

UNA VISIÓN CRÍTICA DEL TURISMO EN TIEMPOS PRE- Y POSCOVID-19: “TURISMOFOBIA” EN *FAHRENHEIT 451* DE RAY BRADBURY

Alfonso A. Gracia Gómez¹

Universitat de València

alfonso.gracia@outlook.com

Cinco minutos después de la muerte de una persona en camino hacia la Gran Chimenea, los incineradores son abastecidos por helicópteros en todo el país. Diez minutos después de la muerte, un hombre es una nube de polvo negro. No sutilicemos con recuerdos acerca de los individuos. Olvidémoslos. Quemémoslo todo, absolutamente todo. El fuego es brillante y limpio.

(Ray Bradbury)

Resumen: El siguiente artículo desarrolla y analiza algunos límites del conflicto de intereses que se da en torno a la proliferación de modelos turísticos que las poblaciones nativas tienden a considerar “invasivos”, y que asimismo tienen una repercusión creciente en aspectos cruciales de la economía y la administración de los modos de vida públicos, pues no solo atañen a sectores como la hostelería o el comercio, sino incluso los planes de urbanismo y el sector inmobiliario. Desde esta premisa, el autor enfoca sus análisis en un fenómeno conocido en España como “turismofobia”; propone primero un análisis crítico del concepto y lo sitúa en el centro de un debate que es preciso establecer a nivel social, sin dejarse llevar por los aspectos puramente ideológicos connaturales a la estructura morfológica del propio término. Por último, se muestra un precedente de esta “turismofobia” en una serie de fragmentos muy relevantes extraídos de la novela que Ray Bradbury publicó en 1953 bajo el título *Fahrenheit 451*, hoy en día un clásico de la ciencia ficción que ha merecido nueva vigencia gracias a la reciente adaptación filmográfica de Bahrani (2018). A partir de varios fragmentos, plantearemos la pregunta de si el turista actual no está mediatizado por un mensaje ideológico que le convierte, más que en usuario, en consumidor, y si la pandemia actual de COVID-19 no debería entenderse como la mejor ocasión para reformular modelos antiguos que habían sido capaces de extraer el mejor rendimiento en lo económico, tal vez, pero no asimismo en lo humano.

Abstract: The following article develops and analyzes some limits of the conflict of interest that arises around the proliferation of tourist models that native populations tend to consider “invasive”, and that also have a growing impact on crucial aspects of the economy and administration. of the public ways of life, since they not only concern sectors such as the hotel and restaurant trade, but also urban planning and the real estate sector. From this premise, the author focuses his analysis on a phenomenon known in Spain as “tourismophobia”; He first proposes a critical analysis of the concept and places it at the center of a debate that must be established at the social level, without being carried away by the purely innate ideological aspects of the morphological structure of the term itself. Finally, a precedent for this “tourismophobia” is shown in a series of very relevant fragments extracted from the novel that Ray Bradbury published in 1953 under the title *Fahrenheit 451*, today a science fiction classic that has earned new relevance thanks to the

¹ Doctor en Filosofía y Profesor de Filosofía para la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana.

recent filmographic adaptation of Bahrani (2018). From several fragments, we will ask the question whether the current tourist is not mediated by an ideological message that makes him, rather than a user, a consumer, and if the current pandemic of COVID-19 should not be understood as the best opportunity to reformulate old models that had been able to extract the best performance in the economic aspect, perhaps, but not also in the human.

Palabras clave: Turismofobia – turismo – Bradbury – sociedad de consumo – pandemia por COVID-19

Keywords: Turismophobia - tourism - Bradbury - consumer society - COVID-19 pandemic

1. Introducción: la turismofobia, entre el racismo y la reivindicación social

Definir el término “turismofobia” puede parecer un ejercicio relativamente banal. A nadie se le escapa que en su propia configuración confluyen aspectos que tienen que ver con lo propiamente semántico con otros que rozan y tal vez superen ciertas lindes relativas a lo ideológico. Porque en español, así como en otras lenguas romances, la adición de la partícula “fobia” es una estrategia habitual para indicar todo aquello que produce un rechazo; por eso tenemos términos como “xenofobia”, que es repulsa de lo que es distinto o viene del extranjero; “agorafobia”, que señala el temor o la repulsa de determinados individuos a salir a los espacios abiertos; o “amaxofobia”, que menciona el miedo irracional y permanente que sienten algunas personas ante la sola idea de conducir un vehículo.

