

El discurso de rechazo al turismo en Canarias: una aproximación cualitativa¹

J. Rosa Marrero Rodríguez [†]
Universidad de La Laguna (España)

Resumen: La actividad turística tiene una gran importancia económica y social en Canarias. La población residente se beneficia de dicho sector en términos de crecimiento económico y empleo, entre otros. Pero después de varias décadas de implantación progresiva en las Islas y pese a esta importancia, el conocimiento académico acerca de la dinámica de este sector y los impactos que genera sigue siendo insuficiente. Uno de los aspectos probablemente menos conocidos se refiere a las percepciones de los residentes acerca del turismo. Este artículo pretende contribuir al conocimiento de este aspecto de los impactos sociales. En particular, me voy a centrar en los discursos de rechazo al turismo en Canarias, aunque para ello requeriré del concurso de los discursos de aceptación. La perspectiva adoptada es fundamentalmente cualitativa, pues no se trata tanto de analizar cuántas personas en Canarias rechazan o aceptan el turismo y en qué términos, sino de comprender los discursos acerca de dicha realidad; es central en este sentido el análisis de los significados y percepciones que implica el rechazo del turismo.

Palabras clave: Turismo; Percepciones; Poblaciones locales; Metodología cualitativa; Clase social.

Abstract: Tourism is a very important activity in the Canary Islands, both economically and socially. It benefits local population through economic growth and employment creation. But after several decades of tourism development in the islands, academic knowledge about the behaviour of the sector and the impacts it creates is still scarce, considering its importance. One of the less known issues about tourism in the Canary Islands is the resident's perception towards tourism. And it is this issue this paper deals with. It will be focused on the social discourses rejecting tourism in the Islands, even though it will also consider social discourses that have supported and still support tourism development. The paper adopts a qualitative strategy. The objective is not to analyze how many people in the Canary Islands reject or accept tourism, but rather to understand the meaning of their discourses about it. There are three important ideas in the reject discourse: tourism generate high concentration of population in the islands, the benefits of the activity go out and the tourists and the touristic model symbolize a low prestige consumption leisure product. Because today the sun and sea model symbolize low prestige.

Keywords: Tourism; Perceptions; Host population; Qualitative methodology; Social class.

[†] • J. Rosa Marrero Rodríguez es Doctora en Sociología y profesora del Departamento de Sociología de la Universidad de La Laguna (Tenerife, España). E-mail: jrmarrrod@ull.es

Introducción

Es conocida la importancia económico-social del turismo en Canarias. Desde hace décadas, la población residente se beneficia de dicho sector en términos de crecimiento económico y empleo. Sin embargo, pese a su implantación progresiva en las Islas y a su centralidad en el tejido productivo, el conocimiento académico acerca de la dinámica de este sector y los impactos que genera sigue siendo insuficiente. Uno de los aspectos probablemente menos conocidos se refiere a las percepciones de los residentes acerca del turismo². Este artículo pretende contribuir al conocimiento de este aspecto de los impactos sociales del turismo. En particular, me voy a centrar en los discursos de rechazo al turismo en Canarias, aunque para ello requeriré del concurso de los discursos de aceptación.

Se puede afirmar que la literatura académica que aborda los impactos socioculturales del turismo es amplia y densa. El interés por esta temática tiene que ver con la preocupación cada vez mayor entre académicos y gestores públicos por las consecuencias que tiene la implementación de la actividad turística. En concreto, por lo que respecta a las manifestaciones de rechazo al turismo, por su posible impacto negativo sobre la dimensión económica del servicio turístico y en el encuentro entre 'anfitriones e invitados'.

En este artículo presento un estudio de caso, donde se centra la atención en el proceso de conformación de los discursos de oposición al turismo. Por lo que se procederá a una descripción de los mismos y posteriormente a su análisis; para ello se considerarán como variables relevantes las características del destino, la influencia del turismo en la sociedad local específica —en este caso la isla de Tenerife en Canarias—, pero también a los componentes de clase que influyen en las percepciones de los residentes. En este sentido, es clara la vinculación teórica con la perspectiva bourdiana, en tanto se expondrá que los discursos de los individuos, además de estar condicionados por la impronta de la estructura turística en el territorio, se encuentran estructural y diferencialmente vinculados a su condición social, en particular en lo que

respecta a la valoración subjetiva de los productos de consumo, de ocio o turísticos.

Hay que aclarar varios aspectos antes de continuar. En primer lugar, la perspectiva metodológica adoptada es cualitativa. Pues no se trata tanto de analizar cuántas personas aceptan o rechazan el turismo en Canarias y en qué términos, sino de comprender el proceso de formación de los discursos acerca del mismo, siendo central el análisis de los significados y percepciones que implica el rechazo. Por tanto, de lo que se va a exponer no se podrán derivar generalizaciones estadísticas puesto que se apoya en una metodología estructural que pretende la comprensión de los significados de los discursos emitidos por los individuos (Alonso, 1994, 1998). En definitiva se trata de un abordaje que pretende incidir en las ideas base que permiten la construcción de un discurso de rechazo del turismo. Como plantea Alonso (1998: 46),

“he aquí el campo específico de aplicación del enfoque cualitativo en sociología: el estudio de los discursos, entendiendo por discurso un conjunto de prácticas significantes, no sólo las prácticas lingüísticas en sentido estricto; siendo cada proceso concreto de articulación el que fija, inestable y parcialmente el significado de cada discurso en la infinitud del campo de la discursividad. Este campo de la discursividad, además, no se inscribe en el espacio de lo mental o de la subjetividad radical, sino en la materialidad social como producto de un sistema de identidades y diferencias que, al coincidir y enfrentarse, se objetivan; los discursos fijan las posiciones de los sujetos en un sistema instituyente de fuerzas y contrafuerzas sociales”.

En segundo lugar, la investigación de la que se extrae el material de entrevistas que se utilizan en este artículo no tenía como objetivo central de estudio las percepciones sobre el turismo, y sí sólo algunos aspectos concretos de dicha actividad. Se trataba de una investigación cuyo objetivo central era el análisis de la actividad deportiva náutica en torno a los puertos deportivos de Tenerife³. Los discursos sobre el turismo se produjeron a partir de unos estímulos verbales confeccionados para este objetivo. Pero dado que algunos de los puertos deportivos seleccionados estaban ubicados en zonas

eminentemente turísticas del sur tinerfeño, y debido a la influencia permanente del turismo y de los turistas en todo lo relativo a las costas canarias, los discursos de los entrevistados, en el marco de 'libertad discursiva controlada' que posibilita la entrevista abierta, se deslizaron 'espontáneamente' en muchas ocasiones hacia el modelo turístico canario y sus consecuencias para la población residente.

Por ello conviene dedicar un comentario adicional a los principales pormenores de dicha investigación. Como se ha expuesto, el objetivo de la investigación era el estudio de las prácticas deportivas y turísticas vinculadas a los puertos deportivos de Tenerife, partiendo de su diversidad, y atendiendo a los diferentes discursos que los protagonistas directos o indirectos de los puertos deportivos tenían acerca de dichas prácticas. Así mismo, la evaluación y valoración de los recursos deportivos, turísticos y portuarios existentes en el ámbito de influencia del puerto deportivo. Y en tercer lugar, destacar las consecuencias que, en diferentes órdenes sociales conllevaban las prácticas deportivas y turísticas que tienen en un puerto deportivo su punto de referencia, incidiendo en el aspecto relativo a la configuración de nuevos perfiles y espectros deportivos.

