

El discurso odioso en la deliberación pública: un estudio argumentativo de las acusaciones de “turismofobia” hacia Canarias Se Agota

Álvaro Domínguez Armas
IFILNOVA, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
adarmas@fcsh.unl.pt

Recibido: 1/10/24 / Aceptado: 7/4/25

Resumen: En este artículo estudio los efectos del discurso odioso en la deliberación pública. Para ello tomo como referencia el debate sobre el turismo de masas en las Islas Canarias. En la primera parte del artículo reconstruyo el debate e identifico los diferentes participantes y sus posiciones respecto a la regularización del turismo. Luego me centro en las acusaciones de “turismofobia” dirigidas contra uno de los participantes: el movimiento social Canarias Se Agota. Argumento que las acusaciones de turismofobia promueven una descripción sesgada y manipuladora de las acciones de los residentes para participar en el debate público como una reacción xenófoba contra los turistas. Después, propongo formalizar estas acusaciones como ‘discurso odioso’ porque transmite un mensaje detestable sobre la víctima, pero sin centrarse en una de sus características protegidas por la ley (sexo, raza, religión, etnia, etc.). Finalmente considero tres efectos que estas acusaciones producen en el debate público: la distorsión del mensaje que Canarias Se Agota pretende transmitir, la eliminación del tópico bajo discusión y la distorsión de la posición del acusador en el debate.

Palabras clave: argumentación, discurso de odio, discurso odioso, movimientos sociales, turismofobia

Hateful speech in public deliberation: an argumentative study of the accusations of “tourismphobia” against Canarias Se Agota

Abstract: In this article, I study the effects of hateful speech on public deliberation. I aim to fulfil this goal by studying the public debate on mass tourism in the Canary Islands. In the first part of the paper, I reconstruct the public debate and identify the different participants and positions that exist in the debate regarding the regularization of mass tourism. Then, I focus on the accusations of “tourismphobia” directed at one of the participants: the social movement Canarias Se Agota. I argue that the accusations of tourismphobia encourage a biased and manipulative portrayal of the actions of residents to engage in the public debate as a xenophobic backlash against tourists. I propose to formalize the accusations of tourismphobia as ‘hateful speech’ because they convey a detestable message about the victims without focusing on a legally protected characteristic (sex, race, religion, ethnicity, etc.). Lastly, I consider three effects these accusations have on public debate: the distortion of the message that Canarias Se Agota aims to convey, the elimination of the topic under discussion, and the distortion of the position of the accuser in the debate.

Keywords: argumentation, hate speech, hateful speech, social movements, turismophobia

Sumario: 1. Introducción, 2. El debate público sobre el turismo de masas en Canarias, 3. Turismofobia, 4. El discurso odioso en la deliberación pública, 5. Conclusión.

1. Introducción

El discurso de odio ha sido objeto de análisis en recientes contribuciones de la literatura filosófica, jurídica y política, donde se ha argumentado que el discurso de odio asocia ideas dañinas con alguna de las características fácilmente identificables de sus víctimas (sexo, género, raza, etnia, religión, etc.). Pero también existen mensajes que producen una asociación de ideas dañina sobre sus víctimas sin mencionar sus características identificables. Este tipo de mensajes (a partir de ahora ‘discurso odioso’) ha recibido poca atención en la literatura. Mi objetivo en este artículo es llenar este vacío a través de un estudio cualitativo de acusaciones de “turismofobia” a los movimientos sociales que protestan en contra del modelo turístico de masas.

En ciudades como Berlín (Novy, 2018), Kraków (Szromek et al., 2019) o Venecia (Colomb & Novy, 2017), la sociedad civil se ha organizado para protestar en contra del modelo turístico de masas. En España se han llevado a cabo este tipo de protestas en ciudades como Barcelona (Blanco-Romero et al., 2019), Málaga (Almeida-García et al., 2021), Palma de Mallorca (Hidalgo et al., 2020), o, recientemente, en las islas Canarias. Las razones bajo estas movilizaciones son comunes: la reducción de residentes en los centros históricos, la desaparición del comercio local, el incremento del precio de la vivienda, la gentrificación de espacios públicos, la inestabilidad laboral que produce el sector turístico y los impactos ecológicos que producen en la localidad de destino, incluyendo el aumento de basura en las vías públicas o de ruido en las calles (Almeida-García et al., 2021; Blanco-Romero et al., 2019; Colomb & Novy, 2017; Hidalgo et al., 2020; Jover & Díaz-Parra, 2020; Sharpley, 2014; Szromek et al., 2019).

Las reacciones a las protestas contra el turismo de masas han sido variadas. En algunas ciudades se han elaborado medidas para regular el turismo de masas (Aurélio & Da Silveira, 2005). En otros lugares las protestas se han descrito como reacciones radicales de los residentes, llegando a catalogarlas como actos “turismófobos” por periodistas o representantes políticos. Este artículo se enfoca hacia en el segundo tipo de reacciones. La pregunta que guía este artículo es: ¿cómo afectan esas acusaciones de “turismofobia” al debate público sobre el modelo turístico? Para responderla realizaré un estudio interdisciplinar de las acusaciones de turismofobia a las protestas en contra del turismo de masas en Canarias. Me basaré en contribuciones de la filosofía del lenguaje, la filosofía política y la teoría de la argumentación para reconstruir el debate público sobre el turismo de masas en las Canarias, analizar el surgimiento del movimiento “Canarias Se Agota” (§2), evaluar si el término “turismofobia” puede ser descrito como una forma de discurso de odio o de discurso odioso (§3) y considerar cómo las acusaciones de “turismofobia” distorsionan el debate público (§4).

2. El debate público sobre el turismo de masas en Canarias

La Organización del Turismo de Las Naciones Unidas (UNWTO) define el turismo como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual con fines personales o empresariales/profesionales.¹ Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades. Existen múltiples modelos turísticos dependiendo de las actividades que se realicen en el destino. Algunos ejemplos son: el turismo por trabajo, donde el visitante se desplaza para realizar una actividad profesional específica a una localidad diferente a su residencia; el turismo cultural, donde el visitante se desplaza para aprender y descubrir

¹ <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

las costumbres y consumir productos (tangibles e intangibles) de la localidad de destino; o el turismo de masas, donde miles de visitantes se desplazan a un destino popular para fines recreativos.

Algunos modelos turísticos tienen impactos positivos en las comunidades locales. El turismo cultural, por ejemplo, apoya la divulgación de tradiciones locales a los visitantes, generando una concienciación del valor que estas tienen, incrementa al comercio local y fomenta valores como la tolerancia y la reciprocidad entre los residentes y los turistas (Besculides et al., 2002). El turismo rural, por otra parte, promueve el desarrollo educativo local a través del fomento de planes de estudio bilingües para suplir las necesidades turísticas de la comunidad, promueve la creación de puestos de trabajo y la concienciación ecológica (Liu et al., 2023).