Este uso del término “fobia” en la composición de neologismos tiene un alcance social muy extendido que parece haber extendido su legitimidad más allá de las barreras estrictas de lo psiquiátrico y lo psicológico, donde el mismo tiene su origen. Así, se ha erguido como una estrategia muy querida y utilizada en la comunicación de masas contemporánea, donde no es difícil ver términos de todo tipo sujetos a esta conformación: desde las ya más típicas, como la “homofobia”, que no designa propiamente un miedo, sino una actitud de desprecio ante las personas de orientación homosexual; hasta otras de más reciente invención, como “gordofobia” o “LGTBI-fobia”, que demuestran hasta qué punto se produce un cierto abuso en la lengua común que se revela como una tremenda facilidad para la conformación de términos nuevos. Dicho de otra manera: donde antes había un intolerante, un fanático, un apasionado, un exaltado, un intransigente, un maniático o un inflexible, con todos los matices respectivos, ahora tenemos un “-fobo”.

Pues bien, la “turismofobia” (entre comillas, esto es, como término) pertenece sin duda a este último grupo: el de las voces que comparten esta mixtura entre lo social y lo psicológico, que impiden saber a ciencia cierta de qué estamos hablando, o desde dónde lo hacemos, cuando queremos aproximarnos al fenómeno del que hace mención. De hecho, buena parte de los autores que tratan de ofrecer una definición del término no dudan en acogerse a fórmulas que no dejan de ser aparentemente psicológicas. Por ejemplo, véase la siguiente descripción que hace Saldaña (2018) de la turismofobia como fenómeno sociológico: “Para algunas ciudades del mundo como Barcelona, Venecia, Mallorca o Roma, los turistas han dejado de ser totalmente bienvenidos. Para sus habitantes locales, los visitantes se han convertido en bestias depredadoras de las que hay que cuidarse”.

Los intentos de definir la turismofobia que se apoyan en este tipo de consideraciones tienen el inconveniente de que convierten este fenómeno en una suerte de lugar común, típico del provincianismo más hosco y nada novedoso en este constructo imaginario (según la expresión de Benedict Anderson) al que llamamos, no sin cierta nota de chovinismo, la “civilización occidental”, que siempre ha contado con sus importantes detractores entre el vulgo y también en la intelectualidad, ya sea por razones románticas o sentimentales (caso característico –y particularmente peligroso– de los fanatismos de derecha), ya sea por vinculaciones más “racionalizadas” o ideológicas (donde el peligro parece caer del otro lado del abismo, esto es, en el anticapitalismo de izquierdas).

Véase a este respecto el titular del siguiente artículo que se publicó en el diario español *EIMundo*: “El PP [esto es, para quien lo desconozca, el partido político español tradicionalmente vinculado a la derecha] acusa a la izquierda de fomentar la turismofobia” (Colmenero 2017). O este otro, que llevaba por título “La excusa de la turismofobia”, en el que la autora, Rebeka Yanke (2017), trae a colación justamente las conclusiones que parece natural deducir de una lectura del fenómeno de la turismofobia que la entiende como posición enconada y fundamentalmente reaccionaria; esto es, la turismofobia no sería otra cosa que una postura “contra-”: contra el desarrollo, contra la universalización de los derechos humanos que sería connatural a la globalización, en suma, contra todo tipo de progreso en lo tecnológico y lo humano. Por último, siguiendo la línea argumental de este artículo, la elección del propio término “fobia” en la configuración del neologismo, ampliamente aceptado, redundaría en su descrédito de base; ya que una actitud susceptible de ser calificada como “fobia al turismo” sería una conducta que por definición habría que significar como fundamentalmente irracional, sin otra base legitimadora más que el propio capricho de quien la sustenta.



Imagen 1: Mensaje amenazador contra la integridad física de los turistas. Fuente: *TouriNews: la actualidad en clave turística* (https://www.tourinews.es/opinion/turismofobia-o-como-hacer-mal-las-cosas_4444025_102.html)

Se trata de un aspecto más o menos “oculto”, aunque no por ello menos patente, de las implicaciones performativas o incluso silogísticas (por usar un término característico de la crítica literaria en la obra del español Manuel Asensi, 2011) del término. Y por “silogismo” no queremos sino servirnos del uso que el español Manuel Asensi le dio a este concepto como un término que trata de romper la distinción tradicional –al menos en el espacio de la crítica literaria o la literatura comparada– entre textos téticos y atéticos, esto es, entre textos, fragmentos, voces, que sí serían claramente depositarias de un mensaje (los artículos de opinión, las proclamas, los discursos políticos, y un largo etcétera) frente a otros presuntamente neutrales que estarían a buen resguardo de la intencionalidad ideológica (Asensi se fija especialmente en los textos poéticos o propiamente literarios):

La “crítica”, en la acepción que la empleo aquí, es el ejercicio de un sabotaje de aquellas máquinas textuales lineales o no lineales (literarias, filosóficas, políticas, éticas, fílmicas, arquitectónicas, discursivas en general) que presentan una composición silogística entimemática como algo natural, transparente o mimética. O bien, la práctica de una cartografía de aquellos textos que funcionan como un sabotaje de un determinado modelo de mundo. Esta distinción es importante porque subraya que la crítica como sabotaje presupone que existen dos clases generales de textos: los textos téticos cuya estrategia fundamental es la de ocultar su carácter entimemático o sus fisuras, y los textos atéticos que en su disposición *dan a ver* su composición silogística y ponen en crisis la posibilidad de esta composición. (Asensi, 2011: 52-53)