Se seleccionaron dos puertos deportivos, uno integrado en una infraestructura portuaria mayor (puerto deportivo integrado en la capital de Santa Cruz de Tenerife) y otro no (puerto deportivo exento, Puerto Colón en el municipio sureño de Adeje, donde se concentra la mayor parte de la actividad turística insular); y una serie de actividades deportivas (actividades subacuáticas, pesca deportiva y recreativa, motonáutica y esquí náutico; vela y navegación; surf; actividades acuáticas de carácter expresivo). Dado que se entendía que tendrían diferentes percepciones del puerto y de la actividad deportiva los turistas y los residentes habituales, pero también los practicantes de las diferentes actividades, se procedió a seleccionar personas que cumplieren con alguna de las anteriores características. En este sentido, se optó por hacer una *saturación cruzada* de los mismos, de modo que se pudiera acceder a la máxima variabilidad con el mínimo de entrevistas posibles. De este modo se consi-

guió el discurso de más de una persona que pudiera cumplir las características relevantes, obteniendo un total de 16 entrevistas. Por último, señalar que el perfil sociodemográfico de los entrevistados se viene a ajustar al de varones jóvenes con un nivel socioeconómico alto. Es en este marco de investigación en el que surgieron los discursos de oposición al turismo de los que se habla en este artículo.

Aproximación teórico-metodológica al problema de las relaciones entre poblaciones locales y turísticas

Desde hace algunas décadas es creciente el interés académico por las relaciones entre las poblaciones locales y turísticas. En los sesenta, estos estudios se desarrollaron primeramente en un contexto muy influido por una visión positiva y optimista relativa a los efectos del turismo sobre las poblaciones tanto de los países desarrollados, cuanto no más de los subdesarrollados o en vías al desarrollo (Swain y otros, 1998), siendo entonces dominante la perspectiva económica. Luego los finales de los setenta y la década de los ochenta ven aparecer una literatura tanto de corte antropológico como sociológico, e influida en muchas ocasiones por la economía política marxista, que incidirá en los impactos negativos provocados por el turismo. Estos impactos llevan en ocasiones a actitudes y comportamientos de rechazo o de distanciamiento de la población residente. Ahora serán objeto de estudio tanto los impactos económicos, como los sociales, culturales y medioambientales. En la década de los noventa, el planteamiento más general se aproxima a la idea de que el turismo puede tener impactos diferentes según los agentes implicados en qué tipo de procesos de desarrollo (Picornell, 1993: 67), aunque el repaso a la literatura sociológica general lleva a la impresión de que los impactos negativos no son marginales (Robinson y Boniface, 1998).

Así, las consecuencias que el turismo tiene para las comunidades receptoras se pueden clasificar en tres categorías: económicas, socioculturales y medioambientales (Santana Talavera, 1997; Andereck y otros, 2005). Respecto del segundo grupo, y aunque es general la idea de que el turismo implica impactos sociales, el estudio de los

mismos no siempre determina con exactitud la naturaleza de los mismos y los métodos idóneos para estudiarlos (Mathieson y Wall, 1990). Por lo que me detendré previamente en estas dos cuestiones. El abordaje teórico y el metodológico acerca de los impactos sociales del turismo.

Las decisiones de tipo metodológico

En cuanto al abordaje metodológico, la investigación encaminada a las percepciones y actitudes de la población local con respecto a la presencia de los turistas requiere del contacto con dicha población, para identificar exactamente dichas percepciones. Esta aproximación puede ser cuantitativa o cualitativa. La mayor parte de la literatura publicada se adscribe al primer grupo, operacionalizando diversos impactos, pero que siempre quedan materializados a través de preguntas concretas o escalas de opinión (Ap, 1992). En muchas ocasiones, los investigadores han establecido el conjunto de ítems con posterioridad a una aproximación cualitativa que ha permitido su identificación.

Ahora bien, mientras que las técnicas cuantitativas, dada su naturaleza metodológica, obligan a la referencia a aspectos concretos, se observa algo similar en algunos de los enfoques cualitativos. Por ejemplo, Brunt y Courtney (1999), a partir de la literatura anterior sobre impactos, utilizan como estímulos verbales en las entrevistas referencias concretas a elementos de la vida de la población local que son susceptibles de valoración positiva o negativa: oportunidades de vida, empleo, seguridad, estilo de vida, etcétera. De manera que la entrevista se presenta como claramente orientada a una serie de impactos posibles detectados en investigaciones anteriores, con el objetivo de confirmar o rechazar para este caso si se reproducen resultados. Este enfoque metodológico implica una concepción diferente del enfoque cualitativo en que se basa este artículo.

En el caso que nos ocupa, se propone una aproximación a los 'discursos libres' de la población local, centrando la atención no en aquellos aspectos concretos de la vida económica y social que se perciben como positivos o negativos como consecuencia de la presencia del turismo. Sino a los argumentos e ideas que fundamentan el rechazo

o aceptación del mismo. Se trata de una aproximación a la dimensión comprensiva de los discursos de rechazo o aceptación. Porque de lo que se trata en este caso es de comprender los fundamentos discursivos aplicados por la población residente a su argumentación sobre el modelo turístico canario. Por ello requerimos de una 'libertad controlada' en la exposición de motivos de los individuos, tanto sea su discurso de rechazo como de aceptación. Creo que ambas aproximaciones son igualmente válidas pero necesarias en cualquier caso, para la comprensión del fenómeno de los impactos sociales del turismo. Pero la metodología cualitativa que pregunta acerca de aspectos concretos de la realidad social también está contagiada de lo que se considera una 'debilidad' metodológica de las aproximaciones cuantitativas, esto es la parcelación de la realidad para su inclusión en preguntas que puedan ser tratadas estadísticamente. Este fraccionamiento es necesario para el abordaje de dimensiones de la realidad social susceptibles de ser estandarizadas y sometidas a tratamiento estadístico, pero inadecuado cuando de lo que se trata, como pretendo aquí, es de comprender el proceso de formación de los discursos (Ortí, 1986; Beltrán, 1994). Objetivo para el que esta aproximación parceladora resulta inadecuada.

Así pues, aunque no conviene olvidar el marco (limitado) de investigación en el que se apoya este artículo, se atiende en él a los discursos de rechazo o aceptación del turismo en Canarias, con un nivel reducido de intervención sobre las participaciones de los entrevistados, que permitiera seguir el proceso 'espontáneo' de construcción de la negativa o aceptación de dicha actividad⁴.

Por otro lado, quisiera indicar que se ha pretendido apoyar las hipótesis desarrolladas en este trabajo con extractos de los discursos de las personas entrevistadas, apareciendo en notas a pie de página.