El turismo de masas, en contraste, ha recibido gran atención por sus impactos negativos. Almeida et al. (2021, véase también Blanco-Romero et al. (2019)) identifican varios efectos negativos de este modelo turístico, incluyendo: la gentrificación de la localidad de destino, la reducción en la calidad de vida de los residentes, el aumento del coste de la vivienda, el deterioro ambiental, la disminución de los rendimientos del negocio turístico², o las políticas de embellecimiento de la ciudad (lo que implica su festivalización y turistificación, dejando de lado el comercio local).³

Las Islas Canarias son un claro ejemplo de estos impactos negativos. Siguiendo los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en Abril de 2024 llegaron a Canarias un total de 5,46 millones de turistas.⁴ Lo que supone un incremento de casi 1,2 millones respecto al año anterior. La población residente de las Canarias es de (aproximadamente) 2,2 millones de personas. La sumatoria del número de turistas con los residentes resulta en una densidad de 283,08 hab./km², muy por encima de la media del resto del territorio nacional (93 hab./km²). Además, tal y como se reconoce por la Conserjería de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial del Gobierno de Canarias:

El alto porcentaje de ocupación turística durante todo el año (salvo en 2020) supone entre 2 y 3 veces más energía y agua per cápita, lo que implica un incremento en la necesidad de infraestructuras, equipamientos y servicios públicos y consumo total de energía.⁵

El precio de la vivienda también se ha incrementado respecto a los años anteriores: en abril de 2024 el precio rondó los 2,564 euros por metro cuadrado, aumentando más de un 23% respecto a abril de 2023.

El impacto socioeconómico y ecológico que produce el turismo de masas en Canarias ha guiado los debates públicos en ámbitos institucionales y extra-institucionales desde la década de 1990. En este artículo me centro en los debates públicos contemporáneos (2023-2024). Considerando, por una parte, los debates parlamentarios sobre la creación

² El modelo turístico de masas se caracteriza por paquetes de viaje preparados por empresas (tuoperadores) que incluyen el desplazamiento hasta la localidad de destino, el hotel y las comidas. Este modelo de negocio afecta a la rentabilidad de las empresas dedicadas al turismo en la localidad de destino.

³ Estos efectos demuestran, además de los daños que un modelo turístico incontrolado produce en la población residente (Almeida et al., 2021), un déficit organizativo por parte de las instituciones de cara a este modelo turístico (Blanco-Romero et al., 2019).

⁴ <https://www.epdata.es/datos/turistas-internacionales-comunidad-autonoma/68/canarias/293#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20turistas%20que,mismo%20periodo%20del%20a%C3%B3n%20anterior>

⁵ https://www.canariatransicionecologica.com/wp-content/uploads/2021/02/5.0_B2-mapa-y-poblacion.pdf

de regulaciones turísticas en las zonas más afectadas.⁶ Y, por otra parte, estudiando los debates públicos en contextos extra-institucionales como los programas de televisión en cadenas autonómicas, las columnas de opinión en periódicos locales y nacionales, y las manifestaciones de la población civil en la esfera pública.⁷

Mi propuesta es adoptar la teoría de la argumentación para analizar este debate público. Entiendo la argumentación como un método comunicativo de discusión y evaluación de razones para manejar un desacuerdo (Jackson, 1998; Lewiński & Mohammed, 2016). Siguiendo a esta definición, entiendo como ‘participantes’ en el debate sobre el turismo en Canarias a aquellos agentes que exponen y defienden sus posturas en el debate para responder a la pregunta “¿Qué hacer con el turismo en Canarias?”.

Una de las principales ventajas de adoptar la teoría de la argumentación como marco de análisis es que permite identificar las distintas posiciones que los participantes han adoptado sobre esta pregunta en ámbitos institucionales y extra-institucionales. Una posible reconstrucción sería considerar a los defensores de medidas a favor y los participantes que están en contra de la regularización del turismo en Canarias. Sin embargo, considero que esta reconstrucción está limitada porque no toma en consideración las diferentes posturas que, por ejemplo, pese a estar a favor de las regulaciones del turismo, difieren entre ellas. Por ello propongo analizar el debate como una instancia *polialógica* (Lewiński & Aakhus, 2023): un intercambio argumentativo complejo donde diferentes participantes presentan sus distintas posiciones en múltiples lugares. Siguiendo esta propuesta, identifico tres posiciones en el debate institucional sobre la regularización del turismo en Canarias:

- (1) Posición *anti-regulación*: compuesta por el partido político Coalición Canaria (CC) y el Partido Popular (PP), que defienden la libre circulación turística sin necesidad de intervención autonómica para fomentar su desarrollo. El turismo “es la gallina de los huevos de oro”, según declaraba el Presidente del Gobierno Autonómico Fernando Clavijo (CC) en el Foro ‘Canarias Por Delante’ el 23 de Mayo de 2023.
- (2) Posición *pro-regulación turística*: compuesta por el partido político VOX y Agrupación Socialista Gomera, quienes defienden la implementación de medidas autonómicas que favorezcan el desarrollo del turismo en la localidad. Incluyendo, por ejemplo, la reducción de impuestos a los empresarios turísticos o la regularización de la inmigración ilegal por causa del “impacto negativo que tiene en aras del desarrollo turístico del territorio”.⁸
- (3) Posición *a favor de la regularización del turismo*: compuesta por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), el partido político Nueva Canarias, el partido político Podemos y el partido político Drago. Los miembros de esta posición defienden la regularización del turismo para limitar sus impactos negativos en ámbitos como la ecología, la economía local o el desarrollo cultural del territorio.

⁶ <https://parcan.es/pub/ds.py/2024/38/11/>;
https://www.parcan.es/reuniones/asuntos.py?ID_SESSION=11020300033

⁷ <https://rtvc.es/la-turistificacion-a-debate-en-canarias/>; <https://rtvc.es/el-modelo-turistico-de-canarias-a-debate-en-noche-de-reportajes/>; https://www.eldiario.es/canariasahora/turismo/turismo-seguira-creciendo-necesidad-canarias-regular-urgentemente-oferta-no-ordenada_1_11452636.html ;

<https://www.publico.es/sociedad/canarias-abre-debate-turismo-acabar-paz-lugares-idilicos.html>

⁸ <https://www.oxespagna.es/noticias/vox-pregunta-al-gobierno-por-el-impacto-para-el-turismo-generado-a-raiz-de-la-llegada-masiva-de-inmigrantes-ilegales-a-canarias-20240220?provincia=santa-cruz-de-tenerife>

La identificación de estas posiciones permite estudiar cómo interactúan en el manejo del desacuerdo sobre las razones para la necesidad de regularizar el turismo de masas en Canarias, incluyendo: el impacto ecológico, el impacto económico y el impacto cultural del turismo. En este artículo me limitaré a hacer una reconstrucción argumentativa del debate sobre el impacto ecológico del turismo en Canarias.

La posición (3) realza el impacto ecológico como una de las razones más notorias para regularizar el turismo de masas. Los miembros de esta posición argumentan que este modelo turístico causa un impacto ecológico grave a través de los vertidos incontrolados de aguas residuales en el mar, la construcción de complejos hoteleros en espacios protegidos o la contaminación que producen el amplio número de vehículos de alquiler.⁹ Por ello defienden la necesidad de un impuesto ambiental (Ecotasa) para financiar la recuperación de los espacios naturales y mitigar el impacto ecológico de los visitantes.

La posición (2) realza los beneficios que tiene el modelo turístico sobre los parajes nacionales. Los miembros de esta posición conciben a los parques naturales y nacionales como una atracción turística y, por lo tanto, cuanto más turismo exista, mejores serán las infraestructuras y servicios dedicados a la preservación de estos parques nacionales. Por esta razón los miembros de la posición (2) critican cualquier tipo de medida que *perjudique* al turismo.