Esto es, cuando hablamos de la “turismofobia”, la palabra en sí, en su configuración subtextual, aporta una descripción del mundo como estado de cosas (como lo estableciera Wittgenstein en su *Tractatus*) que, en la práctica, y de un modo muy similar a lo que describiera Austin en su célebre *¿Cómo hacer cosas con palabras?*, tiene unos efectos absolutamente efectuales (“performativos”, en la traducción habitual de la anglosajona del término *performative*) que tienen su razón, precisamente, en el anclaje representacional o psicológico que producen (no hay que olvidar que *performance*, del que procede morfológicamente el susodicho “performativo”, se traduce al español, en su uso corriente, justamente como “representación”).

Por último, dentro de estos efectos performativos condicionados por el silogismo del término “turismofobia”, debería escribirse en mayúsculas la vinculación subrepticia que se establece con el discurso de la psiquiatría. Así lo analiza la propia autora, citando las palabras de Daniel Pardo, miembro de la Asamblea de Barrios por un Turismo Sostenible (ABTS):

Es un término criminalizador que apunta a otras fobias, especialmente a la xenofobia, basándose en la falacia de que nuestra lucha consiste en rechazar a los de fuera. Falso. No es fobia porque no es miedo. El rechazo es a un modelo extractivo y socialmente demoleedor, productor masivo de injusticia social. (Yanke 2017)

2. La “caída en gracia” de la pandemia de COVID-19 en el discurso del turismófobo

Esta definición ha condicionado una situación muy particular: que es el hecho de que grandes intelectuales de relieve internacional no se hayan pronunciado, o rara vez y con escasa o nula repercusión. Es curioso que haya sido la propia comunidad turismológica la que se haya encargado de acotar los problemas reales

que ciertas prácticas turísticas contemporáneas plantean para una población local que acaba por convertirse en enemiga de un sector económico que no acaba de sentir como beneficioso, sino más bien, incluso, como un acto difuso de neo-colonización, que al habitante nativo de las ciudades turísticas le produce incomodidad por factores tan diversos como son la aglomeración y depauperación en los espacios anteriormente de uso comunitario, el encarecimiento de los servicios, adecuados a una demanda creciente, o incluso la desaparición de servicios básicos para la comunidad nativa en favor de aquellos otros de utilidad prioritaria para los residentes habituales. Entre este último fenómeno, una de las consecuencias más llamativas es el que tiene que ver con el alquiler vacacional, como lo ha analizado por ejemplo Lestegás (2017): “En el sur de Europa, la gentrificación se convierte con frecuencia en turistificación. No es ya que una comunidad pobre sea sustituida por otra más rica, sino que es reemplazada por una no-comunidad de viajeros que pasan sólo un par de días en el barrio”.

Pues bien, precisamente el sector inmobiliario es de los que más afectado se ha visto (y previsiblemente ha de seguir viéndose) por las consecuencias devastadoras de la pandemia de COVID-19 que la OMS declaró como amenaza internacional constatada el 11 de marzo de este año 2020 (Arroyo 2020). Un rápido vistazo a la hemeroteca más reciente nos revela la transición tan abrupta que se ha producido entre titulares que denunciaban “La cara oculta del alquiler vacacional en España” (Pauné 2017), o incluso aún más radicales: “Cuando el turismo te echa de tu casa” (Lestegás 2017); a otros que ponen sobre la mesa la inminencia alarmante de una posible crisis en el sector, como los siguientes: “El coronavirus devuelve los pisos turísticos al alquiler” (Efe 2020a), o “Pisos turísticos que se travisten para sobrevivir” (López Letón 2020), o el más desesperanzador “El negocio de los apartamentos turísticos se tambalea por el coronavirus” (Fresneda 2020). Todos ellos la muestra más palpable de una situación de precariedad que parecía ínsita al sector, pero cuya debilidad no se ha hecho verdaderamente palpable hasta que la pandemia por coronavirus ha hecho acto de presencia.

Este tipo de diagnósticos pesimistas conviven, sin embargo, con la presión económica y social impulsada desde multitud de ámbitos para que el cese de los confinamientos poblacionales que se han repartido por la mayor parte del mundo vaya aparejado por un impulso de la actividad turística destinado en apariencia a repartirse de la mejor manera posible un pastel que, de momento, previsiblemente ha de seguir profundamente estancado durante unos cuantos meses. Así lo anuncia, al menos, la web del Statista Research Department (2020):

Como resultado de la pandemia del coronavirus (SARS-CoV-2), se previó que el sector turístico español experimentara en 2020 una pérdida superior a los 80.000 millones de euros con respecto a 2019. Algo más de la mitad de esa cifra correspondería al periodo comprendido entre el 15 de marzo, comienzo del estado de alarma decretado por el Gobierno en el país, y el 30 de junio.