Las decisiones de tipo teórico

Por otro lado, en cuanto al abordaje teórico de los impactos sociales del turismo, y específicamente de las percepciones de los residentes, se puede plantear que hay dos tipos de aproximación. En la primera de ellas, los intentos de sistematización de los procesos de aceptación o rechazo del turis-

mo están vinculados a la literatura procedente del ciclo de vida de los destinos turísticos, inaugurada por Butler en los ochenta. En este caso, se vinculan las percepciones de las poblaciones locales al momento de desarrollo del destino. Butler considera que un destino turístico puede ser analizado como un producto, por lo que su estudio es equiparable al proceso del ciclo de vida de los productos comerciales. A partir de esta idea, propone seis etapas por las que pasa un destino a medida que se desarrolla: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y post-estancamiento. Cada una de ellas es reconocible por un número identificable de características. Algunos estudios resumen estas fases en cuatro, denominándolas introducción (etapas de exploración e implicación); crecimiento (desarrollo); madurez (consolidación y estancamiento); y de declive o rejuvenecimiento (post-estancamiento). Las cuatro primeras etapas descritas por Butler significan crecimiento, mientras que la etapa de estancamiento representa un declive gradual. El final del ciclo viene marcado por una fase de post-estancamiento, etapa crítica en el desarrollo de un destino turístico y para la que Butler aporta cinco escenarios posibles, tres de los cuales son: la posibilidad de rejuvenecimiento, estabilización durante un tiempo o el declive. Éste puede ser pospuesto o evitado si se adoptan medidas correctoras, como la reorientación de los atractivos turísticos, las mejoras medioambientales o el reposicionamiento del destino en el mercado (Agarwal, 2002)⁵.

Para muchos autores es un enfoque teórico eficaz para el estudio de las dinámicas turísticas (Oppermann, 1998). Intenta aportar un marco analítico para el estudio de la evolución de los destinos turísticos en el seno de sus complejos entornos económicos, sociales y culturales (Cooper y Jackson, 1989), y ha servido como base empírica a numerosas investigaciones (Agarwal, 2002). Téngase en cuenta que las variables principales a partir de las cuales se establece la secuencia de estadios son el número de turistas y el nivel de infraestructuras. Pero lo que me interesa resaltar aquí es que las distintas fases por las que se supone que pasa todo destino turístico acarrea una determinada actitud de las poblaciones

locales hacia el turismo. En las etapas de madurez, cuando se expresan abiertamente los problemas que atrae el turismo, comienzan las poblaciones a manifestar su rechazo al mismo, que contrasta con las primeras etapas en que se estaba expandiendo y se vivía positivamente el mismo. Dependiendo a su vez de la resolución adoptada en la etapa de estancamiento, así será la reacción de los residentes. En cualquier caso, esta línea de trabajo se encuentra más centrada en el estudio del ciclo de vida y las variables que influyen en el mismo, que en las relaciones entre fases del ciclo y reacciones de la población residente.

En cuanto a la segunda tradición, y mientras que la orientación anterior es predominantemente económica, desde la sociología, la psicología y la antropología, el problema de las percepciones de las poblaciones locales hacia el turismo se ha abordado a partir de un concepto que sintetizaré a través de la genérica expresión 'naturalidad del contacto entre locales y turistas'. Este concepto se presta a ser operacionalizado mediante diversas dimensiones y variables⁶.

- A través de la variable 'tipo de adaptación de los turistas a las normas locales', como en Smith (1989). Lo que lleva a considerar tipologías de turistas.

- Considerando la proporción relativa de población local y foránea en el territorio (Smith, 1989; Ap, 1992; Pizam, 1978). Dependiendo del modelo de desarrollo turístico o del momento del ciclo, la proporción entre población local y foránea será a favor de unos u otros.

- El 'tipo de beneficios' que percibe la población local, sean económicos o de empleo (Perdue y otros, 1990; Lee y Back, 2003).

- Las 'actitudes hacia el impacto positivo del turismo' (Andereck y otros, 2005).

- La existencia o no de relación entre unos y otros (Milman y Pizam, 1988). Dependiendo del modelo turístico y del tipo de turistas, las relaciones entre una y otra población tendrán una determinada frecuencia o intensidad.

- La distancia cultural también ha sido un elemento analizado, pues da lugar en ocasiones a complejas relaciones que conducen a ambigüedades, errores e incompreensión de los estándares culturales (Ro-

binson y Boniface, 1998). Luego, la distancia cultural se puede analizar en sus distintas dimensiones, como la mercantilización cultural que pueda conllevar y el control de dicho negocio por parte de la industria local (Smith, 1989).

- La orientación de los residentes hacia los asuntos de la comunidad (Williams y Lawson, 2001).

Muchos de los autores de este segundo grupo atienden al momento de desarrollo del destino, como componente relevante para explicar los distintos tipos de percepciones de la población local. Por lo que en algunos casos, los preceptos teóricos del ciclo de vida del destino turístico se encuentran también presentes en el mismo, de forma implícita o explícita.

Pero, en tercer lugar, las percepciones de las poblaciones locales acerca del turismo no son independientes del hecho de que el turismo es una actividad de ocio inserta en la sociedad de consumo de la modernidad tardía. Por lo que su análisis requiere también de los marcos teóricos que se han detenido a estudiar los procesos mediante los cuales los bienes de consumo son utilizados por grupos sociales específicos, en concreto por clases socioeconómicas, para delimitar su forma particular de vida.

En el capitalismo de consumo, los grupos de estatus y clase social se diferenciarían entre sí por medio de patrones de consumo, para conseguir una distinción de estilo de vida (Bourdieu, 1994; Crompton, 1993)⁷. En este sentido, hay que valorar el consumo como un conjunto de prácticas sociales y culturales que sirven para establecer diferencias entre grupos sociales, no como un simple medio de satisfacción de necesidades. Esto tiene como consecuencia el que los elementos de consumo, incluidas las prácticas y destinos turísticos, están jerarquizados, y el prestigio de unos u otros dependerá de los grupos sociales que los practiquen y de la fuerza social que detentan para situarlos en la escala de prestigio de los consumos generales y específicos. Y deja por supuesta la idea de que el consumo es una práctica social que actualmente permite comprender la vertebración de algunos de los componentes de las identidades sociales (Alonso, 2005; Bocoek, 1993).

Por ello, no se puede considerar a las poblaciones locales como homogéneas sino

jerarquizadas en clases sociales, las cuales a través de sus respectivos *habitus*, valoran diferencialmente los diversos productos y prácticas de consumos (Bourdieu, 1994, 2000).

Las hipótesis

Pues bien, atendiendo a la literatura académica sobre este tema, se considera en este artículo que la fase en que se encuentra el destino analizado, la distancia entre población local y foránea y la percepción de beneficios económicos para la comunidad son dimensiones relevantes para la comprensión de los discursos de los residentes. Por lo que el planteamiento que se desarrollará a continuación va a seguir la siguiente lógica teórico-metodológica.

En primer lugar, parto de que el destino turístico canario se encuentra consolidado. Pues se trata de una actividad instaurada, al menos en las islas de Tenerife y Gran Canaria, desde hace más de treinta años, recibiendo anualmente entre diez y doce millones de turistas. Por tanto, hay diversos indicadores a través de los cuales se puede definir a Canarias como destino turístico maduro⁸.

Se trata de un destino masivo especializado en el producto sol y playa. Lo que implica una ocupación muy considerable de la costa. Este es el contexto más general a partir del cual comprender el surgimiento de discursos de rechazo al turismo en Canarias. Después, la mayor parte de los entrevistados con un discurso de rechazo son personas cuya relación con la actividad es baja, y residen lejos de los núcleos turísticos; en algunos casos, perciben que algunas de las intervenciones sobre la costa derivadas de la expansión territorial del turismo les perjudican. Y, en su mayor parte, pertenecen o muestran un comportamiento de consumo vinculado a las clases medias. Por lo que el análisis del discurso recogido debe atender a estos componentes objetivos, señalados ya en otras investigaciones.

