

LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL TURISMO

Crítica y propuesta para una nueva orientación

Alejandro Mantecón*
Universidad de Alicante
Alicante, España

Resumen: Este texto plantea una reflexión crítica sobre la aplicación de los principios básicos en los que se asienta la Teoría del Intercambio Social a los estudios sobre la percepción del turismo en las sociedades receptoras. Específicamente, se cuestiona la pertinencia científica de esta perspectiva. La oportunidad de esta tarea cobra sentido al constatar cómo la acumulación de estudios empíricos sobre turismo y opinión pública durante las últimas tres décadas, en lugar de desembocar en el establecimiento de un núcleo sólido de certezas teóricas sobre las que construir nuevo conocimiento, ha ido a parar a un callejón sin salida. Además, se propone una vía de trabajo alternativa, inspirada en referentes de la teoría sociológica, aunque apenas utilizados hasta ahora en la investigación del turismo. Esa vía se asienta en la premisa que afirma que la opinión pública no existe más que como resultado de un proceso constitutivo promovido por grupos movilizados alrededor de intereses privados. Ello exige la reubicación del poder como factor explicativo esencial y, por consiguiente, la articulación de estrategias metodológicas más apropiadas.

PALABRAS CLAVE: percepción social, teoría del intercambio social, sociología del turismo.

Abstract: *The Study of Public Opinion on Tourism. Critique and Proposal for a New Framework.* This paper presents a critical reflection on the use of the basic principles of the Social Exchange Theory to study how host societies perceive tourism. Specifically, I challenge its scientific relevance. This is important given that the empirical studies on tourism conducted over the last three decades have failed to produce a solid core of theories on which to base new knowledge, and have also led to a dead-end street. In addition, I suggest an alternative approach, inspired in sociological concepts rarely used until now in tourism research. This approach is based on the premise that public opinion is just the result of a constitutive process encouraged by groups mobilized around private interests, and it demands the reposition of power as an essential explanatory factor, and therefore, the design of more suitable methodological strategies.

KEY WORDS: social perception, social exchange theory, sociology of tourism.

* Doctor en Sociología por la Universidad de Alicante, Alicante, España. Es profesor e investigador en el Departamento de Sociología I y en el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, España. E-mail: alejandro.mantecon@ua.es

INTRODUCCIÓN

Una de las líneas de investigación que en los últimos años se ha mostrado más prolífica en los estudios turísticos es la que analiza la opinión de la población de acogida acerca de los efectos del turismo (Harrill, 2004; Sharpley, 2014). La justificación de esta curiosidad parte de una premisa básica ligada en primer lugar a intereses empresariales: si los residentes en los destinos turísticos adoptan actitudes contrarias a los objetivos de los operadores turísticos, estos corren el riesgo de no alcanzar los beneficios esperados. Desde una perspectiva sociológica más amplia, podría decirse que la actitud de la sociedad local hacia los turistas puede afectar al sistema de interacciones que se genera en el entorno donde actúan los turistas y, en consecuencia, perturbar la experiencia del turismo para todos los agentes implicados (Allen *et al.*, 1988; Ap, 1990; Gursoy *et al.*, 2002; Harrill, 2004; Ritchie & Inkari, 2006; Rodríguez, 2007; Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010; Garau-Vadell *et al.*, 2014). Así pues, la comprensión de los modos en los que los turistas perciben el entorno turístico responde no únicamente a intereses académicos, sino que se sostiene sobre una demanda social general y, en particular, empresarial.

En este texto se propone una reflexión crítica sobre la pertinencia científica de esta perspectiva de trabajo, promovida principalmente desde el mundo universitario anglosajón. La cuestión se revela oportuna al constatar cómo la acumulación de estudios empíricos sobre turismo y opinión pública durante las últimas tres décadas, en lugar de desembocar en el establecimiento de un núcleo sólido de certezas teóricas sobre las que construir nuevo conocimiento, ha ido a parar a un callejón sin salida. Las razones que explican este hecho tienen que ver con los fundamentos teóricos en los que se asienta esta línea de investigación: una interpretación reduccionista de la perspectiva sociológica conocida como Teoría del Intercambio Social. El objetivo de este artículo no se limita a desentrañar las debilidades teóricas consustanciales al enfoque dominante desde el que se analiza la percepción social de los efectos del turismo en las regiones receptoras, además se propone una vía de trabajo alternativa inspirada en referentes de la teoría sociológica, pero apenas utilizados hasta ahora en la investigación del turismo.

REVISIÓN

Los estudios dedicados a analizar la valoración de los efectos del turismo por parte de la sociedad receptora han sido orientados desde diversos enfoques teóricos. La minuciosa revisión llevada a cabo por Harrill (2004) los ordenó en torno a tres enfoques: la Teoría de la Vinculación Comunitaria (*Community Attachment*), la Teoría de la Máquina de Crecimiento (*Growth Machine Theory*) y la Teoría del Intercambio Social (*Social Exchange Theory*).