Ante esta situación, parece que la pregunta o la indignación del “turismófobo” parecen más razonables que nunca en tiempos de coronavirus. Por una parte, atraer al turismo implica hacer nuevos esfuerzos de inversión para remodelar los modelos antiguos; esfuerzos que en nuestros días se pueden resultar incluso obscenos para el ciudadano que haya sufrido alguna de las consecuencias (de salud o económicas) de la pandemia por coronavirus o tema sufrirlas. Por otra parte, tras meses de confinamientos rigurosos es

razonable que se generalice el miedo al extranjero, como aquel susceptible de reintroducir el mal del que nos podríamos haber creído eximidos. Desde luego, si nos centramos en el caso de España, una de las reivindicaciones más repetidas por aquellos críticos que denuncian la posible laxitud del Gobierno tiene que ver con la falta de acción en ámbitos directamente relacionados con el turismo, ya sea por las implicaciones epidemiológicas que tuvo la declaración del Estado de Alarma con respecto a la limitación extrema de las comunicaciones interpersonales (el contacto entre persona y persona), ya sea por la reclamación de medidas de actuación concretas. Ciertamente, la aplicación estricta de protocolos rigurosos como los que exige esta pandemia (Gil 2020) parece difícilmente realizable en la práctica, bien por falta de medios (comprensible ante una situación novedosa y previsiblemente perentoria), bien por la dificultad de incrementar costos en ciertos servicios cuyo precio es ya de por sí elevado y que ahora se ven obligadas a navegar contra las pérdidas (como les ocurre a las aerolíneas, por ejemplo [Efe 2020b]), bien por las incomodidades subsiguientes que restarían gran parte del valor de ocio que justifica la inversión del turista vacacional.

Eso, sumado al contraste con las medidas de disciplina que la población se ha visto obligada a observar, hace crecer el riesgo de la incomprensión y la desvalorización de los supuestos beneficios de la actividad turística, hasta el punto de que llega a construirse una imagen malévolamente del turista, como una suerte de ciudadano de primera categoría que tiene a todo el Estado a su disposición y a los nativos a su servicio; una imagen que, por cierto, no es novedosa, sino que más bien acude a reforzar una de las tesis principales de los turismófobos o críticos con el sector turístico, que ha denunciado con acritud la producción de la ganancia de unos pocos a costa del perjuicio sobre el bienestar de la mayor parte de la población. Como mejor ejemplo de ello, la siguiente imagen (Figura 2).



Imagen 2: Pintada callejera conciencia contra los perjuicios socio-económicos del turismo para la población local, en un muro con vistas a la Sagrada Familia, uno de los principales reclamos turísticos de la ciudad de Barcelona. Fuente: *El Confidencial*

[\(https://blogs.elconfidencial.com/sociedad/espana-is-not-spain/2017-08-09/turismofobia-falacia-convierte-vecino-antisistema_1426755/\)](https://blogs.elconfidencial.com/sociedad/espana-is-not-spain/2017-08-09/turismofobia-falacia-convierte-vecino-antisistema_1426755/).

3. *Fahrenheit 451*: una crítica a la sociedad de consumo asimilable al fenómeno de la turismofobia

Recientemente, la cadena estadounidense HBO ha puesto en circulación un nuevo film que re-adapta el clásico de Ray Bradbury *Fahrenheit 451* (1996). Con tal ocasión, su director, Ramin Bahrani (2018b), publicó un artículo en *The New York Times* que llevaba por título “Por qué *Fahrenheit 451* representa nuestra era de redes sociales”. Allí explicaba cómo el mayor reto para su tentativa de actualizar el clásico distópico a nuestro mundo actual es la existencia de una red virtual como Internet, dado que el argumento más vistoso de la novela de Bradbury es el de una sociedad donde se queman sistemáticamente los libros. En cambio, gracias a la “revolución digital”, ya no parece que la “premonición” de Bradbury pudiera suponer riesgo alguno, dado que el papel, como soporte de los medios de comunicación tradicionales, se ha visto sustituido por un nuevo formato aparentemente indestructible. A tal respecto, el mencionado Bahrani refiere una anécdota en la que cualquier lector contemporáneo de *Fahrenheit 451* se puede sentir rápidamente identificado:

Le pedí consejo a un amigo de 82 años. “Anda, ve y quema libros”, me dijo. “Para mí no importan. Puedo leer cualquier cosa desde mi tableta, desde el *Poema de Gilgamesh* hasta algo de Jo Nesbo, y puedo leerlos desde la cama, en un avión o al lado del mar, porque todo está en la nube, a salvo de las antorchas de tus bomberos” (2018b).