Pero lo que se subrayará en este artículo tiene que ver fundamentalmente con este último aspecto: la orientación de clase y las preferencias en cuanto a los consumos de ocio que se derivan de ello. En este sentido, como ya se ha señalado, recojo el testigo bourdiano. Así como varios autores han aplicado esta perspectiva a los procesos de

estructuración de la mirada de los turistas⁹, se pretende aquí aplicarlo a la mirada de las poblaciones locales sobre su propio destino y producto turístico. Y es que ha sido frecuente en este análisis de las percepciones considerar como homogénea a la población local, en cuanto a su estructuración social -con algunas excepciones como es el caso de *Husbands* (1989). Olvidando que existen distintos grupos sociales en cuanto a la conformación de su mirada no sólo en las sociedades emisoras, sino también en las receptoras. La valoración del producto turístico o de los turistas que recibe un destino no sería así ajena a la clase social de referencia y las valoraciones que el *habitus* de la misma contribuye a generar.

De ahí la hipótesis central de este trabajo: el discurso de rechazo del turismo en la población estudiada se alimenta de dos componentes centrales (alta concentración turística y bajos beneficios locales), que sólo alcanzan fuerza gracias a un tercero (el modelo turístico canario representa un consumo de ocio de bajo prestigio). Sólo una aproximación a los discursos lo más libre posible puede ahondar en estos componentes.

Los discursos sobre el turismo en la isla de Tenerife

La hipótesis principal es la siguiente: el rechazo del turismo resulta de la asimilación del mismo a los consumos de ocio de bajo prestigio. Ello requerirá de otros elementos discursivos que expondré a continuación, que se resumen en la idea de 'malthusianismo' (alta concentración turística) y 'desarrollo defectuoso' (bajos beneficios locales). Es importante insistir en que la idea central sobre la cual los restantes argumentos encontrarán sólido apoyo es la primera.

Hay que recordar que el turismo es una actividad económica que supone un desplazamiento de individuos para el consumo de espacios y paisajes, individuos que en ocasiones pertenecen a otras culturas. Ello genera impactos que no son exclusivamente económicos sino geográficos y sociales. La masiva recepción de turistas hace que en Canarias la interrelación entre éstos y los residentes sea incesante y permanente, lo que facilitó en la investigación realizada la

emergencia de discursos que iban a tener como protagonista al turismo.

Pues bien, se observa que los discursos más opuestos al turismo son formulados por residentes con poca vinculación al mismo, o afectados directa y negativamente por la misma. Mientras que los individuos que ocupan posiciones empresariales, de gestión o de vinculación a la actividad turística o económica en general tienen un planteamiento más favorable hacia el turismo. Evidentemente dado el enfoque cualitativo empleado aquí, no puede considerarse como afirmación generalizable, pero vendría a confirmar lo que la literatura sobre el tema ya ha comprobado cuantitativamente en otros espacios turísticos (Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Ap, 1992; Brunt y Courtney, 1999; Lee y Back, 2003; Andereck y otros, 2005).

El discurso acerca del turismo no es unánime, por supuesto, pero en líneas generales, se puede afirmar que hay una tendencia en muchos de los residentes, e incluso de algunos de los turistas entrevistados¹⁰, a rechazar el turismo masivo de sol y playa. Es una expresión espontánea, donde se tiende a minusvalorar los efectos positivos de esta actividad, a acentuar los negativos, a rechazar a los practicantes del turismo que reciben las islas. Y a calificar negativamente a los turistas. Sin embargo, tras estas explosiones de sinceridad, llega la mesura, y se pasa al reconocimiento de los beneficios que directa o indirectamente reporta el turismo para el desarrollo de las islas. En esta segunda fase discursiva lo que sobresalen son los argumentos de tipo económico. Se trata principalmente de un rechazo del modelo turístico, más que de la actividad en sí misma. Quiero resaltar esta cuestión, la de que el rechazo aparece espontáneamente, seguido de una valoración positiva influida por los efectos económicos.

El argumento 'malthusiano', esto es, el exceso de gente que atrae el modelo turístico actual, plantea que dicho modelo genera problemas demográficos, medioambientales y de convivencia. Dado que se da una situación en la que algunos de los recursos básicos son limitados, y otros crecen menos que las necesidades de la población. Por ello, se da una vinculación directa entre desarrollo turístico y fuerte competencia por el territorio, sobre todo por la costa¹¹. Competencia

que surge no únicamente a partir de la presencia cada vez mayor de turistas, sino de la presión que esta misma actividad económica ejerce, tanto en términos directos como indirectos, sobre el territorio. Esta competencia por la costa ha contribuido a reafirmar una diferenciación espacial dentro de la isla, entre norte y sur, y entre costa e interior –medianía, cumbre-. Esta aproximación de carácter malthusiano resulta importante como argumento que ayudará a reforzar el resto de los elementos discursivos.

En segundo lugar, la caracterización económica del modelo. Pues aunque en general se reconocen los efectos positivos que dicha actividad ha supuesto en una región históricamente condenada al subdesarrollo y a la emigración, se trata para los opositores al turismo de una actividad cuyas consecuencias sobre el desarrollo son negativas, al dejar pocos beneficios económicos en las islas; el reducido empleo de calidad que crea está ocupado por personal foráneo, en parte debido al tercer componente: se trata de una industria controlada por empresarios no canarios. Supone por ello un modelo de ‘desarrollo defectuoso’.

Y en tercer lugar, los componentes sociales del modelo turístico. En este sentido, destacan los siguientes elementos de discursos de los entrevistados. Por un lado, cómo se adjetiva el tipo de viaje practicado por los turistas que visitan las islas, con la fórmula del viaje organizado. Y por otro, íntimamente conectado a esto, las características sociodemográficas y conductuales de los turistas¹². En este sentido, se insiste en que presentan un nivel de gasto reducido pero también características sociodemográficas y culturales rechazables: mala educación, poco interés cultural por las islas y sus habitantes, motivaciones para la realización del viaje centradas en el consumo de alcohol y bronceado¹³. Es por ello que se rechaza el modelo turístico por la fórmula de viaje y por el tipo de turista que favorece.

Lo que me interesa señalar en este punto es que frente a la posible existencia –o no- de tipos diversos de turistas, comportamientos y formas de viajes, los opositores al turismo inciden en sus discursos en aquellos más negativos. Pero negativos por cuanto se considera como tal el viaje orga-

nizado, sinónimo de reducido gasto e iniciativa por parte de los turistas. Negativos los comportamientos en el sentido de que resultan poco atractivas las actividades de ir a la playa y salir a tomar copas. Y en sentido de que no son frecuentes otras actividades más recomendables, tales como realizar visitas culturales o a la naturaleza. Es desde una catalogación previa de los comportamientos turísticos ‘buenos’/‘malos’ desde donde se pasa a condenar el modelo turístico canario.

Así, es un rechazo por motivos económicos pero también sociales y estéticos. En este proceso de rechazo del turismo masivo de sol y playa, se presenta, como en todo juego de oposición, la alternativa positiva para la región. Y que alberga las características contrarias, aunque sean minoritarios. Y aquí hace su aparición el referente ‘turismo de calidad’.

