

Lugares y territorios: la segregación social y política en contextos turísticos¹

Dr. Antonio Miguel Nogués Pedregal
Universitas Miguel Hernández, Elche (España)

Resumen

El estudio aborda la comprensión de los procesos sociales y culturales en contextos turísticos empleando la potencialidad analítica de los modelos teóricos de Michel Chadeffaud y de 'la conversión del lugar a través de la mediación del espacio turístico'. Se analiza la realidad socio-cultural de El Puerto de Santa María (España) a través del proceso de neo-colonización de un espacio de calidad tan expresivo como fue la playa para los vecinos de la localidad. La transformación de aquel *lugar* de comensalidad, juegos y sociabilidades en un *territorio turístico* para el consumo de visitantes se relaciona con las formas de ocio de la burguesía a principios del XX, y la terciarización de la economía local. En esta etnografía de un entorno turístico el papel principal no lo desempeñan los turistas, sino la apropiación del uso de la playa como signo de status por parte de algunos vecinos.

Abstract

This paper studies the comprehension of social and cultural processes in tourism contexts using the theoretical models of Michel Chadeffaud and that of 'the conversion of *place* through the meaningful mediation of *tourism space*'. The ethnographic case analyses the socio-cultural context of El Puerto de Santa María (Spain) through the process of neo-colonisation of a quality space such as the beach. The transformation of that *place* of sharing, play and sociability into a *tourist territory* for the consumption of visitors is related with bourgeoisie practices in the early XX and the increasing role of services in the local economy. In this ethnography of a tourism environment the main role is not played by the tourists themselves, but the appropriation of the beach as a sign of status by some neighbours.

Palabras claves / Key words: lugar, espacio turístico, habitus, estratificación.

¹ Publicado en "Lugares y territorios: la segregación social y política en contextos turísticos". En D. Lagunas (coord.) *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*. Págs. 165-184. Plaza y Valdés, México D.F., 2007 (ISBN 978-970-722-626-5).

1 Introducción²

En comparación con la atención prestada por otras disciplinas científicas, el turismo es un objeto de reciente estudio para la antropología; sin embargo muchas de las aportaciones teóricas más influyentes en el campo de los estudios turísticos provienen de trabajos con fuerte base etnográfica. Esto ha permitido elaborar modelos teóricos que nos acercan a la comprensión antropológica de la cultura en contextos turísticos; si bien, la mayoría de estos estudios se han concentrado en explicar el turismo acentuando fundamentalmente dos dimensiones. En primer lugar se ha privilegiado una comprensión 'hacia dentro' que ha incidido en el estudio del turismo como un agente exógeno que provoca una variedad de consecuencias sociales y culturales (Mandly, 1977; Boissevain, 1996; Robinson, 1999) o unos *tipos* de desarrollo muy particulares (de Kadt, 1979; Jurdao, 1974; Smith y Eadington, 1992; Nogués, 2003; Boissevain y Selwyn, 2004). En segundo lugar otro grupo de autores ha subrayado las posibilidades del turismo como una especie de superestructura (Nash, 1996) capaz de inventar mitos e imágenes (Dufour, 1977; Selwyn, 1996) o de producir *distintos* turistas como proyección de una sociedad opulenta y anómica (Boorstin, 1964; MacCannell, 1976; Cohen, 1979; Dann, 2002). Ambos planos teóricos se piensan 'desde fuera' de los entornos turísticos, y ven en el turismo una versión actualizada de las relaciones coloniales que perpetúan la dependencia centro-periferia (Nash, 1977; Britton, 1982) u otra forma de construcción imaginativa del *Otro* (Said, 1993).

Mas ¿qué ocurre cuando ese agente exógeno llamado turismo *es* ya parte de la cultura? ¿Desde qué modelo de análisis puede la antropología explicar y comprender la cultura en aquellos contextos que, como el '*kebudayaan parawisata*'³, generan los destinos turísticos más tradicionales? ¿Tiene la antropología modelos de análisis capaces de explicar y comprender, desde la etnografía, cómo se producen los nuevos significados que dan sentido a estos contextos?

A partir de estas preguntas de investigación indago en algunos aspectos de la realidad etnográfica de la localidad de El Puerto de Santa María (España). Para esto planteo como hipótesis de trabajo que la '*mediación del espacio turístico*' ayuda a comprender la relación dinámica que existe (1) por un lado, entre las condiciones macrosociales impuestas (a) por la presencia física de la industria sobre un territorio turístico en forma de alojamientos (hoteles y urbanizaciones), restauración, empresas de ocio o transporte, y (b) por la presencia simbólica de los dispositivos de dominación ideológica, que condicionan lo

² Estudio realizado en el marco del proyecto transnacional *Imagine Action. Regional Personality Development Project*, financiado por el Programa Ecos-Ouverture de la Comisión Europea al Ayuntamiento de El Puerto de Santa María. Quiero agradecer al Centro Municipal del Patrimonio Histórico de El Puerto de Santa María el permiso para reproducir las fotografías antiguas y, especialmente, a Jose Ignacio Buhigas sus precisos comentarios sobre un borrador de este trabajo.

³ Las autoridades balinesas hablan del *kebudayaan parawisata* para referirse a ese "estado caracterizado por una confusión axiológica entre lo que pertenece a la cultura [local] y lo que pertenece al turismo" (Picard, 1995:57).

deseable, e institucional (gobiernos, ayuntamientos, medios de comunicación, asociaciones de empresarios, etc.), que condicionan lo factible; y (2) por otro, las posibilidades de lo microsocioal plasmadas en los haceres y decires de las gentes. De la dialéctica generada entre estas estructuras macrosociales, teorizadas habitualmente como constrictivas, y las prácticas microsociales, consideradas habilitantes, surge el *espacio turístico* que, como postula Chadeffaud (1987), representa la proyección de los ideales y mitos de la sociedad global; o, como veremos más adelante, los de un estamento social capaz económica, social y políticamente de hacer realidad estos mismos ideales y mitos. Esto es, surge un marco de referencia en donde se acumulan las imágenes y valores que dan sentido, que sirven de referente, y que median en la comprensión de las prácticas sociales que ocurren en el *entorno turístico*. Así la repetida afluencia estacional de visitantes hacia un determinado lugar condiciona la aparición, por un lado, de las prácticas de explotación, transformación, apropiación y gestión del territorio (García, 1976) que caracterizan a los entornos turísticos y, por otro, de dos tiempos que marcan el ritmo productivo y alteran estacionalmente los comportamientos de los grupos humanos (Boissevain, 1982). La relación dinámica e histórica entre aquéllas prácticas y su ritmo—lo que Bajtin denominara *cronotopo*—es la que da sentido a la realidad social y cultural del grupo humano; de tal forma que, cuando existe un desacople entre las prácticas sociales y su ritmo, se produce una fractura en la continuidad del sentido y se abre paso entre la población residente la idea de desestructuración. Y un buen ejemplo de esto es El Puerto de Santa María que, gracias a la combinación entre una buena localización geográfica y un clima saludable, es desde principios del siglo XIX un destino turístico prioritario.

