

AIBR

REVISTA
DE ANTROPOLOGÍA
IBEROAMERICANA

¿Sabía que...

- ...**AIBR** es la única revista de antropología en español incluida en el *Social Sciences Citation Index* publicada por un organismo no estatal?
- ...**AIBR**, a diferencia de la mayoría de las revistas científicas con índice de impacto, no es propiedad de una editorial comercial, sino de una Asociación sin ánimo de lucro?
- ...**AIBR** tiene un índice de suscriptores superior al de la mayor parte de revistas de ciencias sociales?

...podemos hacer muchísimo más si usted se asocia a AIBR?

POR FAVOR, AYÚDENOS A IMPULSAR ESTE PROYECTO

La creación de una revista, su impresión, su distribución, el mantenimiento de los servidores de Internet, la administración, el proceso editorial y la promoción de la publicación se costean gracias a la colaboración voluntaria de sus editores y a las cuotas de sus miembros.

Si usted o su institución se asocia a AIBR podremos llegar mucho más lejos, llevar adelante nuevas iniciativas y visibilizar más nuestra disciplina.

La cuota anual de AIBR (34 euros) es aproximadamente un 80% menor que la de cualquier otra asociación profesional. Sólo podemos mantener estas cuotas reducidas si contamos con usted.

Por favor, considere formar parte activa de este proyecto a través de la siguiente web:

<http://asociarse.aibr.org>



JEREMY BOISSEVAIN (ED.)

Lidiar con turistas:
Reacciones europeas al turismo en masa.

AÑO: 2011

ISBN: 978-84-7290-554-2

PÁGINAS: 336

BARCELONA: Edicions Bellaterra.

TRADUCCIÓN: Antonio Miguel Nogués

RAÚL TRAVÉ MOLERO / UNIVERSITAT MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE.

Reseña

Veintiún años después de la celebración del seminario que dio vida a este libro su actualidad es incuestionable. El turismo sigue presentándose como el motor económico y una de las alternativas de desarrollo más accesibles para muchas comunidades. Por ello, la comprensión de las dinámicas y procesos que atraviesan los contextos turísticos es una necesidad para los gestores públicos y privados, los investigadores sociales y los propios ciudadanos

Coping with tourists: European reactions to mass tourism se comenzó a fraguar en Praga en 1992 de la mano de un grupo de antropólogos sociales preocupados por “las reacciones europeas a la mirada del turista” (pp. 28), en el marco del encuentro bianual de la *European Association of Social Anthropologist*. De ese seminario nació este libro editado por Jeremy Boissevain.

En 1996, cuando *Coping with tourists* vio la luz, el reconocimiento de la antropología del turismo era aún precario, especialmente entre los científicos sociales hispanohablantes. Su publicación no sólo contribuyó a la consolidación de la disciplina, sino que además se convirtió rápidamente en una referencia para la misma. Quince años después la Editorial

Bellaterra nos presenta la edición en castellano cuya traducción ha corrido a cargo del profesor Antonio Miguel Nogués, reconocido especialista en antropología del turismo y autor de una de las etnografías presentadas en este volumen. Esta edición, enriquecida por el prólogo de profesor Nogués, actualiza para los científicos sociales de lengua castellana los modelos de estudio y comprensión de las reacciones de “visitantes” y “anfitriones” al turismo en masa.

Precisamente hacia 1996, cuando se publicó *Coping with tourists*, la mayor parte de trabajos relativos a las consecuencias sociales del turismo habían centrado su atención en destinos no europeos y habían abordado su estudio como un fenómeno de dominación/manipulación neocolonial que dejaba a las sociedades de acogida sin posibilidad de reacción más allá de la resistencia o la sumisión a lo impuesto. Estas obras abordaban el turismo como un fenómeno dialéctico negando “la capacidad de acción estructurante de las sociedades receptoras” e ignorando “la propia naturaleza relacional e histórica del hecho turístico” (pp. 15) y del concepto nativo, tratados como esencia y no como procesos. Frente a estas deficiencias científicas la realidad turística europea (de zonas periféricas y centros culturales fundamentalmente, como señala Boissevain) llevaba, ya en los años 90, al menos un par de décadas demostrando el reduccionismo de estos enfoques. Al análisis de varias de estas realidades europeas se dedican los ocho estudios de campo recogidos en este libro, que, en palabras de Nogués, analizan las dinámicas generadas por el turismo en masa, “no de manera discreta y aislada, sino *en* el conjunto de prácticas que surge a partir de la relación mercantil que se establece entre la población local y la visitante”, (pp. 17) lo que supone un salto desde unos modelos dialécticos a otros dialógicos.