En efecto, el imperio de lo digital en el que vivimos parecer haber llevado a una situación en la que el papel, ese material combustible que anteriormente hemos entendido como sinécdoque de un periodismo en crisis, ha perdido la jerarquía que le atribuía Espada (supra). Lo que conduce a una tendencia subjetiva generalizada, que invita a creer que, de hecho, en Internet se encuentra “todo” lo que en algún momento ha existido en la humanidad. Esta consideración otorga características cuasi ontológicas a la propia Red: pues supondría a Internet como una auténtica *copia del mundo*, con más “realidad” incluso que el propio mundo al que representa, ya que la copia parece a todas luces más duradera que el original. Nada se puede destruir porque todo pervive en este nuevo “tercer reino” de lo digital que por momentos parece reproducir el cielo de las ideas platónico. Sin embargo, una mínima comprobación sirve para desechar esta creencia:

A la idea, de origen sospechoso, sobre la mejor “conservación” de la información del medio digital al análogo, habría que añadir la idea según la cual en la Internet está “toda” la información: así de taxativo. Se registra el número de la búsqueda de resultados de una palabra en la plataforma Google para comprobarlo. Por ejemplo “libro”, para ponernos monotemáticos, registra 46.000.000 de entradas. Pero basta avanzar varias páginas para ver cómo empiezan a repetirse los textos, cómo se van agotando las posibilidades, y de no encontrar otra forma de buscar la información —una palabra más específica siempre conviene—, se verá cómo la búsqueda se vuelve estéril. Las bibliotecas siguen siendo la memoria viva de la humanidad y son el testimonio del paso de los hombres por este planeta (Pérez, 2015: 155).

En Internet no está todo: “así de taxativo”. De esta manera, el peligro de tal creencia generalizada radica en que actúa como una suerte de bastión, que da confianza e impele al individuo a desprenderse del papel, como se refería en la anécdota de Bahrani. Con lo cual, la creencia resulta depositaria de ciertos efectos performativos que acabarán por tornarla verdad: por un lado, porque supone un estímulo para acelerar proyectos de digitalización de la información contenida en los libros —como los representados por Galaxia Gutenberg o numerosas bibliotecas y archivos—; pero, por otro (y este es el efecto verdaderamente peligroso), porque se asume, quizás con demasiada premura, la sinonimia entre lo “digital”, como formato de la información, e “Internet” como sustituto de la biblioteca. Por lo tanto, los efectos performativos de esa creencia —la de que “todo está en Internet”— tienen que ver con una suerte de inversión perversa, en función de la cual acabará por existir, efectivamente, solamente aquello que haya conseguido sobrevivir a las fauces de la red. Se trata, pues, de un “está todo” que sucumbe pronto a los rigores de la falacia naturalista, para acabar formulando una consideración totalitaria acerca de lo que es o no permisible suponer que “existe”. Finalmente, todo está en Internet porque solo existe lo que está en Internet. Así, no harán falta “cerillas ni fuego” para quemar libro alguno, de acuerdo a la propia expresión que usa Bradbury en el Prólogo de 1953 a su novela, para referirse a:

[...] la posibilidad de quemar libros sin cerillas ni fuego. Porque no hace falta quemar libros si el mundo empieza a llenarse de gente que no lee, que no aprende, que no sabe. Si el baloncesto y el fútbol inundan el mundo a través de la MTV, no se necesitan Beattys que prendan fuego al kerosén o persigan al lector. Si la enseñanza primaria se disuelve y desaparece a través de las grietas y de la ventilación de la clase, ¿quién, después de un tiempo, lo sabrá, o a quién le importará? (Bradbury, 2006: 12).

La razón por la que *Fahrenheit 451* sigue siendo actual tiene que ver con este matiz a su “predicción”, según el cual los libros, antes que quemados, primero deberán ser olvidados. Para los habitantes de la sociedad distópica descrita por la novela, la quema de libros es un hecho tan irrelevante como lo sería hoy en día para nosotros, porque, como ocurre en nuestra sociedad actual, “todo” lo que hay que saber, “todo” lo que se puede necesitar, se encuentra al alcance de la mano y sin apenas esfuerzo.

Pues bien, traemos a colación esta poderosa imagen para poner el acento sobre otro de los espacios en que la novela de Bradbury previó el despliegue de esa “fungibilidad”; porque la imagen del fuego no solo sirve, en la novela, para la reivindicación de la lectura. Es más, los rebeldes de la trama también se anunciarán como “quemadores” de libros, solo que ellos lo harán de una forma bien distinta:

[...] También nosotros quemamos libros. Los leemos y los quemamos, por miedo a que los encuentren. Registrarlos en microfilm no hubiese resultado. Siempre es-tamos viajando, y no queremos enterrar la película y regresar después por ella. Siempre existe el riesgo de ser descubiertos. Mejor es guardarlo todo en la cabeza, donde nadie pueda verlo ni sospechar su existencia. Todos somos fragmentos de Historia, de Literatura y de Ley Interna-cional, Byron, Tom Paine, Maquiavelo o Cristo, todo está aquí. [...] (Bradbury 139).