El Puerto está ubicado en la costa atlántica de la provincia de Cádiz—la más meridional de la Península Ibérica—junto a la desembocadura del río Guadalete en plena Bahía de Cádiz, y tiene una población algo superior a los 85.000 habitantes (2004). Es una de las localidades con el desarrollo local más caótico de la provincia gracias al populismo de *Independientes Portuenses* (IP) que asola la ciudad desde principios de los noventa. La ausencia de una visión política otra que la de corto alcance, el rancio clientelismo y la especulación inmobiliaria, han amparado un proceso de urbanización basado exclusivamente en el descontrolado aumento de las segundas residencias. Condicionados por las políticas agraria y pesquera de la Unión Europea a través de las medidas de ajuste estructural y, por otro, presionado por los intereses de la especulación inmobiliaria, los sucesivos gobiernos municipales han dejado languidecer la flota pesquera y la industria bodeguera que sustentaban el tejido productivo local, arrancado cientos de hectáreas de viñedos, pino mediterráneo, huertas y árboles frutales—y con ellas toda una forma cultural de entender el territorio—y alterado la percepción espacial del casco histórico con un concepto del embellecimiento urbano carente de continuidad cultural y expresiva. Una tendencia que se ha visto agravada en los últimos años debido a la megalómana apuesta por un permanente “engalanamiento de los destinos” (Santana, 2003) expresado en, por ejemplo, la constante sustitución del acerado por pavimentos pulidos o de los adoquines por alquitrán, la arrogante combinación de farolas y edificios emblemáticos de la arquitectura local, el abuso de macetones que, antaño decoración extraordinaria para los días de fiesta,

hoy resultan ordinarios y despersonaliza las calles más céntricas hasta asemejarlas con cualquiera de los paseos marítimos que delimitan las costas españolas, etc.

El perfil socio-económico de la ciudad ha experimentado un cambio radical a lo largo del pasado siglo. La *Guía Oficial del Anuario de Cádiz y su Provincia* de 1920 subrayaba que eran la industria bodeguera y la presencia de algunas fábricas genéricas los aspectos más destacables de la ciudad. La misma Guía introdujo por primera vez en 1955 el turismo entre las actividades económicas más relevantes. A principios de los ochenta el sector terciario es, por la población activa que ocupa (47%), el más importante de la economía portuense (Iglesias, 1985:20). En 1991 el censo de población según las ramas de actividad recogía que sólo un 2,77% se dedicaba a la agricultura, un 4,60% a la pesca, y algo más del 75% a las distintas actividades encuadradas en el sector terciario.

La acelerada terciarización de la economía portuense durante el último tercio del siglo ha determinado no sólo la estructura socio-económica del municipio, un alto grado de estructuración socio-cultural, la aparición de áreas marginales o el ineficaz diseño de la acción y estrategia políticas sino, muy especialmente, las actividades e intereses de la mayoría de los habitantes. No en vano a lo largo de la última década del siglo XX se ha abandonado el centro urbano tradicional, en cuanto *lugar* para el intercambio de bienes y argumentos, y desplazado su significado y utilización hacia zonas de la *periferia* vinculadas al sector turístico, a las urbanizaciones turísticas y a las grandes superficies comerciales.

Para explicar las consecuencias de este desplazamiento en la producción del sentido—de verdad, que dijera Foucault—de unos agentes hacia otros, o mejor dicho, para ilustrar el proceso de conversión del *lugar* a través de la mediación del *espacio turístico*, he seleccionado un hecho etnográfico muy representativo de la dinámica que se genera en muchos entornos turísticos: el proceso de neocolonización de un espacio de calidad (Gaviria, 1974) que fue hasta comienzo de los ochenta el *lugar* para el veraneo de la mayoría de los vecinos de El Puerto de Santa María.

2 La socialización de los espacios de calidad

Podemos afirmar que el estudio del cambio y la relación entre visitantes y residentes, en sus dimensiones espacial y temporal, son dos temas centrales para la antropología que estudia el turismo. La mayoría de los estudios etnográficos que indagan sobre la dualidad y estacionalidad de los ritmos culturales en contextos turísticos muestra que las prácticas culturales de residentes y visitantes complementan sus ritmos sin demasiados inconvenientes y que, en caso contrario, los habitantes desarrollan nuevas estrategias y maneras para sobrellevar y “tratar con turistas” (Boissevain, 1996). En el plano de la ocupación de los espacios, por el contrario, la relación no parece ser tan suave. Y es que, salvo en los enclaves turísticos y burbujas hoteleras del tipo *todo incluido*, residentes y visitantes se ven obligados a

compartir una misma realidad física, un mismo entorno turístico. De aquí deviene, precisamente, el interés antropológico por el turismo; es decir, por la comprensión de “los procesos sociales y culturales que se derivan de la presencia de un colectivo humano el cual, mediado por la industria turística, recalca durante un tiempo en un lugar habitado por otro grupo social y/o cultural diferente” (Nogués, 2003a:28).