Si los llamados “anfitriones”, como reconoce Boissevain en el capítulo introductorio, habían sido escasamente atendidos por las ciencias sociales, los ocho estudios que componen este libro centran su atención en las reacciones de las comunidades y sus individuos ante el turismo de masas, situando en el centro de la reflexión las prácticas sociales y culturales y su capacidad estructuradora. El trabajo de campo etnográfico, patente en todos los estudios presentados, colabora a que más de veinte años después, y a pesar de los cambios en el mundo del turismo, todos ellos sigan mostrándose válidos y de actualidad.

Mary Crain analiza en el primer capítulo, “Territorios en disputa: la política del desarrollo turístico en la ermita del Rocío en el sudoeste de Andalucía”, los conflictos sociales que han generado la transformación de la romería del Rocío en Almonte (Huelva) en un acontecimiento de

masas y la conversión del territorio en un destino turístico. Crain estudia el enfrentamiento entre las élites, políticas, religiosas y comerciales, y los vecinos de Almonte y alrededores, así como sus diferentes discursos y prácticas frente al turismo.

En el segundo capítulo, “Turismo e identidad en una comunidad costera del sur de España”, Antonio Miguel Nogués nos muestra la complejidad de las interacciones entre turistas y locales. En Zahara de los Atunes (Cádiz) el creciente turismo ha servido como acicate en la (re) construcción de la identidad de los vecinos, plasmada, por ejemplo, en el surgimiento de celebraciones comunitarias exclusivas como escenificación de un *nosotros*, los zahareños, frente a un *ellos*, los turistas.

Peter Odermatt, en el tercer capítulo, “¿Un caso de abandono? La política de (re)presentación: el caso de Cerdeña” nos presenta el conflicto entre los vecinos de Abbasanta y las autoridades administrativas a causa de la (re)presentación del pasado prehistórico de Cerdeña como producto turístico, no por causas económicas o de enfrentamientos turistas/residentes, sino a causa de la transgresión del significado que los residentes dan a su pasado y los elementos que lo (re)presentan.

En el cuarto capítulo, “Negociando la mirada del turista. El ejemplo de Malta”, Annabel Black analiza los cambios que la promoción de turismo en masa desde los años 60 del siglo pasado ha provocado en Malta; la autora nos advierte contra la tentación de aceptar definiciones simples y unilaterales de algo cambiante y negociable como es lo cultural. En Malta la población se ha adaptado a las exigencias de la industria del turismo cultural ofreciendo productos a la medida de las expectativas de los turistas, algunos de los cuales los propios malteses acaban apropiándose en un proceso de negociación constante.

En el quinto capítulo, “*Philoxenia*. Recibiendo a turistas –no a huéspedes– en una isla griega”, Cornélia Zarkia describe los cambios sociales experimentados en Skyros a raíz de la inclusión de esta pequeña isla en los circuitos turísticos. Este proceso ha impulsado cambios en las actitudes de los isleños en relación con los turistas en un contexto donde prácticamente todas las esferas de la vida social han quedado influidas por el turismo. Estos cambios se reflejan en la mercantilización de la relación anfitrión-huésped, pero también en negociaciones constantes, como la simulación de autenticidad o la protección de la intimidad frente al escrutinio del turista, que evitan el enfrentamiento con quienes se han convertido en principal fuente de ingresos.

Simone Abram, en “Reacciones frente al turismo. Una visión desde el profundo corazón verde de Francia”, el sexto capítulo, nos presenta el

caso de Cantal, un pueblo de las montañas del centro de Francia, donde como señala la autora no es necesaria una presencia ni constante ni muy numerosa de turistas para provocar cambios y reacciones en lo social y lo cultural. Abram describe el desarrollo de una nueva reflexividad entre los habitantes de Cantal como consecuencia de las interacciones con los turistas. Esta nueva reflexividad basada en la revalorización de la vida rural y la propia identidad, por la que se sienten atraídos los turistas, ha supuesto la superación del histórico complejo de inferioridad y atraso de la zona surgido con la industrialización y urbanización del país.