El turismo de calidad es un referente ideológico que utilizan muchos entrevistados como punto de apoyo para expresar opiniones sobre el turismo en las islas. Se equipara en este sentido turismo de calidad con el turismo de alto nivel adquisitivo. Por oposición a los turistas que han comprado en sus países de origen un paquete cerrado, sinónimo de bajo nivel adquisitivo y por tanto de baja calidad¹⁴. Esta visión del turismo que recibe Canarias, que se asocia con la baja calidad en cuanto a gasto, está muy generalizada¹⁵.

Un caso extremo de rechazo se da cuando la competencia por el espacio genera conflictos entre residentes y foráneos. En este sentido, destaca la práctica del surf, donde se compite por la playa y el espacio marítimo. Los preciados lugares para ‘coger olas’ son limitados y el atractivo creciente de Canarias para la práctica de esta actividad ha generado un conflicto entre aficionados y deportistas locales y foráneos. En una dinámica de creciente internacionalización de la práctica de los deportes, donde los aficionados tienen cada vez más conocimiento e información de los pormenores de la misma, las playas y los territorios están al alcance de muchas personas, más cuando se trata de territorios turísticos, donde se aprecia una mayor facilidad de acceso y alojamiento. Al mismo tiempo, los aficionados y deportistas locales defienden lo que consideran su territorio. Así, están

puestas las bases para un potencial conflicto.

Además agravado por dos elementos adicionales. Por un lado, Internet viene a romper las barreras existentes entre conocimiento local y foráneo. Hasta ahora, para los deportistas foráneos suponía una desventaja el desconocimiento del lugar a visitar, atrapados por las guías turísticas y los tour operadores –lo que es común al resto de los turistas-. Pero cada vez más intensamente, Internet se erige como un espacio donde se accede a información que rompe esas limitaciones previas del turismo de masas¹⁶.

Por otro lado el mar constituye un espacio muy especial. Pues, al contrario que la tierra, aparentemente carece de dueño. Es un espacio cuya delimitación precisa resulta complicada, lo que puede hacer que los foráneos se crean con más derecho a entrar en la playa a coger olas, y los aficionados locales a defenderlo¹⁷. Esta situación puede ser aplicable a la costa en su conjunto, puesto que el problema de competencia espacial tiene lugar en la misma, y en ella la playa, pese a su carácter público, termina teniendo uso (casi) exclusivo para algunos hoteles, dada la configuración territorial y urbanística de algunas zonas turísticas.

Aquí se condensa y comprende en gran medida el discurso de rechazo al turismo de masas, porque supone una competencia por el espacio. Al ser éste reducido y los foráneos cada vez más, surge una actitud de rechazo. Al parecer estos problemas son más o menos agudos dependiendo de los lugares, lo que se plantea como parcialmente independiente de los mismos, condicionándolo a las características internas de los grupos locales. Por otro lado, también la actividad turística puede actuar en sentido contrario, pues en la internacionalización creciente de turismo y deporte la población residente se convierte en ocasiones, en turística, lo que induce a una mayor flexibilidad y relativización del comportamiento en el ámbito cotidiano¹⁸.

El discurso de rechazo tiene como contrapunto el discurso de aceptación del turismo. Éstos se apoyan en una base principal de argumentación: el impulso económico que dicha actividad promueve en la isla. Por lo que los discursos sobre los turistas

utilizan expresiones que tienen que ver con la actividad, para referirse a su comportamiento y a los efectos del mismo: actividad, información e iniciativa. Así, en primer lugar, muchas personas perciben (no siempre positivamente) que los turistas tienen un mayor conocimiento de los recursos y oportunidades que las islas ofrecen. Esta percepción está relacionada con la información privilegiada a la que acceden los extranjeros en sus países de origen, que les permite acceder a recursos que los residentes desconocen, entre otras razones por la clara orientación turístico-promocional de dichos conocimientos. Aquí el turista se percibe como persona activa en comparación a la población local, a la que se aprecia como pasiva.

En segundo lugar, el turismo favorece la actividad económica a través de la creación de empresas y empleo¹⁹. Así, por ejemplo, la influencia de los foráneos como positiva para el desarrollo del deporte se aprecia claramente en el caso de algunos clubes, como el inglés en el sur de la isla, y en el caso de la práctica de submarinismo. La población local no mantiene una relación comercial con algunos espacios y son finalmente los turistas los que van a promocionarla. El turismo atrae más actividades, es sinónimo de vida. Por ello, algunos entrevistados vinculados sobre todo a la actividad deportiva vía empresarial, tienden a oponer en sus discursos los espacios del norte a los del sur²⁰. Es la dimensión mercantil de la visita foránea la que se encuentra en la base de esta adjetivación de actividad.

Pero el turista no sólo es promotor de la actividad turística sino beneficiario de la misma. Encontramos deportistas de vela y de surf que vienen a las islas por temporadas completas, con el objetivo principal de practicar deporte, pero que al mismo tiempo, dado el dinamismo económico generado por el turismo, se encuentran con la posibilidad de encontrar un empleo, mientras practican su afición en las islas. Se trata de deportistas muy identificados con la afición que practican y que ponen la organización de sus vidas al servicio de la misma. Lo cierto es que en estos casos, el turista no es el promotor de la actividad, sino el beneficiario de la misma, con efectos positivos claros para la actividad deportiva²¹.

¿Por qué se desarrollan estos discursos de rechazo al turismo en Canarias?

Los discursos tienen su lógica y su contexto. El planteamiento pues no es cotejar o comparar los discursos con los datos que las perspectivas académicas tienen sobre el objeto material referenciado, el turismo. Y si anteriormente se ha procedido a una descripción de la lógica seguida por los discursos de oposición al turismo, ahora se trata de dar un paso más e intentar dar una explicación coherente al surgimiento y presencia de los mismos.

En lo que se refiere al componente malthusiano, hay que considerar el que Canarias sea un destino masivo y maduro, tratándose de un territorio caracterizado por su insularidad, fragmentación y lejanía del resto del estado. En el que su población ha dejado de ser emigrante para pasar a ser un espacio de inmigración, tanto regulada como irregular, lo que ha contribuido a un crecimiento poblacional sin precedentes²². Con un producto turístico masivo, que en 2004 recibió 10,1 millones de turistas extranjeros -que supuso un total de 103 millones de pernoctaciones- (Frontur, IET), y 1,7 millones de viajes turísticos nacionales -sumaron 13 millones de pernoctaciones- (Familitur, IET). Pero es importante subrayar algo más.

El discurso político predominante en las últimas décadas ha venido incidiendo en dicho carácter insular, frágil y alejado del continente europeo. Lo que ha contribuido a darle rango de referente permanente y reiterativo a la idea de los límites del espacio y la capacidad de carga del mismo, pues los espacios insulares de tales características se conciben como más débiles para soportar un excesivo crecimiento turístico. No hay más que consultar la prensa local diaria para cerciorarse de esta última afirmación. Todas las discusiones que abordan, por ejemplo, el modelo de inserción del Archipiélago en la Unión Europea, o las competencias autonómicas apelan de forma recurrente a la lejanía y ultraperifericidad del Archipiélago. Así, el componente malthusiano se encuentra reforzado por la importancia que mediática y políticamente se ha asignado al mismo.

