)) pone en duda la distribución de los beneficios que el turismo de base comunitaria generan. Aun cuando se trate de una fuente de ingresos marginal en la economía de una comunidad, el turismo comunitario puede incentivar procesos de diferenciación socioeconómica y conflictividad (ibídem 2009). Perú es otro país de América Latina que ha sido estudiado por antropólogos del Estado español interesados en el turismo comunitario. Un ejemplo es la isla Amantaní, en el lago Titicaca, donde se estableció un sistema de turnos entre todas las familias que deseaban alojar visitantes para acondicionar las habitaciones de acuerdo a los requisitos exigidos por el Estado y el pago de impuestos debidos. Muy pronto, por temas de inseguridad e inestabilidad política local, por el surgimiento de la competencia de los destinos turísticos isleños cercanos y debido a la insuficiente promoción de la oferta, el sistema de turnos fracasó excluyendo de los beneficios a buena parte de la población y concentrando éstos en los lancheros que acabaron controlando el escaso mercado turístico local (ibídem 1999).

En el mismo Perú, en otra investigación etnográfica realizada en cinco comunidades quechuas de los departamentos de Cuzco y Puno (Perú), se observan proyectos comunitarios que aplican las directrices metodológicas del enfoque PPT en el marco de la red de turismo rural con participación comunitaria “Pacha Paqareq”. La antropóloga Beatriz Pérez Galán (2012) identificó dos grupos de actores en los proyectos de turismo comunitario: por un lado, la comunidad local compuesta por socios-emprendedores y jornaleros y, por otro, agentes externos (ONGs promotoras y facilitadoras, operadores turísticos y agencias de viaje y agentes gubernamentales). Entre las limitaciones etnografiadas por la autora se observan la cesión de bienes comunitarios en beneficio de las empresas turísticas; la exclusión de las mujeres en las iniciativas y la exacerbación

de las disputas entre los miembros de la comunidad. En conclusión, las iniciativas que aplicaron la metodología PPT no han logrado la triple sostenibilidad (económica, sociocultural y medioambiental) y los proyectos del “Programa Integrado de Apoyo al Desarrollo del Sector Turismo en Perú” (UE-Promperú), con fondos de la Unión Europea y la Comisión de Promoción del Perú, se han restringido al sector privado (agencias de viaje y otros operadores turísticos) y a las ONGs. Además, recientes contribuciones de Beatriz Pérez Galán y Norma Fuller (2015) indican que, en la última década, la red “Pacha Paqareq” ha promovido la incorporación masiva de las mujeres a los proyectos de turismo comunitario en la región peruana, pero mediante una perspectiva androcéntrica. La participación de las mujeres en estos proyectos comunitarios se ha limitado a labores tradicionalmente femeninas, impidiendo su acceso a mejores retribuciones.

En el nordeste de Brasil, en el Delta del Parnaíba, la emergencia de las primeras propuestas de turismo comunitario en localidades costeras del Estado de Piauí, junto a al aumento de empleos puntuales en el mercado turístico local (guías turísticos, recaudadores de clientes e intermediarios, barqueros) – en la mayoría de los casos informales –, han desembocado en conflictos de poder entre grupos de lancheros, agentes turísticos locales y externos, debido a la lucha por el monopolio de nichos de mercados turísticos como la gestión del transporte y del excursionismo fluvial en el Delta del Parnaíba. Además, la emergencia de modalidades de turismo gestionadas por unidades familiares, como el caso del turismo étnico (Milano 2015b), han acaparado el interés de empresas turísticas/inmobiliarias foráneas y de agencias internacionales de desarrollo que han irrumpido en el ya fragmentado y débil mercado turístico local produciendo negociaciones y conflictos por la tenencia de la tierra y la exclusión de muchos isleños del mercado turístico local. Por último, los proyectos de turismo comunitario en el cercano Estado de Ceará y la constitución de la Red de turismo comunitario TUCUM – que cuenta con el apoyo de agencias de desarrollo internacionales – ha facilitado la entrada de ONGs, (con fondos de la Comunidad Europea), que han puesto en marcha proyectos de capacitación turística en el litoral piauiense. En los últimos años estos proyectos han generado expectativas acerca de los potenciales beneficios del turismo comunitario entre las comunidades costeras y deltaicas del Estado del Piauí.

Junto a los casos mencionados anteriormente, México ha sido otro de los países que ha llamado la atención de los antropólogos del Estado español interesados en el turismo comunitario. Para respaldar la intrínseca relación entre cooperación internacional, mundo académico y turismo, tomemos en cuenta algunos proyectos de turismo comunitario en la Selva Lacandona de Chiapas (México) llevados a cabo por la Universidad de Alicante (UA) España, la Universidad Intercultural de Chiapas (UNICH) México, y

miembros de las comunidades locales tanto por las dos entidades educativas como por la AECID (Pastor Alfonso 2011). A partir de estas experiencias colaborativas se publicó el libro “Impactos socioculturales en el turismo comunitario: una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)”, que incluye las perspectivas indígenas y la traducción en sus idiomas locales (Pastor Alfonso y Gómez López 2010). Contamos también con más recientes contribuciones que describen el trabajo etnográfico desarrollado en la región basado en acciones de investigación participativa (IAP) y de cooperación internacional y capacitación comunitaria para desarrollar proyectos de turismo rural e indígena (Pastor Alfonso y Espeso Molinero 2015; Espeso-Molinero et al 2016). Junto a algunos resultados exitosos, como la revitalización de la economía, la toma de conciencia del valor natural y el aumento del empleo e inclusión de las mujeres en el mundo laboral (Pastor Alfonso y Gómez López 2010; Pastor Alfonso 2012), el caso de la Selva Lacandona demostraría algunos claro-oscuros e inconvenientes, como los efectos negativos producidos por un enfoque paternalista de los organismos públicos o la distribución desigual de los beneficios del turismo. Desde el comienzo de las actividades de turismo comunitario en algunas comunidades de la región – con los grupos étnicos de origen maya: lacandones, ch’oles y tzeltales –, la participación de agentes externos está influyendo de forma negativa. Así, sus recursos no alcanzan a dar soluciones a las nuevas problemáticas que se presentan: generación de residuos líquidos y sólidos (químicos, basura, plástico, vidrios etc.); la adaptación de la artesanía local para el consumo exclusivo del visitante; la imagen distorsionada de las comunidades lacandonas a fin de promocionar su hábitat y su cultura; la participación de las mujeres por puro formulismo en los proyectos financiados; y las tensiones entre jóvenes y ancianos por el deseo de los primeros de participar en actividades económicas que, hasta hace poco, estaban reservadas a sus mayores (Pastor Alfonso 2011; Pastor Alfonso et al 2012).

A partir de los casos observados no podemos contar con un modelo de turismo comunitario aplicable universalmente, de forma que éste siempre tendrá que adaptarse a las características del contexto y de la población local. Una experiencia exitosa puede ser tomada como referente, pero nunca como ejemplo a replicar (Cañada y Gascón 2007). Es decir, el debate queda abierto al análisis de las características de los contextos donde el turismo comunitario viene propuesto como actividad alternativa y de diversificación económica. Además, la redistribución de beneficios entre los grupos involucrados en su gestión no serán nunca parejos. Los estudios antropológicos del turismo, en aumento en esta temática (véase Hernández 2015), tendrán que facilitar herramientas así como un análisis longitudinal para una mejor comprensión de las prácticas sociales y turísticas que implica el turismo comunitario para los directa e indirectamente involucrados. Hablar

de costes y beneficios, además de representar una visión añeja para el análisis del fenómeno y para las prácticas turísticas contemporáneas, siempre dependerá de los actores implicados y de que los efectos negativos para unos podrán ser positivos para otros.

Reflexiones finales

La estrecha relación entre los estudios antropológicos del turismo y la antropología preocupada por los procesos de desarrollo en el Estado español se ha debido, entre otros factores, a la introducción del turismo en la agenda política de las ONGs y a la enérgica promoción del turismo comunitario en América Latina (Martínez Mauri 2013; 2015). Desde la década pasada, el turismo comunitario ha generado un amplio debate acerca de las definiciones de sus características y las motivaciones de su irrupción en la agenda de la cooperación internacional. Los casos etnográficos observados nos han brindado múltiples testimonios de entornos turísticos y de gestión del turismo comunitario. Por un lado, se ha observado como esta práctica turística ha conseguido fomentar alternativas complementarias a los modelos de desarrollo hegemónico, la apropiación y la autogestión de recursos, y ha logrado limitar el ingreso de agentes externos en los mercados turísticos locales (Pastor Alfonso y Gómez López 2010; Pastor Alfonso 2012; Ruiz-Ballesteros y Solís 2007; Ruiz-Ballesteros et al 2008; Ruiz-Ballesteros y Vintimilla 2009; Ruiz-Ballesteros y Hernández-Ramírez 2010; Ruiz-Ballesteros 2009; 2011; Ruiz-Ballesteros y Cantero 2011; Ruiz-Ballesteros y Gual 2012; Ruiz-Ballesteros y Brondizio 2013; Andrada, Cantero and Ruiz-Ballesteros 2015). Por otra parte, ha generado conflictos de poder entre grupos directa e indirectamente involucrados con la actividad turística, dinámicas paternalistas, la irrupción de agentes externos en los mercados turísticos locales y, por último, ha propagado procesos de adaptación de la artesanía local para el mero consumo turístico (Gascón 1999; 2009; 2013a; 2014; Pastor Alfonso 2011; Pastor Alfonso et al 2012; Pastor Alfonso y Espeso Molinero 2013; Pérez Galán 2012; Pérez Galán y Fuller 2015; Milano, 2015).

Durante la celebración, en Septiembre de 2016, del segundo Congreso Internacional de Antropología AIBR (Asociación de Antropólogos Iberoamericanos en Red) con título: “Identidad: puentes, umbrales y muros”, en la introducción del panel “Turismo en el Mundo rural: ¿Gentrificación o consolidación de las economías campesinas e indígenas?”, coordinado por Jordi Gascón y Claudio Milano, Jordi Gascón expuso tres hipótesis que podrían explicar el dualismo de resultados de la producción bibliográfica en la antropología del turismo. La primera podría ser el resultado de analizar contextos

locales diferentes. Es decir, un mismo fenómeno puede producir consecuencias distintas dependiendo de los contextos en análisis. La segunda hipótesis se refiere al marco teórico y la perspectiva del antropólogo a la hora de investigar el fenómeno turístico. El investigador llega a terreno con unas convicciones teóricas que predeterminan su mirada del fenómeno, algo que le llevaría a valorar más unas consecuencias del fenómeno turístico que otras. La tercera hipótesis estaría relacionada con las bases metodológicas. Es decir, el dualismo podría depender de la duración del trabajo de campo. Si aplicamos la teoría del Ciclo de Vida Turístico, resulta que la mayor parte de los trabajos de campo solo hacen una *instantánea* de un proceso de mucha más larga duración. El antropólogo podría evaluar positivamente el fenómeno turístico porque lo ha estudiado en una fase de crecimiento y apogeo. Un tiempo después, puede entrar en la fase de crisis o estagnación, y hallarse ante unos procesos que no habría valorado de la misma manera.

Con respecto al turismo comunitario, lo que resulta dudoso es la intervención de las agencias de desarrollo internacional que han implementado políticas basadas en los principios de las metodologías PPT y/o ST-EP, dentro de las cuales podemos incluir el turismo comunitario, valorando mayoritariamente la capacidad de incrementar los ingresos económicos en detrimento de otros factores como la inestabilidad y fluctuabilidad del sector turístico, la exclusión socio-económica y la diversificación de actividades agropecuarias. Además, cabe señalar la incongruencia de las conceptualizaciones de la pobreza del PPT y del ST-EP, y la dependencia externa que generan. Por último, el PPT ha sido incapaz de analizar si el desarrollo del turismo combate la pobreza o la consolida (Gascón 2014), promocionando en algunos casos atractivos turísticos de extrema pobreza (véase *Slum Tourism*).

Igualmente, a pesar de que algunas investigaciones demuestran que el turismo comunitario puede dar buenos resultados, cuando se han empleado metodologías como el PPT y el ST-EP se ha legitimado la intervención y el asistencialismo de agencias de desarrollo internacional originando una fuerte dependencia de inversiones foráneas. Tal y como nos recuerda Pérez Galán (2012) cabe identificar también las diferencias entre esta tipología de proyecto de turismo comunitario y las modalidades turísticas convencionales que en algunos casos comparten los mismos discursos de sostenibilidad, inclusión social, empoderamiento y valoración de cultura de los pobres. Por ello, el debate queda abierto a futuras investigaciones y estudios longitudinales que analicen su incidencia para problematizar las prácticas que caracterizan la puesta en marcha del turismo comunitario en sus diferentes casuísticas locales. Además, desde la antropología es deseable replantear el foco de nuestros estudios en entornos turísticos, aplicando modelos alternativos y conviniendo que los efectos negativos son consecuencia de

prácticas sociales específicas y no de la esencia depredadora del fenómeno (Nogués-Pedregal 2011). El aumento del interés antropológico desde el Estado español acerca del desarrollo del turismo comunitario, así como el papel de la cooperación internacional en América Latina, deja abierto el debate sobre esta compleja práctica social, política, económica y turística.

Bibliografía

- ANDRADA, J., CANTERO P. y RUIZ-BALLESTEROS, E. (2015) *Floreana, isla-mundo en Galápagos*. Abya-Yala, Quito.
- ASHLEY, C., y GOODWIN, H. (2007) *Turismo pro-pobre: ¿Qué ha ido bien y qué ha ido mal?*, El Salvador: Overseas Development Institute.
- ASHLEY, C., BOYD, C., y GOODWIN, H. (2000) *Pro-poor Tourism: Putting Poverty at the Heart of the Tourism Agenda*. Natural Resource Perspectives Report 51. London: Overseas Development Institute.
- ASHLEY, C., GOODWIN, H., & ROE, D. (2001) *Pro-poor tourism strategies: Expanding opportunities for the poor*. London: Overseas Development Institute.
- BRETÓN, V. (2001) *Cooperación al desarrollo y demandas étnicas en los Andes ecuatorianos: ensayos sobre indigenismo, desarrollo rural y neoindigenismo*. Quito: Flacso.
- BRETÓN, V. (2004) “Las organizaciones no gubernamentales y la privatización del desarrollo rural en América Latina”, in Paz Moreno, F. *Entre las Gracias y el Molino Satánico: Lecturas de Antropología Económica*, Madrid: UNED Ediciones, pp. 463-483.
- BRUNER, E. M. (1989) “Of cannibals, tourists, and ethnographers”, *Cultural Anthropology* 4 (4), pp. 438-445.
- BURNE, S. M. A., y DACHARY, A. A. C. (2008) *Turismo y desarrollo: crecimiento y pobreza*, México: Universidad de Guadalajara.
- BUTCHER, J. (2003) *The Moralization of Tourism. Sun, sand and saving the world?* London: Routledge.
- CAÑADA, E. (2012): “Turismo comunitario, un espacio en disputa”, in Buades, J., Cañada, E. y Gascón, J. (Eds.) *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: TFR, pp. 130-131.
- CAÑADA, E. (2015a) “La comercialización del turismo comunitario en América Latina”, *Anuario de Estudios Centroamericanos* (41), pp. 159-189.
- CAÑADA, E. (2015b) *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria.

- CAÑADA, E. y GASCÓN, J. (2007) *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace
- CRICK, M. (1985) "Tracing" the Anthropological Self: Quizzical Reflections on Field Work, Tourism and the Ludic", *Social Analysis* 17: 71-92.
- CORIOLOANO, M. T. N. L. (2003) "Os limites do desenvolvimento e do turismo", *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 1 (2), pp. 161-171.
- DE MAN, F. (2013) "Actores en el turismo sostenible: empresas, instituciones y ONG", in Gascón, J., Morales, S., y Tresseras, J. *Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates*, Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona, pp. 27-64.
- DE KADT, E. (1979) *Tourism: Passport to development?* Oxford: Oxford University Press.
- ESCOBAR A. (2010) *Territorios de diferencia. Lugar, Movimientos, Vida, Redes*. Popayán, Envión.
- ESPESO-MOLINERO, P., CARLISLE, S., y PASTOR-ALFONSO, M. J. (2016) Knowledge dialogue through Indigenous tourism product design: a collaborative research process with the Lacandon of Chiapas, Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (8-9), pp. 1331-1349.
- FISHER, W. F. (1997) "Doing good? The politics and antipolitics of NGO practices", *Annual review of anthropology* (26), pp. 439-464.
- FREIRE-MEDEIROS, B. (2007) "A favela que se vê e que se vende: reflexões e polémicas em torno de um destino turístico", *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 22 (65), pp. 61-72.
- FREIRE-MEDEIROS, B. (2010) "Entre tapas e beijos: a favela turística na perspectiva de seus moradores" *Sociedade e estado* 25 (1), pp. 33-51.
- FREIRE-MEDEIROS, B. (2014) *Touring poverty*. London: Routledge.
- FRENZEL, F. (2014) "Slum Tourism and Urban Regeneration: Touring Inner Johannesburg". *Urban Forum* 25 (4), pp. 431-447
- FRENZEL, F., Y KOENS, K. (2012) "Slum tourism: developments in a young field of interdisciplinary tourism research", *Tourism geographies* 14 (2), pp. 195-212.
- FRENZEL, F., KOENS, K., AND STEINBRINK, M. (2012) *Slum tourism: Poverty, power and ethics* (Vol. 32), London & New York: Routledge.
- GASCÓN, J. (1999) *Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el sur andino peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo*, Tesis doctoral: Universitat de Barcelona.