Son varias las situaciones que, en este plano, ilustran en El Puerto la dinámica entre las condiciones macrosociales impuestas por los intereses particulares de la industria turística (bares, hoteles, comercios...) y del partido gobernante y, por otro, las prácticas de los residentes. Ilustremos esto con una breve descripción de la concentración anual de ‘moteros’. Durante un fin de semana de primavera se celebra en el circuito de velocidad de la vecina Jerez de la Frontera (a 11 Kms.) una prueba valedera para el campeonato mundial de motociclismo. La consiguiente invasión de calles y terrenos públicos desencadena cada año arduas polémicas y enfrentamientos entre fuerzas de orden público, visitantes, comerciantes, hoteleros y hosteleros, ecologistas, gobierno municipal, partidos de la oposición y vecinos de la localidad. Este año incluso ha intervenido la propia delegación del gobierno por una disputa sobre la competencia en la ordenación del tráfico en las carreteras de acceso a la ciudad. Unos y otros se enzarzan, anual y ritualmente, en una eterna discusión sobre la conveniencia social, adecuación cultural, oportunidad política y aprovechamiento económico del evento. De momento se imponen las tesis de quienes ven en ‘las motos’ la posibilidad de acabar puntualmente con la estacionalidad económica de la zona y entienden que cualquier medida prohibitiva limitaría el potencial de desarrollo turístico de la ciudad. Como resultado, cada sucesiva edición del Gran Premio de España de Motociclismo origina que los vecinos, tras percibir su entorno a través de la mediación simbólica de los visitantes, el ramo de la hostelería y la irresponsable actuación del gobierno municipal, acepten y toleren la imposición del nuevo uso económico del espacio urbano mediante la apropiación y gestión de las calles y plazas, aplacen su derecho al disfrute de la ciudad y, o bien abandonen la ciudad durante ese fin de semana, o bien se encierren en sus casas hasta el lunes, o bien aceptan la solución del alcalde quien, en una grave dejación de su responsabilidad gubernativa, ha llegado este año (2005) a ofrecer unas noches de hotel a aquellos vecinos que se sintiesen despojados de su tranquilidad y tuviesen dificultades para conciliar el sueño. Un breve, y triste, ejemplo de cómo las prácticas culturales se adaptan a las nuevas formas de apropiación del territorio, resignifican el *lugar* y adaptan su ritmo a las condiciones macrosociales de aquellos contextos turísticos en los que las reglas de la sociabilidad vienen determinadas por las reglas de la mercadotecnia.

Aunque es en el uso de las playas, a pesar de la teórica desnudez que impera en éstas, donde quiero detenerme para mostrar las particularidades y riqueza de matices que, en los contextos turísticos, adquiere la tensión entre las prácticas de los distintos grupos sociales y culturales.

Las playas de El Puerto siempre han sido un lugar para el encuentro y la mostración social. La más leve de las miradas etnográficas nos permite observar que la ocupación de las diversas playas portuenses

(Valdelagrana, Puntilla, Colorá, Buzo y Fuenterrabía) al igual que en la mayoría de los entornos turísticos, se realiza por grupos sociales distintos y desde mundos expresivos que difieren en su naturaleza y significado. Desde aquellos primeros gustos decimonónicos que buscaban salud y descanso en las sales marinas hasta la actual ocupación veraniega por parte de miles de usuarios, los 22 Kms. de costa del municipio se han transformado en playas cuya apropiación denota status social como vocean los cualificadores que todavía hoy se emplean como referentes de las playas de la Puntilla “playa del pueblo” y del Buzo “playa de los señoritos”.

Las fotografías ilustran que la Puntilla ha sido siempre *usada* por el conjunto de portuenses como lugar lúdico y de esparcimiento donde la representación del ocio estructuraba el paisaje social y cultural de la localidad. Una socialización del espacio que, lejos del exclusivismo aristócrata de muchas otras zonas costeras, daba a las playas portuenses un “tono social” diferente (Urry, 1990:23) hasta el punto que no he encontrado ninguna prohibición como la que aparece en la *Guía ilustrada del turista en Cádiz* de 1906: “las clases más modestas tendrán acceso a los baños por la tarde de las 19 h las 21 h.” (Cit. en Lacroix et al., 1983:260). Vemos pues que las playas son unos marcos interpretativos que dieron (y dan) sentido al quehacer cotidiano, dotaron (y dotan) de carga simbólica las distintas prácticas sociales, y conforman zonas concretas (determinadas áreas de playa) y días específicos (domingo), por ejemplo, para la exclusión social.



Fotografía 1 La playa de la Puntilla a principios del XX. (Archivo del Centro Municipal del Patrimonio de El Puerto de Santa María)



Fotografía 2 'Pisto para la playa'. La Puntilla a principios del XX. (Archivo del Centro Municipal del Patrimonio Histórico de El Puerto de Santa María)

La creciente llegada de forasteros, calificados como turistas por un discurso desarrollista que destaca la potencialidad de la playa como recurso turístico, transformó el lugar en territorio turístico a lo largo del siglo XX (Nogués, 2003b). Mientras los vecinos de El Puerto habrían hecho de las playas un lugar porque “la cualifican en términos de creencias, valores, ideologías, la hermosean o deterioran, la viven y recuerdan” (Mandly, 2002:108), los visitantes se acercaron a ella como terreno administrado y gestionado para uso, disfrute y consumo de turistas. Tres son los dispositivos que marcan esta transformación: el control del tiempo con la creación de la temporada veraniega, la regulación mediante normas que disciplinan el comportamiento cívico y la seguridad, y una creciente oferta de servicios que iguala a vecinos y turistas a través de la figura del usuario. La tradición popular que “abría los baños del Carmen a los Milagros con los coches que iban a la playa”⁴, se complementa con la ritualización administrativa de la temporada veraniega que, por ejemplo en 1923, se inauguró en el “lujoso y elegante Chalet (sic) para baños de aguas templadas de mar” (Revista Portuense, 15 de julio de 1923) y que poco a poco irá imponiendo su ritmo y maneras. Las banderas de colores (rojas, amarillas y verdes) que—como semáforos—regulan el acceso al mar prohibiendo, desaconsejando o permitiendo el baño de los usuarios. Los paneles a todo color informan sobre las características de la arena y las dimensiones de la playa, y advierten lo que no se puede hacer (acampar, jugar al balón fuera de las áreas delimitadas o llevar animales). El paseo marítimo encuadra la playa y aparecen las instalaciones cubriendo todo un abanico de servicios que, desde los equipos de vigilancia, salvamento y limpieza pública, el dispensario médico o botiquín de primeros auxilios hasta el sistema de megafonía municipal, mantiene informados y seguros a