La posición (1) niega el impacto ecológico del turismo y ejemplifica esta idea con su apoyo al desarrollo de macro-proyectos como el Dichosa Wellness Clinic, un hotel y balneario de lujo con más de 80 piscinas y 564 plazas alojativas en La Palma, el macro-proyecto turístico Cuna del Alma que pretendía urbanizar más de 400.000 m² repartidas entre 420 villas de lujo, hoteles y demás infraestructuras en Tenerife, o el macro-proyecto Dreamland, un parque temático y comercial que supondría la urbanización y edificación de 160.000 m² de suelo rústico junto al Parque Natural de las Dunas de Corralejo (Fuerteventura).

Aunque esta reconstrucción se centra en el debate institucional, existen otros participantes que han expuesto sus razones en contextos extra-institucionales. Un ejemplo son las distintas asociaciones hoteleras de Canarias. Representantes de organizaciones como la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL), Asociación Insular de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote (ASOLAN), o la Asociación de Empresarios Hoteleros de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura (AEH), expresaron su apoyo a la posición (2) a través de la demanda de medidas políticas para limitar las viviendas vacacionales en el territorio y con la creación y desarrollo de los macro-proyectos mencionados anteriormente.¹⁰

Otro ejemplo de participantes que expresan su postura en contextos extra-institucionales son las agrupaciones de ciudadanos que se organizaron para manifestarse en contra del modelo turístico. Este es el caso del movimiento social ‘Canarias Se Agota’ que defiende la emergencia de regularizar el turismo en las islas por: el impacto ecológico del modelo turístico, la precariedad laboral que genera en los ciudadanos y la falta de atención, por parte del gobierno autonómico, a las necesidades básicas de los ciudadanos. Entre sus reivindicaciones se destaca la creación de un impuesto sobre el turismo y la creación de una moratoria turística a fin de limitar la venta de inmuebles para limitar los alquileres vacacionales en el territorio. Las reivindicaciones de Canarias Se Agota

⁹ https://www.eldiario.es/canariasahora/politica/nueva-canarias-lleva-parlamento-vertidos-ilegales-mar_1_10799988.html

¹⁰ https://www.eldiario.es/canariasahora/turismo/turismo-segura-creciendo-necesidad-canarias-regular-urgentemente-oferta-no-ordenada_1_11452636.html

coinciden con las de la posición a favor de la regularización del turismo, así que considero al movimiento como miembro de la posición (3).



Figura 1. Cartel de llamamiento para la manifestación del 20A.¹¹

Entre las acciones más notorias de Canarias Se Agota se encuentra la organización de la protesta masiva del 20 de abril de 2024 (20A) bajo el lema “Canarias tiene un límite” (Fig. 1).¹² La manifestación reunió a más de 80 mil asistentes en Tenerife y más de 50 mil en Gran Canaria. La reacción al 20A fue variada. Por una parte, varios periódicos nacionales e internacionales cubrieron la protesta ciudadana, describiéndola como una movilización histórica de la población para defender el territorio local.¹³ Por otra parte, representantes de las posiciones anti-regulación y a favor de la regulación turística describieron la movilización como un acto radical e innecesario, llegando a describir las motivaciones del 20A como fundamentadas en la “turismofobia”. En la siguiente sección ahondaré en este término.

3. Turismofobia

Hasta ahora he reconstruido el debate sobre la regularización del turismo de masas en Canarias. He identificado a los participantes del debate que tratan de convencer a los otros a través de la evaluación y discusión de sus razones. Pese a que esta idea es notoria en

¹¹ <https://www.ecologistasenaccion.org/315049/canarias-tiene-un-límite-moratoria-turística-y-ecotasa-ya/>

¹² Dejaré fuera del análisis de este artículo otras formas de protesta que han sido atribuidas a Canarias Se Agota. Incluyendo, por ejemplo, la pintada de grafitis, la organización de huelgas de hambre, la colocación de carteles en espacios públicos, el llamamiento a la no colaboración civil con los turistas (e.g., negándose a hablar en el idioma de los turistas) o la vandalización de viviendas vacacionales.

¹³ <https://rtvc.es/manifestaciones-canarias-tiene-un-límite-20a/>; <https://rtvc.es/promotores-del-20a-confian-en-lograr-cambiar-el-modelo-canario/>; <https://www.bbc.com/news/world-europe-68865755>; <https://news.sky.com/story/my-misery-your-paradise-the-problem-with-tourism-in-the-canary-islands-13121389>; <https://www.lavanguardia.com/vida/20240428/9604824/canarias-límite-políticos-sepan.html>; <https://www.ecologistasenaccion.org/evento/manifestacion-canarias-tiene-un-límite-20-abril-2024/>; <https://www.rtve.es/noticias/20240420/canarias-tiene-límite-miles-personas-manifiestan-contra-modelo-turístico-masas/16069282.shtml>

contextos institucionales, donde las intervenciones de los participantes están limitadas por las normas impuestas en, por ejemplo, el Parlamento Autonómico, esos mismos participantes del debate han utilizado estrategias argumentativas que distan de la búsqueda de la resolución del conflicto en ámbitos extra-institucionales. En este artículo me centro en las acusaciones de “turismofobia” a la posición (3) por parte de los miembros de las posiciones (1) y (2) en contextos extra-institucionales. Consideréronse los siguientes tres ejemplos como casos paradigmáticos.

EJEMPLO 1: SANTIAGO SESÉ

Santiago Sesé, presidente de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, advirtió, el 31 de marzo de 2024, sobre los graves daños que causan las acciones “turismófobas” en Canarias.¹⁴ Sesé señaló que las “acciones orquestadas” de movimientos como Canarias Se Agota son “una auténtica temeridad (...). El problema [de las protestas organizadas por Canarias Se Agota] es que no se quedan aquí, traspasan fronteras y calan en los países de origen. Esta idea de rechazo, del no al turista, pone en riesgo nuestra economía y traslada una visión de la sociedad canaria que no se ajusta a la realidad”.

EJEMPLO 2: FERNANDO CLAVIJO

Fernando Clavijo, presidente del Gobierno de Canarias y miembro de Coalición Canaria, señaló el 2 de abril de 2024 en una visita a la finca de Serviagroc (Tenerife) para conocer el progreso del proyecto Comunidades Turísticas Circulares que el debate sobre la regularización del turismo en Canarias debería ser sosegado y respetando las diferentes opiniones existentes. Su petición surgió a raíz de la convocatoria pública del 20A y del eco internacional que tuvo—especialmente del reportaje del tabloide británico *Daily Mail* que describía el 20A como una “guerra contra los británicos”.¹⁵ Después de realzar el potencial turístico de las islas y los beneficios que este modelo turístico tiene para la economía local, Fernando Clavijo concluyó que “estamos dispuestos a debatir con las distintas opiniones, pero no con aquellas que tengan tintes de turismofobia, porque se está jugando con la principal fuente de riqueza y empleo en esta tierra”.