Por otra parte, el turismo masivo que reciben las islas es considerado como un

consumo de ocio de bajo prestigio, debido a la lógica de la distinción que estructura las prácticas de consumo. Ello es así por tratarse, en primer lugar, de una práctica masiva, pues son los productos practicados por minorías los que albergan mayor prestigio. Tal y como ha sintetizado recientemente Alonso (2005), mientras que “típicos del fordismo eran el gusto de clase media, los grandes mercados de productos poco diferenciados, la fabricación en cadena de largas series de enorme duración comercial con escasa renovación estética y simbólica de los productos” (página 67), en el posfordismo, “aparecen todo tipo de formas de consumo privativas y posicionales, cuyo carácter excluyente es parte de su reclamo comercial” (pagina 68-69). La fragmentación e individualización en las prácticas de consumo lleva a muchos consumidores a valorar negativamente los productos o prácticas masivos, y al contrario, las experiencias minoritarias. Así también Urry (1990), para quien las nuevas clases medias profesionales han influido poderosamente en la idea de que ‘las vacaciones reales deben estar lejos del turismo de masas’.

En segundo lugar, se trata de viajes en su mayor parte programados, lo que desprestigia nuevamente el modelo. Como plantean Callejo Gallego y otros (2004: 73), a partir del análisis de entrevistas abiertas: “son los viajes organizados los que en su conjunto se perciben como más baratos y los que aparentemente más se realizan, mientras que los más notorios y valorados son los menos organizados y por tanto planificados en mayor medida por el propio turista o persona interesada (...) este tipo de viaje espontáneo o no programado es el que se toma de referencia para distinguir el resto de viajes estandarizados por las agencias (...) el viaje no organizado se erige en referencia de individualidad”.

Además, se valora negativamente este modelo por cuanto ha favorecido la constitución de espacios urbanos para albergar a los visitantes, lo que ha comportado concentración de población. En la escala de atractivo de los espacios, ello implica un doble negativo, en cuanto resulta como espacio masificado y artificial, opuesto a experiencia individualizada y genuina.

No menos desprestigio supone la relación de actividades que viene a practicar el

prototipo turista referenciado: tomar el sol, broncearse y beber. Todas ellas actividades que tendrían alguna de estas dos condiciones con bajo prestigio: bien pertenecen al mundo de lo cotidiano, y por tanto, no supone distinción si se lo realiza en período vacacional, puesto que éste ha de albergar actividades extraordinarias, que verdaderamente nos separen del ámbito de lo ordinario; o bien, no implican carga intelectual alguna, como la actividad de conocer paisajes, culturas o personas que reivindicaban algunos de los entrevistados para un modelo de turista ideal. No es extraño que los discursos opuestos al turismo atribuyan al comportamiento del turista medio el consumo permanente de alcohol y la mala educación. Como plantean Callejo y otros (2004: 75), “las actividades más intensas son aquellas que combinan las relaciones con otras personas a la vez que realizan actividades extraordinarias o fuera de lo común”. Pero además, todos estos elementos contribuyen a formalizar una idea importante, la de que se trata de una experiencia inauténtica. Mientras que las actividades turísticas deben satisfacer la búsqueda de experiencias de autenticidad, destinos como Canarias se rotulan como inauténticos²³.

La actividad turística de prestigio requiere de una serie de dimensiones alejada del simple hecho de no trabajar. Con el desarrollo de la sociedad de consumo contemporáneo, la clásica diferenciación y oposición entre trabajo y ocio²⁴, donde las características atribuidas al ocio devenían contrarias a las del trabajo, se desdibuja, debiéndose comprender el juego de oposiciones entre distintos tipos de viaje, y no únicamente entre viajeros y no viajeros. En la búsqueda de la diferencia es la actividad turística más dinámica la que tendrá más prestigio. Por lo que un desplazamiento que tiene por objetivo principal tomar el sol e ir a la playa tiene más probabilidades de descender en la escala de prestigio de los consumos. Así, la percepción negativa del modelo turístico canario debe comprenderse desde esta perspectiva triple, gobernada por esta última idea.

Reflexiones finales

Para finalizar unas pocas reflexiones. Una de tipo metodológico: sólo una aproximación cuantitativa podrá establecer el grado más o menos generalizado de adhesión de la población residente canaria a los discursos analizados en este artículo y confirmar mejor la tesis principal, la de que la percepción negativa del modelo turístico canario debe comprenderse desde una perspectiva triple, gobernada por la idea del turismo masivo de sol y playa como producto de consumo de ocio de bajo prestigio.

En segundo lugar, en cuanto a las implicaciones teóricas de lo planteado aquí. Las aproximaciones cualitativas resultan un buen mecanismo de aproximación a fenómenos complejos como las percepciones y actitudes de las poblaciones hacia situaciones concretas, pues se encuentran implicados procesos culturales y sociales diversos, entremezclados componentes cognitivos y emocionales, atravesados todos por una clasificación de las prácticas sociales permanentemente en cambio; pero sin embargo, atenta siempre a la persistencia de diferencias internas generadas por aquellos grupos sociales que buscan la diferenciación social, y consiguen imponer la moda, la conveniencia o la caducidad de las prácticas. Por ello, probablemente es espontáneo el rechazo de estos entrevistados hacia el modelo turístico canario, por tratarse de una forma de ocio situada en los niveles bajos de la jerarquía de consumos contemporáneos. Reducido prestigio por el carácter masivo-organizado de la actividad –frente a viaje ideal individual y no organizado–, conteniendo comportamientos pasivos –en lugar de activos.

Pero además, en tercer lugar, y dado que las posiciones de clase marcan poderosamente las preferencias y gustos de los individuos con relación a las prácticas de ocio y de consumo, siendo esto reconocido para el estudio de las sociedades emisoras y de los tipos de turistas, debería también incluirse para el estudio de las percepciones e impactos socioculturales del turismo en las sociedades receptoras. Así lo han hecho algunos autores como Husbands (1989) quien confirma para el caso de Zambia algunos de los aspectos planteados aquí. Concretamente,

que mientras para los profesionales y los managers el turismo se vincula al consumo, para las clases trabajadoras el vínculo se establece con el empleo.

Y en cuarto lugar, las sociedades receptoras que, como la canaria, tienen al turismo como actividad central en su entramado productivo, deberían analizar y debatir públicamente los fundamentos de rechazo al turismo y las razones del mismo. Son tan importantes en este sentido los análisis académicos como las opiniones de la población local. Pues los impactos económicos no se encuentran aislados de los sociales y medioambientales; dado que, entre otros, se trata de una actividad de servicios donde producción y consumo son simultáneos, lo que requiere de componentes de interrelación personal, que hacen de la participación local un activo.

Por ello, es necesario un debate público y democrático, que permita la confluencia de las diversas sensibilidades e intereses de la población local²⁵. Debate que no olvide, en cualquier caso, que aunque las opiniones de la población local son diferentes dada su diversidad social y política, algunas tienden a predominar, imponiéndose en los medios de comunicación, por el mayor y mejor acceso a los mismos. Y en segundo lugar, que subrayar los aspectos negativos de la actividad turística pueda distraer a muchos del hecho evidente de que se trata de la actividad económica probablemente más importante con que cuentan las islas en este momento, y que como tal requiere de atención.