⁴ La temporada de baños comenzaba el día de la Virgen del Carmen (15 de julio) quien bendecía las aguas, y finalizaba el día de la Patrona, la Virgen de los Milagros (8 de septiembre). Los coches para la playa, bien fueran tirados por caballos o un viejo autobús que partía del muelle del Vapor, sólo circulaban entre esas fechas.

los *usuarios* de la playa. Se habilitan calles mediante boyas para uso exclusivo de las motos-náuticas o las barcas a pedales; se asfaltan los aparcamientos de los alrededores y se conceden las más variadas concesiones administrativas para chiringuitos, juegos infantiles y explotaciones náuticas. Todo, además, sancionado por el *sello de calidad* de la Bandera Azul otorgada por la Unión Europea que certifica la excelencia del *servicio* de playas. Un documento que, definitiva y concluyentemente, transforma la playa en un *territorio turístico*. Sometida a la tiranía de la competencia y la excelencia la playa es presentada, primero, ‘hacia fuera’ no como otro *territorio turístico* cualquiera sino que es distinguida, desde ese imaginario que impele la deseabilidad a través de la publicidad y los folletos turísticos, como un *escenario turístico* único; y, simultáneamente en el mejor de los casos, es presentada ‘hacia dentro’ como un medio de desarrollo económico de la ciudad y de sus vecinos.

Un proceso de ‘conversión del lugar a través de la mediación del espacio turístico’ que, como publicitaba la página web del Ayuntamiento en 2000, parte de que “uno de los principales atractivos de El Puerto de Santa María es significativamente un recurso natural con el que esta población se cuenta: sus playas”, y se extiende progresiva e imparablemente a todo lo que significa ciudad y considera “como playas a toda esa infraestructura que hace más cómodo y relajados nuestros días de sol”. Esta mercantilización del patrimonio antropológico de la ciudad y el imparable proceso de carácter especulativo se ha visto, afortunadamente, desafiado por la declaración como conjunto histórico-artístico de la ciudad que evita “la paulatina pero constante desaparición de valiosos ejemplares de su arquitectura, en nombre de una mal entendida modernización, hacen urgente la declaración monumental” (Real Decreto 3038/1980). Declaración que, por otra parte, es percibida por la alcaldía y presentada a la ciudadanía como un lastre y un freno al desarrollo de la localidad. Situación que, impuesta por un discurso que define al turismo como el único agente de desarrollo, genera nuevos espacios negociados que enriquecen el análisis antropológico de la cultura en contextos turísticos.



Fotografía 3 "... todos somos mercancía, todo es playa". Página web oficial del Ayuntamiento de El Puerto de Santa María en 2000.

3 Un caso etnográfico de segregación espacial en un entorno turístico

Entre las varias playas portuenses he seleccionado las dos que desempeñan un papel más relevante en el plano social: la Puntilla y el Buzo. Quizás por su alejamiento del casco urbano, las otras playas de Valdelagrana o de Fuenterrabía nunca fueron vividas por los portuenses como *lugar*, en el sentido que hago uso del término. Sólo tras el ‘descubrimiento’ de Valdelagrana a mediados de los años cincuenta por los vecinos de Jerez se produjo un despertar del sentimiento de propiedad entre los portuenses. Un enfrentamiento propio entre localidades vecinas que se resume muy bien en una leyenda urbana que aún suele recordarse. Al parecer un conocido vecino portuense se dirigió una vez al Ayuntamiento de Jerez con la intención de solicitar la licencia para colocar una caseta de baño en la playa de Valdelagrana. Extrañado por la petición el diligente funcionario le habría respondido que tendría que ir al Ayuntamiento de El Puerto “porque la playa de Valdelagrana pertenece a El Puerto”. El vecino, henchido de orgullo, le habría espetado: “eso es lo que yo quería oír de los jerezanos ¡que Valdelagrana es de los portuenses!”. Y acto seguido se habría marchado pleno de satisfacción.

La modernización en las infraestructuras que derivaban del proceso de transformación económica de la localidad afectó de lleno a las formas tradicionales de ocupación lúdica de la playa como cantara la comparsa ‘los Negritos’ durante el Carnaval de 1928: *Este verano que viene // andaremos de barriga, //*

todo el que quiera bañarse // irá a Fuente de Rabía // porque en la playa del Puerto [la Puntilla]// nadie se podrá bañar // con el dragado del río // saldrá el agua alborotá (Buhigas, J. y T. Santiago, 1983:40). La letra no critica el dragado del río Guadalete como una necesidad que va a mejorar el acceso al puerto fluvial y, por tanto, la comercialización de los productos (pesca y vino), sino la alteración que supone el traslado de varios kilómetros desde la playa de la Puntilla hasta la más lejana de Fuenterrabía. Una queja que expresa la molestia de tener que trasladar los enseres y el avituallamiento que los portuenses solían llevar a la playa y que, como ilustra la segunda fotografía y recoge un anuncio del almacén de Pepe Calleja en el periódico local bajo el explícito encabezamiento de "*Pisto para la Playa*", constaría de "*buen jamón, buen queso y embutido*" (Revista Portuense, 20 de julio de 1923) además de todo aquello que debía acompañarlo: mesas, sillas, toallas...

Como sociedad en constante proceso de estructuración y transición El Puerto siempre ha estado, y sigue estando, conformado por espacios significativamente sociales. Y las playas no son ajenas a esta división social del espacio. Por la morfología del terreno las playas portuenses están bien delimitadas llegando, en algunos casos, a constituirse en tramos de tan sólo algunos cientos de metros. Esta diferenciación social ha sido efectiva, principalmente, desde que a mediados del siglo XX comenzara la expansión hacia la zona oeste del término municipal y que va transmuta la costa en playas como la Colorá, en la actualidad un puerto deportivo; Santa Catalina, conocida como "las Murallas" por los restos de un lienzo de una fortificación del siglo XVII; y otras que toman el nombre de las urbanizaciones: el Buzo-Vistahermosa, el Manantial, las Redes, el Club Mediterráneo o el Cangrejo Rojo. Las playas de El Puerto dejan de ser espacios lúdicos, si es que alguna vez fueron simplemente eso, y se convierten en unos espacios para la emulación donde podemos identificar formas de estratificación social *hiper-industriales*—según la denominación de Stiegler—a través de la construcción del gusto, el estilo y la distinción.