Por lo tanto, el fuego no es en sí el objeto de estudio de la novela, por así decirlo. El auténtico silogismo del texto de Bradbury clama por lo que este representa de amenaza: esto es, la desaparición de la memoria, que solo se puede contrarrestar, por lo tanto, no con agua ni con cualquier otro elemento ignífugo, sino con más memoria, con recuerdo; acciones estas que en la imaginería de Bradbury aparecen estrechamente ligadas al espaciamiento de la temporalidad, por un lado, y a la conservación y la tradición, por el otro.

¿Y cuál es el riesgo de esa pérdida de memoria? La respuesta que hallamos en el texto no puede sino resultar un tanto paradójica: el riesgo no es otro que sentirse bien. ¿Por qué? Porque, a su decir, en una situación en la que el ser humano adolece de falta de memoria sentirse bien no siempre implica “estar” propiamente bien. Y, en tales casos, lo que se está dando es un efectivo fenómeno, buscado o no, de manipulación. Véamos cómo lo explica el propio autor:

Afortunadamente, los casos extremos como ella no aparecen a menudo. Sabemos cómo eliminarlos en embrión. No se puede construir una casa sin clavos en la madera. Si no quieres que un hombre se sienta políticamente desgraciado, no le enseñes dos aspectos de una misma cuestión, para preocuparle; enséñale sólo uno o, mejor aún, no le des ninguno. Haz que olvide que existe una cosa llamada guerra. Si el Gobierno es poco eficiente, excesivamente intelectual o aficionado a aumentar los impuestos, mejor es que sea todo eso que no que la gente se preocupe por ello. Tranquilidad, Montag. Dale a la gente concursos que puedan ganar recordando la letra de las canciones más populares, o los nombres de las capitales de Estado, o cuánto maíz produjo Iowa el año pasado. Atibórralos de datos no combustibles, lánzales encima tantos «hechos» que se sientan abrumados, pero totalmente al día en cuanto a información. Entonces, tendrán la sensación de que piensan, tendrán la impresión de que se mueven sin moverse. Y serán felices, porque los hechos de esta naturaleza no cambian. No les des ninguna materia delicada como Filosofía o Sociología para que empiecen a atar cabos. Por ese camino se encuentra la melancolía. Cualquier hombre que pueda desmontar un mural de televisión y volver a armarlo luego, y, en la actualidad, la mayoría de los hombres pueden hacerlo, es más feliz que cualquier otro que trata de medir, calibrar y sopesar el Universo, que no puede ser medido ni sopesado sin que un hombre se sienta bestial y solitario. Lo sé, lo he intentado ¡Al diablo con ello! Así pues, adelante con los clubs, las fiestas, los acróbatas y

los prestidigitadores, los coches a reacción, las bicicletas helicópteros, el sexo y las drogas, más de todo lo que esté relacionado con reflejos automáticos. Si el drama es malo, si la película no dice nada, si la comedia carece de sentido, dame una inyección de teramina. Me parecerá que reacciono con la obra, cuando sólo se trata de una reacción táctil a las vibraciones. Pero no me importa. Prefiero un entretenimiento completo (140).

Pues, en el fondo, ¿cuál era el argumento de la novela? Bomberos que, en lugar de apagar fuegos, los provocan. Bomberos que queman libros, sinécdoque incuestionable de la humana facultad de pensar. En el fondo, la cuestión de la posverdad resulta así de una inversión del afamado dicho de Voltaire según el cual “la historia la escriben los vencedores”, que genera una nueva sentencia cuyo resultado tendría la forma de un mandato. La cuestión es que entre estos entretenimientos completos Bradbury no duda en incluir, no ya el turismo, sino una forma particular de hacer viajes que es capaz de diagnosticar con décadas de adelanto algunas de las críticas más relevantes que hemos rescatado entre los turismófobos:

Más deportes para todos, espíritu de grupo, diversión, y no hay necesidad de pensar, ¿eh? Organiza y superorganiza superdeporte. Más chistes en los libros. Más ilustraciones. La mente absorbe menos Y menos. Impaciencia. Autopistas llenas de multitudes que van a algún sitio, a algún sitio, a algún sitio, a ningún sitio. El refugio de la gasolina. *Las ciudades se convierten en moteles, la gente siente impulsos nómadas y va de un sitio para otro, siguiendo las mareas, viviendo una noche en la habitación donde otro ha dormido durante el día y el de más allá la noche anterior.* (60-61; cursivas nuestras)