- GASCÓN, J. (2009) *El turismo en la cooperación internacional*. Barcelona: Icaria.
- GASCÓN, J. (2011) “Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino”, *Mundo agrario*, 11 (22).
- GASCÓN, J. (2013a). “The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept”, *Journal of Sustainable Tourism* 21 (5), 716-731.
- GASCÓN, J. (2013b) “El área de estudios del Foro de Turismo Responsable: La investigación crítica como instrumento para la incidencia política”, in Sariego López, I. (coord.) *Los nuevos retos para la investigación en turismo y cooperación*. II Seminario COODTUR. Santander: Universidad de Cantabria
- GASCÓN, J. (2014) “Pro Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: A Critique”, *Journal of Agrarian Change* (15) 4, pp. 499-518.
- GASCÓN, J. y CAÑADA, E. (2005) *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, Barcelona: Editorial Icaria.
- GASCÓN, J., MORALES PÉREZ, S. y TRESSERRAS J. (2013) *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates*, Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.
- GOODWIN, H. (2013) “Turismo y reducción de la pobreza”, in Gascón, J., Morales, S., y Tresseras, J. *Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates*, Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona, pp. 387-405.
- GRABURN, N. H. (1983) “The anthropology of tourism”, *Annals of Tourism Research* 10 (1), pp. 9-33.
- HANNAM, K., SHELLER, M., y URRY, J. (2006) “Editorial: Mobilities, immobilities and moorings”, *Mobilities*, 1 (1), pp. 1-22.
- HERNANDEZ, R. J. (2015) “El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 13 (2), pp. 305-331.
- LEWIS, O. (1972) *La cultura de la pobreza*, Barcelona: Cuadernos Anagrama.
- LINS RIBEIRO, G. (2013) “Global Flows of Development Models”, *Anthropological Forum: A Journal of Social Anthropology and Comparative Sociology* (23) 2, pp. 121-141
- MARTÍNEZ MAURI, M. (2013) “La investigación en turismo y desarrollo en España. Una mirada antropológica”, in Gascón, J., Morales, S., y Tresseras, J. *Coopera-*

- ción en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates*, Universitat Oberta de Catalunya, pp. 85-105.
- MARTÍNEZ MAURI, M. (2015) “Una mirada sobre la turistificación de la antropología del desarrollo en el Estado español”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 13 (2) pp. 347-358.
- MARTÍNEZ MAURI, M. y LARREA KILLINGER C. (2010) *Antropología social, desarrollo y cooperación internacional*, Barcelona: Editorial UOC.
- MESCHKANK, J. (2011) “Investigations into slum tourism in Mumbai: poverty tourism and the tensions between different constructions of reality”, *GeoJournal*, 76 (1), pp. 47-62.
- MILANO, C. (2015a) “*Eran bichos de siete cabezas*” *Una isla del Delta del Parnaíba (Brasil) en la mira de la promoción turística transnacional*, Tesis Doctoral: Universitat Autònoma de Barcelona.
- MILANO, C. (2015b) La movilización de lo étnico en las prácticas turísticas del delta del Parnaíba (Brasil), in *En tránsito: voces, acciones y reacciones*, Colección Monografías, CIDOB, Barcelona Centre for International Affairs, pp. 177-191
- MOWFORTH, M. y MUNT, I. (1998) *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. Londres: Routledge.
- NASH, D. (1989) “Tourism as a Form of Imperialism”, in Smith, L. V. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (second edition). Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 37-52.
- NEL-LO ANDREU M. y PÉREZ ALBERT Y. (2012) “El turismo como ámbito de investigación en los proyectos de cooperación en América Latina” in *XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles*, CEEIB, pp. 922-938.
- NEL-LO ANDREU, M. y PÉREZ ALBERT, Y. (2015) “La Cooperación Internacional de la Universidad española en el ámbito de turismo”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (13) 5, pp. 983-1001.
- NOGUÉS-PEDREGAL, A. M. (2011) “Prólogo a la edición española: La antropología entre lo cultural y el turismo” in Boissevain, J. *Lidiar con turistas: reacciones europeas al turismo de masa*, Barcelona: Editorial Bellaterra, pp. 9-25.
- NOVELLI, M. (Ed.). (2005) *Niche tourism: contemporary issues, trends and cases*. Routledge.
- PALOU RUBIO, S. (2014) “Anthropological Study of Tourism in Spain. Notes about a Brief Anthropological Culture Dedicated to the Study of Tourism”, *Anthropology News* 55 (9-10), pp. 31.
- PASTOR ALFONSO, M. J. (2011) “Aprendiendo sobre el desarrollo turístico: Proyectos interuniversitarios de cooperación internacional en Chiapas”, in Pastor Alfonso,

- M. J. y Martínez, F. A. *Interculturalidad: Comunicación y educación en la diversidad*, Barcelona: Editorial Icaria, pp. 135-148.
- PASTOR-ALFONSO, M. J. (2012) Turismo y cambio en el entorno de los lacandones. Chiapas, México: *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (1), pp. 99-107.
- PASTOR ALFONSO, M. J., y GÓMEZ LÓPEZ, D. (2010) *Impactos socioculturales en el turismo comunitario: una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)*, Editorial Aguaclara.
- PASTOR ALFONSO, M. J., GÓMEZ LÓPEZ, D., y ESPESO MOLINERO, M. D. P. (2012) Turismo comunitario y sus consecuencia entre los lacandones de Chiapas. Organismos y sistemas de apoyo, in Santana, Talavera, A., Rodríguez Darías J. y Díaz Rodríguez P. (Eds.) *Responsabilidad y turismo*, Tenerife: *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, pp. 23-43.
- PASTOR ALFONSO, M. J., y ESPESO MOLINERO, M. D. P. (2013) “Turismo indígena y cooperación en turismo. Replantando las relaciones”, in Gascón, J., Morales, S., y Tresseras, J. *Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates*, Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona, pp. 107-122.
- PASTOR-ALFONSO, M., y ESPESO-MOLINERO, P. (2015) “Capacitación turística en comunidades indígenas. Un caso de Investigación Acción Participativa (IAP)”, *El Periplo Sustentable*, 29, pp. 171-208.
- PEREIRO, X., DE LEÓN, C., MARTÍNEZ MAURI, M., VENTOCILLA, J. y DEL VALLE, Y. (2012) *Los turistas Kunas. Antropología del Turismo étnico en Panamá*, Palma: Universidad Islas Baleares.
- PEREIRO, X. (2016) *A review of Indigenous tourism in Latin America: Reflections on an anthropological study of Guna tourism (Panama)*. *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (8-9), pp. 1121-1138.
- PÉREZ GALÁN, B. (2012) “Retóricas del turismo y desarrollo en los Andes: La Red de Turismo Rural Comunitario Pacha Paqareq, Perú”, in Asensio, R. H., y Pérez G. B. (Eds.) *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina. La Laguna (Tenerife): Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Colección Edita 8, pp. 171-200.
- PÉREZ GALÁN, B. y FULLER, N. (2015) Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 31, pp. 95-119.

- PRATS, L. (1997) *Antropología y patrimonio*, Barcelona: Editorial Ariel.
- PRATS, L. (2011) “La viabilidad turística del patrimonio”, *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* (9) 2, pp. 249-264
- PRATS, L. y SANTANA TALAVERA A. (2005) “Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones” in Santana Talavera A. y Prats C. L. (Eds.) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*, Sevilla, Fundación El Monte, FAAEE, Asociación Andaluza de Antropología, pp. 9-25.
- PLEUMARON, A. (1994) “The political Economy of Tourism”, *The Ecologist* (24) 4, pp. 142-148.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. y SOLIS, D. (2007) (Coords) *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Ecuador: Abya-Yala, Universidad de Cuenca.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. y GUAL, M.A. (2012) The emergence of new commons. Community and multi-level governance in the Ecuadorian coast. *Human Ecology* 40, pp.847-862.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. y BRONDIZIO, E.S. (2013) Building negotiated agreement: The emergence of community based tourism in Floreana (Galapagos Islands). *Human Organization* 72 (4), pp. 323-335.
- RUIZ-BALLESTEROS, E., HERNÁNDEZ, M., COCA, A., CANTERO, P., y DEL CAMPO, A. (2008) “Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 6 (3), pp. 399-418.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. Y HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, M. (2010) “Tourism that empowers? Commodification and appropriation in Ecuador’s turismo comunitario” in *Critique of Anthropology* 30 (2), pp. 201-229.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. (2009) *Agua Blanca. Comunidad y turismo en el Pacífico ecuatorial*. Abya-yala, Quito.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. (2011) Social-ecological resilience and community-based tourism: an approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management* 32 (3), pp. 655-666.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. y CANTERO MARTÍN, P. A. (2011) “Entre Darwin, la baronesa y el cucuve. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos)”. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Colección Pasos Edita 5, pp. 63-77.

- RUIZ-BALLESTEROS, E. y VINTIMILLA, M. A. (coords.) (2009) *Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Abya-Yala: Quito.
- SALAZAR, N. B. (2006) "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo" *Tabula Rasa: Revista de Humanidades* (5) 1, pp. 99-128.
- SANTANA TALAVERA, A. (1997) *Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Editorial Ariel.
- SANTANA TALAVERA, A. (2003) "Turismo cultural, culturas turísticas", *Horizontes antropológicos*, 9 (20), pp. 31-57.
- SANTANA TALAVERA, A. (2010) "Patrimonio cultural: ¿entre diferenciación y cohesión identitaria?" in Bataillou, C. (dir.) *Tourismes, Patrimoines, Identités, Territoires*. Presses Universitaires de Perpignan, pp. 23-33.
- SHARPLEY, R. y TELFER, D. J. (ed.) (2002) *Tourism and development. Concepts and issues*, Clevedon: Chanel View Publications.
- STRONZA, A. (2001) "Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives", *Annual Review of Anthropology* (30), pp. 261-283.
- SMITH, V.L. y EADINGTON, W.R. (Eds.) (1992) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Chichester: Wiley,
- TELFER, D. J. y SHARPLEY, R. (2008) *Tourism and Development in the Developing World*, London, UK & New York, NY: Routledge.
- TURNER, L., y ASH, J. (1991) *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Madrid: Endymion.
- UNESCO (1976) "The Effects of Tourism on Socio-Cultural Values", *Annals of Tourism Research* (4) 2, pp. 74-105.
- URRY, J. (2002). "Mobility and proximity", *Sociology* 36 (2), pp. 255-274.
- WEARING, S. y MCDONALD, M. (2002) "The development of community based tourism: Re-thinking the relationships between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities", *Journal of Sustainable Tourism* 10 (3), pp. 191-206.

IMAGE ON INTERNET AS A STRATEGY OF REJUVENATION: VIRTUAL EXPECTATIONS

Pablo Díaz Rodríguez

*Universidad de Las Américas. Escuela de Hospitalidad y Turismo.
Campus Sistemas socioecológicos, Paisaje y Desarrollo local (ADAPTA). UCM-ULL*

Agustín Santana Talavera

*Universidad de La Laguna. Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales.
Fac. Ciencias Políticas y Sociales, Campus Guajara. La Laguna, Tenerife*

Alberto Jonay Rodríguez Darías

Universidad Europea de Canarias. La Orotava, Tenerife

Abstract

Fuerteventura (Canary Isles, Spain) has historically been characterized as a tourist destination with a consolidated 'sun, sand and sea' image. Recent studies reveal the existence of important socio-environmental saturation symptoms that warn of the need for a change of course. The tourism sector is currently trying to promote the idealization of new visitors through renovation strategies of its projected image. These images are revealed as an important cultural mediation mechanism that influences the conformation of pow-

Resumen

Fuerteventura (Islas Canarias) ha sido históricamente caracterizada como un destino turístico con una imagen consolidada de sol y playa. Estudios recientes revelan importantes síntomas de saturación socioambiental que alertan sobre la necesidad de un cambio de rumbo. Ante estas alertas el sector está tratando en la actualidad de fomentar la idealización de nuevos visitantes a través de estrategias de renovación de su imagen proyectada. Estas imágenes se revelan como un importante mecanismo de mediación cultural que in-

er structures. This article examines the processes of resignification that involves the creation of these images. Therefore, quantitative and qualitative techniques are combined in the analysis of the contents, strategic codes and ideological narratives present in the discourses of the most visited websites of Administration, enterprises and tourists from its main tourism source markets. The projection of four underlying cultural images is revealed: *i)* paradise place; *ii)* remote destination; *iii)* primitivism; *iv)* traditionalism, all of which would be framed in turn in the projection of an overall image of Fuerteventura as an ideal coastal destination. These images contain ideological discourses that seek to transform certain resources into cultural merchandising, covering in them dynamics of cultural identification which can generate effects on self images of local populations.

Keywords: Cultural resignification, Destination Rejuvenation, Fuerteventura, Internet, Power structures, Projected Image.

fluye en la conformación de estructuras de poder. Este artículo examina los procesos de resignificación que implican la creación de estas imágenes. Para ello se analizan cuantitativa y cualitativamente los contenidos, códigos estratégicos y narrativas ideológicas presentes en los discursos de las páginas web de administraciones, empresas y turistas más visitadas desde los principales mercados emisores de Fuerteventura. Se revela la proyección de cuatro tipos de imágenes culturales subyacentes *i)* lugar paradisíaco, *ii)* destino remoto, *iii)* primitivismo y *iv)* tradicionalismo, enmarcadas en una imagen general de Fuerteventura como destino costero ideal. Estas imágenes encierran discursos ideológicos que tratan de transformar ciertos recursos en mercancía cultural, abarcando en ellos dinámicas de identificación cultural que pueden generar efectos sobre las imágenes propias de las poblaciones locales.

Palabras clave: Estructuras de poder, Imagen proyectada, Internet, Fuerteventura, Renovación de destinos, Resignificación cultural.

Funded: Ministerio de Economía y Competitividad. Spain. CSO2012-38729-C02-01

1. Introduction

The development process of a tourist destination involves a symbolic action that results in a transformation of places, practices and identities. Dynamic processes of touristic products construction imply ideological discourses and representational transformations. The choice of some resources over others and the redefinition of their attributes can be seen as a political act, which ultimately determines the structural positions of some groups over others (Valcuende et al 2012, Pereiro 2013, Díaz 2015). The realization of these processes is performed from the creation of understandable 'cultural images' suitable for consumption, thus creating a 'built for sale image' (Santana 2009). Concordance of the constructed image about understandings and identification of the inhabitants of the destination ('self-image') will be conditioned both by the mechanisms of adaptation or reinvention of meanings on which it is sustained, and by the adaptation more or less forced according to different interests to serve as an instrument of attraction to specific demands.

The interest in the image of this paper focused on its assumed capacity as signifier agent of the territory. This capacity becomes more complex in tourist renewal contexts as in the selected study case: Fuerteventura (Canary Isles). In these cases, the preview image may difficult the (re)generation strategies. Incompatibilities that affect the processes of interpretation and apprehension of it may arise enhancing conflicts derived from feelings of excessive trivialization of the identification referents of the destination population. Generally, these symbolical incompatibilities are often not taken into account by institutions, managers, tourist agents or other actors involved in destinations development. These dynamics contribute to consolidate unequal power structures and enhance contestation reactions by populations who do not feel involved in the decision making, affecting the viability of projected images (Cortés 2012, Díaz 2015). The anthropological contribution in this regard can be crucial, as the deconstruction of sociocultural structures and meanings is where its main focus of analysis is located.

The elements of everyday life are thus converted into flagship products through the images, rebuilt as affordable experiences according to their consumers (Gil et al 2012). This will involve varying degrees of decontextualization and objectification, obviating to a greater or lesser extent the processes that give them the value of cultural identifiers. In many cases, the final presentation will suit the demand of unforgettable and unique experiences (Kim 2014, Soresen & Jensen 2015) stating anachronistic 'genuine' products based on stereotypes of exoticism and otherness. From this point of view, the projected images can be understood as a process of selection or creation of non-arbitrary

attributes that are symbolized to turn them into ideological tools that generate attraction based on the needs of the dominant societies. These dynamics are seen as essential in the positioning of a destination in the global tourism market. Ultimately it is a matter to guide the potential consumer to the apprehension of the image more responsive to the choice of buying a destination and the consumption of certain touristic products.