La aplicación de esta tercera perspectiva al análisis de la percepción sobre las repercusiones del turismo fue popularizada por John Ap (1992) y constituye la avenida principal desde la que se han orientado de modo más o menos explícito la mayor parte de las investigaciones empíricas. Su idea

central sugiere que los residentes apoyarán el desarrollo turístico siempre y cuando perciban que los beneficios esperados serán mayores que los costes. La revisión de las investigaciones inspiradas en los principios elementales de la Teoría del Intercambio Social (en adelante TIS) permite reconocer su aplicación en una variedad de áreas temáticas:

a) En función del grado de implicación laboral en la economía turística: Abraham Pizam (1978) creía demostrar que los empleados en el sector expresan opiniones más positivas sobre el desarrollo turístico que quienes no lo están. De hecho, la publicación de su famoso artículo dio pie a la elaboración de una serie de trabajos que confirmaban su hallazgo (Perdue *et al.*, 1990; King *et al.*, 1991; Jurowski *et al.*, 1997; Andereck & Vogt, 2000; Sharma & Dyer, 2009). Como resultado, parecía acordarse que quienes se benefician económicamente del turismo de forma directa tienden a prestar menos atención a los impactos medioambientales y a subrayar los efectos positivos. Sin embargo, también se ha sugerido la necesidad de enriquecer la interpretación de los datos al observarse en ocasiones resultados contradictorios (Andereck *et al.*, 2005; Marrero & Huete, 2013). En concreto, Smith & Krannich (1998) afirman que los residentes en comunidades económicamente dependientes del turismo perciben los impactos de forma más negativa que los habitantes en comunidades menos dependientes. Al respecto, Teye *et al.* (2002) llegan a plantear que las personas que trabajan en negocios relacionados con el turismo tienen una actitud más negativa hacia esta actividad.

b) Prestando atención al grado de interacción con los turistas: algunos investigadores señalan que una menor distancia entre las viviendas de los residentes y los lugares más frecuentados por los turistas implica valoraciones más positivas, pues suelen estar habitadas por personas económicamente más dependientes de la actividad turística (Belisle & Hoy, 1980; Mansfeld, 1992). Pero, igualmente, otras investigaciones parecen demostrar justamente lo contrario, argumentando que la actitud negativa se deriva de la mayor proximidad. Según estos expertos los residentes ven en los turistas una competencia para el consumo de unos recursos escasos y, además, estas personas considerarían que la afluencia de turistas es la causa de los problemas de congestión del tráfico, ruidos y otras incomodidades que soportan cada día (Jurowski & Gursoy, 2004).

c) Tomando en consideración el tiempo de estancia de los residentes en el municipio: ciertos expertos concluyen que cuanto más tiempo lleva viviendo una persona en una localidad turística más crítica es su actitud hacia el turismo y, lógicamente, cuanto menos tiempo ha pasado más favorable es la actitud (Um & Crompton, 1987; Mansfeld, 1992; Ryan & Montgomery, 1994; Brunt & Courtney, 1999; Cavus & Tarrisevdi, 2003). No obstante, otros estudios explican que los residentes recién llegados son los más críticos (Brougham & Butler, 1981), quizás porque opinan que el turismo puede poner en peligro la tranquilidad que buscaban al cambiar de residencia (Faulkner & Tideswell, 1997).

d) Los investigadores que en sus análisis ponen en relación la valoración de los efectos del turismo por los residentes con las variables socio-demográficas y socioeconómicas habituales (género, edad, ingresos, ocupación, nivel educativo, ámbito rural o urbano) tampoco han llegado a

resultados concluyentes (Liu & Var, 1986; Williams & Lawson, 2001) o los hallazgos son contradictorios entre unos estudios y otros (Mason & Cheyne, 2000; Harrill & Potts, 2003; Jackson & Inbakaran, 2006; Rasoolimanesh *et al.*, 2015).

e) Quienes han tratado de dilucidar este asunto fijándose en la fase de desarrollo en la que se encuentra el destino turístico tampoco han alcanzado un acuerdo definitivo (Vargas-Sánchez *et al.*, 2015). Si en un principio podría parecer lógico explicar que un desarrollo moderado del turismo tiende a ser percibido positivamente y que, igualmente, a medida que ese desarrollo se intensifica las opiniones se vuelven más negativas (Allen *et al.*, 1988; Smith & Krannich, 1998; Harrill, 2004; Diedrich & García-Buades, 2009), resulta que este argumento también ha sido puesto en duda (Liu & Var, 1986; Faulkner & Tideswall, 1997; Royo & Ruiz, 2009).