En este punto adquiere toda su fuerza explicativa el modelo propuesto por Chadeaud (1987). Huyendo del determinismo ecológico que basaba la potencialidad turística de los destinos en la existencia de unos recursos naturales adecuados, e imprimiendo un sesgo idealista a su enfoque marxista, Chadeaud plantea un modelo sistémico para el análisis de la generación del espacio turístico a partir de la relación dialéctica entre las clases dominadas y dominantes. Su modelo se fundamenta en la interrelación entre el mito —siguiendo a Barthes— y el producto turístico, al que incorpora la teoría del aburguesamiento de Marx y la emulación social de Veblen, aunque sin hacer referencia explícita a ninguno de ellos. El problema de investigación planteado por Chadeaud queda muy bien formulado en la pregunta inicial: "¿cuántas nieves, cuántas playas, cuántas grutas tardaron en convertirse en turísticas, no se han convertido todavía, o no se convertirán jamás?" (1987:15). En su respuesta concluye que un producto turístico no puede ser identificado *a priori* por un supuesto 'valor de ocio natural' sino que responderá a las aspiraciones históricas de una sociedad global (o grupo social) impulsadas de acuerdo con la lógica de los modos de producción y a partir de las potencialidades de ese 'espacio concreto'. El espacio turístico, en su doble

dimensión física y simbólica, será pues el resultado histórico donde se materializa todo ese conjunto de aspiraciones y deseos que dan sentido a un grupo humano concreto. Desde esta perspectiva teórica, y aplicándola a tiempos y espacios de ocio en general, podemos comprender mejor la segregación social que generan en las playas de El Puerto la construcción de las nuevas urbanizaciones.

El traslado de las prácticas balnearias que realizaron a partir de la segunda mitad del XIX la aristocracia y burguesía andaluzas ha llevado a algunos autores a afirmar, no sin razón, que la historia de los orígenes del turismo de costa en Andalucía es, en primer lugar, una historia social (Lacroix et al., 1983:55). Estas nuevas formas de esparcimiento de la burguesía, que en el interior hizo del cortijo agrario una segunda residencia (Bernal, 1983:21), tuvo su manifestación más directa en la aparición de numerosos lugares de descanso para “las clases dirigentes regionales, aristócratas, miembros de la burguesía mercantil y agraria de las provincias de Cádiz y Sevilla, que se instalaban con sus familias en el litoral gaditano” (Lacroix et al., 193:255). Una burguesía mercantil que, ocupada desde tiempo atrás en el tráfico vinícola y con el objeto de retener para sí el valor añadido del producto de acuerdo con el afán lucrativo capitalista, evolucionó a burguesía industrial a lo largo del proceso de constitución de la moderna vinatería del Marco del Jerez (Maldonado, 1998:368-369). La búsqueda de un sistema industrial, eficiente y eficaz, introdujo cambios que alteraron muchas de las prácticas sociales y culturales de las élites comerciales. Así con el objetivo de organizar el embarque de vinos y realizar las operaciones financieras era corriente estipular en la constitución de las compañías vinateras la obligación de los gerentes de residir en la localidad en la que estuviesen radicadas las bodegas. Esto forzó a que muchos de los vinateros que vivían en Cádiz (Gordon, Domecq, Osborne...) trasladasen sus residencias a El Puerto o a Jerez donde se establecieron las sedes sociales de las compañías (ibid. 367). Esta domiciliación facilitó que parte de los beneficios se destinasen, como afirma Ramos (1996:174-175), a mejorar la residencia habitual y a multiplicar las segundas y terceras residencias en las que predominaron las casas-palacio y un estilo de mansiones que recuerdan a las grandes casas inglesas con jardines y amplias zonas de césped. Un consumo ostentoso y conspicuo, como lo calificaría Veblen, que en El Puerto se materializó en unas propiedades conocidas con el expresivo nombre de ‘recreos’ y que, paralelas a la costa, se expandieron hacia el oeste a lo largo de la actual carretera de Rota; exactamente en la zona donde, hoy, se alza la secuencia ininterrumpida de urbanizaciones y segundas residencias anárquicamente distribuidas.

La idea de apartamiento social se concretaba pues en estos ‘recreos’ que, mitad explotaciones agrarias mitad lugares de esparcimiento, concentraban la vida social más exclusiva de la sociedad de cada momento: como el ‘recreo del torero Mazzantini’ donde se dieron cita las élites políticas, sociales y culturales a nivel nacional en la primera década del XX; o residencias como ‘Los Pinos’ de la familia Terry, o el de la ‘Casa Grande’ propiedad de los Osborne. Precisamente será este recreo el núcleo entorno al que surgirá el primer club privado, el primer campo de golf de la zona y la primera urbanización. La consolidación social y la subsecuente política desarrollista del régimen de Franco crearon el marco

propicio para que la inversión inmobiliaria de las plusvalías provenientes de las actividades comerciales e industriales mantuviese aquellos elementos sociales e históricos (recreos y prácticas de ocio) que venían sirviendo como símbolos de status al estamento económicamente más privilegiado. Siguiendo las inversiones extranjeras que inauguraron el exclusivo club ‘Cangrejo Rojo’ para los extranjeros que comenzaban a llegar, los propietarios de la ‘Casa Grande’ fundaron el club ‘el Buzo’, parcelaron la hacienda, habilitaron los accesos a la playa y crearon la urbanización ‘Vistahermosa’ que, desde el primer momento, se vio amparada políticamente con la actuación como principales promotores inmobiliarios de los alcaldes impuestos por el régimen.

Esta interesada circunstancia social y política facilitó que las nuevas urbanizaciones y playas quedaran aisladas de las prácticas culturales de comensalidad, juego y casetas que caracterizaban el uso que los portuenses hacían de la Puntilla. La lejanía del casco urbano, el escaso número de vehículos privados, la ausencia de una red de autobuses urbanos y una línea de costa cuya posibilidad de vado estaba sujeta a las mareas, imposibilitaba el acceso pedestre a las nuevas zonas. La extracción socio-económica y el perfil político de los propietarios entre los que, además de los alcaldes y concejales municipales, se encontraban cargos del más alto nivel en el régimen dictatorial del general Franco como el propio almirante Carrero Blanco, hizo de aquellas urbanizaciones zonas de acceso restringido, vigiladas por guardias privados y vallas que imposibilitaban el acceso rodado a las playas a una gran mayoría de los ciudadanos. Los residentes de aquellos grandes chalets eran las familias más acaudaladas de la comarca y veraneantes de igual o superior extracción social cuya única relación con los vecinos de la localidad se limitaba a la contratación del personal de servicio doméstico, jardineros, guardas o profesores de apoyo para los hijos. El aislamiento físico se veía reforzado, además, por un sentimiento generalizado y mutuo de apartamiento social generado en el seno de una sociedad fuertemente estratificada en estamentos de ‘señoritos’ y ‘obreros’, y con una incipiente clase media de comerciantes y profesionales liberales que, formados lejos de El Puerto, emulaban en sus comportamientos y signos externos a las clases superiores.