EJEMPLO 3: JORGE MARICHAL

Jorge Marichal, presidente de la patronal hotelera ASHOTEL, dio una entrevista el 3 de abril de 2024 para la cadena COPE Tenerife donde abordó la convocatoria del 20A.¹⁶ Marichal describió las protestas convocadas por Canarias Se Agota como legítimas porque:

Las viviendas vacacionales están provocando una tensión que se viene acumulando en el archipiélago con la saturación de las carreteras, la falta de viviendas, y en general, de unas infraestructuras que no vienen acompañadas con el crecimiento poblacional y con la llegada constante de turistas.

¹⁴ <https://www.dailymail.co.uk/news/article-13259117/Holidaymaking-Brits-met-anti-tourist-graffiti-Tenerife-frustrated-locals-claim-drink-cheap-beer-lay-sun-eat-low-quality-food-holidaymakers-hit-bragging-pay-wages.html>

¹⁵ <https://www.dailymail.co.uk/news/article-13259117/Holidaymaking-Brits-met-anti-tourist-graffiti-Tenerife-frustrated-locals-claim-drink-cheap-beer-lay-sun-eat-low-quality-food-holidaymakers-hit-bragging-pay-wages.html>

¹⁶ https://wwwCOPE.es/emisoras/canarias/santa-cruz-de-tenerife/tenerife/noticias/ashotel-denuncia-que-hay-llamadas-preguntando-seguro-viajar-tenerife-20240403_3227834#google_vignette

Sin embargo, señaló que el enfoque de las protestas era erróneo porque estaban responsabilizando a los visitantes, en vez de a las administraciones responsables de la gestión turística, de los daños causados por el modelo turístico de masas. Además, describió las acciones relacionadas con el 20A y el movimiento Canarias Se Agota como violentas y peligrosas. Hasta el punto de que sus hoteles “han recibido llamadas de turistas preguntando si es seguro viajar a Tenerife” porque sus acciones “están derivando en una clara turismofobia hacia un sector que representa el 35% del PIB, el 40% del empleo y que ha permitido un desarrollo y bienestar impensables hace 40 o 50 años”. Marichal hizo especial hincapié en los grafitis que habían aparecido en las semanas anteriores en las islas con mensajes como “Tourists Go Home” o “My Misery, your land”.

Una vez introducidos tres casos paradigmáticos donde las acciones de Canarias Se Agota son categorizadas de “turismófobas”, cabe preguntar ¿qué significa “turismofobia”?¹⁷

3.1. Origen y definición del término

El término “turismofobia” se utiliza por primera vez en España en 2007 por José Antonio Donaire, profesor de Geografía en la Universidad de Girona. Donaire se basa en Doxey (1975), quien concibe que los destinos turísticos tienen una vida cíclica. Doxey (1975) describe el índice de irritación (“Irridex”) como la actitud de los residentes hacia el desarrollo turístico de la localidad. El Irridex identifica cuatro fases (de euforia, apatía, irritación y antagonismo) que los destinos turísticos experimentan basándose en el impacto económico, social y cultural que el turismo tiene en la localidad. Donaire (2007) define la turismofobia como una reacción de los residentes que pertenece a la *fase de antagonismo* y donde, añade Milano (2017), los movimientos sociales juegan un papel vital al formalizar y consolidar esta reacción de cara al turismo en la esfera pública.

El 18 de Julio de 2008, Manuel Delgado se hace eco de Donaire (2007) y escribe una columna sobre la turismofobia (él la llama “turistofobia”) en *El País*.¹⁸ Delgado (2008) describe a la turismofobia como “una mezcla de repudio, desconfianza y desprecio hacia esa figura que ya todos designan con la denominación de origen guiri”. El autor identifica la turismofobia como un sentimiento de rechazo que, coincidiendo con Donaire, surge en las localidades de destino como resultado del impacto social y económico que tiene el turismo. Sin embargo, Delgado (2008) señala que la razón subyacente de la turismofobia es la xenofobia. El rechazo al turismo no surge como una reacción de desconfianza al modelo turístico como único recurso para sostener la economía de la localidad de destino. El rechazo al turismo, argumenta, es una forma de llamar la atención sobre cómo ciertos segmentos sociales están atribuyendo la causa de los males que padece una ciudad a la presencia considerada excesiva de turistas en su espacio. Concluyendo que “esa certeza funciona en la práctica como una especie de xenofobia de sustitución, puesto que se dirige a personas cuyo rasgo esencial es que no son de aquí”.

Se pueden observar, por lo tanto, dos definiciones de turismofobia. La primera definición describe la turismofobia como una reacción de irritación de los residentes hacia el modelo turístico que es formalizada por los movimientos sociales. La segunda definición entiende la turismofobia como una reacción de irritación fundamentada en cuestiones xenófobas hacia los turistas. En recientes contribuciones de estudios turísticos (Almeida-García et al., 2021; Blanco-Romero et al., 2019; Colomb & Novy, 2017; Huete Nieves & Mantecón Terán, 2018; Pérez-García & García Abad, 2018; Zerva et al., 2019) se rechaza la segunda lectura, argumentando que es una forma de patologizar la reacción

¹⁷ La cuenta de Instagram de Canarias Se Agota (<https://www.instagram.com/canariaseagota/?hl=en>) recopila más acusaciones de “turismofobia” utilizadas contra sus protestas.

¹⁸ https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html

ciudadana. La razón principal es que la segunda lectura del término simplifica, de una forma sensacionalista, la irritación de los residentes a los impactos negativos del turismo. Y, por lo tanto, acusar a las reacciones de los residentes de ser “turismófobas” es descrito como un mecanismo para deslegitimar sus acciones de protesta (Almeida-García et al., 2021; Milano, 2017).

Aunque concuerdo con la perspectiva de estos autores, es notable destacar que no existe un consenso sobre la formalización de las acusaciones de turismofobia en la literatura. Algunos autores las consideran como discurso ideológico (Almeida-García et al., 2021), mientras que otros las describen como un discurso ofensivo (Milano, 2017) o propagandístico (Blanco-Romero et al., 2018). En la siguiente sección considero dos propuestas para formalizar las acusaciones de turismofobia a fin de solventar este desacuerdo.

3.2. ¿Discurso de odio o discurso odioso?

En esta sección evalúo dos propuestas para formalizar las acusaciones de turismofobia a Canarias Se Agota: considerar las acusaciones como formas de discurso de odio o como formas de discurso odioso. Esta diferenciación es relevante por cuestiones éticas (i.e., permite evaluar si las acusaciones son actos difamatorios u ofensivos) y prácticas (i.e., facilita la elaboración de herramientas para confrontar las acusaciones (Domínguez-Armas, 2024; Lepoutre, 2022)).