El esquema conceptual desarrollado a partir de la TIS impregna el fondo del sustrato teórico-metodológico que caracteriza los estudios citados acerca de la percepción social del turismo entre la población receptora. A la luz de lo expuesto, no se puede decir mucho más aparte del hecho evidente de que los estudios de opinión sobre los efectos del turismo suelen abordar la percepción de los efectos económicos (Liu & Var, 1986; Perdue *et al.*, 1990; Johnson *et al.*, 1994; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Gilbert & Clark, 1997; Smith & Krannich, 1998; Tosun, 2002), los socioculturales (Liu y Var, 1986; Brunt & Courtney, 1999) y los medioambientales (Gilbert & Clark, 1997; Brunt & Courtney, 1999; Bujosa & Rosselló, 2007) y que, con matices, es posible reconocer una mayor concentración de las valoraciones positivas alrededor de las repercusiones económicas y una valoración bastante más crítica de los impactos socioculturales y medioambientales (Andereck *et al.*, 2005; Almeida *et al.*, 2015).

Resulta lógico pensar que la complejidad de la realidad turística y la casi infinita variedad de contextos en la que se manifiesta han impedido elaborar explicaciones extrapolables a entornos más allá de los márgenes del caso específico estudiado. Podría también convenirse que las explicaciones necesariamente deben constituirse en una suerte de trajes hechos a la medida de la realidad existente en contextos geográficos concretos en periodos de tiempo determinados. Sin obviar la importancia de estos problemas, aquí se añade y argumenta otro elemento aclaratorio a propósito de la dificultad comprobada para obtener resultados más sólidos: la inconsistencia teórica sobre la que se asientan la mayor parte de los trabajos empíricos.

CRÍTICA

Aunque hay algunas discusiones y matices sobre la paternidad de la idea, lo habitual es identificar el origen de la TIS con la publicación de dos libros: *Social Behavior*, de George C. Homans (1961) y *Exchange and Power in Social Life*, de Peter M. Blau (1964). A grandes rasgos, el común denominador de estos trabajos reside en la aceptación de dos supuestos sobre la naturaleza de las relaciones sociales: primero, la unidad de análisis fundamental que explica un fenómeno social es el

individuo; segundo, la formación, consolidación y permanencia de cualquier relación interpersonal se sustenta sobre un criterio hedonista. Las implicaciones de ambos supuestos llevan a entender la esencia de cualquier interacción social como un intercambio recíproco de recursos o recompensas (pérdidas y ganancias, alegrías y disgustos, castigos y premios) entre individuos que toman decisiones a partir de análisis racionales con el objetivo de maximizar sus beneficios personales y reducir sus costes.

Los estudios turísticos, ávidos de construir un campo científico sólido, han procurado importar e integrar enfoques teóricos de la Economía o el Marketing, pero también de la Antropología y la Sociología, sin embargo, la investigación cualitativa sobre la percepción social del turismo ha discurrido por carreteras secundarias (Riley & Love, 2000). La avenida principal, sin duda, ha sido ocupada por los estudios cuantitativos (Harrill, 2004). La separación dicotómica entre ambas líneas de trabajo junto a la superconcentración de análisis cuantitativos ha dado lugar a que los desarrollos teóricos más significativos se hayan elaborado a partir de las certezas estadísticas, prescindiendo de las aportaciones de naturaleza cualitativa. Esta situación se torna preocupante cuando el modelo teórico que envuelve al aparato estadístico es la TIS.

Una consecuencia fácilmente apreciable es la siguiente. Inspirados en los trabajos clásicos antes citados de Pizam (1978) y, especialmente, en los de Ap (1990, 1992), en los últimos años han proliferado los estudios cuantitativos sobre la percepción social de las repercusiones generadas por la actividad turística entre las poblaciones receptoras. En muchas de estas investigaciones se propone una adaptación pragmática y demasiado somera de algunas ideas de la TIS a la interpretación de datos estadísticos elaborados a partir de la aplicación de encuestas de opinión sobre el turismo; una interpretación que rara vez se complementa con información cualitativa acerca del contexto cultural, político e ideológico en el que los datos cuantitativos se insertan.

La matematización del fundamento empírico en el que se sostiene la TIS está íntimamente relacionada con dos factores. Por un lado, una cuestión pragmática, relativa a la aportación de conclusiones sólidas (entiéndase, estadísticas) que se espera de una investigación cuantitativa, aunque esa solidez sea el resultado de un modelo explicativo en cuyo punto de partida se pueden haber obviado o asumido ideas que requerirían una mayor discusión. Por otro lado, una razón de índole más filosófica, que tiene que ver con la aceptación de la premisa según la cual la encuesta es la técnica de investigación más idónea para recoger la opinión de los residentes en las regiones receptoras de turistas, porque se asume que la opinión de todos los residentes tiene el mismo valor y porque se espera que la opinión vertida por cada entrevistado sea la consecuencia de una reflexión racional a propósito de un tema que no puede ser pensado más que en términos racionales. Se origina así una dinámica tendente a lo que Wright Mills (1959) denominó “empirismo abstracto”: los problemas a investigar y el modo de investigarlos vienen determinados por un enfoque metodológico que solamente acepta como válido aquello que puede expresarse numéricamente. La inercia inherente a esa tendencia daría lugar a una línea de investigación caracterizada por la acumulación

de estudios estadísticos con un alto grado de detalle sobre multitud de casos desconectados entre sí, pues se relega a un momento futuro un posible esfuerzo de síntesis teórica capaz de constituir una base sólida de conocimiento científico. En la práctica, de hecho, ese momento no llega nunca.