“Las ciudades se convierten en moteles”. Pero el problema no creemos que haya que verlo en el modelo en sí. No se trata de si tal o cual forma de turismo es, en sí misma, perjudicial. Recordemos que esta denuncia se escribió en 1953, y por lo tanto en una situación muy alejada de la actual por lo que respecta a la generalización del turismo, que ha llegado a percibirse como una estrategia democratizadora, y con ello civilizatoria. El problema no es, pues, el viaje. El problema es, más bien, el porqué de ese viaje. Y es aquí donde el análisis de Bradbury nos sirve como diagnóstico de un modelo tal vez acabado, tal vez no, pero que sin duda tiene unos efectos performativos providenciales. Pues de lo que se trata no es tanto del precio material como del coste humano, del turismo como un mero eslabón en una cadena perversa guiada, a decir de Bradbury, por la pérdida de todos aquellos valores que alguna vez han podido significar un impulso a la excelencia del ser humano como especie, ya sea esta cultural, moral o científica.

4. Conclusión: un mensaje para rescatarnos (del olvido) a partir de la pandemia

El mensaje, el silogismo de esta novela no es otro que una invitación a dejar de ser “meros” consumidores, pues a decir de Bradbury eso nos pone en riesgo de acabar siendo nosotros mismos los consumidos. Al fin y al cabo, con COVID-19 y sin COVID-19 es el ser humano lo que está en peligro. En este sentido, no son pocas ni menudas las voces que han hablado de la actual pandemia en términos de una enfermedad producida por el capitalismo (Slavoj Žižek 2020); no porque se le suponga un artífice oculto detrás, sino porque más bien se trata de un sistema que, en su máxima extensión, ha sido capaz de poner los rieles más adecuados para convertir un drama cotidiano humano (la enfermedad y la muerte) en un fenómeno global que nos ha puesto como especie al borde del colapso y la desesperación:

Cinco minutos después de la muerte de una persona en camino hacia la Gran Chimenea, los incineradores son abastecidos por helicópteros en todo el país. Diez minutos después de la muerte, un hombre es una nube de polvo negro. No sutilicemos con recuerdos acerca de los individuos. Olvidémoslos. Quemémoslo todo, absolutamente todo. El fuego es brillante y limpio (63).

Siguiendo a Bradbury, no debemos olvidar, en general, y en particular tampoco hemos dejar de acordarnos del papel que el turismo ha podido tener en este drama, así como el que puede seguir teniendo si no tomamos la cuestión por sus riendas y nos atrevemos a responder a una pregunta tan sencilla de plantear como susceptible de respuestas engañosas y autocomplacientes: ¿por qué viajamos, cuando hacemos turismo vacacional? ¿Lo hacemos por placer, por evadirnos, por disfrutar? ¿Y qué placer encontramos entonces en esa evasión, en esos disfrutes? Y por último: ¿cuál es el precio a pagar? ¿Estamos dispuestos, como especie, a producir malestar a cambio de nuestro divertimento?

Todas estas son preguntas que tratan de situarnos en una posición consciente ante nuestro futuro como sociedad global que posiblemente habrá de reinventarse. Sirvámonos de Bradbury para recordar. Recordar, precisamente, la importancia de la memoria. La importancia de no dejar caer en el olvido todo aquello que corta, que interrumpe los avances de una ganancia ocasionalmente desmesurada y muchas veces incapaz de comprender el sufrimiento del que puede llegar a ser responsable. Y hagamos del turismo y la turismología una herramienta para fomentar ese recuerdo: el de que el hecho de estar en contra de una actividad económica, sea la que sea, no tiene por qué ser una “fobia”, sino más bien la forma en que algunos grupos humanos buscan la manera de defenderse ante el propio riesgo de desaparición. Si conservamos este aprendizaje, además del recuerdo, recobramos la capacidad de escuchar y de comprendernos los unos a los otros. Y no hay otro fundamento mejor sobre el que reconstruir nuestro futuro como seres humanos.

Bibliografía

- ANDERSON, Benedict R. (1993): *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México: Fondo de Cultura Económica (FCE).
- ARROYO, Jesús (2020): “Coronavirus: la OMS declara la pandemia a nivel mundial por Covid-19”, *Revista Medica*, 11/03/2020. Enlace: <https://www.redaccionmedica.com/secciones/sanidad-hoy/coronavirus-pandemia-brote-de-covid-19-nivel-mundial-segun-oms-1895> (Fecha de consulta: 14/07/2020).
- ASENSI PÉREZ, Manuel (2011): *Crítica y sabotaje*, Barcelona: Anthropos.
- AUSTIN, John L. (1982): *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*, Barcelona: Paidós.
- BAHRANI, Ramin (2018a): *Fahrenheit 451*. Estados Unidos de América: HBO Films.
- BAHRANI, Ramin (2018b): “Por qué *Fahrenheit 451* representa nuestra era de redes sociales”. En diario *The New York Times* del 14 de mayo de 2018). Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2018/05/14/fahrenheit-451-hbo-ray-bradbury/> (consultado el 16/01/2019).
- BRADBURY, Ray (2006): *Fahrenheit 451*. Almería: Ediciones Perdidas, 2006.