Una primera propuesta sería categorizar las acusaciones de turismofobia como discurso de odio. Esta caracterización es prometedora ya que el discurso de odio se compone de aquellas expresiones (verbales y no verbales) que dañan la dignidad de una persona (o grupo). Esta propuesta consideraría que acusar a aquellos que protestan contra el modelo de turismo masivo es una forma de dañar su dignidad, ya que se basa en una visión reduccionista y distorsionada de sus propuestas (§3.1). Pero ¿qué es el discurso de odio? El discurso de odio es un término legal que refiere a las expresiones públicas que incitan, promueven, divultan o justifican la violencia, odio o discriminación en contra de una persona (o un grupo), basándose en características protegidas por la ley como su raza, lenguaje, religión, nacionalidad, etnia, edad, discapacidad, sexo, género, u orientación sexual (Consejo Europeo, CM/Rec., 2022).¹⁹

Típicamente el discurso de odio se expresa por medio de mensajes *explícitos* que denigran a sus víctimas, como el uso de insultos o peyorativos (Popa-Wyatt, 2020). El discurso de odio también se extiende al uso de expresiones que denigran a sus víctimas de forma *implícita* por razón de sus características protegidas. Por ejemplo, vincular la nacionalidad (o grupo social) de un individuo con un acto criminal para transmitir el mensaje de que la nacionalidad (o grupo social) explica de alguna forma el crimen cometido (Domínguez-Armas et al., 2023). Es importante mencionar que si las acusaciones de “turismofobia” fuesen un mensaje de odio explícito, estas tendrían que mencionar explícitamente la propiedad protegida que se está discriminando. Sin embargo, no es lo que sucede en este caso. Volveré sobre este problema más adelante. Por lo pronto, es suficiente para determinar que las acusaciones no pueden ser una forma de discurso de odio explícito. Esto resulta en la (plausible) categorización de las acusaciones de turismofobia como una forma de discurso de odio implícito—idea que ha sido apoyada en la literatura, donde se defiende que las acusaciones transmiten el mensaje *implícito* de que los acusados odian a la población visitante por razón de su origen (Huete Nieves & Mantecón Terán, 2018; Pérez-García & García Abad, 2018).

¹⁹ El discurso de odio ha sido objeto de estudio en la filosofía política (Howard, 2019a; Lepoutre, 2017; Simpson, 2013; Waldron, 2012), en la filosofía del lenguaje (Langton, 2018; McGowan, 2019) y en la teoría de la argumentación (Domínguez-Armas et al., 2023; Serafis, 2023).

Para explorar si esta categorización es apropiada es necesario remarcar que el discurso de odio (ya sea explícito o implícito) debe cumplir tres condiciones que han sido identificadas en la literatura filosófica.

- (a) *Condición de publicidad*: el mensaje de odio debe ser expresado públicamente. Pese a que los mensajes de odio puedan ser dañosos en intercambios privados, ya sea porque ofenden a sus víctimas o porque se legitiman conductas odiosas (Howard, 2019a; McGowan, 2019; Soral et al., 2018), en la literatura filosófica se ha prestado especial atención al discurso de odio que se expresa en el ámbito público (Howard, 2019b; Lepoutre, 2017; Parekh, 2012; Sellars, 2016).²⁰ Por tanto, se entiende como discurso de odio a aquellos mensajes que son accesibles al público, que se divultan a fin de alcanzar la mayor audiencia posible, y afectar a los valores democráticos de igualdad de participación política, respeto y equidad social (Waldrone, 2012).
- (b) *Condición de autoridad*: el hablante debe de estar en una posición de autoridad para influir en las percepciones de los oyentes. Langton (2018) defiende que el discurso de odio precisa que el orador esté en una posición que le permita subordinar y discriminar a sus víctimas. Langton (2018), inspirándose en Maitra (2012), describe cómo un orador puede adquirir esta posición de autoridad, incluyendo: el reconocimiento formal de la posición del orador (e.g. ser un representante político elegido mediante votación), la delegación por parte de una autoridad formal (e.g. cuando un representante político confiere a un agente la capacidad para hablar en su nombre), o la falta de objeción por parte de los oyentes.
- (c) *Condición de identidad*: el mensaje expresado debe basarse en una propiedad protegida de la víctima. El discurso de odio, de acuerdo con su definición legal, se basa en dañar a su víctima por razón de poseer una característica protegida (sexo, género, raza, etc.). Brown (2015, 2016, 2017) concibe este elemento como esencial a la hora de identificar un mensaje como discurso de odio.

Como decía anteriormente, estas tres condiciones permiten evaluar si las acusaciones de turismofobia son una forma de discurso de odio. Considérese para este fin **EJEMPLO 1** (§3.1). Santiago Sesé realizó sus declaraciones en un comunicado oficial en nombre de la Cámara de Comercio de Tenerife, atendiendo a las entrevistas de múltiples medios autonómicos y nacionales.²¹ Al haber sido atendido por medios de comunicación y divulgado sus palabras en la esfera pública, es correcto describir a su audiencia como de carácter general. Por lo tanto, las declaraciones de Sesé cumplen con (a) la condición de publicidad. Además, Santiago Sesé realiza las declaraciones en nombre de la Cámara de Comercio. Sesé fue elegido Presidente de la Cámara de Santa Cruz de Tenerife por

²⁰ La principal razón para esta condición reside en las interpretaciones legales de lo que es el discurso de odio (Parekh, 2012). El discurso de odio entra en conflicto con cuestiones legales en países como Estados Unidos, donde se entienden a las expresiones privadas como amparadas bajo la libertad de expresión del orador. En España la libertad de expresión se entiende como un derecho a la libertad de opinión y la libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas (art. 11 CE). Esta definición entra en conflicto con las expresiones privadas de odio, que pueden ser (y a menudo son) defendidas como manifestaciones de la libertad de expresión del orador. Sin embargo, como se concibe en el artículo 510 del Código Penal español (CP), están exentas de esta protección aquellas manifestaciones de odio que provocan a la discriminación, al odio y a la violencia de forma pública. Por ejemplo las amenazas a determinados colectivos (art. 170.1 CP), la denegación discriminatoria de servicios públicos (art. 511 CP), o la asociación ilícita para promover o incitar a la discriminación (art. 515.4 CP).

²¹ <https://www.canarias7.es/economia/turismo/camara-comercio-pide-ataje-turismofobia-20240331130741-nt.html>; <https://rtvc.es/camara-comercio-santa-cruz-tenerife-advierte-consecuencias-turismofobia/>; https://www.atlantico hoy.com/economia/camara-comercio-pide-administraciones-se-frente-mensaje-turismofobia_1529632_102.html

votación interna en 2016, y Presidente del Consejo General de Cámaras de Canarias el 1 de Febrero de 2024. Esto supone que Sesé está en una posición de autoridad para representar los intereses de sus miembros, así que se cumple (b) la condición de autoridad. Finalmente, el mensaje expresado (i.e., que las acciones orquestadas de Canarias Se Agota promueven la turismofobia) no menciona ninguna característica protegida de Canarias Se Agota. Las acusaciones de turismofobia no descansan en que el acusado sea de un sexo concreto, etnia determinada, o nacionalidad específica sino en que el acusado sea residente en la localidad de destino (Colomb & Novy, 2017; Huete Nieves & Mantecón Terán, 2018). Por lo que no se cumple (c) la condición de identidad.

Debido a que (c) la condición de identidad es esencial para catalogar un mensaje como discurso de odio (Millar, 2019), considero que las declaraciones de Sesé (y por ende las acusaciones de turismofobia) no pueden ser consideradas como discurso de odio. Por lo que propongo describirlas como formas de *discurso odioso*.