La descripción anterior invalida la correspondencia que podría suponerse de “*lugar* es tan opuesto a *territorio turístico* como lo son las clases populares y las acomodadas”. Al contrario, como demuestra este caso la creación de *territorios turísticos* no siempre se realiza mediante la expulsión de los vecinos ni a partir de la transformación de *lugares* tradicionales. En este caso la generación del territorio turístico se realizó *ex nihilo* con el propósito de ser el símbolo exclusivo de un estamento, para lo cual, preservaba el ‘tono social’ de su *lugar* frenando o dificultando la irrupción de los otros vecinos de la localidad mediante barreras y guardas privados. Pronto se convirtió en todo un símbolo político que habría que derribar.

En abril de 1979 se celebraron las primeras elecciones municipales tras la dictadura de Franco. En El Puerto una coalición del Partido Comunista de España (PCE), del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y del Partido Socialista de Andalucía (PSA) le concedió la alcaldía al “Pipa”, un conocido

arrumbador y veterano militante comunista. El libre acceso a todas las playas del municipio fue uno de los primeros y más significativos campos de batalla de aquellos años de transición hacia una democracia participativa, y todo un símbolo de que los tiempos habrían de cambiar definitivamente.

Durante seis años Ayuntamiento y residentes de estas urbanizaciones se enzarzaron en una disputa jurídico-legal sobre la propiedad de los accesos a la playa y el desmantelamiento de los badenes y vallas que impedían el acceso rodado a aquéllas. Un conflicto permeado de lucha social y simbolismo político que finalizó su trámite judicial en abril de 1985 cuando la Audiencia Territorial de Sevilla desestimó todos los recursos y sentenció que los viales de la urbanización “Vista Hermosa” son de uso público, “en cuanto que, a su través, se accede a un bien de dominio público, como son las playas, que no puede ser impedido ni siquiera dificultado”⁵. Finalmente se quitaron las barreras, se rebajó la excesiva altura de los badenes que impedían el tráfico rodado y la gente pudo tomar el sol donde quiso; el *Club Mediterrané* dejó de ser un reclamo exótico para aquellos jóvenes portuenses que se iniciaban en el destape de las extranjeras durante aquellos años de la Transición; y la playa, a decir de los vecinos de “Vista Hermosa”, se masificó.

Sea como fuere, los vecinos del núcleo urbano seguían manteniendo como su playa la de la Puntilla. En ella se instalaban cada verano las populares casetas de playa y todo lo que estas conllevaban: mesas, sillas, camastros, neveras y un sinfín de artilugios que hacían las delicias de los pequeños y que eran la forma de expresión de una forma de veraneo muy particular de los portuenses. Las casetas de la playa fueron prohibidas por el Ayuntamiento a principios de los ochenta como consecuencia, primero, del lanzamiento de la localidad a nivel nacional como destino turístico deseable y *distinguido*⁶; segundo, por la transformación en *territorio turístico* mediante los dispositivos de administración del tiempo y el espacio; y, tercero, por la definitiva ‘conversión del lugar a través de la mediación del espacio turístico’, esto es, la presentación y administración de la Puntilla como recurso para la explotación turística.

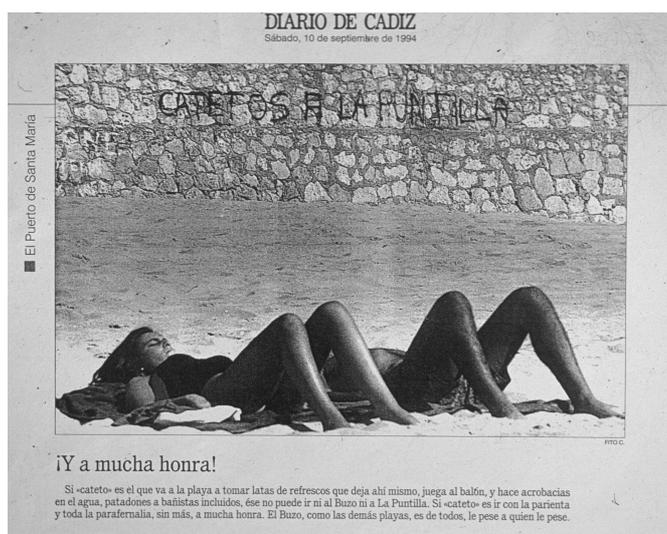
Lo que ocurrió entonces es una muestra clara de las estrategias culturales que devienen de la resignificación de los espacios en contextos turísticos. La construcción a levante a lo largo de los sesenta de un espigón en la boca del río, y a mediados de los ochenta las obras del puerto deportivo a poniente, alteraron las corrientes marinas que limpiaban las aguas y regeneraban la línea de costa, encajonaron a la Puntilla y colmataron la plataforma de la playa. Esta desfavorable ecología unida a una mejor accesibilidad a las nuevas playas favoreció el desplazamiento de los portuenses “más allá del Castillito”, una pequeña fortaleza costera del siglo XVIII que marca(ba) el límite simbólico de la Puntilla a poniente.

⁵ Mientras escribo estas líneas en julio de 2005 una noticia en el periódico informa que la policía local ha retirado ‘de nuevo’ unas cadenas que los vecinos de la urbanización de “Andalucía la Real” colocan con el fin de restringir el paso por determinadas calles.

⁶ En la exposición de motivos del decreto municipal se adujeron razones sanitarias, de orden público y la peligrosidad que encerraban las bombonas de butano utilizadas en las cocinas.