Processes and strategies of re-creation tourism image have been largely studied in the literature. Based on input from Ronai (1976), Echtner & Ritchie (1991) and Santana (2009), while addressing the theoretical foundations on which most of the contributions are based, these could be systematized in the use of the following codes:

Table 1. Strategies for attracting projected images

<i>Psychological code</i>	Evoking emotions which relive experiences
<i>Aesthetic code</i>	Destination as an enjoyable artistic material element
<i>Unconscious code</i>	Adjectival destination as subliminal messages
<i>Mythical code</i>	Fabulous representations of the past, the future, etc.
<i>Strategic code</i>	Emblematic distinction from possible alternatives.
<i>Geographic/Cultural code</i>	Uniqueness of the geomorphology, climate and native populations
<i>Infrastructural code</i>	Ease and convenience of access and stay
<i>Practical code</i>	Possibility of activity, mobility, infrastructure, etc.
<i>Picturesquel/Magnificent code</i>	Monumentality and landscape
<i>Emotive code</i>	Evoking feelings
<i>Unique code</i>	Distinction for exclusive attributes of the area

<i>Common code</i>	Undifferentiated characteristics common to different places
<i>Attributive code</i>	Presentation based on the enumeration of attributes
<i>Holistic code</i>	Overall impression of the destination
<i>Functional code</i>	Emphasis on directly observable elements
<i>Intangible code</i>	Emphasis on abstract features, difficult to measure

Source: Based on Ronai (1976), Echtner & Ritchie (1991) and Santana (2009).

The scope and effectiveness of the projected images as elements of attraction have been conditioned by available technology throughout history. Fundamentally, brochures and intermediaries have played a key role in spreading the 'promoted image'. However, access and popularization of new technologies have transformed the Internet into a means of dissemination of essential and powerful image. In the last decade, this tool has increased its strategic possibilities for position the destinations. Apart from the experience and improved ability to search for information from the Internet users, the possibility of participation, the coupling between services (interoperability), the ubiquity of information and standardization of online marketing, have made virtualization one increasingly important field for projecting images on all aspects.

In fact, tourism is considered as one of the activities that have been influenced more by the development and increased access to Internet (Buhalis & Law 2008, Law et al 2010, Rodríguez et al 2013). This is why the image analysis makes Internet a key research area to study diachronically the strategies used and implicit ideological discourses in their projection. This may generate a deeper understanding of the cultural re-symbolization processes involved with image projection, as well as improving the effectiveness of dissemination and attraction. In addition, the undesirable effects of these interventions can thus be minimized, while the high degree of activity and adaptation of this medium allows the observation of responses and modifying strategies in ways hitherto hardly seen.

Of greater concern is this type of analysis if we approach image transformations derived from renewal processes of tourist destinations. According to the theory of Tourism Area Life Cycle (Butler 1980), when a destination is showing signs of stagnation (low quality

of products and services offered, substitute emergence of new destinations, overcrowding, obsolescence infrastructure or impacts on the quality of life of local populations and the environment, among others) are essential revitalization responses to prevent its decline. Often, an important measure of these strategies is the re-creation of the projected image. These changes are usually complicated and expensive, while, especially in mature destinations, the previous image is often rooted in global tourism. Strategies of image re-creation should combine the benefits they bring the positive aspects of a rooted image in the international tourist imaginary, with those involving the introduction of new attributes on an image guiding the destination towards its renewal, without obviating the 'self-images' of local populations. This article describes the processes involved in creating new meanings of touristic images of the island of Fuerteventura.

2. Approach to the study context

Fuerteventura can be considered a destination with a traditional 'sun, sand and sea' image consolidated in the international tourism market. According to the model of Tourism Area Life Cycle, the island has suddenly gone from a late stage of development, to suffer the distinctive difficulties of a destination in stagnating phase: socio-environmental saturation, poor renewal of its attractions, defects in their mechanisms of supply, high levels of dependency, reduced tourism spending, obsolescence of infrastructure and poor political structure (Santana et al 2010, Rodríguez et al 2013). These alerts have been recently considered by the sector, which starts implementing repositioning strategies from the singling out of the offer, through inclusion in its image of certain attributes associated with the 'culture' and the 'nature' of the island (Rodríguez et al 2013).

The classic destination slogans like "Fuerteventura, the Beach of Canary Islands" or "Fuerteventura, the best beaches of the Atlantic" have since begun to give way to others as "Fuerteventura, natural paradise of deserts" or "Fuerteventura, nature for caring and sharing", with a repositioning will literally specified by local authorities:

«The willingness to materialize the idea dates back to February 2005 with the commitment of the Council to commission an ecological study to base the Natural Resources Ordinance Plan of the future Park. (...) The prior relationship between scientists who were contacted for this study and members of the Council focused on the current economic dependence of island from tourism and complementarity that would have a model of cultural basis and nature as an alternative to 'classical' tourism» (Pineda 2010: 11).

These actions involve significance of the space as an aesthetic element based on its alleged provision of unique values that need to be conserved. With them are covered meanings and customary images based on experiences and daily practices that pass by extension to join the list of cultural heritage that can be experienced:

«The project, on a cultural level it will make possible to reach its singularities for all those who are on the island. In the economic sphere, will contribute to position Fuerteventura “as a market with unique features that not only bid ‘sun, sand and sea’ but a whole range of natural parks, heritage assets, rural areas and leisure centers and museums”» [<http://bit.ly/1rGB6Xp>]

Previous analyzes (Santana et al 2011, Rodríguez et al 2013) showed that the use of the Internet as a tool for disseminating the image in Fuerteventura was largely wasted. However, the further consolidation of renovation needs and popularization by the use of the Internet, have promoted in recent years the projection of the image of the destination in a general way and specifically through this medium. Given the acknowledged importance today, the analysis of the projected image of Fuerteventura as repositioning strategy and re-symbolization processes through Internet will be performed. For that purpose, the qualitatively and quantitatively characteristics and contents of the main tourist sites referred to Fuerteventura will be analyzed, as well as the discursive elements present in them.

3. Methodology

The selection of the analyzed websites was carried out based on those most popular and best referenced (PageRank 1 to 5, with no superior positioning at the time of consultation: April 11, 2014) for their main markets (Germany, United Kingdom, Spain, France, Italy and Poland), discriminated from the key words “Fuerteventura Tourism” in their respective languages. The result was 43 websites for three types of issuers: institutional (public administration); companies (suppliers of own products, travel agencies, tour operators, guides, etc.) and tourists (private guides, blogs, forums, wikis, etc.). Failing to contrast the projections produced by this means by the inhabitants of the destination, these are considered the major key players in the processes of image projection (Mota 2006, cf. Pereiro 2013). The analytic consultation period thereof was conducted between April and May 2014.

A first approach has been considering the contents in the selected websites. It was

carried out a first quantification and normalization, based on the coding from test sheets in the main variables generally used when projecting the image of a destination through virtual or physical formats (Díaz et al 2010). This analysis provides a first basic statistical approach to the presence of (Table 2):

Table 2. Main variables projecting image

<i>Materials and web utilities</i>	Useful tips on accommodation, tours, schedules, etc.; climate information; online maps or GPS availability; online virtual graphic materials such as catalogs, brochures, etc.; videos/audios online; suggestions backfeed to the issuer; 2.0 interactivity such as forums, wikis, etc.; tourism demand, tourist possibility of choosing tracks, products, etc. and forming specific information according to their interests; downloadable virtual graphic materials; and downloadable videos/audios.
<i>Main functions guided by the web objectives</i>	General tourist information such as tips, views, schedules, mobility, housing, etc.; intermediary between suppliers of products and services and potential consumers; overview, from history or basic geography to administrative, etc.; rent or sale information; interaction forums; presentation of specialized and unique commercial product.
<i>Ease of use</i>	Graduation of clarity and simplicity in content search and quick and easy access to different types of information: hostile; hard; intuitive; very intuitive.
<i>Utility for the visitor</i>	Greater or lesser ability to access useful information specifically touristic: nothing useful; unhelpful; useful; very useful.
<i>Type of tourism to which each website is ascribed</i>	Tourism categories to which it refers the offered based on macro-products: 'sun, sand and sea'; culture; nature; sports; health; gastronomic; undifferentiated.
<i>Product Exposition</i>	Theme developed areas: 'sun, sand and sea'; landscape/nature; leisure; gastronomy; monuments/art; water sports; sports in general; cultural activities; specific rural environment; golf; ethnography/tradition; health/wellness; archeology; or others.

<p><i>Use of patrimonial stereotyped elements</i></p>	<p>Explicit use of distinctive iconic heritage of Fuerteventura: beaches; natural areas; gastronomy; unique buildings; mills; fishing; parties; livestock; traditional crafts; archaeological sites; sculptures; or others.</p>
---	---

Source: Díaz et al (2010).

Analyzed individually the representative importance of each variable, it was proceeded to characterize the websites according to the different types of use of the content present for projecting the images. It has therefore developed a multivariate analysis based on a Multiple Correspondence Analysis from a data matrix created with the information generated from the mentioned test sheets content. The characterization of the structure of projected images of the island based on the different types of content use will be synthesized in the trends of variation reflected in the first two axes of multivariate ordination analysis of that matrix. At the same time, the plane formed by these axes will show graphically the ordinance of each issuer (observations) by the type of use of the content present on its website. As a result, it has been possible to visualize their degree of adaptation to different types of projection strategies.

On the other hand, it was conducted a quantitative and qualitative analysis of the discourses presented on websites as mechanisms of tourist attraction. To do this, first was conducted an encoding of them based on the use of the stated 16 discourse strategies generally used (Table 1), to which was added, given the recurring presence in this context as well as the relevance deduced from the analyzes realized, the codes 'nature' (direct references to the discourse of sustainability) and 'sun, sand and sea' (development of discourses stressing the virtues of traditional climate tourism).

From these data a matrix was configured in which the observations were different websites and the variables discursive codes quantified in them. To reduce the complexity of this matrix an Analysis of Multiple Correspondences was submitted, being able in this way to characterize the structure of discourse strategies for the creation of images based on the use of these codes. The results were compared and interpreted from a qualitative discourse analysis of the different narratives present in the webs, supported by the text analysis software and multimedia data ATLAS ti.

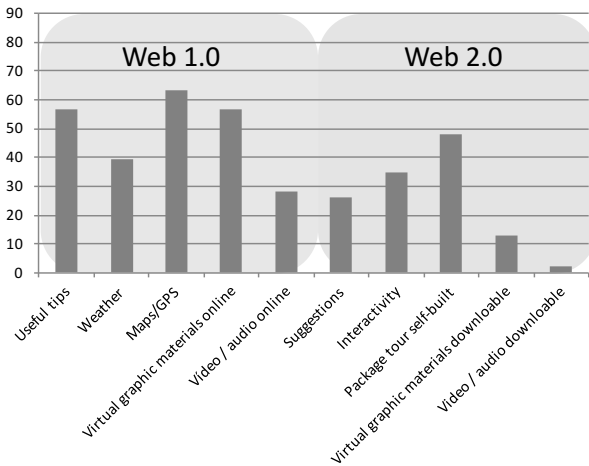
Finally, cultural images projected on the web were qualitatively analyzed based on the processes of re-signification and ideological discourses present in the underlying narrative to the mechanisms of presentation of Fuerteventura as an attraction tool.

4. Results

4.1 Websites content

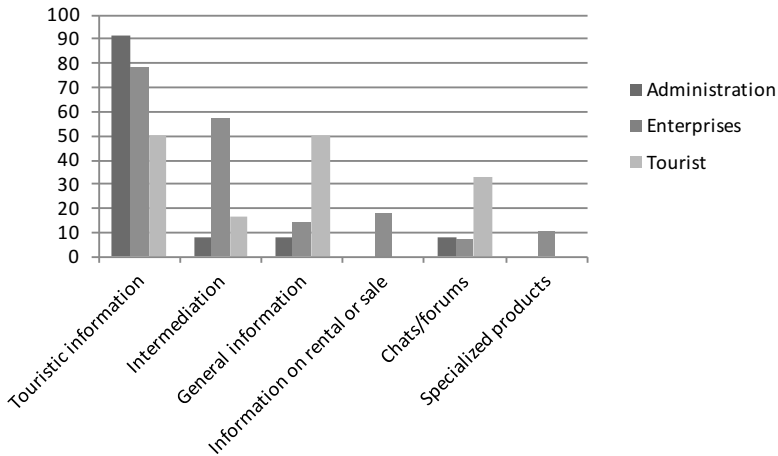
Previous studies on the adaptation of the main websites of Fuerteventura to the new demands revealed a scarce inadequacy of these virtual expectations (Rodríguez et al 2013). The current analysis shows a positive development towards inclusion on the websites of the main materials and utilities demanded by users (Fig. 1). In this sense, the presence of areas of interaction between users and the possibility to design *à la carte* has gained some relevance, although its use remains marginal compared to the total of the analyzed websites (34.7% and 47.8% respectively).

Figure 1. Materials and utilities in major Fuerteventura websites



The analysis of the main contents of the most visited Fuerteventura websites show a clear predominance of those sites whose function is to provide general tourism information (tips, views, schedules, mobility, housing, etc.; Fig. 2). This type of content is widely presented both when it comes to an official issuer, as well as companies or websites featured by the tourists themselves. Highlights also those dedicated to the intermediation between different providers of products and services and their potential consumers, and those that provide general information not specifically touristic.

Figure 2. Functions of the main Fuerteventura websites

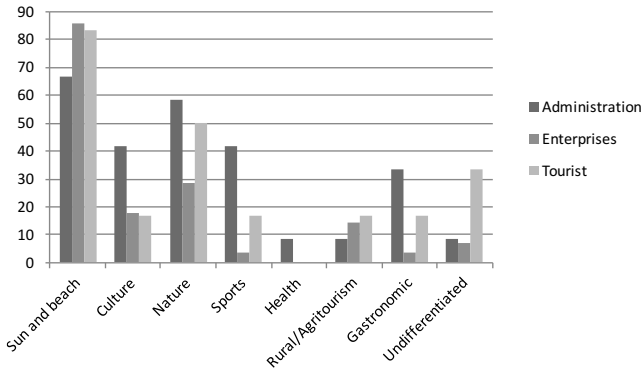


An approach to the ease of use of the webs reveals a better design in the case of sites managed by businesses and administrations. In the case of webs administered by the tourists themselves, the navigation is often more hostile (clarity, simplicity of contents, and the speed and ease of access to different types of information). However, webs administered by tourists usually generate more confidence for the users because information is based on personal experiences and advice, normally, disinterested.

The different types of tourism ascribed by the sites analyzed, apparently guided by the interests of different bidders, are easily detectable according to tourist references to which are linked the aspects offered. These can be classified into seven main categories of macro-products: (a) 'sun, sand and sea', (b) culture, (c) nature, (d) sports, (e) health, (f) rural/agro-tourism and (g) culinary. To which must be added a group that includes those proposals not related with a single type of products and present a miscellanea, considered in this study as (h) undifferentiated.

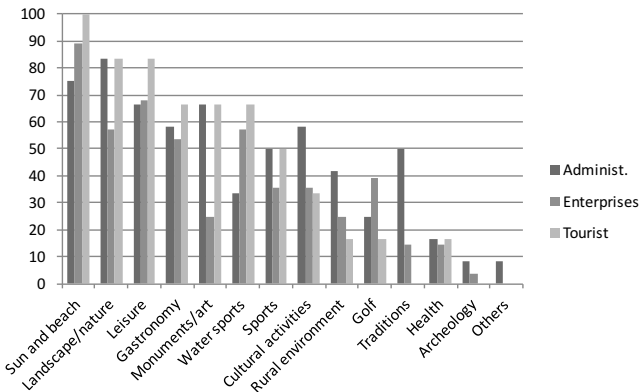
It is striking the weight that for the three types of issuers still has the 'sun, sand and sea' tourism, showing the relevance that the traditional image of Fuerteventura still continues today (Fig. 3). The results show, however, evidence of the efforts mentioned by administrations for reconciles that image with another that enhances a type of tourism more based on culture and nature.