Bibliografía

- Agarwal, S.
2002 Restructuring seaside tourism: the resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 25-55.
- Alonso, L.E.
1994 Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa". En Delgado, J.M. y Gutiérrez, J. (coords.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis.
- Alonso, L.E.
1998 *La mirada cualitativa en Sociología*. Fundamentos.
- Alonso, L.E.
2005 *La era del consumo*. Editorial Siglo XXI.
- Andereck, K.L. y otros
2005 Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4) 1056-1076.
- Ap, J.
1992 Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 610-616.
- Beltrán, M.
1994 Cinco vías de acceso a la realidad social. En García Ferrando, M., Ibáñez, J. y Alvira, F., *El análisis de la realidad social*. Alianza.
- Bocock, R.
1993 *El consumo*. Talasa Ediciones.
- Bourdieu, P.
1994 *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Akal.
- Bourdieu, P.
2000 *Cuestiones de Sociología*. Istmo.
- Brunt, P. y Courtney, P.
1999 Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26 (3) 493-515.
- Butler, R.
1980 The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer* 14: 5-12.
- Callejo Gallego, J. y otros
2004 *Transformaciones de la demanda turística española: apuntes prácticos*. Editorial universitaria Ramón Areces.
- Chhabra, D., Healy, R. y Sills, E.
2003 Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30 (3): 702-719.
- Cohen, E.
1988 Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 15 (1): 29-46.
- Cooper, C. y Jackson, S.
1989 The destination area lifecycle: the isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, 16: 377-398.
- Crompton, R.
1993 *Clase y estratificación. Una introducción a los debates actuales*. Editorial Tecnos.
- Donaire Benito, J.A.
1993 El turismo en una sociedad post-

- industrial. Algunas propuestas conceptuales. En *III Jornades de Geografia del Turisme, "La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques"*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de I. Balears.
- Dumazedier, J.
1975 "Ocio". *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Madrid, Aguilar, tomo 7.
- Elias, N. y Dunning, E.
1992 *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Fondo de Cultura Económica.
- Getz, D.
1992 Tourism planning and destination life cycle. *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 752-770.
- Grazia, S. de
1966 *Tiempo, trabajo y ocio*. Tecnos.
- Hughes, G.
1995 Authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22 (4): 781-803.
- Husbands, W.
1989 Social status and perception of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research*, 16 (2): 237-253.
- Ioannides, D.
1992 Tourism development agents. The Cypriot resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 711-731.
- Lee, C. y Back, K.
2003 Pre- and post-casino impact of residents' perception. *Annals of Tourism Research*, 30 (4): 868-885.
- Liu, J. y Var, T.
1986 Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13 (2): 193-214.
- Lundtorp, S. y Wanhill, S.
2001 La teoría del ciclo de vida del destino turístico. Procesos de generación y estimación. *Annals of Tourism Research en español*, 3 (2): 364-383.
- MacCannell, D.
2003 *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Editorial Melusina.
- Mathieson, A. y Wall, G.
1990 *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. Trillas, México.
- Milman, A. y Pizam, A.
1988 Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15 (2): 191-204.
- Moore, W. y Whitehall, P.
2005 El ciclo de vida del área turística y los modelos de cambio de régimen. *Annals of Tourism Research en español*, 7 (1): 48-64.
- Munt, J.
1995 Pacchetti turistici post-moderni per le nuove classi medie. *Annali italiani del turismo internazionale*, 1 (2): 9-30.
- Oppermann, M.
1998 What is new with the resort cycle. *Tourism Management*, 19.
- Ortí, A.
1986 La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta y la discusión de grupo. En García Ferrando, M., Ibáñez, J. y Alvira, F., *El análisis de la realidad social*. Alianza Universidad, Madrid.
- Perdue, R.R., Long, P.T. y Allen, L.
1990 Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17 (4): 586-599.
- Picornell, C.
1993 Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, 11.
- Priestley, G. y Mundet, L.
1998 The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 85-111.
- Robinson, M. y Boniface, P. (eds.)
1998 *Tourism and cultural conflicts*. CABI Publishing.
- Santana Talavera, A.
1997 *Antropología y turismo, ¿nuevas horas, viejas culturas?*. Ariel Antropología.
- Seaton, A.V.
1992 Social stratification in tourism choice and experience since the War. Part 1. *Tourism Management*, 13 (1): 106-111.
- Smith, M.D. y Krannich, R.S.
1998 Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25 (4): 783-802.
- Smith, V.
1989 *Anfitriones e invitados*. Ediciones Endymion, Colección Turismo y Sociedad, Madrid.
- Swain, M.B. y otros
1998 Annals and tourism evolving: indexing 25 years of publication. *Annals of Tourism Research*, 25 supplement 991-1014.
- Uriely, M. y Reichel, A.
2000 Working tourists and their attitudes to hosts. *Annals of Tourism Research*, 27 (2): 267-283.

- Urry, J.
1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Waller, J. y Lea, S.E.G.
1999 Seeking the real Spain? Authenticity in motivation. *Annals of Tourism Research*, 26 (1): 110-129.
- Wickens, E.
2002 The sacred and the profane: a tourist typology. *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 834-851.
- Williams, J. y Lawson, R.
2001 Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 269-290.

NOTAS

¹ Agradezco a Raúl Hernández Martín y Manuel Santana Turégano esos ratos de conversaciones informales, que me han servido para concretar y aclarar ideas provechosas para este texto. Y a Manuel González Ramallal, Juan S. León Santana y José S. Martínez García sus sugerencias. Por supuesto, la responsabilidad final del mismo es sólo mía.

² Utilizaré indistintamente la expresión población 'residente' y 'local', preferible a población canaria. Las razones son obvias: no todos los residentes son canarios de nacimiento. Lo que importa en este caso es centrar la atención en el discurso de los individuos residentes en Canarias acerca del turismo y no si son o no canarios. En una aproximación cuantitativa quizá ello pueda ser importante de delimitar y definir pero no en este tipo de aproximación cualitativa.

³ El proyecto "Análisis de la actividad deportiva y turística en torno a los puertos deportivos de Tenerife" fue dirigido por Manuel González Ramallal, y financiado por el Consejo Superior de Deportes, del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes en el período 2004-05.

⁴ Es por ello que en este tipo de aproximación no me veo en la obligación de diferenciar conceptualmente entre opinión, actitud y valores, como por ejemplo, hacen Williams y Lawson (2001). En las aproximaciones cuantitativas se requiere de una delimitación precisa en ítems de aspectos concretos de los discursos de los individuos, mientras que en este caso, lo importante es el discurso espontáneo, en el que se encuentran entremezclados todos los componentes, sustantivos y expresivos; cognitivos y morales.

⁵ Véase también Getz (1992), Ioannides (1992), Priestley y Mundet (1998), Lundtorp y Wanhill (2001), Moore y Whitehall (2005).

⁶ Véase la clasificación realizada por Williams y Lawson (2001).

⁷ Además de -y vinculado al- acceso diferencial a los capitales económicos, educacionales, simbólicos y relacionales.

⁸ Esta valoración del Consejo Económico y Social de Canarias en su Informe Anual 2004-05 se deriva especialmente del análisis de la demanda, medida a través del indicador de entrada por aeropuertos de viajeros de procedencia extranjera en las Islas. Es a partir de 1999 cuando se observa un cambio de tendencia en la curva de crecimiento con signos de estancamiento y decrecimiento en los años posteriores. Hay que tener en cuenta que no se está tomando en consideración al turismo nacional, que, según fuentes del Gobierno de Canarias, ha contrarrestado la menor afluencia del turismo extranjero. Y que existen otros problemas estadísticos y metodológicos para una delimitación clara de las etapas en el caso concreto de Canarias (véase <http://www.cescanarias.org>).