El devenir de la TIS en los estudios turísticos no deja de ser una prolongación de lo que antes ha ocurrido en la propia Sociología, sobre todo debido a la influencia de determinadas escuelas psicológicas y económicas. Sucede a continuación que, tal y como se ilustraba en el apartado anterior, los resultados obtenidos en los estudios empíricos se revelan desconcertantes a causa de las contradicciones que emergen al comparar las conclusiones obtenidas en los distintos trabajos.

El problema, en definitiva, radica en la incapacidad de integrar en el modelo teórico las dimensiones culturales que envuelven a la dinámica turística y, por añadidura, en la incapacidad para analizar esas dimensiones articulando la investigación cuantitativa con la cualitativa. Así pues, las reflexiones críticas que se han hecho desde la Sociología acerca del rumbo que ha tomado la TIS en los últimos años apuntan a su progresivo distanciamiento o renuncia a ofrecer una explicación esencialmente sociológica para, en su lugar, afirmarse como un subproducto intelectual de enfoques que conciben al ser humano esencialmente como una especie de “homo economicus”. Las deficiencias que acompañan a la aplicación de esas versiones simplificadas de la TIS a la hora de explicar fenómenos sociológicos se ejemplifican en los intentos por trasplantar la idea económica de la racionalidad y de la búsqueda de la maximización de los beneficios al análisis de situaciones sociales (como las vinculadas con las dinámicas turísticas) en las que intervienen variables fundamentales relacionadas con las emociones, los sentimientos, los vínculos afectivos, los aspectos simbólicos, las convenciones y costumbres arraigadas en una determinada cultura y un largo etcétera de elementos “no racionales” que difícilmente pueden integrarse en los modelos teóricos propuestos.

Los intercambios que se producen entre turistas y residentes no son necesariamente intercambios económicos, también se intercambian elementos socioculturales. Además, el contexto en el que tienen lugar los intercambios no es el contexto de un mercado perfecto: los aspectos extra-económicos (culturales y simbólicos) son a menudo factores explicativos determinantes. El dinero, el precio, el beneficio y otras variables asociadas tampoco son variables puras del mercado, sino lo que Max Weber (1922) llamaba “categorías sociológicas de la vida económica”, susceptibles de ser activadas por factores socioculturales. La dimensión subjetiva de la realidad social que cristaliza en las interpretaciones sobre el significado de la acciones sociales formuladas por agentes concretos, y obviadas en los diseños metodológicos vinculados a la TIS, contribuyen a decidir cuáles son las definiciones de la situación con más opciones de influir en la formación de la opinión pública.

El desafío, entonces, está en rescatar a la TIS del reduccionismo economicista y utilitarista para integrarla en la tradición sociológica y antropológica. Los procesos que tienen lugar entre los grupos y dentro de los grupos son más difíciles de comprender y abordar que las transacciones económicas

que supuestamente tienen lugar en un teórico mercado perfecto y, en consecuencia, requieren ser pensados con la ayuda de perspectivas más abiertas y comprensivas.

PROPUESTAS PARA UNA NUEVA ORIENTACIÓN

Los estudios acerca de las actitudes hacia el turismo en la población receptora que de algún modo se inspiran en los fundamentos teóricos de la TIS se asientan sobre una premisa asumida como incuestionable por los investigadores: los entrevistados emiten sus valoraciones a partir de juicios individuales y racionales acerca de los beneficios y costes que el turismo les supone. Esta premisa se ajusta bien al propósito del investigador de aplicar la encuesta como técnica básica de recogida de información destinada a ser matematizada. Asimismo, esta forma de proceder cumple con las expectativas de quienes demandan resultados concluyentes sobre el grado de aceptación entre los residentes de una determinada práctica ligada a la actividad turística.

Sin embargo, la investigación sociológica enseña que la racionalidad es limitada y que sólo aparece cuando se dan ciertas condiciones (Collins, 1982). El disenso que caracteriza a las discusiones políticas, la ineficiencia de tantas administraciones públicas y empresas privadas o los enfrentamientos dialécticos entre científicos que pugnan por demostrar que el equivocado es el otro prueban que la definición de lo que es racional o irracional es algo que depende mucho de a quién se le pregunte y, en todo caso, de los recursos que determinados actores sociales poseen para imponer una determinada definición de lo que es aceptable (Berger & Luckmann, 1966; Gouldner, 1976).