Figure 3. Type of tourism who belong to the main Fuerteventura websites



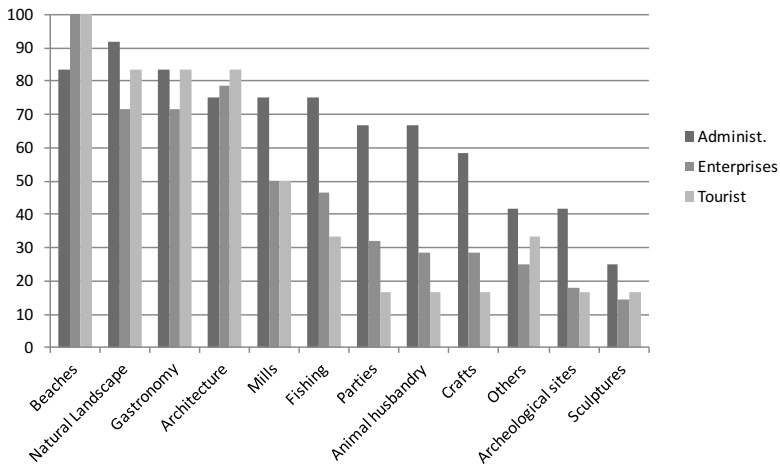
Looking at a more detailed level the different products it can be corroborated the wide-spread prominence of references to the concept ‘sun, sand and sea’ for all three groups of actors (Fig. 4). Similarly, the enjoyment of nature or landscape, as well as opportunities to perform activities of ‘leisure’ shows a significant presence. Here again we can see a strategic difference in presentation of these resources by the institutional websites, emphasizing the landscape or nature from the point of view of a patrimonial discourse and sustainability (conservation of natural and cultural resources, biodiversity, etc.) versus exposure these products as an ideal scenario to enjoy a ‘sun, sand and sea’ tourism by businesses and tourists. Similarly, highlights the emphasis by the administration on the presentation of related products and art monuments, cultural activities and ethnography and tradition of Fuerteventura.

Figure 4. Thematic areas developed by major Fuerteventura websites



Beaches and natural areas are the resources more represented in the selected websites and the mechanisms of attracting visitors to Fuerteventura (Fig. 5). Generally, these attractors are highly stereotyped, emphasizing, into identifiable elements with a traditionalist discourse. Is shown in this way a territory as a scenario in which the type of objects and iconic locations typically demanded by these consumers, influenced by the attraction of some resources to which we are directed to look generically and distanced as tourists. The efforts of the public administrations to channel the look towards certain goods related to ‘nature’ and ‘culture’ is patent based on the emphasis on the use of these resources in their web platforms.

Figure 5. Resources used by major websites Fuerteventura



To characterize the different types of projected images by major emitting agents according to the different types of content presented on the selected websites, was performed a multivariate ordination analysis. A data matrix whose observations corresponded to the 43 websites providers and whose variables respond to different types of content present in them was developed (Table 3). To reduce complexity, this matrix was subjected to a Multiple Correspondence Analysis (MCA), allowing representing the main trends in spatial dataset in a plane formed by two ordination axes. The characterization of the structure of imaging projection of the island based on the use of different types of content will be synthesized in the variation trends reflected in the first two axes of multivariate ordination analysis of that matrix.

Table 3. Contents analyzed presented for projecting images assigned to the major tourist websites issuers of Fuerteventura (Fig. 6).

<i>VARIABLES</i>				
<i>Type of information</i>	<i>Type of tourism which is ascribed</i>	<i>Climatology</i>	<i>Presentation of products (developed thematic areas)</i>	<i>Stereotyped patrimonial items</i>
Detailed touristic information	'sun, sand and sea' Culture Nature Sport Health Rural/ Agritourism Gastronomic Undifferentiate	Climatologic information	Leisure 'sun, sand, sea' Landscape/ Nature Sports Health/Welfare Ethnography/ Tradition Gastronomy Arqueology Water sports Rural areas Monuments/ Art Cultural activit. Golf Others	Mills Husbandry Tradicional crafts Beaches Fishing Gastronomy Sculptures Parties Unique buildings Natural areas Archaeological sites Others

The variation trends that characterize the contents used by different issuer agents to project images of Fuerteventura were concretized in Table 4, based on the corresponding weights of each of the variables in the first two multivariate ordination axes of the matrix. This contrast points out that at one end the websites that are characterized by focusing on one type of tourism based on culture, with a strong presence of enhancer elements of tourism based on gastronomy, cultural and rural aspects, as well as tourist products focused on ethnographic attributes (positive part of the first axis calculated: F1). Looking at these types of websites, those related to project an image of traditional tourism based on 'sun, sand and sea' are positioned, emphasizing the classic features of this type of tourism. Thus, the negative part of the first calculated axis (F1), the contents confers a

clear role to the ‘beach and sun’ attributes as fundamental attractions of the destination.

F1 shows that despite attempts by the administrations to reconcile the traditional ‘sun, sand and sea’ of Fuerteventura with attractions that enhance a type of tourism more related to culture and nature, attraction strategies of projected images are based on individualization of both types of tourism separately (tourism cultural *vs.* tourism of ‘sun, sand and sea’). Thus, instead of trying to project an image in which the enjoyment of sun and sand is combined with access to nature and culture, as a differentiation strategy of Fuerteventura as a heavily stereotyped destination in the classic tourism ‘sun, sand and sea’, efforts are channeled by different suppliers in one direction or another.

The results of the second axis (F2) reveal that the type of projected images is also differentiated according to the type of products presented. The positive part of the second axis is linked to the presentation of the island based on rural and ethnographic products. In contrast, the negative part of axis refers to those sites that prioritize the presentation of specific complementary products (health, golf, water sports, food...), related ultimately to enjoy a kind of resort tourism linked to climatic tourism.

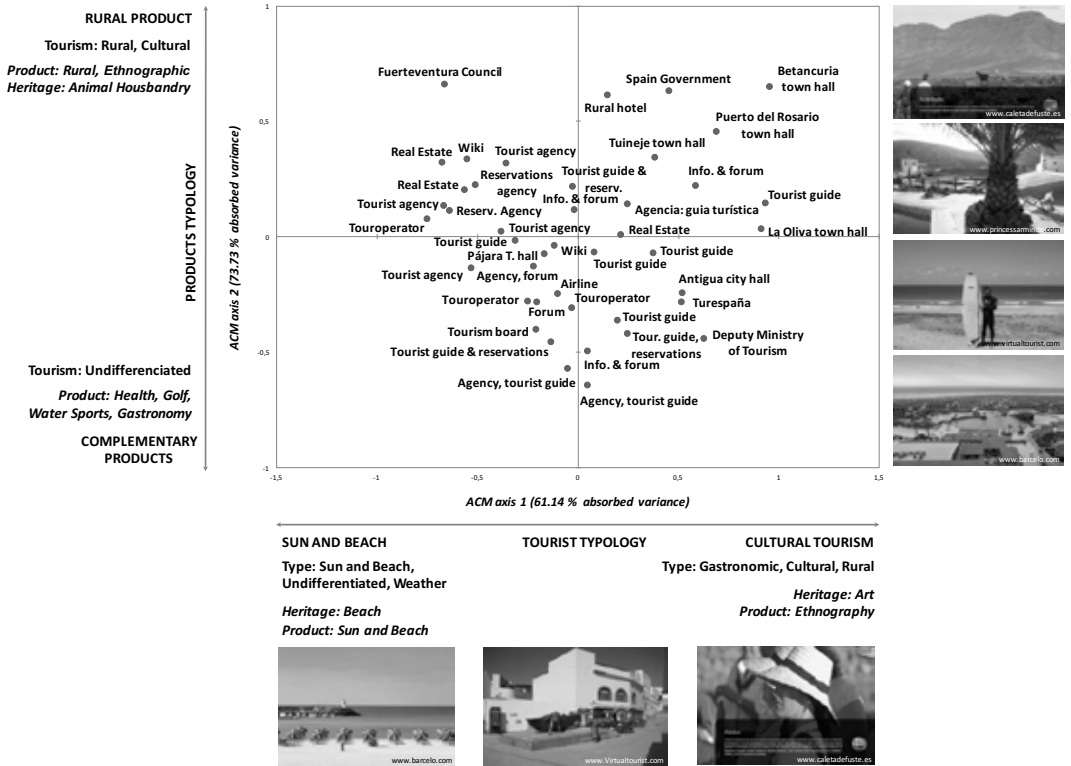
Table 4. Loadings of the image content variables at the first two axes of the ordination analysis done with the set of analyzed sites. From the set of 36 variables are represented only the ones of larger positive and negative loadings

<i>Variable</i>	<i>F1</i>	<i>Variable</i>	<i>F2</i>
<i>Type of tourism: gastronomy</i>	1,195	<i>Product: rural</i>	0,930
<i>Patrimony: sculptures</i>	1,173	<i>Type of tourism: rural</i>	0,851
<i>Type of tourism: culture</i>	1,163	<i>Type of tourism: culture</i>	0,482
<i>Type of tourism: rural</i>	1,109	<i>Product: ethnography</i>	0,474
<i>Product: ethnography</i>	1,081	<i>Patrimony: animal husbandry</i>	0,342
* * *		* * *	
<i>Patrimony: beach</i>	-0,015	<i>Product: gastronomy</i>	-0,434
<i>Product: ‘sun, sand and sea’</i>	-0,041	<i>Product: water sports</i>	-0,667
<i>Type of tourism: undifferentiate</i>	-0,114	<i>Product: golf</i>	-0,751
<i>Type of tourism: ‘sun, sand, sea’</i>	-0,119	<i>Type of tourism: undifferentiated</i>	-1,018
<i>Climatology</i>	-0,203	<i>Product: health</i>	-1,239
<i>F1 (61.14% absorbed variance)</i>		<i>F2 (73.76% absorbed variance)</i>	

The graphic expression of the first two ordination axes of the MCA describe in detail the correlation between the types of bidders and the characteristics of the projected images through the web (Fig. 6). The plane formed from the intersection of the first two axes of the analysis (F1 and F2) displays the ordination of each observation (bidders) according to the type of use and combination of the contents (variables) present in its web compared to the totality of observations.

It can be seen an increased concentration of corporate issuers in the positive ends of both axes, indicating projecting image strategies more oriented to types of tourism of cultural and rural base. In contrast, at the negative ends predominates the presence of intermediaries (travel agencies and tour operators) and businesses, supporting the idea that the image projected by such bidders is largely based on the presentation of products and services widely linked to a type of classic tourism of 'sun, sand and sea'. The ordering of the observations shows a trend towards a projection of official image more holistic, presenting the island as a destination where besides the importance of the sun and the beach can be enjoyed attractions related to culture. Furthermore, companies and intermediaries project a kind of images with a more specific character, linked with the type of traditional tourism in the island.

Figure 6. MCA Plan. Shows the position of the types of bidders based on the variation trends



4.2 Discursive codes

A second part of the analysis was an approach to the discourses presented in the web as a mechanism for attracting visitors to Fuerteventura. From a multivariate ordination analysis were characterized from the different sites depending on the strategic use of different codes (Table 1, plus codes ‘nature’ and ‘sun, sand and sea’) in discourses exposed. Based on the first two ordination axes of a Principal Component Analysis (PCA), the main trends in ordination of the analyzed websites in terms of the use of the variables (codes) present in their discourses were deduced (Table 5).

The results revealed the clear presence of four types of strategies generally used to attract visitors to Fuerteventura. The first axis (F1) shows the contrast between websites

according to their emphasis on functional pragmatism of the destination, facing its presentation based on the symbolic evocation of feelings associated with it. Moreover, the second axis (F2) shows that another way to enhance the attraction to Fuerteventura is distinguishing between the websites that make visible the destination as an exotic setting and those who emphasize based on stereotypes of 'sun, sand and sea' tourism.

Table 5. Loadings of strategic variable codes in the first two axes of the ordination analysis done with the set of analyzed sites. From the set of 18 variables are represented only the larger positive and negative loadings.

<i>Code</i>	<i>F1</i>	<i>Code</i>	<i>F2</i>
<i>Strategic</i>	0,754	<i>Geografic</i>	0,691
<i>Functional</i>	0,696	<i>Nature</i>	0,637
<i>Practic</i>	0,576	<i>Aesthetic</i>	0,561
<i>Common</i>	0,445	<i>Pintoresc</i>	0,514
***		***	
<i>Psychologic</i>	-0,568	<i>Attributive</i>	-0,445
<i>Emotive</i>	-0,639	<i>Intangible</i>	-0,544
<i>Unconscious</i>	-0,662	<i>'sun, sand and sea'</i>	-0,638
<i>Mythical</i>	-0,753	<i>Common</i>	-0,649
<i>F1 (22.53% absorbed variance)</i>		<i>F2 (39.71% absorbed variance)</i>	

The accessibility and safety of the destination has an important role in the projected image. Whether through their infrastructure, facilities and services or the guarantee of being in a European context, highlights the pragmatism of going to Fuerteventura to enjoy a climatic tourism.

«All warranties of safety, comfort and a smooth pleasant weather throughout the year, allowing you to enjoy many outdoor activities. Countless beaches to choose to enjoy an unforgettable day with your family. In them you will have all the facilities and services needed for your tranquility and that of your family. (...) The Canary Islands, belonging to Spain, are fully integrated into the European Union. The levels of quality and safety, both in infrastructure and services, meet European standards» [<http://bit.ly/1Ctdkml>]

Similarly, the symbolic evocation of mythical elements denoting adventure, isolation, tranquility, relaxation or fun, encourage the feeling of accessibility to an ideal world where enjoying the weather and the sea.

«...Also known as the beach of Tindaya, being closest to the sacred Mountain of Fuerteventura. Looking at her closely, and flying with the fantasy, it seems that the “Woman” watches whom he stands and walks on the golden sand, carefully, that everything is done safely following the rhythms of nature, typical condition characteristic to the island of Fuerteventura. Beach Women is one of many places on the island whose value cannot be quantified. One could, in vain, to lock the emotions that arise in the soul of those who are fortunate enough to see it and feel bewitched. A long golden strip extends from north to south and invites you to visit it with bare feet, bathed by the crystal clear ocean caresses when it is calm. Fascinating and extraordinary is also the spectacle in front of the ocean when the giant waves fold down furious, reinforced by the tide and wind that characterizes this unique corner of the planet in the Atlantic Ocean. A piece of Planet Earth we recommend, preserving and respecting their existence» [<http://bit.ly/1zFYbIq>]

Closely linked to this strategy is the projection of the island as a context with natural and geographical-human characteristics of exotic qualities. Fuerteventura is shown in this way as a picturesque setting, supported by the romantic idea of accessible paradise. The aesthetic representation includes physical transformations of the destination based on stereotypes of tropical nature characteristic of the collective imagination of ideal coastal destinations.

«The golden sands and turquoise waters of Fuerteventura are two of the main attractions, promoting a sense of freedom and infinite that invites you to discover nooks of the island. The combination of calm and the breeze floats in endless beaches and our dreams becomes reality in a tropical paradise. Huge dunes offer a majestic spectacle, in the silence of the atmosphere of the island» [<http://bit.ly/1B214Ke>]

Market demands are marking the aesthetic guidelines to be followed by the destination. Palm trees on the beach (or pool) and the lush vegetation proliferate in this way in a historically deserted territory struggling to position itself in a market that paradoxically tends to homogenization. Similarly, local people are included in this picturesque adaptation, emphasizing concepts such as ancestry or traditionalism, which arrive through its performativity to translate into tourist experience (Fig. 7). The visibility of an agreed singularity and exoticism, positions the destination and its contents in a fossilized image of an idealized past and (re)invented according to tourist expectations of authenticity.

Figure 7. Examples of territorial and cultural performativity based on stereotypes of tropical nature and traditionalism.



Source: spainholiday.com and visitfuerteventura.es

4.3 Underlying images to the codes

Fuerteventura is presented as a ‘sun, sand and sea’ destination or a scenario based on stereotypical idealizations of local identifications highly trivialized. Ultimately, these images influence on the touristic gaze and behavior. This conditioning involves a series of narratives that locate the destination attributes (objects, places and people) in place of enjoyable elements, participating in the creation of power structures, while lie against their consumers in unequal structural positions.

Just the will of visibility and legitimacy of local people in decision-making often leads to attitudes and feelings of rejection that can make unfeasible the adopted measures of touristic adaptation.

«The Regional Tourism Department of the Council of Fuerteventura wants to promote good treatment to tourists through an awareness campaign oriented to the resident population of the island (...). The campaign is developed under the motto ‘In Fuerteventura we are like this’ (...). Within the basic messages of that campaign include kindness, sharing culture that characterizes the majorero [local inhabitants], and offer assistance to visitors in every moment» [http://bit.ly/1yvR8Ui]

The orientation of the look on culture and territory therefore influences in the form of being conceived and designed themselves and its territory and canalize the experience of the tourist encounter.