- COLMENERO, Ricardo F. (2017): "El PP acusa a la izquierda de fomentar la turismofobia", *El Mundo*, 25/09/2017. Enlace: <https://www.elmundo.es/baleares/2017/09/25/59c8b8e3ca4741d6298b45dd.html> (Fecha de consulta: 12/07/2020).
- EFE, Agencia (2020a): "El coronavirus devuelve los pisos turísticos al alquiler", *Levante-EMV (El Mercantil Valenciano)*, 30/04/2020. Enlace: <https://www.levante-emv.com/economia/2020/04/30/coronavirus-devuelve-pisos-turisticos-alquiler/2006655.html> (Fecha de consulta: 12/07/2020).
- EFE, Agencia (2020b): "Aerolíneas reducen capacidad hasta el 90% y empiezan a presentar ertes. El coronavirus causa una brusca caída de los vuelos", *Heraldo*, 16/03/2020. Enlace: <https://www.heraldo.es/noticias/economia/2020/03/16/coronavirus-aerolineas-capacidad-erte-1364223.html> (Fecha de consulta: 12/07/2020).
- GIL, Tamara (2020): "Vuelos en época de coronavirus: qué medidas concretas tomarán las aerolíneas", *BBC News Mundo*, 22/05/2020. Enlace: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52762980> (Fecha de consulta: 11/07/2020).
- LESTEGÁS, Iago (2017): "Cuando el turismo te echa de tu casa", *CTXT Contexto y Acción: orgullosos de llegar tarde a las últimas noticias*, 23/05/2017. Enlace: <https://ctxt.es/es/20170517/Firmas/12838/Gentrificacion-barrios-turismo-sur-alquiler.htm> (Fecha de consulta: 13/07/2020).
- LÓPEZ IBÁÑEZ, José Luis (2017): "Turismofobia o cómo hacer mal las cosas", *TuriNews: la actualidad en clave turística*, 25/10/2017. Enlace: https://www.tourinews.es/opinion/turismofobia-o-como-hacer-mal-las-cosas_4444025_102.html (Fecha de consulta: 01/07/2020).
- LÓPEZ LETÓN, Sandra (2020): "Pisos turísticos que se travisten para sobrevivir", *El País*, 10/05/2020. Enlace: <https://elpais.com/economia/2020-05-09/pisos-turisticos-que-se-travisten-para-sobrevivir.html> (Fecha de consulta: 11/07/2020).
- PAUNÉ, MERITXELL M. *et ali* (2017): "La cara oculta del alquiler vacacional en España", *La Vanguardia*, 07/08/2016 (Actualizado a 16/06/2017). Enlace: <https://www.lavanguardia.com/vida/20160827/403688192206/precio-alquiler-vacacional-ibiza-barceloneta.html> (Fecha de consulta: 12/07/2020).
- Saldaña, Jonathan (2018): "La era de la turismofobia: ¡todo mundo fuera!", *Travel+Leisure Mexico*, 27/09/2018. Enlace: <https://travelandleisure.mx/europa/2018/09/27/la-era-la-turismofobia-mundo/> (Fecha consulta: 10/07/2020).
- Soto Ivars, Juan (2017): "Turismofobia: la falacia que convierte al vecino en antisistema", *España is not Spain – El Confidencial*. Enlace: https://blogs.elconfidencial.com/sociedad/espana-is-not-spain/2017-08-09/turismofobia-falacia-convierte-vecino-antisistema_1426755/ (Fecha de consulta: 02/07/2020).
- Statista Research Department (2020): COVID-19: caída de ingresos prevista en el sector del turismo en España en 2020, *Statista.com*, 11/06/2020. Enlace: <https://es.statista.com/estadisticas/1108065/prevision-de-perdidas-en-el-sector-turistico-por-el-coronavirus-covid-19-en-espana/> (Fecha de consulta: 13/07/2020).
- Yanke, Rebeka (2017): "La excusa de la turismofobia", *El Mundo*, 04/08/2017. Enlace: <https://www.elmundo.es/sociedad/2017/08/14/598df44c46163f585c8b45b3.html> (Fecha de consulta: 09/07/2020).

Wittgenstein, Ludwig (2002): *Tractatus logico-philosophicus*, Madrid: Tecnos.

Žižek, Slavoj (2020): "El coronavirus es un golpe al capitalismo a lo *Kill Bill*", en Pablo Amadeo (ed.): *Sopa de Wuhan: pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*, Editorial ASPD (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio), pp. 21-28.