⁹ Véase la influyente obra de Urry, (1990), pero también Seaton (1992), Donaire Benito (1993), Munt (1995).

¹⁰ "We love the Canarias. We don't like Los Cristianos (...) We find in the South tourism that is too much drinking, bad language ... we find that the smaller the island we go to, and the poorer the people the nicer, the kinder they are" (turista jubilado inglés).

¹¹ Lo que viene a incluir a la playa, pero también al mar: competencia en el acto de la navegación, práctica de diversos deportes náuticos, desplazamientos marítimos en general.

¹² No entraré en las diferencias que aprecian algunos entrevistados entre distintos tipos de turistas, pues lo que predomina es un discurso que crea dos grupos de turistas: los pertenecientes al turismo de baja calidad y de alta calidad. Esto contrasta con lo obtenido en investigaciones como la de Wickens (2002) donde observa, para el caso griego, en un entorno con un producto de sol y playa masivo como el tinerfeño que aquí nos ocupa, una tipología de cuatro tipos de turistas.

¹³ "... ese lo único que hace efectivamente es levantarse resacado, comer en el McDonald e irse a la playa y después por la noche otra vez igual (...) nosotros lo que tenemos, sobre todo en Las Américas (playa del sur de Tenerife) es una especie como de ghetto. De gente que va allí, pero no para ver ningún español sino para estar... para estar digamos en Bristol pero con sol. Y ese es el turismo que hemos fomentado (...) el que se lo ha pagado desde Inglaterra e incluso tiene una de estas *drinking tours*, es decir, que ya tiene pagado incluso las copas de bar en bar..." (residente y practicante de surf).

¹⁴ “No es que genere tanto impacto como para que no se creen puertos deportivos y de verdad que eso sí que atraería turismo de calidad. O sea no los que vienen con el hotel (...) con la letrita de eso de todo incluido, eso no atraen. Eso no es turismo de calidad. Turismo de calidad es el señor que viene con un barquito de cuarenta pies, ya un señor que tiene un poder adquisitivo, cierto poder adquisitivo” (residente practicante de vela).

¹⁵ Por ejemplo, en el contexto de la investigación señalada más arriba, que trató las relaciones entre actividad deportivo náutica, puertos deportivos y turismo, fue frecuente la referencia a los usuarios de puertos deportivos como ejemplo de turismo de calidad, por el alto nivel adquisitivo que se les presupone. Incluso en una línea discursiva más extremista en cuanto a su oposición al turismo, se rechaza también el turismo de calidad, pues representa un nivel de consumo de recursos naturales y medioambientales mayor que el turismo de masas, por cuanto el conjunto de recursos medioambientales y territoriales requeridos serían mayores –las construcciones en horizontal ocupan más territorio, por ejemplo, que las de tipo vertical-. Como lo plantea el siguiente entrevistado: “(...) Por otra parte el turista de calidad es un turista es mucho más nocivo que el turista de no calidad. Y lo puedo demostrar fácilmente (...) Es decir un turista piscinero de una piscina de 10 metros cuadrados y que vive en una torre consume mucho menos territorio, mucho menos recursos que un turista de calidad que tiene o merece un puerto deportivo en frente, que merece un campo de golf, que merece unas habitaciones mucho más grandes y que obviamente consume muchos más recursos de agua o de lo que sea, aunque esos son los menores, en ese sentido...” (residente, miembro de federación de surf, surfista).

¹⁶ En este sentido las comunidades virtuales podrían en el futuro reconfigurar el mapa de conocimiento disponible en tiempo real y previo al viaje de los turistas. Lo que como ya se está planteando desde hace un tiempo, pone en jaque a los intermediarios tradicionales, los turoperadores.

¹⁷ “Localismo es quizás una paradoja, porque el localismo parte de que la posesión del espacio natural y de querer que el espacio natural sea del grupo cerrado que lo usa habitualmente. Pero la dinámica del surf es una dinámica creciente. Es imposible parar la dinámica del surf y entonces el localismo choca con esa dinámica. Porque a medida de que una ola se va haciendo más popular o que vas haciendo más eventos en ella o simplemente van llegando más turistas, el crecimiento va a ser más paulatino y nunca va a ser a menos sino siempre va a ser a más” (residente, surfista).

¹⁸ Esta cuestión podría dar pie a una línea de trabajo probablemente poco explorada por la Sociología del Turismo: la de los procesos sociales que tienden a debilitar las diferencias entre poblaciones locales y foráneas en aquellas sociedades igualmente impactadas por el desarrollo y consolidación de la sociedad de consumo y de ocio.

¹⁹ “Abajo en el Médano ahora mismo, te cobran una pasta un curso de 3 días. Nosotros trabajamos 4 días, ellos trabajan 2 días y le cobran 200 euros al día (...) Porque allí hay más turismo (...) Aquí es menos, menos dinero...” (residente, practicante de kite-surf).

²⁰ “Sobre todo el turismo de verano, porque suele ser gente joven y buscan otras alternativas, o sea practicar el surf, practicar esquí, ir en barco, el submarinismo también. O sea un turista viene y está tirado en el hotel los 7 días y ve que no hay ninguna oferta entonces se aburre, no volverá... El de Radazul (puerto deportivo cercano a Santa Cruz de Tenerife) es un puerto que podría funcionar muy bien, pero no funciona... Nosotros trabajamos en Radazul y nada. Tuvimos que cambiar de sucursal porque no trabajábamos. La gente, o sea está más alejada estratégicamente en cuanto a la zona turística...” (empresaria residente).

²¹ “(entrevistador) ¿Te resulta difícil cuando vienes aquí el buscarte la vida?

Yo vine al sur por eso, porque era más fácil. Porque aquí hay mucha gente de fuera. Hasta argentinos, italianos. Yo por ejemplo este año que llegué, empecé con unos amigos chilenos que conocí el año pasado. Y bueno donde yo vivía en la zona de Las Verónicas, no sé si lo conocéis. Está lleno de extranjeros. Todo, todo, todo. Y claro toda esa gente que viene de fuera buscan trabajo y unos se mueven, otros se van. El tema de los pisos y del trabajo, es fácil. Y siendo socorrista siempre tengo trabajo...” (turista practicante de surf).

²² Precisamente gracias al desarrollo turístico y sus efectos indirectos. El crecimiento poblacional desde 1996 (1.606.549 habitantes) hasta 2004 (1.915.540 habitantes), sólo 8 años, ha sido del 19,2% (Fuente: ISTAC).

²³ Es tanta la bibliografía sobre el concepto y problemática de la autenticidad en el turismo que remito al lector a unas pocas referencias: Cohen (1988), Urry (1990), Hughes (1995), Waller y Lea (1999), MacCannell (2003), Chhabra y otros (2003).

²⁴ No entraré en el debate sobre la oposición cultural que Occidente ha creado entre trabajo y ocio. Pues desde hace tiempo, al menos desde la obra de De Gracia (1966), Dumazedier (1975) y Elías (1992), lo opuesto a trabajo es tiempo libre, del que sólo una parte es ocio.

²⁵ Por ello no es casual el incremento de protestas de corte medioambiental en los últimos años, pues tendría un caldo de cultivo evidente.

Recibido: 25 de enero de 2006

Reenviado: 20 de junio de 2006

Aceptado: 25 de junio de 2006

Sometido a evaluación por pares anónimos