Recurrence to the concept of stereotyped ideal paradise of the West implies an aesthetic representation of the offered territory under an image of sustainability where its native inhabitants are sometimes presented as an iconic part of that scenario. From an ethnocentric perspective, local populations are exposed from recognizable rhetoric of romantic tinge. Native inhabitants of Fuerteventura are presented based on the stereotype of 'noble savage' in communion with nature, as a community which has retained parts of a common primitive past, allowing visitors to experience an earlier evolutionary state. Recurrence to past times and the proximity of the African continent as a metonymic resource with pejorative tinges are often used in this sense:

«Fuerteventura is the closest island to the Moroccan coast, as it is located less than 98 kilometers away. It is because this closeness that the place still preserve some traditions of the Berbers, an African people who occupied the island long before the Spanish conquerors» [<http://bit.ly/1FGTSR0>]

The image from a past time is configured from stereotypical scenes that confront individualism of the present and the harmful effects of modern societies on the environment. In this way, local populations image is reconstructed as a tool to emphasize the idea of sustainable destination, which is maintained and sold based on 'chlorophyllic' media criteria (Ojeda 2005), providing the space and its people an essentially aesthetic role to delight consumers of environmental goods and 'pure' time (not 'history' itself; Augé 2007). This scenario turns to absorb the traditional nature and kind of local populations that have remained unchanged through time and are themselves vestiges of that idyllic past in which humans lived sustainably with an environment to which the tourist can now access on a temporarily and agreed form.

«People of deep farming and ranching roots. Hallmark of a territory populated by friendly people that keeps traditions, customs and festivals, in a similar way as our ancestors. (...) In its effort to respect the environment has become one of the areas with the highest number of 'guirres' flying the territory, in addition to extensive plantations of Aloe Vera organically grown» [<http://www.tuineje.es/>]

Similarly, the space is isolated from the everyday, showing a singled and authentic universe that allows access to an exclusive paradise that emphasizes the pristine nature with the possibility to comfortably enjoy those evoked feelings related to disconnection, freedom or discovery in a safe environment. The re-signification of space comes here again marked by the patrimonial discourse, which highlights an aesthetic-landscape

conception that refers to the earthly paradise, adapting the image of nature to their perception as ‘cultural merchandise’ characteristic to dominant societies.

«Think long stretches of white sandy beaches, sand dunes and crystal clear turquoise waters, this is Fuerteventura. The island, which is designated a Biosphere Reserve, is a beautiful destination, where you can combine beautifully natural surroundings and a relaxed laid-back way of life, with excellent facilities and attractions» [<http://bit.ly/1y97q71>]

These dominant narratives are part of the general discourse of projected images regardless of the issuer (institutions, companies and tourists). It can be seen, however, a more extensive reference to traditionalism and ancestry by the official sites, as well as greater use of allusions to nature based on the discourse of sustainability. Corporate websites, meanwhile, place greater emphasis on the representation of a remote place, and alongside the institutions, the allusion to the experience of these idealizations from facilitator mechanisms of access based on specific products, such as performative representations of this traditional idyllic past (museums or traditional practices carried out by local actors suitably costumed as ancestral natives) or specific services (selling crafts, products linked to nature, etc.).

Similarly, and in a general way, a greater emphasis is established among traditionalist images oriented to a national audience, while recurrence of primitivism and idyllic isolation is used more on the websites of foreign orientation. This differentiation has already been proven in other contexts (Pereiro 2013), and reveals the consciousness of the bidders on the process of re-signification of the destination as a mechanism of attraction, while the agreed cultural drills involve differential trivializations based on the consumer’s cultural proximity.

5. Discussion and Conclusion

The analyses reveal the potential of Web 2.0 as a means of projecting images and tools for tourist attraction. The increasing importance given by users on major websites referred to Fuerteventura to virtual interaction processes and information generated by other users in decision making, gains ground to the unidirectional sites with specific information from experts interested in attracting or selling their products. Precisely this conception of selflessness and personal identification sets the standard in the processes of election and information. Institutions and companies seem to have realized the fact

and show a positive trend towards inclusion in their webs of interaction mechanisms, materials and utilities demanded by users.

The will of rejuvenation of the island's image via the Internet by local governments has become clear from the analyzes, although it continues to be prioritized the weight that institutions, businesses and tourists give to the traditional stereotype of sun and beach. The efforts of the government for make compatible this type of tourism with attractions related to 'culture' and 'nature' tourism is overshadowed by a lack of joint institutional and business strategy. This lack of coordination has been defined as one of the key causes that affect the causes of stagnation of the destination (Rodríguez et al 2013, Díaz 2015) and reduces the capabilities of attraction while multiplies efforts based on the individualization of image projections oriented to each type of tourism, instead of trying to reconcile the two types of strategies to guide consumers towards the apprehension of an image that puts Fuerteventura as a destination of 'sun, sand and sea' differentiated from the rest by its specific ability of access to 'culture' and 'nature'.

The user's access to both types of information usually will be conditioned by the widely consolidated Fuerteventura classic image, so that the mechanisms of presentation attributes oriented to canalize a type of tourism of a more cultural base will be trivialized and contextualized within classic stereotypes of coastal destination.

From the reference codes used strategically in forming images, it is emphasized in elements supposedly distinguished such as functional pragmatism of the destination, its presentation as a picturesque setting or directly as a traditional product of 'sun, sand and sea'. But such representations are not a novelty itself, they rely on a series of recognizable stereotypes which highlight the role of climate tourism.

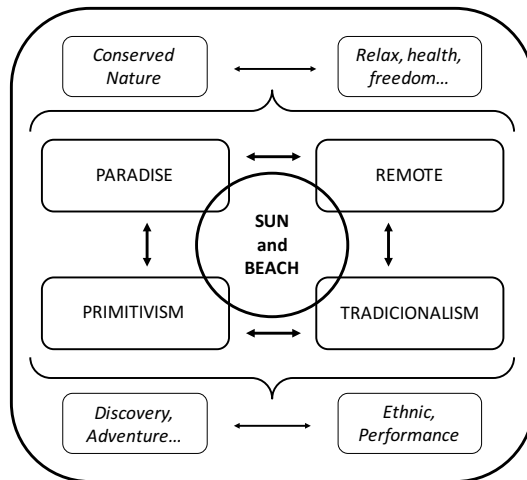
Such idealizations are strengthened from clichés of cultural images that trivialize local identifications from consumables drills from the vantage position of the tourists. The territory and its content is in this way adequate to the standards of exoticism and otherness demanded from the tourist logic, relocating the destination in the worldview of globalization, making objects, places and people to become enjoyable elements, establishing different positioning of the power structures. Projected images can thus be conceived as a political tool striking representations and practices, influencing the way of conceiving and be conceived and mediating on the experience of the tourist encounter based on idealizations that enhance stereotypes on local identifications.

The physical changes on the territory aimed to meet the aesthetic canons of an ideal beach destination or campaigns of local awareness in which the residents of the destination are urged to play a role that fits timely in the expectations of cultural merchandising and hide the everyday uncomfortable realities, reveal the role of images as a cultural

mediation mechanism (Simonicca 2002). Through this mechanism, the unequal structural position assigned in the negotiation process to visitors and hosts is evidenced.

The approach to these imagined realities is realized through the presentation of images that match precisely with the romantic collective imagination of earthly paradise. Territory is represented under an image of sustainability that includes, both the idea of emotional enjoyment in an isolated area of the world, and the ability to experiment a 'pure' time to contact with ancestral or primitive peoples in a mythical context of traditionalism in which also are available all the comforts through the infrastructure and services needed to compensate the exotism with an optimal degree of familiarity. The basic scheme may materialize in the projection of four underlying cultural images related between them: *i)* paradise place; *ii)* remote destination; *iii)* primitivism; *iv)* traditionalism. Such resources are often recurrent in projecting images on coastal destinations (Pereiro 2013). From the conjunction of these images it would be linked the presentation of different contents and codes as a way of attraction strategies, all of which would be framed in turn in the projection of an overall image that would enhance the classic stereotype of Fuerteventura as an ideal coastal destination (Fig. 8).

Figure 8. Basic structure of images projected on Fuerteventura.



This way of influence on territorial and cultural meanings is not innocuous and can cause effects on self-images of local populations. These images contain ideological discourses that seek to transform certain resources into cultural merchandising according

to tourist demands, covering in them dynamics of cultural identification in continuous process of construction. Consistent guidance for harmonious development may be one that stimulates dialogue between economic benefit and local appropriation of resources that are now re-symbolized and exposed as iconic attractors. Both aspects, with proper management, could lessen trivialization feelings and promote predisposition to the viability of the constructed images, either because of its conception as a mechanism for generating an strategic source of income, or because its identity dimension, which is reinforced by reflection derived from the necessary participatory processes, as well as the emergence of new exogenous perspectives who are interested in certain aspects of their cultural 'specificity', nurturing a consciousness of 'what we are' that can be taught and shared.

The analysis of tourism dynamics in this regard should confer greater prominence to the anthropologic science for its specialization on the deconstruction of sociocultural meanings. Its contribution can provide to stakeholders in tourism development processes crucial information when engaging local populations as active agents in the signification of their territory. Thereby it can be promoted the viability of the proposed measures and reduce their socio-environmental effects.

The efficiency and competitiveness of any process of re-symbolization of new approach should be able to allow, a tourism development patrimonially sustainable, socio-culturally equitable and economically profitable, reducing the risk of cultural trivialization. The essence of this development strategy is to include in its genesis own local needs, and plan, manage and contextualize with mediation tools that includes the intrinsic leading role of native people.

References

- AUGÉ, M. (2007) *Por una antropología de la movilidad*, Barcelona: Gedisa.
- BUHALIS, D. & LAW, R. (2008) "Progress in information technology and tourism Management: 20 years on and 10 years alter Internet. The State of Tourism Research", *Tourism Management* 29 (4), pp. 609-623.
- BUTLER, R.W. (1980) "The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources", *Canadian Geographer* 24 (1), pp. 5-12.
- CORTÉS, J.A. (2012) *Naturalezas en conflicto. Conservación ambiental y enfrentamiento social en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar*, Colecció Antropològiques, Valencia: Germania-AVA.

- DÍAZ, P. (2015) *Cambio cultural e imagen turística. Efectos de los procesos de reconfiguración y consumo de imágenes proyectadas*, unpublished Doctoral Thesis, Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- DÍAZ, P., RODRÍGUEZ, A.J. & SANTANA, A. (2010) “El análisis de la imagen proyectada: una propuesta para la normalización de folletos y web turísticas”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8 (1), pp. 211-218.
- ECHTNER, C.M. & RITCHIE, J.R.B. (1991) “The meaning and measurement of destination image”, *The Journal of Tourism Studies* 2 (2), pp. 2-12.
- GIL, S., BEERLI, A. & DE LEÓN, J. (2012) “Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones”, *Criterio Libre* 10 (16), pp. 115-142.
- KIM, J-H. (2014) “The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences”, *Tourism Management* 44, pp. 34-45.
- LAW, R., QI, S. & BUHALIS, D. (2010) “Progress in tourism Management: A review of website evaluation in management”, *Tourism Management* 31 (3), pp. 297-313.
- MOTA, P. (2006) “O `olhar do turista` revisitado: a experienciación turística do lugar na parte antiga da cidade do Porto”, in Mota, P. (coord.) *IV Congresso de Antropologia da APA*, Lisboa: APA, unpublished.
- OJEDA, J.F. (2005) “Los paisajes totalizadores históricos. Paisajes paralelos en Doñana y Sierra Morena”, in Ortega, N. (ed.) *Paisaje, memoria histórica e identidad nacional*, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, pp. 283-294.
- PEREIRO, X. (2013) *Antropología del turismo indígena en Guna Yala (Panamá): Etnografía del sistema turístico en una periferia geopolítica latinoamericana*, unpublished Doctoral Thesis, Tenerife: Universidad de La Laguna.
- PINEDA, F.D. (dir.) (2010) *Estudio para el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) de la Propuesta de Parque Nacional de Fuerteventura*, Madrid-La Laguna: Cabildo de Fuerteventura.
- RODRÍGUEZ, A.J., DÍAZ, P. & SANTANA, A. (2013) “Management strategies of target image in Fuerteventura. From brochures to the intercom”, *Cuadernos de Turismo* 30, pp. 219-239.
- RONAI, M. (1976) “Paysages”, *Hérodote* 1, pp. 125-159.
- SANTANA, A. (2009) *Antropología do turismo. Analogias, encontros e relações*, Sao Paulo: Aleph.

- SANTANA, A., RODRÍGUEZ, A.J., DÍAZ, P. & AGUILERA, L. (2011) “Facebook, heritage and tourism reorientation. The cases of Tenerife and Fuerteventura (Canary isles, Spain)”, *Int. J. Web Based Communities* 8 (1), pp. 24-39.
- SANTANA, A., RODRÍGUEZ, A.J., DÍAZ, P. & RAMOS, A.M. (2010) “Innovación con compromisos. Retos en la renovación de la imagen en destinos turísticos maduros”. in Hernández, R. & Santana, A. (Eds.) *Destinos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias*, Tenerife: Univ. La Laguna, pp. 137-156.
- SIMONICCA, A. (2002) *Antropología del Turismo. Strategie di ricerca e contesti etnografici*, Roma: Carocci.
- SORESEN, F. & JENSEN, J.F. (2015) “Value creation and knowledge development in tourism experience encounters”, *Tourism Management* 46, pp. 336-346.
- VALCUENDE, J.M., MURTAGH, C. & RUMMENHOELLER, K. (2012) “Turismo y poblaciones indígenas: espacios, tiempos y recursos”, *ScriptaNova* 16 (410), pp. 387-424.

MUNDOS SOÑADOS, MUNDOS CONTESTADOS:
LA DIALÉCTICA DE LOS IMAGINARIOS DEL TURISMO.
RESEÑA DEL LIBRO *TOURISM IMAGINARIES: ANTHROPOLOGICAL
APPROACHES*, DE NOEL B. SALAZAR & NELSON H. H.
GRABURN (EDS.), (2016)

David Lagunas
Universidad de Sevilla

Este trabajo, resultado de la colaboración institucional entre el Tourism Studies Working Group de la University of California at Berkeley y el Equipe Interdisciplinaire de Recherche Sur le Tourisme de la Université Paris 1-Sorbonne, aporta un aparato conceptual interdisciplinario y una metodología novedosa para el estudio del turismo. A partir de las etnografías realizadas por los distintos colaboradores del libro en varios países, principalmente países en desarrollo, la propuesta viene a reafirmar la pertinencia de una “etnografía global”, aquella que M. Burawoy viene reclamando desde hace casi dos décadas y de la cual Appadurai representa una fuente de inspiración bastante popular entre los antropólogos. La etnografía global surge de la exigencia de focalizar la atención hacia los flujos y redes que conectan a las personas, objetos y representaciones en un mundo cada vez más globalizado.

El libro respalda esta etnografía del mundo globalizado a partir del análisis de la producción, diseminación y consumo de los imaginarios del turismo. Este enfoque parte de la premisa de que los imaginarios de los lugares, los destinos y el viaje turístico son producidos y consumidos por un número creciente de personas y poblaciones en todo el planeta. Estos imaginarios se amplifican y se diseminan por medio del poder de difusión de los medios de comunicación de masas y paralelamente gracias a las cada vez mayores oportunidades para el viaje y la circulación de personas. La tentativa se apoya, en primer lugar, en los mecanismos cognitivos a través de los cuales los diversos actores del sistema turístico imaginan su existencia, construyen su subjetividad y cuáles son las fuerzas que atraviesan esa subjetividad, en base a elementos tanto ideáticos (discursos, narrativas) como materiales (conductas, prácticas sociales, objetos).

Los diversos colaboradores del libro, siendo fieles a este cometido, exploran el po-

tencial analítico que la noción de imaginario puede aportar al estudio del turismo. El intento resulta complicado ya que se trata de intentar aclarar el papel, la función y el impacto que cumplen los imaginarios -poco explorados en la literatura sobre el turismo- en la representación cultural de los lugares, los actores y las prácticas turísticas. Desde este punto de vista, el imaginario se concibe como un dispositivo de aprehensión y mediación entre lo interior/lo exterior, lo conocido/lo desconocido, lo propio/la alteridad que opera en el sistema turístico y que induce a la formación y diseminación de imágenes mentales, altamente seductoras o bien restrictivas, acerca del viaje, el lugar y el destino turístico. El trabajo de la imaginación en la construcción de los imaginarios del turismo se manifiesta cuando se identifica una correspondencia (o una disonancia) entre los imaginarios, por un lado, y las imágenes cognitivas idiosincráticas, familiares y/o compartidas culturalmente, por otro. Los imaginarios, ese magma de imágenes y formas, a lo Castoriadis, tanto materiales (blogs, postales, películas, revistas de viaje, suvenires) como inmateriales (memorias, leyendas, discursos, anécdotas), se presentan como verdaderas “visiones del mundo”. Estas cosmovisiones, producidas y consumidas individualmente y socialmente, son las que orientan de manera efectiva los discursos y prácticas de los diversos agentes (promotores, turistas, instituciones, medios de comunicación, poblaciones locales) que integran el sistema turístico.