En el séptimo capítulo, “Bregando con peces y turistas: un estudio de caso en el norte de Noruega”, Roel Puijk analiza las reacciones de los habitantes del pueblo de Henningsvaer, en las islas Lofoten al norte de Noruega, frente a pescadores y turistas. En un contexto económico marcado por la estacionalidad, Puijk explica las diferentes actitudes de la población frente a los pescadores que en invierno llegan para trabajar y los turistas atraídos fundamentalmente por el paisaje en verano y la supuesta autenticidad en invierno. Mientras que las relaciones con los pescadores son escasas, pues la dinámica del trabajo los mantiene alejados de los residentes, los turistas son vistos de forma diferente dependiendo de la temporada. El turismo de invierno de incentivos/ejecutivos genera un mayor número de conflictos al establecer relaciones sociales basadas en la desigualdad, sin embargo, el turismo de verano, exclusivamente de ocio y asentado en relaciones más simétricas, es aceptado como revitalizante para el pueblo, sin que esto excluya conflictos.

El último de los estudios de campo, “La construcción social de *Mokum*. Turismo y búsqueda de la identidad local en Amsterdam” corre a cargo de Heidi Dahles, quien expone cómo las narrativas de los “intérpretes culturales” construyen dos ciudades y dos ofertas culturales adaptadas a las miradas de los turistas: una estereotipada y general, la de los guías profesionales para el turismo global; otra, la de una asociación de jubilados voluntarios que enseñan la ciudad a turistas nacionales, compleja y diferenciadora.

Cierra el libro Tom Selwyn con un *fnale* que hace explícitos los elementos comunes de estos ocho estudios, tan diferentes pero atravesados por una lógica común que da coherencia y estructura al texto como un todo. Estos elementos son: 1.) La toma en consideración del mundo de los turistas, sus intereses y motivos para hacer turismo, en general la búsqueda de “entornos casi míticos en los que se pueden recuperar los sentidos de lo auténticamente social” (p. 309). 2.) La centralidad del término cultura en todos y cada uno de los capítulos y el esfuerzo reflexivo

alrededor de la relación entre la cultura como producto administrado y puesto en el mercado turístico y lo cultural como expresividad popular y cotidiana de las poblaciones estudiadas. 3.) El análisis de los *límites* de lo mercantilizable y las estrategias y negociaciones de las poblaciones locales para conservar esos *límites*. 4.) El interés por las relaciones entre los procesos de mercantilización de la cultura y el turismo, huyendo de la simplificación al uso de creer que el turista vacía de significado las producciones culturales locales. 5.) El estudio del compromiso político y de las reacciones institucionales frente al turismo a nivel local. 6.) La descripción de los cambios sociales y culturales consecuencia del desarrollo de la industria turística, cambios que pueden afectar desde a la estratificación social hasta al paisaje, pasando por la forma de entender las relaciones con el *otro*, con la familia, lo público y lo privado, etc. 7.) El reconocimiento de la importancia de la Unión Europea como institución política directora de las políticas de desarrollo turístico. Y, 8.) La descripción de las fuerzas políticas y económicas que modelan la industria turística y el análisis de la capacidad de los residentes locales para controlar estas fuerzas. En definitiva cada uno de los capítulos nos muestra diferentes estrategias desplegadas por diferentes sociedades para “lidiar” con el turismo.

Veintiún años después de la primera redacción de los estudios que componen este libro su lectura sigue siendo de gran ayuda para comprender los procesos sociales y culturales que el turismo de masas puede poner en marcha. Sin embargo, el momento histórico en que se inscriben los estudios y el afán de entonces por superar posiciones académicas economicistas hacen que hoy echemos de menos un capítulo dedicado no al triunfo, sino al fracaso del turismo en algunos destinos, una opción difícil de considerar en 1992 como refleja la postura de Zarkia sobre el valor de las tierras en Skyros, de las que sostenía que eran “un capital que tiene el mejor futuro en el marco de la nueva economía” (p. 194), una afirmación entonces difícil de cuestionar y hoy demostrada falsa.