El pensamiento sociológico del siglo pasado está plagado de argumentos con los que sus más insignes representantes trataron de revelar no únicamente el carácter predominantemente no racional de la vida social, sino la conveniencia de que así sea. Vilfredo Pareto (1916) explicó que en el comportamiento de los seres humanos podían distinguirse dos tipos de acciones básicas: las lógicas (racionales, orientadas coherentemente de acuerdo a un objetivo propuesto) y las no lógicas (son todas las demás, aquellas en las que resulta complicado discernir de acuerdo a supuestos racionales qué es lo que orienta o motiva la acción). Este autor entendió que la mayoría de las acciones que emprenden las personas pertenecen a la segunda categoría, si bien, esas acciones tenderían a ser racionalizadas a posteriori. Max Weber (1922) también formuló su teoría sobre la expansión de las estructuras burocráticas en las sociedades modernas advirtiendo de que un exceso de racionalidad organizativa podía conllevar efectos no deseados. Peter Berger & Thomas Luckmann (1966) analizaron cómo el enfrentamiento entre definiciones de la realidad alternativas implica esencialmente un problema de poder y no tanto de la habilidad teórica de las posiciones enfrentadas. Richard Sennett (1970) directamente proclamó la necesidad de que las ciudades crecieran y se transformaran al margen de los dictados de la racionalidad urbanística. Jürgen Habermas (1973) planteó una penetrante disquisición teórica sobre las distintas tendencias a la crisis (económica, de racionalidad, de legitimidad y de motivación) que afectaban al sistema capitalista tras la resaca provocada por los movimientos contestatarios sucedidos en distintos lugares del mundo en 1968. Aunque el ensayo de

Randall Collins (1982) "The Nonrational Foundations of Rationality" quizá fue el trabajo que de una forma más convincente mostró que la racionalidad en sí misma no es la base en la que se asienta la existencia de la sociedad.

Las referencias apuntadas, y sobre todo una síntesis de los razonamientos de Berger & Luckmann con el trabajo de Habermas, han inspirado uno de los escasos intentos por plantear una investigación sociológica cuyo objetivo fuese poner en evidencia que en la construcción social de la opinión pública sobre los efectos del turismo la supuesta racionalidad individual se diluye en un contexto ideológico producido por élites que luchan por imponer su definición de la situación (Mantecón, 2008a & 2008b). A partir de esta experiencia investigadora, y en coherencia con el argumento expuesto hasta aquí, se discuten a continuación los dos rasgos esenciales que deberían caracterizar una nueva orientación de la investigación sobre la percepción social de los efectos del turismo entre los residentes en las regiones receptoras.

La primera cuestión es de naturaleza ontológica y se refiere a la necesidad de situar el poder como objeto de estudio central y factor explicativo básico. La influencia del poder, en tanto que recurso desigualmente distribuido en la sociedad, y no las acciones emprendidas por individuos racionales motivados por objetivos hedonistas y utilitaristas, sería el elemento fundamental que generaría la dinámica social. En este sentido, resulta de interés recuperar la idea desarrollada por Bertrand Russell (1938) según la cual el poder representaría para las Ciencias Sociales un concepto equivalente al que la energía representa para la Física: está presente de forma constante en la práctica totalidad de las interacciones. Se trataría entonces de apostar por un enfoque sociológico que se concretase en una Sociología política del turismo o, si se prefiere, en unas Ciencias Sociales del turismo que consideren el poder en el centro de sus intereses epistemológicos. De tal modo, si se acepta que no existe un sistema turístico al margen de la influencia de muy diversos mecanismos y relaciones de poder, no tendrá sentido articular propuestas teórico-metodológicas incapaces de abordar una realidad planteada en esos términos. Los estudios que no tienen en consideración este aspecto en la elaboración de sus diseños metodológicos producen resultados parciales y superficiales que, en última instancia, reducen la viabilidad de los análisis comparativos al desconcierto que resulta de intentar poner en relación imágenes estadísticas inconexas.

A propósito de lo apuntado, es importante aclarar que la orientación hacia un enfoque que sitúe el poder en una posición de centralidad no ha de confundirse con una politización de los estudios turísticos. Es decir, el análisis de la influencia del poder en el sistema turístico no lleva aparejada una instrumentalización de la investigación con el fin de promover determinados estados de opinión entre los residentes. De ser así la investigación social se sustituiría por la acción ideológica.

La segunda cuestión alude a la práctica investigadora y es la consecuencia lógica de lo anterior. Si se define la realidad en los términos señalados, se vuelve perentorio reconsiderar las estrategias metodológicas. Sustancialmente, se trataría de promover un giro en la perspectiva de los estudios