Cabe advertir de entrada que el imaginario es una noción confusa y vaga. Como señala Amirou (1995), es preciso distinguir semánticamente, siguiendo a Le Goff (1985), las nociones de imaginario, representación e ideología. La representación engloba las ideas, las abstracciones y la traducción mental de una realidad exterior. La ideología es la concepción del mundo que modela esa representación. El imaginario, aunque es una fracción del campo de la representación, engloba a símbolos e imágenes creadoras y poéticas. Si la representación es un conocimiento más intelectualista, la ideología la conforman los conceptos organizadores de la sociedad forjados por las ortodoxias reinantes o sus adversarios, mientras que el imaginario constituye más bien una evocación que remite a las imágenes mentales compartidas, al mito en definitiva.

Los antropólogos señalan recurrentemente que el turista ve lo que la actitud colectiva de percibir le ha enseñado a ver. Muchas gentes, objetos, paisajes, rituales o monumentos entran en la mirada del turista. Sin embargo, en este proceso existe un filtrado, un proceso selectivo operado por guías y turoperadores, y en general, por la industria turística, los expertos y los poderes políticos. Con ello, se cuestiona aquel lugar común sobre la supuesta pasividad del turista y la idea de que conoce los lugares de forma desorganizada. Por ejemplo, uno de los objetos -materiales- más representativos de esta mirada colectiva -inmaterial- son los souvenir. Con frecuencia, estos objetos

son entregados a familiares y amigos a fin de comunicar y compartir la experiencia del viaje, reactivando periódicamente dicha experiencia; pero con el tiempo es posible que se vaya perdiendo la magia y el valor del souvenir. Es decir, el factor tiempo es una dimensión crucial puesto que la narrativa de la experiencia turística cambia con el tiempo, desde la mente y desde los afectos. Estos procesos no son fáciles de identificar y hay un algo que ocurre en la cabeza del turista en el retorno del viaje en el avión o en el coche, un tipo de objetivación que se materializa en los referentes visuales y estéticos del hogar (una fotografía del viaje pegada en la nevera, un souvenir en el vestíbulo de la casa) o la memoria (el álbum de fotos). Y sin embargo, los efectos de los imaginarios son palpables; por ejemplo, lo son para los psiquiatras que tratan a turistas japoneses en estado de shock después de visitar París, influidos por el imaginario romántico de la ciudad; o los turistas que llegan a Jerusalén quienes son incluso hospitalizados debido a alucinaciones. Este ir y venir de lo cotidiano a lo extraordinario, de lo conocido a lo otro estereotipado, encauzado por el marketing turístico, apunta a un proceso mental recurrente de concreción y sedimentación de la memoria colectiva, el cual permite observar cómo se construye tanto desde el ámbito cultural/institucional como individual una imagen y una representación mental, a lo Durkheim.

A pesar de esta aparente tiranía de los imaginarios, producidos y consumidos por los distintos agentes involucrados, no cabe subestimar el rol del observador en el marco, el *tourist gaze* de Urry (2002), ese algo en el imaginario que evoca. Para algunos turistas la práctica turística representa un momento social muy importante, como los ancianos aislados que se conectan a través de los viajes con otros viajeros; para otros es un momento existencialista que incluso provoca ruptura en la profesión de la vida ordinaria tras el regreso del viaje. En ambos casos, la subjetividad y las emociones que afloran antes, durante y después del viaje se oponen a la objetividad de las guías turísticas y el marketing. El imaginario del turista le empuja a “creer” en lo mostrado, delegando la legitimidad en el guía turístico que le prepara y fija la mirada. ¿Quién define las modalidades de adhesión a ésta u otra “creencia” sobre un destino turístico? ¿Es una suerte de poder “mágico” de evocación que genera el “encantamiento” del discurso? Para Picard (2011) no hay duda de que así es. En su etnografía sobre la isla de La Réunion Picard analiza la performance de los isleños cuando representan antes los turistas la alegoría del paraíso en la isla. Diversos actores juegan su rol activo en la construcción de los imaginarios del turismo en un contexto postcolonial de relación desigual de fuerzas.

Estos y otros interrogantes, así como las cuestiones que preocupan a los antropólogos, son examinados en la introducción al libro por los editores Salazar y Graburn quienes presentan una lúcida reflexión sobre la multiplicidad de articulaciones concernientes a

la producción de representaciones mentales en relación a los lugares, actores y prácticas sociales. Los autores ubican el concepto de imaginario turístico en los debates actuales en relación a la capacidad humana de imaginación. Asumen la complejidad del término y se posicionan, a mi modo de ver congruentemente, del lado de la ciencia cognitiva al definir los imaginarios como esquemas implícitos de interpretación -a diferencia de las ideologías explícitas- (p. 1), los cuales funcionan como sistemas complejos de presunción (p. 3). Estos dispositivos de anticipación e interpretación de realidades familiares o desconocidas poseen una doble dimensión: por un lado, la inmaterialidad propia de los estereotipos, mitos, cosmovisiones e ideas que se proyectan, y, por otro, su concreción y visibilización en la vida material de imágenes, discursos y narrativas producidas desde los medios de comunicación masivos.

Sin embargo, no es fácil identificar el origen y los procesos de formación de los imaginarios, así como los mecanismos de estabilidad y ruptura. Salazar y Graburn realizan un bosquejo de los orígenes (el marco sociocultural; los *mass media*; la experiencia presente) y conciben los imaginarios a partir de cómo se visibilizan en su materialidad a través de discursos y productos turísticos sobre los lugares, las prácticas y los actores, y cómo se perpetúan o modifican en el tiempo. La idea es que los imaginarios turísticos o bien se reproducen y estabilizan -una hegemonía a lo Gramsci- o bien se someten al cambio. Los imaginarios cambian a partir de las definiciones emanadas tanto desde los poderes políticos y la industria turística como desde las fuerzas culturales en oposición a esos mismos poderes, así como también desde las narrativas individuales de los turistas -antes, durante y después del viaje-. Con una particularidad: si las imágenes pueden cambiar en el tiempo, los imaginarios, en cambio, pueden perpetuarse ya que en términos cognitivos funcionan como verdaderos esquemas mentales, es decir, ensamblajes representacionales compartidos que funcionan como modelos culturales, los cuales pueden incorporar varios estereotipos.

Por último, Salazar y Graburn aportan cuestiones clave en el ámbito disciplinar acerca de la conformación de verdaderos regímenes turísticos, sostenidos por ideologías y estereotipos culturales. Así, los imaginarios se entrecruzan con los discursos turísticos dominantes -los productos de las imágenes de diferencia construidos en base a siglos de contacto intercultural, jugando un rol esencial en los procesos de producción y consumo.

La obra, a continuación, se divide en dos grandes bloques: "Imaginarios de Gentes" -los Korowai de Indonesia, los Emberá de Panamá, el Parque Cultural Aborigen Tjapukai en Australia; los Sani y Axi de China; los Canhaners de Mozambique- e "Imaginarios de Lugares" -Pietrelcina en Italia; Camboya; un parque temático en Portugal; el

Caribe; una reserva natural en Holanda. En el conjunto de los capítulos que componen ambos bloques se muestra la heterogeneidad de las dimensiones de los imaginarios turísticos, apoyada en la consistencia del trabajo de campo y la etnografía. Se exploran las distintas vertientes acerca de cómo los imaginarios turísticos se intersectan de manera fluida con estructuras ideológicas y fuerzas culturales, personas y grupos, a través de la multiplicidad de coyunturas y encuentros turísticos. Varios autores dan cuenta del factor temporal en relación a la perpetuación o la contestación de los imaginarios en los destinos turísticos etnografiados. Por otro lado, la recepción y consumo de los imaginarios turísticos tanto desde el punto de vista institucional (gobiernos) como individual (viajeros, residentes, trabajadores de la industria) demuestra que los imaginarios rivalizan entre sí e influyen no solo las preferencias sobre el destino seleccionado, sino que anticipan y orientan las prácticas y las conductas a realizar en el destino turístico (¿cómo comportarse en una playa? ¿y en un santuario?).

Theodossopoulos explora en relación al turismo étnico en Panamá las relaciones dialécticas entre las expectativas exotistas e idealizadas de los turistas extranjeros, los panameños no-indígenas y los emberá; este grupo étnico no resulta ser una víctima pasiva de las proyecciones externas sino que responde a su vez proyectando sus propios estereotipos sobre el resto de agentes y actores. Del mismo modo, Di Giovine muestra la capacidad de los diversos grupos epistémicos (El Vaticano, *mass media*, tour-operadores) de reconfigurar y remodelar los imaginarios sobre el culto al Padre Pío en Pietrelcina; no se trata, por tanto, de visiones del mundo sino de plantear la “dialéctica de lo imaginario”, es decir, concebir los imaginarios como performativos y con capacidad de hacer y producir cultura e identidad a través de narrativas, imágenes y prácticas cambiantes a lo largo del tiempo. En cambio, Little considera que el imaginario del turismo tropical en Belice no sigue una línea de expresión dialéctica y aboga por un concepto de imaginario como un ensamblaje fluido, inconmensurable, afectivo y no-representacional; la idea de Little es que el turismo tropical es un sistema emergente que involucra mundos soñados a través de sentimientos seductores de relax e imágenes paradisíacas.

La propuesta de Stasch de un tratamiento simétrico de los imaginarios entronca con la reflexividad antropológica y con el enfoque de Latour, reclamando mayor atención a los imaginarios contruidos no por los turistas sino por las gentes que los reciben, requiriendo para ello un trabajo etnográfico en profundidad y atento al punto de vista local o emic. Bunten aboga por la reconfiguración del turismo indígena que pudiera empoderar a los Aborígenes australianos y obtener mayor control sobre las narrativas, las imágenes y los productos simbólicos frente a los visitantes. En una línea semejante Swain es partidaria del auto-management de los imaginarios turísticos por parte de

pequeñas comunidades como ejemplifica con los grupos Sani y Axi de China. Por su parte, Baptista indaga en los mecanismos ideológicos subyacentes a la construcción del imaginario turístico de índole moral basado en la idea de “comunidad”, en base a la cual determinadas poblaciones locales y rurales viven y negocian con los diversos agentes de poder. Mota Santos analiza un parque temático portugués como un espacio rizomático en cuanto a la mezcla de realidades del pasado colonial y fascista portugués que simboliza para los visitantes la quintaesencia del imaginario nacional de la identidad portuguesa. Ferraris se detiene en la distorsión generada en el imaginario del turismo italiano sobre Camboya, concebido como un país que permanece inalterado en el tiempo y que no posee la capacidad de cambiar y hacer historia. Finalmente, Tonnaer profundiza en la dicotomía entre dos imaginarios construidos en torno a la naturaleza (hospitalaria/hostil) por medio del análisis de una reserva natural en Holanda.

El libro concluye con un epílogo muy oportuno y clarificador de Leite quien invoca la relevancia para el proyecto antropológico del análisis de los imaginarios del turismo, puntualizando que estos no son en absoluto reducibles al fenómeno turístico y deben distinguirse heurísticamente de los imaginarios que llevan consigo los propios turistas (p. 264). Particularmente sugerente es su reflexión acerca de la pertinencia de prestar atención a los imaginarios turísticos de la “comunalidad” a nivel global, lo que los distintos actores comparten, en lugar de focalizar el análisis exclusivamente en los imaginarios de la alteridad y la diferencia, abriendo con ello líneas de investigación para el desarrollo futuro de los estudios sobre el turismo

Tal vez el punto débil del libro recae en la propia popularidad de la que goza actualmente la noción de imaginario, bastardeado en la literatura de los estudios culturales. La trivialización del concepto y las dificultades para integrarlo en el discurso antropológico a causa de su aparente invisibilidad e inverificabilidad condicionan su aceptabilidad en la academia como una perspectiva metodológica más. Leite señala que es posible objetivar los imaginarios en su forma material cristalizada, es decir, contrastar la vida mental en operación. No obstante, en el libro no queda muy claro el papel que juega el turista que no imagina un lugar o tiene dificultades para orientarse una vez en él. Leite se pregunta: “¿es posible para los turistas experimentar un lugar o gente con la que no está familiarizada sin el recurso de los imaginarios?” (p. 273). Y esto es debido a que el énfasis en el libro se dirige tanto a las poblaciones locales -en su rol cuestionador de los imaginarios dominantes- como a la industria turística.

Por otro lado, focalizar el estudio en el nivel de la representación y las realidades cognitivas y perceptivas que constituyen los imaginarios turísticos corre el riesgo de minimizar sus efectos desigualitarios, de miseria e injusticia social sobre el mundo real

y material. La focalización en los deseos, gustos, anhelos y sentimientos afectivos del turista oscurece algunos otros aspectos como la mercantilización del turismo, en especial la explotación, la precarización y la alienación de los trabajadores del turismo, así como el fetichismo que finalmente envuelve el producto turístico, el cual es producido y consumido en base al trabajo imaginativo desplegado por la industria turística y el poder político, con el soporte de los mass media.

En suma, el aporte del libro de Salazar y Graburn al estudio del turismo es substancial al haber compilado un excelente conjunto de etnografías con planteamientos teórico-metodológicos innovadores y gran calidad descriptiva para una mejor comprensión de los imaginarios del turismo. Un libro muy útil para el futuro de las etnografías globales sobre turismo.

Bibliografía

- AMIROU, R. (1995) *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris: PUF.
- LE GOFF, J. (1985) *L'Imaginaire medieval*, Paris: Gallimard.
- PICARD, D. (2011) *Tourism, Magic and Modernity. Cultivating the Human Garden*, Oxford: Berghahn.
- SALAZAR N. B. & GRABURN, N. H. H. (Eds.) (2016) *Tourism imaginaries: anthropological approaches*, Oxford: Berghahn.
- URRY, J. (2002) *The Tourist Gaze*, London: SAGE.

HABLAN LAS TRABAJADORAS DE LOS RINCONES
OSCUROS DEL TURISMO. RESEÑA DEL LIBRO *LAS QUE LIMPIAN
LOS HOTELES. HISTORIAS OCULTAS DE PRECARIEDAD LABORAL*
DE ERNEST CAÑADA (2015)

Javier Hernández-Ramírez
Universidad de Sevilla

La reciente publicación de Ernest Cañada que aquí se analiza es una obra que bien podría enmarcarse en la tradición socio-antropológica del trabajo turístico y, más concretamente, del empleo en los hoteles. Sin ánimo de ser exhaustivos, enlaza con clásicos como *Costa del Sol. Retrato de unos colonizados* (1977), obra colectiva de denuncia y análisis de las condiciones laborales en el medio hotelero de la Málaga de los setenta, y más recientemente con los estudios de Brunet y Belzunegui (2003) y Rubio (2001) sobre el mercado de trabajo turístico o el de Ramos et al. (2002) que muestra que la discriminación de género femenino en el empleo de los hoteles de Baleares es un hecho constatable.

Si bien por su temática el ensayo de Cañada encajaría en este género de estudios, no es una obra estrictamente académica. Su singularidad radica en su vocación militante, su compromiso social, su intención de invertir una de las situaciones de discriminación y explotación laboral más injustas, sangrantes e ignoradas del actual mercado de empleo: el que viven las trabajadoras de la limpieza de los hoteles, las llamadas “camareras de piso”.

Este colectivo, que representa nada más y nada menos que el 25% de la plantilla de los hoteles españoles, es el gran desconocido del sector turístico, a pesar del papel fundamental que desempeñan. Precisamente este es el objetivo principal de la obra que aquí reseñamos: “dar luz” sobre el universo de este segmento invisibilizado de trabajadoras, que participan en el sector productivo más alabado y reconocido de España, el cual es presentado como el verdadero motor de la economía. Esta tesis apologética (Jafari 2005), que triunfa en los discursos oficiales de empresarios y políticos, oculta el submundo que se localiza en el interior de los hoteles, en la verdadera trastienda del turismo, en un *backstage* al que no se acercan los turistas. Como muy acertadamente señala el autor, el trabajo turístico está fuera del debate político, ya que se ha impuesto la ideología que contempla al turismo como la receta más eficaz para remediar los graves problemas de

desempleo actuales. En esta lógica turístico-céntrica (Saarinen 2006), hay que cuidar con mimo a este sector, asegurar su sostenibilidad en el tiempo y mantenerlo alejado de toda crítica desestabilizadora.

Ernest Cañada opta por dar voz a las camareras de piso para iluminar estos rincones oscuros del turismo. Y lo hace empleando un estilo ecléctico, poco académico, que huye de hipótesis, marcos teóricos, referencias bibliográficas, notas a pie de página y conclusiones sesudas. Utiliza, por el contrario, un género más cercano al periodístico, pues son las mismas trabajadoras las que exponen sus experiencias y opiniones, respondiendo a las cuestiones planteadas por el autor en entrevistas que se transcriben en su literalidad y que se encabezan con titulares reveladores, de acuerdo con un modelo narrativo más propio de la crónica de actualidad que del ensayo científico.