El discurso odioso se compone de formas (verbales y no verbales) de expresión que transmiten mensajes detestables pero que no se centran en una característica protegida de sus víctimas.²² Al igual que el discurso de odio, el discurso odioso no se promueve, exclusivamente, a través de mensajes explícitos sobre sus víctimas (como describir las protestas de grupos ecologistas como “protestas de perroflautas”) sino que también puede tomar forma de mensajes neutrales o positivos (como el slogan “All Lives Matter” utilizado en contraposición a las protestas del movimiento Black Lives Matter, volveré sobre este ejemplo en §4). Estas formas de discurso tienen como objetivo inducir creencias derogatorias acerca de sus víctimas en la audiencia general (Brown, 2017). Describir unas protestas ecológicas como de “perroflautas”, por ejemplo, tiene como objetivo deslegitimar sus acciones y reivindicaciones porque son inconsistentes y desconectadas de la realidad social y política.

Mi sugerencia es que para que un mensaje pueda ser definido como discurso odioso tiene que cumplir con (a) la condición de publicidad y (b) la condición de autoridad. Sin embargo, es preciso reformular (c) la condición de identidad como:

(c₁) El mensaje expresado no se basa en una propiedad protegida de la víctima.

Llamaré a este hecho como *condición de no-identidad*. El discurso odioso se basa en promover ideas detestables basándose en características (e.g., ideología política, forma de vestir, lugar de residencia) que no están reconocidas legalmente como ‘propiedades protegidas’, con el objetivo de estigmatizar, silenciar y dañar la dignidad de víctimas.

Como he descrito anteriormente, las acusaciones de Sesé al movimiento Canarias Se Agota en **EJEMPLO 1** cumplen con (a) y (b). Además, describir una acción de protesta como turismófoba se basa en que el acusado es residente de la localidad de destino. La residencia del acusado no está contemplada como una propiedad protegida en la definición legal de discurso de odio, por lo que no puede catalogarse como (c). Sin embargo, la residencia del acusado cumple con (c₁) la condición de no-identidad. Por lo tanto, las acusaciones de turismofobia deben ser descritas como formas de discurso odioso con el objetivo de promover ideas detestables acerca de sus protestas en la esfera pública. En concreto, estas acusaciones buscan conectar las protestas con motivaciones xenófobas, de odio hacia los extranjeros y de rechazo a los visitantes por sus orígenes.

²² En la literatura filosófica se ha utilizado ‘discurso de odio’ y ‘discurso odioso’ de manera intercambiable (Butler, 1997; Delgado & Stefancic, 1997).

4. El discurso odioso en la deliberación pública

En esta sección estudiareé cómo el discurso odioso afecta a la deliberación pública. Recientes contribuciones en la teoría de la argumentación han centrado sus investigaciones en cómo el discurso de odio afecta a la deliberación pública (Assimakopoulos et al., 2017; Serafis, 2023), pero el discurso odioso no ha recibido atención en la literatura. Mi propuesta para llenar este vacío es un estudio basado en Picazo (2023).

Picazo (2023) estudia cómo mensajes neutrales, o de elogio, pueden producir la corrupción de la deliberación pública cuando son utilizados con fines manipulativos o propagandísticos. Basándose en contribuciones de la pragmática formal (Keiser, 2021; Roberts, 2012) y en estudios sociopolíticos de la filosofía del lenguaje (Kukla, 2014; Langton, 1993), analiza los efectos de slogans como “All Lives Matter” (ALM) en la deliberación pública. ALM fue utilizado en Estados Unidos como respuesta a las protestas del movimiento Black Lives Matter (BLM). Las acciones de BLM, comenzadas en 2013, surgieron como forma de reivindicar las injusticias sociales y la violencia policial sufridas por la población afroamericana. Su slogan “Black Lives Matter!” pretendía transmitir el mensaje de que las vidas de la población afroamericana deberían ser respetadas de forma igualitaria en la esfera pública. El slogan de BLM debe leerse, por lo tanto, como un medio para transmitir el mensaje de que “Black Lives Matter, too!” (Anderson, 2017).

Picazo (2023) argumenta que mensajes como ALM dañan a la víctima y a la deliberación pública a través de dos efectos. El primer efecto es una distorsión del mensaje (Picazo (2023) lo llama ‘distorsión retroactiva’) que la víctima pretende transmitir. Para ello, se condiciona el contexto a través de, por ejemplo, la divulgación de prejuicios negativos sobre la víctima. El slogan ALM distorsiona el mensaje que BLM pretende transmitir con su slogan (“Black Lives Mater, too!”) como defendiendo que “Only Black Lives Matter”. El segundo efecto es la eliminación del tópico bajo discusión. La manipulación del contexto produce el abandono de un tema para debatir propuesto por la víctima. El uso de ALM produce que los participantes centren la discusión en cuán apropiada es la lectura excluyente de BLM (“Only Black Lives Matter”), dejando de lado el debate sobre las injusticias sufridas por la población afroamericana en EEUU.²³

Considero que el análisis de Picazo (2023) puede extenderse a las acusaciones de turismofobia al movimiento Canarias Se Agota en la deliberación pública (§3). En primer lugar, las acusaciones dañan al movimiento social a través de la manipulación del contexto de las protestas, promoviendo un prejuicio negativo sobre los manifestantes. En concreto, se promueve la visión de que Canarias se Agota no representa los intereses de los residentes, sino que busca *exclusivamente* llevar a cabo acciones violentas contra los turistas. En **EJEMPLO 3** (§3.1), Jorge Marichal señalaba que las acciones relacionadas con el 20A eran violentas y peligrosas porque estaban responsabilizando a los visitantes por los daños del turismo de masas. Este fenómeno debe entenderse en los mismos términos que Picazo (2023) describe la manipulación del contexto que precede a la distorsión del mensaje de la víctima. Así, las declaraciones de Marichal fomentan una distorsión del mensaje que Canarias Se Agota pretendía transmitir el 20A (i.e. “Canarias tiene un límite”) como defendiendo una lectura sesgada de odio hacia los turistas (i.e. “Tourists go home”).

²³ Nótese que la eliminación de un tópico bajo discusión produce la erosión de la deliberación en la esfera pública porque los intentos de participación de la víctima no son reconocidos de forma igualitaria, llevando a afectar al proceso democrático de elaboración de medidas políticas para lidiar con problemas sociales (Picazo, 2023).

En segundo lugar, considero que estas acusaciones promueven la eliminación del tópico bajo discusión. Para apoyar esta idea, es relevante mencionar las declaraciones del vicepresidente y consejero de Turismo por el Cabildo de Tenerife, Lope Alonso (PP), quien declaró el 24 de Abril de 2024 que:

La reivindicación y las demandas [de Canarias Se Agota en el 20A] no pueden transformarse en vandalismo ni atentar contra los bienes públicos y, especialmente, contra nuestro paisaje y nuestros espacios naturales.²⁴