turísticos sobre la opinión pública de los residentes que fuera, recordando el título de uno de los libros de Jesús Ibáñez (1985), "del algoritmo al sujeto". En todo caso, el objetivo no es relegar el análisis cuantitativo de la opinión pública sobre el turismo sino elaborar esquemas de trabajo en los que la investigación cuantitativa se articule con la cualitativa (Bericat, 1998; Creswell & Plano Clark, 2007; Tashakkori & Teddlie, 2010). Aquí se está plenamente de acuerdo con la tesis de Bourdieu (1973) que afirma que la opinión pública no existe, o que, más bien, no existe más que como resultado de un proceso constitutivo promovido por grupos movilizados alrededor de intereses privados. Por lo tanto, el primer propósito de la investigación empírica será la comprensión y desenmascaramiento de ese proceso constitutivo. Ese propósito, convertido en objetivo de investigación, no puede ser satisfecho mediante la aplicación de una técnica como la encuesta, que como principio inherente contiene la premisa de que la opinión de todos los entrevistados pesa lo mismo. Irremediamente, habrá que poner en práctica técnicas de investigación social cualitativas combinadas con análisis de redes que permitan discernir qué actores sociales (individuales y colectivos) ejercen una influencia mayor y qué tipo de relaciones establecen entre ellos. A continuación, se reconocerán y estudiarán los discursos públicos que producen como proyección de sus intereses privados. Únicamente cuando se identifiquen esos discursos, se asocien a los grupos sociales que los promueven y se analice el proceso histórico que los ha constituido tendrá sentido implementar encuestas destinadas a medir la presencia de unos y otros argumentos en el conjunto de la opinión pública para, de ese modo, entender su verdadero alcance.

En el caso del trabajo antes citado (Mantecón, 2008a & 2008b), mediante el que se identifica y analiza la producción de un contexto de legitimación social respecto a una expansión turístico-inmobiliaria a gran escala que, a su vez, había sido diagnosticada por los expertos universitarios como carente de toda justificación racional para los intereses colectivos del conjunto de los residentes, la perspectiva metodológica cualitativa que caracterizó la mayor parte del trabajo empírico sirvió para completar solamente la primera etapa de un estudio más ambicioso. Así, en los años siguientes, fue mejorado con la aplicación de una encuesta cuya intención primordial fue cuantificar la extensión del contexto de legitimación desentrañado en la primera fase (Huete, 2010; Mantecón & Huete, 2011; Mantecón, 2012).

CONCLUSIÓN

El modo de actuación preferente entre los científicos sociales que han estudiado la percepción de las repercusiones del turismo por parte de la población residente ha entrado en crisis, o en todo caso, ha encallado en una dinámica de resultados reiterativos a la vez que inconexos. De hecho, después del éxito cosechado durante la última década del siglo pasado y la primera del presente en las principales revistas científicas anglosajonas, la propia temática ha comenzado a dejar paso a otros asuntos emergentes. Aquí no se considera que el tema esté agotado sino todo lo contrario. Lo que sí ha mostrado síntomas claros de agotamiento es la perspectiva de trabajo desde la que la investigación se ha llevado a cabo.

En su afán por dotar a los estudios turísticos de un estatuto científico se han querido trasladar algunos principios epistemológicos propios del trabajo de los científicos naturales a la investigación social, en este caso en relación con el análisis de la percepción social del turismo. Como si de un “dèjà vu” se tratase, la investigación de la opinión pública de los residentes en espacios turísticos sirve para volver a constatar un problema clásico de la investigación sociológica: la dificultad de tratar metodológicamente con un objeto de estudio que se caracteriza por su disposición a cambiar de estado como consecuencia de su exposición habitual a una amplia variedad de estímulos o, al menos, por su disposición a hacerlo en un grado mayor que los objetos de estudio a los que se enfrentan un geólogo o un químico. El carácter ambivalente de la vida social hace que las personas modifiquen sus opiniones como resultado de la interacción comunicativa que establecen con otros actores sociales. Las emociones o los estados de ánimo son los factores que más influyen en la toma de decisiones, en las actitudes y comportamientos de la vida cotidiana, en la forma en la que las personas se relacionan con el mundo. Hasta que las teorías explicativas de la realidad social no asuman las implicaciones de este hecho difícilmente llegarán a tomar conciencia de sus verdaderas capacidades y limitaciones. Los problemas comentados a propósito de la adaptación de la TIS a los estudios turísticos representan un buen ejemplo de ello.

En este texto se ha planteado una reflexión acerca de la aplicación de los principios básicos en los que se asienta la TIS a los estudios sobre la percepción social de las repercusiones generadas por las dinámicas turísticas. Esta forma de proceder adquiere un carácter completamente equívoco cuando además se decide prescindir de las aportaciones elaboradas con datos no matematizados. Así es como se incurre en el viejo absurdo en virtud del cual se achaca a la realidad la responsabilidad principal de que un modelo teórico no explique correctamente la realidad que modela.

Tal y como se ha tratado de argumentar, con la ayuda de ideas arraigadas en el pensamiento sociológico, la distribución de los recursos necesarios para configurar el contexto en el que se forma el sistema de interacciones determina el estado de las actitudes respecto a temas como el aquí tratado en mayor medida que la reflexión racional e individual orientada por criterios utilitaristas de maximización de beneficios y reducción de costes. Si se está de acuerdo con este “diagnóstico”, parece lógico considerar la oportunidad de reorientar la investigación ubicando en una posición central el análisis del poder, y su distribución y manifestación en el sistema turístico, y ensayando “terapias” metodológicas en las que se complementen enfoques cualitativos y cuantitativos. De lo contrario, el “pronóstico” más factible es la paulatina desaparición de una línea de investigación que, retrospectivamente, se entrevé como la finalización de un viaje a ninguna parte.