La intencionalidad de este fórmula directa es clara: construir un texto atractivo y asequible para denunciar abiertamente la situación de un sector profesional devaluado, cuyas pésimas condiciones de trabajo se agravan paulatinamente, especialmente desde la aprobación de la Reforma Laboral de 2012 y la consolidación de la estrategia patronal de externalización y subcontratación. Pero el resultado del trabajo no es menos profundo y riguroso que el de la tesis académica al uso. Al contrario, su estilo cercano permite al lector conocer desde dentro -desde la experiencia- el marco laboral cotidiano en el que se inscriben esas camareras anónimas y empatizar con sus vidas, sentimientos y opiniones.

Es un libro plural que tiene el valor del testimonio, lo que ya de por sí justificaría su publicación; pero es también una obra de autor, porque el tratamiento de las entrevistas y la organización del texto obedecen a un objetivo explícito de denuncia. La obra se enmarca en un movimiento más amplio de lucha que lidera UITA, organización que agrupa a sindicatos de hostelería de todo el mundo, a través de una campaña internacional que defiende la dignidad y profesionalidad de las camareras de piso. En dicha iniciativa participan sindicatos y asociaciones de camareras, entre las que destacan las autodenominadas *Kellys*. También respalda dicha movilización *Alba Sud, think tank* centrado en la investigación y el desarrollo, del que Cañada es un miembro activo.

La repercusión mediática de este esfuerzo colectivo es indudable. Desde la publicación del libro son numerosos los medios de comunicación (radio, televisión, páginas web, blogs, twitter, Facebook...) que reseñan los resultados del estudio y, sobre todo, se hacen eco de las demandas de las camareras de hotel a través de entrevistas y todo tipo de declaraciones.

La obra se estructura en cuatro partes diferenciadas: una primera a modo de prólogo e introducción en la que tres dirigentes sindicales alertan sobre la tendencia a la degradación del empleo en el medio hotelero. Continúa Cañada con un texto conciso, sencillo

y preciso en el que aborda el universo laboral de las camareras de hotel. La tercera parte del trabajo es la más amplia, representa más del 60% del texto, la conforma una selección de 26 testimonios de trabajadoras (de un total de 80) que, a través de entrevistas, relatan autobiográficamente su experiencia personal y valoraciones. Concluye con un apartado específico titulado significativamente “Voces de apoyo” en el que un médico y tres sindicalistas, buenos conocedores de la realidad de este colectivo, responden a un elaborado cuestionario, que permite cerrar el texto; aunque quizás de un modo algo abrupto, sin una conclusión final o síntesis elaborada por el propio autor.

En esta sinfonía de perspectivas personales bien dirigida por la batuta de Ernest Cañada, se abordan tres temas fundamentales: las condiciones de trabajo, los sistemas de control y los nuevos modelos de reclutamiento y contratación de las trabajadoras.

En relación con la primera temática, queda claro que la camarera de piso es siempre una mujer. Su ocupación es el paradigma del empleo feminizado, pues las tareas asociadas al mismo se interpretan como una prolongación del trabajo doméstico. Esto favorece su ocultamiento y discriminación. Acrecienta este último hecho el que suelen ser inmigrantes las que de siempre lo desempeñen. En el *boom* del turismo *fordista* fue habitual que los hoteles emplearan a jóvenes sobre todo andaluzas; hoy, las acompañan inmigrantes de países del *Sur*. En este contexto, lo normalizado es que los mandos intermedios (gubernantas, sub-gubernantas y supervisoras) sean naturales de la zona y las camareras procedan de otras latitudes. ¿Qué mejor ejemplo que este para evidenciar que en el mercado de trabajo turístico opera una segmentación de género, étnica, racial y de clase?

La camarera de piso trabaja, generalmente, sola; nadie la acompaña, su aislamiento es casi total, apenas interactúa con sus compañeras y muy poco con los clientes. Una vez distribuido el trabajo, cada una desempeña su cometido de forma independiente y sin personal de apoyo. En casi todos los establecimientos se ha reducido o desaparecido el personal auxiliar masculino (*valet*) que se encargaba de bajar la ropa a la lavandería y cargar los materiales. Hoy esa tarea ocupa también a las operarias. Es además un trabajo manual. A diferencia de otras secciones en la que se ha incorporado moderna tecnología, la inversión en mejoras técnicas ha sido aquí muy limitada; de hecho abundan los hoteles sin montacargas y carros para desplazar la ropa de cama y los utensilios de limpieza.

La lectura del estudio revela la dureza de unas condiciones de trabajo desconocidas que afectan severamente a la salud física y mental de las operarias. Lo grave del asunto es que estos escenarios se han degradado en los últimos años. Todos los testimonios coinciden en resaltar que se está viviendo una intensificación de las cargas, que ya de por sí eran altas. Hoy es habitual que en una jornada de ocho horas las camareras tengan que limpiar y acondicionar más de veinte habitaciones, lo que exige mantener un ritmo

frenético e incesante; a lo que a menudo hay que sumar el adecentamiento de zonas comunes y nobles del hotel. Por si fuera poco, las reformas de las habitaciones se diseñan según criterios estéticos, sin considerar cómo pueden afectar a la carga de trabajo y a la seguridad de las camareras la introducción de nuevos objetos y enseres (mamparas en los baños, espejos por todos lados, camas supletorias, etc.).

La conducta de los clientes también afecta negativamente a las condiciones de trabajo, pues un sector de los nuevos consumidores desarrollan comportamientos vandálicos (suciedad, averías, roturas, vómitos, arena de la playa esparcida, basura tirada, botellas rotas...); y otros huéspedes hacen un uso muy intensivo de las habitaciones (más personas, hábito de cocinar y comer en el interior...), pero con un menor tiempo de estancia, por lo que aumenta el trabajo (*las salidas*).

Las consecuencias derivadas de esta presión se traducen en enfermedades profesionales, físicas (dolores de espalda, hombros, brazos, cervicales, rodillas, caderas, zona lumbar, ciática, síndrome del túnel carpiano, etc.) y psíquicas (estrés, ansiedad, depresión...). Para paliar estos males es práctica habitual la automedicación diaria (antiinflamatorios, antidepresivos...), lo que implica adicciones y secuelas a medio plazo. Los médicos de las mutuas y de empresa recomiendan aplicar los conocimientos aprendidos en los cursos de ergonomía, porque así se evitarían las frecuentes lesiones. Pero según las trabajadoras esto no es viable pues no podrían cumplirse los ratios de rendimiento y tendrían que prolongar aún más sus jornadas. Los dramáticos testimonios recopilados en el libro y la reveladora entrevista al profesional médico subrayan una y otra vez que las enfermedades laborales no se reconocen o se hace a las trabajadoras responsables de las mismas, por lo que es habitual que trabajen enfermas.

En cuanto a los sistemas de control, las entrevistadas manifiestan padecer una férrea supervisión por parte de los cargos intermedios, que recurren habitualmente al insulto, la amenaza de despido y el acoso. En este medio invisibilizado, el miedo es lo que impera y lo que permite que se apliquen cambios imprevistos en las jornadas de trabajo y en el calendario laboral sin encontrar una gran resistencia.

Paralelamente, se aplican formas de control técnico que recuerdan al taylorismo (Edwards 1983), pues los trabajos asignados por las gobernantas, que son descritos en estadillos o *chuletas*, han sido previamente calculados y posteriormente supervisados. No obstante, las trabajadoras señalan reiteradamente que esta medición está sobredimensionada, porque es muy difícil cubrir los objetivos en el tiempo previsto. El resultado es que la jornada se amplía, pero sin contraprestación económica, pues estas horas extras no son abonadas. Como indicaba una entrevistada: “*es como si estuviéramos trabajando a destajo pero con sueldo de camarera*” (pág. 56).

Los nuevos modelos de reclutamiento y contratación constituyen la tercera gran temática abordada en el estudio. En estos sistemas se aprecia una clara degradación, porque los contratos fijos y fijos discontinuos introducidos tras las movilizaciones sindicales de los años 70, comienzan a ser la excepción tras la aprobación de la Reforma Laboral que, con el argumento de la flexibilidad y la competitividad, está permitiendo una desregulación encubierta a través de la externalización. En este contexto las nuevas hornadas de empleadas tienden cada vez más a ser reclutadas fuera, lo que supone una sensible reducción del personal contratado directamente por el hotel, el cual, paulatinamente, se desentiende del factor trabajo. En unos casos, las camareras fijas y fijas discontinuas son despedidas y reincorporadas a través de empresas externalizadas; y en otros, estas trabajadoras -generalmente de mayor edad- pasan a ser sustituidas por otras más jóvenes que se incorporan también mediante este tipo de empresas externalizadas. En ambas situaciones lo que se impone es un régimen contractual precarizado, el cual se basa en contratos a tiempo parcial, en los que sólo se cotizan los días trabajados y se retribuyen con salarios muy bajos, que son pactados fuera del convenio marco.

Obviamente, esta situación repercute en la valoración del trabajo por parte de las camareras de piso. Aunque en las entrevistas son abundantes las referencias a la dignidad del trabajo bien hecho, estas se suelen acompañar del lamento por la imposibilidad de materializar dicho ideal. La degradación general de las condiciones laborales influye en el paso de una ética que valoriza el trabajo a otra en la cual este se rechaza y se concibe exclusivamente como un instrumento pecuniario. Ser camarera hoy deja de ser una carrera profesional para convertirse en una salida coyuntural de mujeres desempleadas con serias dificultades para desarrollar un proyecto vital autónomo. Es lo que el propio Cañada denomina “desprofesionalización”.

En definitiva, el trabajo de Ernest Cañada es un verdadero aldabonazo a la sociedad, pues visibiliza la explotación y la degradación del trabajo de las que *limpian los hoteles*. No obstante, esta aportación habría sido más categórica si el autor hubiera abordado de modo sistemático e independiente en apartados específicos tres aspectos muy relevantes que pasamos a subrayar.

En primer lugar, habría clarificado mejor la situación de las trabajadoras el abordaje de un capítulo específico que contextualizara el marco general del mundo de los hoteles y las tendencias de este tipo de empresa. El hotel tradicional, como negocio dirigido desde un organismo central, que es propietario y gestor al mismo tiempo, se está transformando paulatinamente en una especie de plataforma virtual y flexible, en cuyo seno coexisten distintas empresas externalizadas que se especializan en funciones específicas (limpieza de pisos, mantenimiento, adecuación de espacios comunes, entretenimiento,

catering...), contratan a su personal y establecen acuerdos con las otras partes en una estructura reticular, dinámica e inestable.

Otro aspecto relevante que merecería un tratamiento diferenciado es un diagnóstico de las relaciones sociales de producción. En este sentido, la visión subjetiva de la experiencia de las trabajadoras se habría enriquecido con la descripción del modelo de estructura orgánica que impera en la empresa hotelera (departamentos y sus vinculaciones funcionales) y de los sistemas de organización horizontal y vertical del trabajo, distinguiendo los cometidos de todas y cada una de las categorías profesionales (camarera de piso, de salones, de zonas comunes, *valets*, supervisora, sub-gobernanta, gobernanta, jefe de departamento...) y resaltando las causas de los conflictos internos. Porque no puede olvidarse que el colectivo encargado del servicio de limpieza está profundamente segmentado por su distinta posición en la estructura de mando, condición contractual, etnicidad y momento de incorporación.

Por último, se echa de menos un tratamiento específico de las respuestas obreras individuales (absentismo, sabotaje, frenado, etc.) o colectivas (paros, huelgas, etc.) al sistema de trabajo. También habría contribuido a comprender las causas de la profunda debilidad del movimiento de trabajadores conocer los posicionamientos, alianzas y conflictos existentes entre las distintas fuerzas sindicales (también las minoritarias ausentes en el texto).

Quizás por este objetivo de ensayo de urgencia, en su metodología el libro adolece de una sistematización de las aportaciones de las entrevistadas que se concentraran en unas conclusiones capaces de integrar lo particular. No hay duda de que los testimonios aportan credibilidad, verosimilitud y provocan la identificación empática del lector con el informante. Pero la narración de vidas muy semejantes da lugar a reiteraciones quizás innecesarias (sobrecarga, automedicación, problemas físicos y mentales, bajos salarios, contratos precarios, malos tratos, etc.) que bien podrían haberse reducido atendiendo más a lo singular de cada experiencia. Este esfuerzo de generalización o síntesis habría permitido agrupar la diversidad empírica y construir un conjunto capaz de abstraerse de las consideraciones marginales.

Pero muy por encima de todas estas matizaciones -que sólo se plantean como críticas constructivas- queda un trabajo valiente, un estudio que pone sobre la mesa un tema tabú en nuestra sociedad del que no se habla porque se dice que hay que asegurar la solidez del *benéfico* turismo. Pero Ernest nos enseña que detrás de los destinos turísticos, de la calidad, comodidad y lujo que proporcionan sus instalaciones y servicios, hay un trabajo invisibilizado, silenciado y explotado que lo sostiene.

Bibliografía

- BRUNET, I. y BELZUNEGUI, A. (2003) “Sociología del trabajo turístico”, in Rubio, A. *Sociología del Turismo*, Barcelona: Ariel, pp. 159-189.
- EDWARDS, R. (1983) “Conflicto y control en el lugar de trabajo”, in Toharia, L. *El mercado de trabajo. Teorías y aplicaciones*, Madrid: Alianza, pp. 141-155.
- GALÁN, J. J., MARTÍN, A., RUIZ, J. y MANDLY, A. (1977) *Costa del Sol. Retrato de unos colonizados*, Madrid: Campo Abierto Ediciones.
- JAFARI, J. (2005) “El turismo como disciplina científica”, *Política y Sociedad*, 42 (1), pp. 39-56.
- RAMOS, V., REY-MAQUEIRA, J. y TUGORES, M. (2002) “Análisis empírico de discriminación por razón de género en una economía especializada en turismo”, *Annals of Tourism Research en español* 4 (1), pp. 239-258.
- RUBIO, A. (2001) *Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo*, Barcelona: Ariel.
- SAARINEN, J. (2006) “Traditions of sustainability in tourism studies”, en *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 (4), pp. 1121-1140.

SOBRE AMISTAD, AMOR Y DINERO: RELACIONES FRÁGILES Y SENTIMIENTOS HÍBRIDOS A LOS MÁRGENES DEL TURISMO. RESEÑA DEL LIBRO *TOURISM AND INFORMAL ENCOUNTERS IN CUBA* DE VALERIO SIMONI (2016)

Fabiola Mancinelli
Universitat de Barcelona

Durante muchos años, las categorías de anfitrión e invitado han constituido uno de los pilares analíticos de la antropología del turismo. El paradigma binario, que separa a los turistas en su tiempo de ocio de la población residente dedicada al trabajo, parecía incuestionable. Hasta que los panoramas cambiantes de los turismos actuales, con sus crecientes fragmentaciones, empezaron a instar una reflexión de alcance más amplio, que asuma la multiplicidad de agentes, relaciones e identificaciones que surgen en el escenario turístico. El trabajo de Valerio Simoni representa una clara aportación en esta dirección: su reflexión es una invitación metodológica a desafiar las categorizaciones y determinaciones apriorísticas, un reto que el texto acepta aventurándose en el entramado de relaciones que emergen a través de los *encuentros informales*, ámbito del que el autor nos presenta la profunda ambivalencia y al mismo tiempo el gran poder generador de identidades.

Respaldo por un trabajo de campo de larga duración, llevado a cabo entre 2005 y 2014, *Tourism and Informal Encounters in Cuba* es una detallada etnografía de los procesos y relaciones sociales que plasman los encuentros entre turistas y residentes en Cuba. Simoni se centra en el mundo de los *encuentros informales*, aquellas conexiones que surgen gracias a la industria del viaje, pero que se desarrollan al margen de las actividades turísticas oficiales. Se trata de relaciones que involucran a jóvenes cubanos - hombres y mujeres -, con turistas extranjeros, generalmente viajeros independientes. La mayoría de estos encuentros confluye en el llamado *jineterismo*, controvertido término para indicar un amplio espectro de actividades económicas informales, antes de todo prostitución, pero también otros tipos de pequeños negocios (cambio de divisa, venta de puros, transportes particulares, etc.), a menudo al margen de la legalidad. Sin embargo, *Tourism and Informal Encounters in Cuba* no es un trabajo sobre prostitución

y turismo, ni una etnografía de la economía informal. Es más bien ambas cosas y algo más: una reflexión constructivista que lidia con las ambigüedades de relaciones que barajan amistad y amor con instrumentalidad económica. Sin guiones preconcebidos, Simoni explora los retos a los que se enfrentan visitantes y residentes en sus intentos de establecer relaciones significativas: la fugacidad de los encuentros, el contraste entre distintas expectativas e intencionalidades, las justificaciones morales, las dinámicas de poder y sus implicaciones. El resultado es una sinfonía de voces en la que el autor desenreda puntos de vista y estrategias adoptadas por los cubanos en su acercamiento a los turistas, o los hombres en su relación con las mujeres (y viceversa). Sus experiencias nos muestran toda la fragilidad de los encuentros pero lucen también del esfuerzo que ambos hacen, de forma consciente, para llevar esos acercamientos más allá del mero intercambio de bienes.