Alonso hacía referencia a un grafiti colocado en la cartera que cruza el parque nacional del Teide (Tenerife) con el slogan “Canarias Tiene un Límite”. Alonso condenaba la pintada, argumentando que “Canarias tendrá un límite, pero esto lo rebasa”. El PP insular se hizo eco de las declaraciones de Alonso, utilizando el mensaje “Canarias tendrá un límite, pero esto lo rebasa” como contrapartida al slogan “Canarias tiene un límite”²⁵. Como puede verse en Figura (2), el mensaje aparece sobre una fotografía del grafiti mencionado por Alonso, haciendo uso de la misma tipografía y diseño que el llamamiento del Canarias Se Agota (Figura 1) para el 20A. Las declaraciones de Alonso fomentan el abandono del tópico bajo discusión (i.e. la regularización del turismo) para centrarse en los daños que produce Canarias Se Agota con sus acciones (i.e. el deterioro de infraestructuras públicas y el vandalismo en parques nacionales).²⁶ En resumen, las acusaciones de turismofobia afectan a la deliberación pública porque se desacreditan las contribuciones de uno de los participantes del debate (i.e. Canarias Se Agota) y se fomenta la eliminación del tópico bajo discusión (i.e. la regularización del turismo de masas en Canarias) para centrar el debate sobre los efectos dañinos de las acciones de Canarias Se Agota.²⁷ Cabe destacar que estos efectos se centran en los daños que produce el discurso odioso *a su víctima* (i.e. Canarias se Agota) y *al discurso público* (i.e. el debate sobre la regularización del turismo de masas en Canarias). Pero sugiero que el estudio realizado en este artículo permite identificar un tercer daño al discurso público: *la distorsión de la posición del acusador*. Mi propuesta es que las acusaciones realizadas por miembros de la posición anti-regulación y pro-regulación turística (§2; §3) producen el “victimismo” de sus posiciones en la deliberación pública.

²⁴ <https://www.abc.es/espana/canarias/aparecen-pintadas-canarias-limite-parque-nacional-teide-20240424201858-nt.html>

²⁵ https://x.com/ppdetenerife/status/1783140019198128281?ref_src=twsr%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1783140019198128281%7Ctwgr%5E84646d97446b6cf6ac4c0c30307aef6ac37efb76%7Ctwcon%5Es1&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fespana%2Fcanarias%2Faparecen-pintadas-canarias-limite-parque-nacional-teide-20240424201858-nt.html

²⁶ Otro ejemplo sobre la eliminación del tópico bajo discusión viene de las declaraciones de Wolfgang Kiessling (Presidente y Fundador del Loro Parque, Siam Park y Acuario Poema del Mar) después del 20A (<https://www.instagram.com/p/C6EgIPANNFo/?hl=en>). Pese a no acusar a Canarias Se Agota de ser un movimiento turismófobo, Kiessling les caracteriza como un movimiento errático que no representa los intereses de los residentes y que supone un riesgo para la sociedad por intentar aprovecharse de los fondos económicos que recibe. Esta caracterización fomenta el abandono de las cuestiones relacionadas con la regularización del turismo para centrarse en discutir el daño que produce Canarias Se Agota (i.e. sacar provecho de las inversiones millonarias que reciben, abandonar los animales, deterioro de los espacios protegidos, etc.).

²⁷ Innocenti (2022) describe el abandono del tópico bajo discusión para debatir cuestiones sobre la correcta caracterización de un asunto a discutir como una “meta-discusión forzada”. Un ejemplo es el abandono de las discusiones sobre violencias sexistas estructurales para discutir que “no todos los hombres” producen ese tipo de violencia. La eliminación del tópico bajo discusión descrita en esta sección puede entenderse en términos similares: se abandona la deliberación sobre las medidas para solventar los daños del turismo de masas en Canarias para discutir sobre la caracterización de Canarias Se Agota como un participante legítimo en el debate.



Figura 2 Tweet del Partido Popular de Tenerife.²⁸

Para fundamentar esta propuesta es necesario diferenciar entre “victimización” y “victimismo” tal como se ha hecho en estudios políticos y comunicativos (Fattah, 1989; Jacoby, 2015; Van Dijk, 2009; Young & Sullivan, 2016). Jacoby (2015) describe la *victimización* como un proceso por el que se construye una identidad colectiva a partir de un suceso traumático/dañino a un agente (o grupo) social. Para construir esta identidad colectiva se requiere de una víctima (un agente afectado por el suceso traumático), una conciencia social que fomente el sentimiento de colectividad (a través de, e.g., expresiones de solidaridad con la víctima o su representación en debates públicos) y la capacidad para movilizarse en la esfera pública y participar en cuestiones políticas que atañen al colectivo. Jacoby (2015) ilustra cómo estas condiciones se cumplen en los movimientos sociales que representan a las víctimas palestinas de los ataques de Israel. Estos grupos, defiende, construyen una identidad colectiva que representa la comunidad palestina a fin de concienciar a la población sobre los sucesos traumáticos que han sufrido las víctimas.

El *victimismo*, por el contrario, se refiere a la creación de una identidad colectiva basada en la victimización injustificada para lograr fines políticos (Young & Sullivan, 2016). El victimismo requiere de una víctima que haya sufrido un suceso traumático/dañino pero, a diferencia de la victimización, se construye una identidad colectiva que no fomenta el sentimiento de solidaridad para/con las víctimas. Un agente que recurre al victimismo procura fortalecer su posición en debates públicos a través de la apropiación de una experiencia traumática que sufre la víctima.²⁹ Como consecuencia,

²⁸

https://x.com/ppdetenerife/status/1783140019198128281?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1783140019198128281%7Ctwgr%5E84646d97446b6cf6ac4c0c30307aef6ac37efb76%7Ctwcon%5Es1 &ref_url=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fespana%2Fcanarias%2Faparecen-pintadas-canarias-limite-parque-nacional-teide-20240424201858-nt.html

²⁹ El victimismo funcionaría, en términos argumentativos, como una falacia *ad misericordiam* (Walton, 1995), donde el agente victimista hace uso de su posición como o representante de una víctima para apelar a las emociones del resto de los participantes.

el agente victimista presenta su posición en los debates públicos como representativa de la víctima sin justificar cómo sus demandas conectan con los intereses de la víctima.

Blanco-Romero et al. (2018, 2019) argumentan que las acusaciones de turismofobia realizadas por agentes sociales en posiciones de autoridad (e.g., representantes políticos, comentadores políticos en medios de comunicación, etc.) ejemplifican el victimismo de los acusadores en el debate público. El acusador está haciendo uso de una experiencia traumática que un turista puede haber sufrido para comunicar una generalización peyorativa sobre la población residente: los residentes odian a los turistas por su nacionalidad. El **EJEMPLO 2** (§3), donde Fernando Clavijo realzaba que las posturas “tintadas de turismofobia” [haciendo referencia a Canarias Se Agota] estaban jugando con la principal fuente de riqueza y empleo de Canarias, ilustra esta idea. Recuérdese que Clavijo realizaba sus declaraciones en eco de los artículos publicados por *Daily Mail* donde se describía al 20A como una “declaración de guerra contra los británicos”. Siguiendo a Blanco-Romero et al. (2018, 2019), las declaraciones de Clavijo deben entenderse como un intento de apropiarse de las experiencias traumáticas de los turistas británicos, lo que produce una distorsión de su ‘posición anti-regulación’ (§2). Al hacer uso de las acusaciones de turismofobia, Clavijo se presenta como representante de las víctimas británicas, pero sin justificar cómo conectan las políticas ‘anti-regulación’ con los intereses de las víctimas.

Por lo tanto, se puede concluir que el discurso odioso afecta al discurso público a través de la distorsión del mensaje que la víctima pretende transmitir, la erosión del debate público a través de la eliminación de un tópico bajo discusión y, finalmente, la distorsión de la posición del orador en el debate público.