El atractivo de este *territorio turístico*, entendido ya a través de las deseabilidades del espacio turístico como un *escenario*, no se recuperó. Pese a la continua atención prestada por las autoridades municipales por reactivar su *uso* mediante el continuo embellecimiento de la playa, la Puntilla había perdido su sentido porque había dejado de ser *usada* para la comensalidad y el juego de los vecinos de El Puerto. Invitados a conquistar terrenos hasta entonces restringidos y desconocidos, muchos vecinos se trasladaron con el espíritu de la caseta: neveras, mesas, tortillas, pimientos asados, filetes empanados, sombrillas, sillas, primos, tíos, abuela y demás enseres viajaron por carreteras y carriles hasta las nuevas playas.

La extensión de unas prácticas de comensalidad y juego que, como *habitus*, son construidas por y construyen el discurso social en El Puerto, reactivó la tensión social latente lo que favoreció que se sucedieran algunos pequeños altercados en forma de soterrados insultos de clase y desprecios varios. El más llamativo entre estos ocurrió en septiembre de 1994 cuando apareció una pintada en el muro del club privado "El Buzo" en primera línea de playa, como recoge la última fotografía. La pintada, en su breve y contundente expresividad, plasma la actualidad de un discurso de status que busca preservar algunas zonas de esparcimiento turístico como territorios para la distinción social frente a los *usos* que venían haciendo las clases populares. Supone un completo rechazo a la visualización de lo que se dispone que no es 'lo apropiado' desde los principios estéticos que detentan la capacidad de definir en qué consiste el gusto social. El fuerte tono reivindicativo del pie de foto, por su parte, es una perfecta descripción etnográfica del sentido que adquiere la playa a través del *uso* como *lugar* para la comensalidad y el juego. "*¡Y a mucha honra! Si 'cateto' es el que va a la playa a tomar latas de refresco que deja ahí mismo, juega al balón, y hace acrobacias en el agua, patadones a bañistas incluidos, ése no puede ir ni al Buzo ni a la Puntilla. Si 'cateto' es ir con la parienta y toda la parafernalia, sin más, a mucha honra. El Buzo, como las demás playas, es de todos, le pese a quien le pese*".



Fotografía 4 'Catetos a la Puntilla'. Pintada en la playa de Vistahermosa

En cierta forma, la pintada y su comentario en prensa mantienen la validez de aquella descripción de Ortega: “la muchedumbre, de pronto, se ha hecho visible, se ha instalado en los lugares preferentes de la sociedad” (1983[1927]:39-41); y, en consecuencia, reitera la necesidad de abordar desde esa antropología que se interesa por el turismo, también, las especificidades de los procesos sociales y culturales en contextos turísticos.

4 Conclusiones

Las poblaciones costeras en general, y las mediterráneas en particular, se caracterizan por un complejo proceso de mestizaje cultural continuo que han conformado un rico y diverso patrimonio antropológico. En la actualidad se observa que en muchas de estas ciudades costeras se ha extendido entre los vecinos un fuerte sentimiento de desestructuración vinculado a procesos acelerados de terciarización turística. El Puerto de Santa María (Cádiz) podría ser un caso paradigmático de este proceso como muestran los ejemplos etnográficos presentados en este estudio.

Hasta cierto punto, puedo afirmar sin temor a equivocarme que la idea de desestructuración social y cultural que hemos detectado en El Puerto no se vincula a la llegada de forasteros pues su historia ha sido la de las gentes que se han dado cita en la desembocadura del Guadalete, sino a una desafortunada conjunción entre el proceso de terciarización económica y la manifiesta incapacidad política para gestionarlo ordenadamente. La investigación más amplia y de la que nace este texto concluye que El Puerto de Santa María es una *sociedad terciarizada de aluvión* cuyas bases antropológicas están desapareciendo ante la falta de un compromiso serio por la ordenación del territorio y/o por el planeamiento estratégico de un desarrollo sostenible a nivel local.

El capítulo comenzaba con una serie de preguntas sobre los modelos de análisis antropológicos que podríamos emplear para comprender el desplazamiento en la producción del sentido cultural en este tipo de contextos. Ese desplazamiento en la producción de verdad (Foucault) se ha ilustrado con el estudio contextualizado de la transformación de unos lugares, significativamente expresivos para los vecinos, en unos territorios turísticos para el consumo de visitantes. Desde aquellos primeros años en los que la playa portuense (la Puntilla) era *lugar* de comensalidad, juegos y sociabilidades, y en los que no encontramos segregaciones tan radicales como la recogida en los horarios de baños de Cádiz, hasta la contundencia de la pintada en la playa, el argumento analiza la estructuración de una sociedad desde la mediación significativa del espacio turístico. El predominio de una de las dos realidades (la de los turistas) frente a la otra (la de los vecinos), es decir, la progresiva presentación de unos hechos (la playa como patrimonio, recurso turístico o símbolo de status) como más reales que otros (la playa como *lugar* de sociabilidad, ocio y comensalidad), se realiza mediante la acentuación dialéctica, aunque negociada, de unas relaciones

de significado entre elementos concretos y específicos del universo cultural. Se genera un espacio turístico que, proyección de los ideales y mitos de la sociedad global (Chadefaud), da valor a y prioriza unos elementos culturales/económicos (proyección exterior de El Puerto con 'las motos') frente a otros (el disfrute tranquilo de la ciudad), o a unas playas (el Buzo) frente a otras (la Puntilla); y cuyos adjetivos (turismo cultural, de sol y playa, gastronómico, 'de marcha', zona con más o menos cachet, etc.) distinguen socialmente a los grupos, acentúan unas características determinadas y parcelan los conjuntos sociales y culturales, en este caso, El Puerto de Santa María.

El modelo de análisis antropológico propuesto ilustra etnográficamente el proceso de conversión del *lugar* a través de la mediación del *espacio turístico* cuando, progresivamente, el sentido de la tradición desaparece como amalgama cultural; cuando, en definitiva, el *lugar* se convierte a través del *espacio turístico* y el turismo, como resume la frase de la página web del Ayuntamiento, se consolida como el discurso que marca las leyes de la posibilidad y las reglas de la existencia en las más variadas facetas de la cotidianidad cultural, social y económica de una localidad.