El enfoque de Simoni es innovador y todavía poco explorado en la antropología del turismo, tanto en los contenidos como en el método. Su interpretación se desarrolla a través de la noción de “idiomas relacionales”, un concepto heurístico centrado en la forma en que los turistas y los miembros de la población residente hablan de sus relaciones mutuas. Con un estilo de narración dinámico y agradable, el autor nos presenta una galería de personajes y sentimientos en una sucesión de viñetas etnográficas. Se trata de un verdadero laboratorio humano en el que todos los protagonistas se enfrentan a un reto: buscar nuevos vocabularios para definir la naturaleza de sus relaciones. Las distintas voces utilizan términos como “hospitalidad”, “reciprocidad”, “amistad”, “amor”, pero estas palabras demuestran en seguida sus limitaciones en tratar de caracterizar las dimensiones múltiples y controvertidas que se abren en estos encuentros. Los “idiomas relacionales” ayudan a definir y conceptualizar la ambivalencia de las relaciones, aclarando el funcionamiento de algunos aspectos de las experiencias turísticas.

Por sus estrategias de entrada, el acercamiento de los cubanos a los turistas podría aparentar a intenciones de amistad, o de atracción amorosa. Sin embargo, las finalidades que lo motivan, para los jóvenes cubanos son muchos más complejas: deseo de lujos “fuertes” o necesidad de pequeñas ganancias, búsqueda de apoyo económico y promesas de reciprocidad, esperanza de relaciones duraderas y – quizás- un visado y un billete de avión para emigrar hacia una nueva patria y condición vital. Los turistas, por su parte, buscan “experiencias memorables”, relaciones con la “Cuba de verdad”, formas de salir de la burbuja turística y de establecer relaciones que duren quizás algo más que su estancia. Pese a estas premisas, las asimetrías que caracterizan las relaciones turista-residente hacen que estos acercamientos permanezcan ambiguos. ¿Sentimientos o interés económico? Las esperanzas y expectativas reciprocas se ven mermadas por un

juego ambivalente de (des)confianza y (des)igualdad, disposiciones que constituyen el telón de fondo en el que se mueven los protagonistas de este texto.

“*El problema es que nunca sabes por qué hablan contigo; si hay algún interés escondido detrás. Tal vez están tratando de ganar algo*” (Simoni 2015: 127)¹, dicen dos turistas suizas refiriéndose a los cubanos. Sus palabras iluminan esa tensión entre ganas de confiar y legítimo recelo, una de las formas de ambivalencia en que oscila la mayoría de experiencias relatadas por Simoni, que indaga cuidadosamente sus intersticios. El texto problematiza todo un mundo de idiomas relacionales, mostrando, como sugiere Smart (1999: 120) como a menudo se trata de *formas de hablar* de las relaciones, más bien que de criterios para definirlos. Fiel a esta indicación, Simoni no da por supuesto ningún significado, sino que cuestiona, de-construye y reformula cada vez la perspectiva de los protagonistas, huyendo de las aproximaciones reduccionistas. Más que buscar significados definitivos, Simoni hace de la ambigüedad una brújula y muestra cómo intenciones y dimensiones morales divergentes pueden llegar a confluir. El resultado son idiomas híbridos, en los que las fronteras entre el mundo de los afectos y el de la instrumentalidad económica se revelan más borrosas de lo que uno podría pensar en un primer momento. Como en el caso de amistad e interés económico. Como comenta Mark, viajero británico independiente, reflexionando sobre la naturaleza de sus encuentros con los cubanos y el papel del dinero en estas relaciones: “*Eventualmente entendimos que no era incompatible que alguien pudiese estar usándote, para obtener dinero de ti, y al mismo tiempo estar realmente interesado en conocerte. Por necesidad, [los cubanos] tienen que hacer ambas cosas*” (Simoni 2015: 138).

El posicionamiento reflexivo del autor es otro elemento que vale la pena destacar de este trabajo. La posición y la definición del investigador en el terreno es un tema que se ha debatido mucho en antropología (cf. Hume and Mulcock 2004; Narayan 1993; Parkin 2000), pero es especialmente relevante en la investigación en turismo, pues la identificación de cualquier extranjero con un turista es quizás uno de los tópicos más frecuentes a los que un investigador se tiene que enfrentar (Nuñez 1978; Pi-Sunyer 1981; Bruner 1989; Mancinelli, 2013). Simoni convierte esta etiqueta en un punto de fuerza, utilizándola como punto de acceso privilegiado para interactuar con aquellos cubanos que buscan activamente el contacto con los extranjeros, pero también para establecer relaciones de confianza con los demás turistas. Aunque el autor sea consciente de los límites de este posicionamiento, sobre todo respecto a cuestiones de género y sexo, su presencia, discreta pero siempre explícita se suma al texto enriqueciéndolo de una posibilidad más, que ofrece perspectivas reveladoras.

1. Todas las traducciones al castellano son de la autora.

El texto de Simoni es cuadripartido. A la introducción y las conclusiones se suman dos partes etnográficas: la primera, estructurada en cuatro capítulos, describe las circunstancias en las que emergen los encuentros entre turistas extranjeros y residentes cubanos, mientras que la segunda, repartida igualmente en cuatro capítulos, es un viaje a través de las interacciones y los idiomas relacionales del ámbito de los encuentros informales. Por su estructura, el libro está pensado como un viaje por etapas: cada capítulo escarba una comprensión más profunda de los encuentros, y los “idiomas relacionales” se suman el uno al otro, enriqueciéndose mutuamente de significado mediante convergencias, contrastes y oposiciones (Simoni 2015: 15).

El primer capítulo ofrece una breve reseña del desarrollo del turismo internacional en Cuba. Esta contextualización permite al autor situar históricamente el surgimiento de los encuentros informales entre turistas y cubanos, describiendo las circunstancias para la eclosión del *jineterismo*. Este fenómeno aparece durante el *periodo especial en tiempo de paz*, época de austeridad económica que sigue el colapso de la Unión Soviética en 1990. En estos años, el gobierno castrista vio en el desarrollo del turismo internacional un posible remedio para afrontar la depreciación del peso cubano y la penuria de divisa extranjera. Esta decisión se tradujo en la creación de resorts en las zonas costeras, que fomentaron un turismo de las 4 S: “sea, sun, sand and sex”. A pesar de los esfuerzos para promover otros modelos turísticos— centrados en la unicidad de la cultura cubana y en su legado histórico colonial—, la imagen de Cuba como “isla de placer”, “paraíso tropical repleto de oportunidades para el sexo” (Simoni 2015: 42) demostró su particular resistencia como tópico acerca del país. Es así que la combinación entre las nuevas oportunidades brindadas por la presencia de visitantes extranjeros, un ojo más tolerante hacia la privatización y las nuevas oportunidades de economía informal, y la imagen de una sexualidad cubana “caliente” y “desenfrenada”, crearon las bases para la emergencia del *jineterismo*.

El segundo capítulo relata cómo, con la maduración de la industria turística en Cuba, el *jineterismo* se convierte en parte integrante de la representación turística de la isla, creando el estigma de unos cubanos engañosos y traicioneros, interesados únicamente a aprovecharse de los turistas. Esta imagen conforma las expectativas de los visitantes internacionales, llenándoles de escepticismo acerca de los motivos de la población residente hacia ellos. Por una parte, el gobierno considera el fenómeno una acción inmoral, motivada por deseos consumistas y lujuriosos y trata de contrastar el fenómeno con medidas enérgicas, que persiguen sobre todo a los cubanos. Por otra parte, los cubanos implicados justifican su actividad como algo necesario, parte de la *lucha* para la supervivencia diaria. ¿Deseo o necesidad? Esta controversia delinea procesos de inclusión o exclusión en órdenes normativos y distintos regímenes de valor.

El tercer capítulo describe las dificultades que cubanos y turistas han de superar para poder encontrarse. La referencia es al control represivo y selectivo de las autoridades, pero también a las disuaciones normativas ejercidas por la industria turística formal, con su tendencia a segregar a los turistas en los resorts. Simoni describe las diferentes formas de discriminación que surgen a raíz de estas barreras, las asimetrías de estatus que provocan y las estrategias desarrolladas para superarlas.

El cuarto capítulo cierra la primera parte del libro con un análisis de los recursos y de las competencias que extranjeros y cubanos movilizan para conseguir un contacto. Simoni describe las *entradas*, es decir las distintas tácticas que los cubanos adoptan para acercarse a los turistas y ganar su desconfianza, y detalla las distintas técnicas comunicativas y personales necesarias para desenvolver positivamente una relación.

El capítulo cinco abre la segunda parte del libro, dedicada al análisis de los idiomas relacionales. Entramos así en el verdadero laboratorio de las relaciones humanas. El primer escenario escogido para la aplicación de este método es el *comercio de puros*, actividad omnipresente en la Cuba turística. La oferta de adquirir cigarros cubanos describe un contexto relacional ambivalente, que oscila entre instrumentalidad económica y otros términos: ayuda mutua, reciprocidad, generosidad, deber de hospitalidad. Que sea una u otra calificación a prevalecer, depende de la mayor o menor convergencia entre disposiciones, empatía y colaboraciones entre los protagonistas, y de cómo cada uno vive y califica la experiencia. Más allá del intercambio de mercancía, el comercio de puros adquiere el potencial para convertirse en un escenario marcado por la obligación de recibir y ofrecer una contrapartida, como en el sistema de don descrito por M. Mauss (1925). El autor nos muestra el esfuerzo de los turistas mismos para superar las narrativas canónicas acerca de la actitud “mercantil y engañosa” de la población residente, y mostrar otros aspectos y significados de estas transacciones.

El capítulo seis se dedica al idioma relacional de la amabilidad y de la amistad, sentimientos evocados con frecuencia en la relación de los cubanos a los turistas. Al lado de una concepción de amistad como sentimiento “puro”, voluntario y desinteresado, Simoni sugiere la existencia de un concepto “híbrido”: una forma mixta en la que el interés económico puede coexistir con la intimidad y el apego emocional, sin perjudicarlos, como hemos visto en las palabras de Marc, el turista británico citado con anterioridad. Si por un lado los turistas contrastan esta forma “híbrida” con la idea “pura” de una amistad “pura”, que existiría en su cultura de origen, por otro los cubanos se resisten a aceptar que la calidad de amistad que ellos pueden ofrecer sea de alguna manera considerada como “inferior” o “impura”. Aceptar la existencia de un sentimiento “híbrido”, señala Simoni, sería rendirse a las desigualdades estructurales del encuentro, a una especie de

genealogía geográfica y cultural de las relaciones, hecho que los cubanos rechazan con fuerza, reclamando una relación pura y despojada de sospechas de instrumentalidad.

El capítulo siete analiza el idioma relacional de la fiesta y de la seducción, un contexto de encuentro que difiere de los dos anteriores por su supuesta capacidad de crear una comunidad más horizontal, cuya atmósfera festiva y desenfadada invita a los turistas a aflojar sus resistencias y dejarse llevar. Sin embargo, incluso en un ambiente festivo las ambigüedades no se dejan esperar: es el caso del baile, donde emerge la tensión entre el poder cautivador de la atmósfera y el esfuerzo para mantenerse alerta sobre la naturaleza de las relaciones. El ámbito de la fiesta permite reflexionar sobre la importancia de las experiencias corporales, de la intensidad de los afectos, de las emociones, además que las divergencias y tensiones de género.

El capítulo ocho habla de sexo, dinero y sus confusas relaciones, captando sus implicaciones profundas, sobretodo en la adaptación y reformulación de principios morales. Desde el “rechazo ético” de la prostitución, a la aceptación como algo típico de Cuba, hasta la auto-proclamación de “turista sexual”, el abanico de valoraciones que los turistas utilizan para definir la conexión entre sexo y dinero es muy diverso. Curiosamente, la realidad presentada por los casos etnográficos muestra como los protagonistas, en lugar de solucionar las ambigüedades, prefieren mantenerlas, reservándose la libertad de interpretar las relaciones a su manera. Por ejemplo, una joven cubana considera más aceptable aceptar veinte dólares de un turista con quien se ha acostado, justificándolos como “dinero para el taxi”, en lugar de ganar cincuenta por una prestación explícitamente considerada como trabajo sexual. Asimismo, unos jóvenes chicos italianos que se niegan rotundamente a “pagar para tener sexo”, están al mismo tiempo dispuestos a pagar por muchas otras cosas (comida, bebidas, transportes), con tal de facilitar unos encuentros íntimos con las cubanas. Estos ejemplos nos muestran como los individuos quieren mantener una justificación o por lo menos una lógica moralmente justificable, aunque sólo en apariencia.

En las conclusiones, Simoni retoma los hilos principales de esta narración polifónica, cuyos únicos límites son quizás los inherentes a la identidad misma del investigador en el campo: como admite el autor mismo, falta examinar el comportamiento de los *pingueros*, los trabajadores del sexo homosexual, pero también, podríamos añadir, la voz de las turistas de sexo femenino involucradas con jóvenes cubanos. Dos ámbitos que abren caminos para ulteriores exploraciones.

Lo que queda de esta obra es una multiplicidad de perspectivas, útil para replantear la visión y división entre visitantes y visitados, y para asumir que las identidades en contextos turísticos no responden a roles establecidos, sino que se crean y se definen a

través de procesos y eventos clave, marcados por la fluidez, la temporalidad, la asimetría, las conexiones interétnicas e interculturales. Relaciones frágiles, nos recuerda Simoni, que merecen ser salvaguardadas para seguir planteando críticamente los límites y las posibilidades de todas las relaciones en un mundo lleno de diferencias y desigualdades. El texto afirma de forma contundente el valor de la perspectiva *emic* en el análisis antropológico, abriendo el paso a una comprensión más profunda del amplio espectro de relaciones en juego en el turismo contemporáneo.



GREENING BOOKS
www.bookdaper.cat
bDAP386

Quaderns de l'ICA 32
Pol·len edicions, sccI
Institut Català d'Antropologia,
2016

MOTXILLA ECOLÒGICA - Càlcul de la motxilla ecològica d'un exemplar de la publicació						
Massa publicació (g)	Petjada de carboni (g CO ₂ eq.)	Residus generats (g)	Consum aigua (L)	Consum energia (MJ)	Consum matèries primeres (g)	
314	484	47	5	9	181	
Estalvis*:	417	2	22	24	332	

* Impacte ambiental estalviat respecte a una publicació comuna semblant

QuAderns

de l'Institut Català d'Antropologia
Sèrie monogràfics

SAIDA PALOU RUBIO Y FABIOLA MANCINELLI

El turismo como refractor

ANTONIO MIGUEL NOGUÉS-PEDREGAL

Entre el lentisco y la jara. Cinco conclusiones socio-antropológicas sobre el turismo

MARC MORELL

Turisme per desposseïció: el treball col·lectiu del patrimoni cultural com a comú denominador urbà

DANIEL MALET CALVO, SERGI YANES Y ANDRÉS ANTEBI

Reconfigurando el entramado turístico: tres breves ensayos a cargo de "Turismografías"

RAÚL TRAVÉ MOLERO, DANIEL CARMONA ZUBIRI Y

ANTONIO MIGUEL NOGUÉS-PEDREGAL

Discursos periodísticos y prácticas comunicativas *alrededor* del turismo. El caso de Portmán (Región de Murcia)

MÓNICA LACARRIEU

La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología

CLAUDIO MILANO

Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: el turismo comunitario a debate

PABLO DÍAZ RODRÍGUEZ, AGUSTÍN SANTANA TALAVERA Y

ALBERTO JONAY RODRÍGUEZ DARIAS

Image on Internet as a Strategy of Rejuvenation: Virtual Expectations

DAVID LAGUNAS

Mundos soñados, mundos contestados: la dialéctica de los imaginarios del turismo. Reseña del libro *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches* de Noel B. Salazar & Nelson H. H. Graburn (Eds.) (2016)

JAVIER HERNÁNDEZ-RAMÍREZ

Hablan las trabajadoras de los rincones oscuros del turismo. Reseña del libro *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral* de Ernest Cañada (2015)

FABIOLA MANCINELLI

Sobre amistad, amor y dinero: relaciones frágiles y sentimientos híbridos a los márgenes del turismo. Reseña del libro *Tourism and Informal Encounters in Cuba* de Valerio Simoni (2016)

Amb el suport del programa de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya (IPEC) de la Direcció General de Cultura Popular, Associacionisme i Acció Culturals del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya



Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia és una revista de comunicació i debat científic adreçada als antropòlegs i antropòlogues socials. L'objectiu principal és crear un espai de discussió àgil i dinàmic sobre els temes d'interès en l'àmbit de l'antropologia.