NOTA: Una versión preliminar de este artículo, con el título “La construcción de la opinión pública sobre el turismo: crítica a la teoría del intercambio social”, fue publicada en el libro homenaje a Manuel Rodríguez Woog: “Turismo, sociedad y territorio: Una lectura crítica”, coordinado por Daniel Hiernaux-Nicolas y editado en 2015 por la Universidad Autónoma de Querétaro, México.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, L.R.; Long, P. T.; Perdue, R. R. & Kieselbach, S.** (1988) "The impact of tourism development on resident perceptions of community life". *Journal of Travel Research* 27(1): 16-21
- Almeida, F.; Balbuena, A. & Cortés, R.** (2015) "Resident's attitudes towards the impacts of tourism". *Tourism Management Perspectives* 13: 33-40
- Andereck, K. L. & Vogt, C.A.** (2000) "The relationship between residents attitudes towards tourism and tourism development options". *Journal of Travel Research* 39(3): 27-36
- Andereck, K. L.; Valentine, K. M.; Knopf, R. C. & Vogt, C.A.** (2005) "Residents' perceptions of community tourism impacts". *Annals of Tourism Research* 32(4): 1056-1076
- Ap, J.** (1990) "Residents perceptions research on the social impacts of tourism". *Annals of Tourism Research* 17(4): 610-616
- Ap, J.** (1992) "Residents perceptions on tourism impacts". *Annals of Tourism Research* 19(4): 665-690
- Belisle, F. & Hoy, D.** (1980) "The perceived impact of tourism by residents". *Annals of Tourism Research* 7(1): 83-101
- Berger, P. & Luckmann, T.** (1966) "The social construction of reality. A treatise in the sociology of knowledge". Anchor Books, New York
- Bericat, E.** (1998) "La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social". Ariel, Barcelona
- Blau, P.M.** (1964) "Exchange and power in social life". Wiley, New York
- Bourdieu, P.** (1973) "L'opinion publique n'existe pas". *Les Temps Modernes* 318: 1292-1309
- Brougham, J. E. & Butler, R.W.** (1981) "A segmentation analysis of resident attitudes to social impact of tourism". *Annals of Tourism Research* 8(4): 569-590
- Brunt, P. & Courtney, P.** (1999) "Host perceptions of sociocultural impacts". *Annals of Tourism Research* 26(3): 493-515
- Bujosa, A. & Rosselló, J.** (2007) "Modelling environmental attitudes toward tourism". *Tourism Management* 28(3): 688-695
- Cavus, S. & Tanrisevdi, A.** (2003) "Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kusadasi, Turkey". *Tourism Analysis* 7: 259-269
- Collins, R.** (1982) "Sociological insight: An introduction to non-obvious Sociology". Oxford University Press, New York
- Creswell, J.W. & Plano Clark, V.L.** (2007) "Designing and conducting mixed methods research". Sage, Thousand Oaks
- Díaz-Armas, R. & Gutiérrez-Taño, D.** (2010) "La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8(4): 431-444
- Diedrich, A. & García-Buades, E.** (2009) "Local perceptions of tourism as indicators of destination decline". *Tourism Management* 30(4): 512-521
- Faulkner, B. & Tideswell, C.** (1997) "A framework for monitoring community impacts of tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 5(1): 3-28

- Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R. & Gutiérrez-Taño, D.** (2014) "Residents' perceptions of tourism impacts on Island destinations: A comparative analysis". *International Journal of Tourism Research* 16(6): 578-585
- Gilbert, D. & Clark, M.** (1997) "An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes in the cities of Canterbury and Guildford". *Cities* 14(6): 343-352
- Gouldner, A.** (1976) "The dialectic of ideology and technology". Seabury Press, New York
- Gursoy, D.; Jurowski, C. & Uysal, M.** (2002) "Resident attitudes: A structural modelling approach". *Annals of Tourism Research* 29(1): 79-105
- Habermas, J.** (1973) "Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus". Suhrkamp, Frankfurt
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A.** (1996) "Perceived impacts of tourism: The case of Samos". *Annals of Tourism Research* 23(3): 503-526
- Harrill, R.** (2004) "Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with Implications for tourism planning". *Journal of Planning Literature* 18(3): 251-266
- Harrill, R. & Potts, T.** (2003) "Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston". *Journal of American Planning Association* 69(3): 233-244
- Homans, G.C.** (1961) "Social behaviour: Its elementary forms". Harcourt, Brace & World, New York
- Huete, R.** (2010) "Opiniones y actitudes ante el turismo residencial en el sur de la Comunidad Valenciana". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8(4): 445-461
- Ibáñez, J.** (1985) "Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social". Siglo XXI, Madrid
- Jackson, M. S. & Inbakaran R. J.** (2006) "Evaluating residents' attitudes and intentions to act toward tourism development in regional Victoria, Australia". *International Journal of Tourism Research* 8(5): 355-366
- Johnson, J. D.; Snepenger, D. J. & Akis, S.** (1994) "Residents' perceptions of tourism development". *Annals of Tourism Research* 21(3): 629-642
- Jurowski, C. & Gursoy, D.** (2004) "Distance effects on residents' attitudes toward tourism". *Annals of Tourism Research* 31(2): 296-312
- Jurowski, C.; Uysal, M. & Williams, D.** (1997) "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism". *Journal of Travel Research* 36(2): 3-11
- King, B.; Pizam, A. & Milman, A.** (1991) "Social impacts of tourism: host perceptions". *Annals of Tourism Research* 20(4): 650-665
- Liu, J. & Var, T.** (1986) "Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii". *Annals of Tourism Research* 13(2): 193-214
- Mansfeld, Y.** (1992) "Group-differentiated perceptions of social impacts related to tourism development". *The Professional Geographer* 44(4): 377-392
- Mantecón, A.** (2008a) "La experiencia del turismo. Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial". Icaria, Barcelona
- Mantecón, A.** (2008b) "Procesos de urbanización turística. Aproximación cualitativa al contexto ideológico". *Papers. Revista de Sociología* 89: 127-144
- Mantecón, A.** (2012) "El nexo entre urbanización y turismo. Análisis de la opinión pública". *Papers. Revista de Sociología* 97(1): 249-272

- Mantecón, A. & Huete, R.** (2011) "Sociological insights on residential tourism: host society attitudes in a mature destination". *European Journal of Tourism Research* 4(2): 109-122
- Marrero, J. R. & Huete, R.** (2013) "La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana". *Cuadernos de Turismo* 32: 189-206
- Mason, P. & Cheyne, J.** (2000) "Residents' attitudes to proposed tourism development". *Annals of Tourism Research* 27(2): 391-411
- Mills, C.W.** (1959) "The sociological imagination". Oxford University Press, New York
- Pareto, V.** (1916) "Trattato di sociologia generale". Barbera, Firenze
- Perdue, R.; Long, P. & Allen, L.** (1990) "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research* 17(4): 586-599
- Pizam, A.** (1978) "Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents". *Journal of Travel Research* 16(4): 8-12
- Rasoolimanesh, S. M.; Jaafar, M.; Kock, N. & Ramayah, T.** (2015) "A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions". *Tourism Management Perspectives* 16: 335-345
- Riley, R. W. & Love, L. L.** (2000) "The state of qualitative tourism research". *Annals of Tourism Research* 27(1): 164-187
- Ritchie, B. W. & Inkari, M.** (2006) "Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England". *International Journal of Tourism Research* 8(1): 27-44
- Rodríguez, P.** (2007) "Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía". Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Sevilla
- Royo, M. & Ruiz, M. E.** (2009) "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural". *Cuadernos de Turismo* 23: 217-236
- Russell, B.** (1938) "Power: A New Social Analysis". George Allen & Unwin, London
- Ryan, C. & Montgomery, D.** (1994) "The attitude of Bakewell residents to tourism and issues in community response tourism". *Tourism Management* 15(5): 358-369
- Sennett, R.** (1970) "The uses of disorder: personal identity & city life". Knopf, New York
- Sharma, B. & Dyer, P.** (2009) "Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts". *Benchmarking: An International Journal* 16(3): 351-371
- Sharpley, R.** (2014) "Host perceptions of tourism: A review of the research". *Tourism Management* 42: 37-49
- Smith, M. & Krannich, R.** (1998) "Tourism dependence and resident attitudes". *Annals of Tourism Research* 25(4): 783-802
- Tashakkori, A. & Teddlie, C.** (2010) "Sage handbook of mixed methods in social & behavioral research". Sage, Thousand Oaks
- Teye, V.; Sönmez, S. F. & Sirakaya, E.** (2002) "Residents' attitudes toward tourism development". *Annals of Tourism Research* 29(3): 668-688
- Tosun, C.** (2002) "Host perceptions of impacts: A comparative tourism study". *Annals of Tourism Research* 29(1): 231-253

Um, S. & Crompton, J. L. (1987) "Measuring resident's attachment levels in a host community". *Journal of Travel Research* 26(1): 27-29

Vargas-Sánchez, A.; Oom do Valle, P.; da Costa Mendes, J. & Silva, J.A. (2015) "Residents' attitude and level of destination development: An international comparison". *Tourism Management* 48: 199-210

Weber, M. (1922) "Wirtschaft und Gesellschaft". Mohr, Tübingen

Williams, J. & Lawson, R. (2001) "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research* 28(2): 269-290

Recibido el 22 de noviembre de 2015

Reenviado el 22 de diciembre de 2015

Aceptado el 29 de diciembre de 2015

Arbitrado anónimamente