5 Bibliografía

- Bernal, A.M. (1983) "Formas tradicionales de ocupación del ocio en la sociedad rural andaluza". En A.M. Bernal et al. *Turismo y desarrollo regional en Andalucía*. Págs. 17-26, Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla. Sevilla.
- Britton, S. G. (1982) "The political economy of tourism in the Third World". *Annals of Tourism Research*. 9: 331-358.
- Boissevain, J. (1982) "Variaciones estacionales sobre algunos temas mediterráneos". *Ethnica*, 18: 53-58.
- Boissevain, J. (1996) (ed.) *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. Berghahn Books, Oxford. (Trad. *Tratando con turistas*. Melusina, Barcelona, 2006)
- Boissevain, J y Selwyn, T. (eds.), (2005) *Contesting the Foreshore: Tourism, Society and Politics on the Coast*. Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Buhigas, J., y T. Santiago (1983) *Carnaval: un siglo de historias del Puerto (1836-1936)*. Excmo. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María.
- Chadefaud, M. (1987) *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour. Du mythe a l'espace: un essai de géographie historique*. Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour, et Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement (U.A. 911 – C.N.R.S), Pau.
- Cohen, E. (1979) "A phenomenology of tourism experiences". *Sociology*, 13: 179-201.
- Dann, G.M.S. (ed.) (2002) *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Cabi Publishing, Londres.
- De Kadt, E. (1979) *Tourism. Passport to Development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. World Bank and Unesco, Oxford University Press, Oxford.
- Dufour, R. (1977) *Les mythes du loisir/tourisme*. Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
- García García, J.L. (1976) *Antropología del territorio*. Básica 15, Madrid.
- Gaviria, Mario (1974) *España a go-go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Ediciones Turner, Madrid.
- Iglesias Rodríguez, J.J. (1985) *El Puerto de Santa María*. Excmo. Diputación de Cádiz, Cádiz.
- Lacroix, J., B. Roux, y F. Zoido (1983) "La Costa de la Luz de Cádiz: el caso de Chipiona". En A.M. Bernal et al. *Turismo y desarrollo regional en Andalucía*. Págs. 245-316. Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Maldonado Rosso, J. (1998) *La formación del capitalismo en el marco del Jerez. De la vitivinicultura tradicional a la agroindustria vinatera moderna (siglos XVIII y XIX)*. Huerga y Fierro editores, Madrid.

- Mandly Robles, A. (1977) *Costa del Sol. Retrato de unos colonizados*. Campo Abierto Ediciones, Madrid.
- Mandly, A. (2002) "Espacios, lugares, transparencias". En M. Luna (ed.) *La ciudad en el tercer milenio*. Págs. 109-132. Universidad Católica San Antonio, Murcia.
- Nash, D. (1977) "Tourism as a form of imperialism". En V. Smith (ed.) *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Págs. 33-47. Basic Blackwell, Oxford.
- Nash, D. (1996) *Anthropology of Tourism*. Pergamon Press.
- Nogués, A.M. (2003a) "La cultura en contextos turísticos". En ibid. (coord.), *Cultura y turismo*. Págs. 27-54. Signatura Ediciones, Sevilla. ISBN 84-95122-57-X
- Nogués, A.M. (2003b) "Desarrollo regenerativo del turismo costero a través de la antropología, la talasoterapia y la memoria". *Estudios y perspectivas en turismo*, 12 (3/4), Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, págs. 225-242. ISSN 0327-5841
- Ortega y Gasset, J. (1927) *La rebelión de las masas*. Ediciones Orbis, Barcelona, 1983.
- Picard, M. (1995), "Cultural Tourism in Bali", in Lanfant, M-F., Allcock, J. B. and Brunner, E.M. (eds.), *International Tourism: Identity and Change*. Págs. 44-66, Sage Publications, London.
- Ramos Santana, A. (1996) "Los bodegueros del Marco del Jerez: actitudes y mentalidades". En A. Ramos Santana y J. Maldonado Rosso (eds.) *El jerez-xérès-sherry en los tres últimos siglos*. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María-Unidad de Estudios Históricos del Vino de la Universidad de Cádiz.
- Robinson, Mike y Priscilla Boniface [1999] *Tourism and cultural conflicts*. Cabi Publishing, 1ª reimp., Wallingford, 2002.
- Said, E.W. [1993] *Cultura e imperialismo*. Anagrama, Barcelona, 1996.
- Santana Talavera, A. (2003) "Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico". En A.M. Nogués (Coord.) *Cultura y turismo*. Págs. 55-82, Signatura Ediciones, Sevilla.
- Selwyn, T. (ed.) (1996) *The tourist image: myths and myths making in tourism*. John Wiley & Sons, Londres.
- Smith, V. y Eadington W. (eds.) (1992) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in Development of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Pennsylvania.
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze*. Sage Publications, 1ª ed., 2ª reimp., California, 1991.

6 Curriculum Vitae

Dr. Antonio Miguel Nogués Pedregal, Profesor Titular de Universidad y coordinador de la Titulación de Antropología Social y Cultural de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Doctor en Antropología Social por la Universidad de Sevilla y Master en Antropología Cultural por la Universidad de Northwestern (IL, EE.UU.). Ha realizado estancias posdoctorales en la Amsterdam School for Social Science Research (Holanda) y la Universidad de Algarve (Portugal). Ha dirigido y co-dirigido numerosos proyectos de investigación etnográfica entre los que destacan *Cambio sociocultural en la provincia de Alicante: una aproximación antropológica* (2002-2004), *Atlas Etnográfico de Andalucía para la Ordenación del Turismo Rural y Propuesta de una Comunicación Cultural Integradora* (2001-2002), *Novos Fluxos e Percursos. Turismo, consumo de património e identidades locais na zoa de interacção histórica e partilha cultural entre Portugal Espanha e Marroco* (2000-2002). Sus publicaciones más recientes son *Antropología, ocio y turismo* (Melusina, Barcelona, 2005); *Cultura y turismo* (Signatura ediciones, Sevilla, 2003); "Culture, Transactions and Profitable Meanings", en U. Kockel (ed.) *Culture and Economy: Contemporary Perspectives*, Ashgate, 2002; "Desarrollo regenerativo del turismo costero a través de la antropología, la talasoterapia y la memoria" (*Estudios y perspectivas en turismo*, 12:225-242, Buenos Aires, 2003); y "Ruralismo y tecnotropismo: turismo y desarrollo en la Bonaigua" (*Pasos*, Tenerife, 2005).