5. Conclusión

En este artículo he analizado cómo el discurso odioso afecta a la deliberación pública. Los tópicos investigados en este artículo demuestran la utilidad de herramientas provistas por la teoría de la argumentación para el estudio de las patologías del discurso público. Después de hacer una reconstrucción del debate público en Canarias sobre la regularización del turismo, describí como algunos participantes desacreditaban al movimiento Canarias Se Agota acusándoles de ser un movimiento “turismófobo”. Argumenté que estas acusaciones son una forma de discurso odioso, es decir, una expresión pública que transmite mensajes detestables pero que no se centran en una característica protegida de sus víctimas. En la última parte del artículo estudié los efectos del discurso odioso en los debates públicos. Este tipo de discurso, lejos de facilitar una deliberación pública constructiva, corrompe el debate democrático al promover prejuicios negativos, elimina el foco de las cuestiones clave (como la necesidad de regular el turismo para mitigar sus impactos ecológicos y sociales) y distorsiona las posiciones de los participantes en el debate público. Los hallazgos realizados en este artículo realzan que, de cara al futuro, es esencial que las instituciones, medios de comunicación y actores políticos fomenten un diálogo más equilibrado y centrado en los argumentos, que permita abordar los retos del turismo de masas de manera justa y efectiva. Reconocer y evitar el uso de discursos despectivos como “turismofobia” contribuiría a un debate más inclusivo y democrático, donde las voces críticas puedan ser escuchadas sin prejuicios ni estigmatización.

Referencias

- Almeida-García, F., Cortés-Macías, R., & Parzych, K. (2021). Tourism Impacts, Tourism-Phobia and Gentrification in Historic Centers: The Cases of Málaga (Spain) and Gdańsk (Poland). *Sustainability*, 13(1), 408.
- Assimakopoulos, S., Baider, F. H., & Millar, S. (2017). *Online Hate Speech in the European Union A Discourse-Analytic Perspective*. Springer Cham.
- Aurélio, M., & Da Silveira, T. (2005). Turismo y Sustentabilidad Entre el discurso y la acción. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 14, 222–242.
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319.
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., & Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philia: Understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de La Asociacion de Geógrafos Espanoles*, 83. <https://doi.org/10.21138/bage.2834>
- Brown, A. (2015). *Hate Speech Law: A Philosophical Examination*. Routledge.
- Brown, A. (2016). The “Who?” Question in the Hate Speech Debate: Part 1: Consistency, Practical, and Formal Approaches. *Canadian Journal of Law & Jurisprudence*, 29(2), 275–320.
- Brown, A. (2017). What is hate speech? Part 1: The Myth of Hate. *Law and Philosophy*, 36(4), 419–468.
- Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. Routledge.
- Colomb, C., & Novy, J. (2017). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge.
- Delgado, R., & Stefancic, J. (1997). *Must We Defend Nazis?: Why the First Amendment Should not Protect Hate Speech and White Supremacy*. New York University Press.
- Domínguez-Armas, Á., Soria-Ruiz, A., & Lewiński, M. (2023). Provocative Insinuations as Hate Speech: Argumentative Functions of Mentioning Ethnicity in Headlines. *Topoi*, 42, 419–43.
- Domínguez-Armas, Á. (2024). ‘Argumentative disobedience’ as a strategy to counter hate speech. *Argumentation*, 38, 499–520.
- Fattah, E. A. (1989). Victims and Victimology: The Facts and the Rhetoric. *International Review of Victimology*, 1(1), 43–66.
- Hidalgo, C., Palacios, A., & Barrado, D. (2020). El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿undertourism? En G. X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralba, & M. Blázquez-Salom (Eds.), *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears.,
- Howard, J. W. (2019a). Dangerous Speech. *Philosophy & Public Affairs*, 47(2), 208–254.
- Howard, J. W. (2019b). Free Speech and Hate Speech. *Annu. Rev. Political Sci*, 22, 93–109.
- Huete Nieves, R., & Mantecón Terán, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9–19.
- Innocenti, B. (2022). Demanding a halt to metadiscussions. *Argumentation*.
- Jackson, S. (1998). Disputation by Design. *Argumentation*, 12, 183–198.
- Jacoby, T. A. (2015). A theory of victimhood: Politics, conflict and the construction of victim-based identity. *Millennium: Journal of International Studies*, 43(2), 511–530.

- Jover, J., & Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044–3059.
- Keiser, J. (2021). The “All Lives Matter” response: QUD-shifting as epistemic injustice. *Synthese*, 199(3–4), 8465–8483.
- Kukla, R. (2014). Performative force, convention, and discursive injustice. *Hypatia*, 29(2), 440–457.
- Langton, R. (1993). Speech Acts and Unspeakable Acts. *Philosophy and Public Affairs*, 22(4), 293–330.
- Langton, R. (2018). The Authority of Hate Speech. En J. Gardner, L. Green, & B. Leiter (Eds.), *Oxford Studies in Philosophy of Law* (Vol. 3, pp. 123–152). Oxford University Press.
- Lepoutre, M. (2017). Hate Speech in Public Discourse: A Pessimistic Defense of Counterspeech. *Social Theory and Practice*, 43(4), 851–883.
- Lepoutre, M. (2022). Hateful counterspeech. *Ethical theory and Moral Practice*, 26(4), 533–554.
- Lewiński, M., & Aakhus, M. (2023). *Argumentation in Complex Communication: Managing Disagreement in a Polylogue*. Cambridge University Press.
- Lewiński, M., & Mohammed, D. (2016). Introduction. En M. Lewiński & D. Mohammed (Eds.), *Argumentation in Political Deliberation* (pp. 1–10). John Benjamins Publishing Company.
- Liu, Y. L., Chiang, J. Te, & Ko, P. F. (2023). The benefits of tourism for rural community development. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1).
- Maitra, I. (2012). Subordinating Speech. En I. Maitra & M. K. McGowan (Eds.), *Speech and Harm. Controversies over Free Speech*. Oxford University Press.
- McGowan, M. K. (2019). *Just words. On speech and hidden harm*. Oxford: Oxford University Press.
- Millar, S. (2019). Hate speech: Conceptualisations, interpretations and reactions. En M. Evans, L. Jeffries, & J. O’Driscoll (Eds.), *The Routledge Handbook of Language in Conflict* (pp. 145–163). Routledge: Taylor and Francis Group.
- Novy, J. (2018). ‘Destination’ Berlin revisited. From (new) tourism towards a pentagon of mobility and place consumption. *Tourism Geographies*, 20(3), 418–442.
- Parekh, B. (2012). Is There a Case for Banning Hate Speech? En *The Content and Context of Hate Speech* (pp. 37–56). Cambridge University Press.
- Pérez-García, A., & García Abad, L. (2018). Turismofobia: presencia, impacto y percepción del concepto a través de los medios de comunicación impresos. *AdComunica*, 201–219.
- Picazo, C. (2023). Distorted Debates. *Topoi*, 42(2), 561–571.
- Popa-Wyatt, M. (2020). Slurs, Pejoratives, and Hate Speech. En D. Pritchard (Ed.), *Oxford Bibliographies in Philosophy*. Oxford University Press.
- Roberts, C. (2012). Information structure in discourse: Towards an integrated formal theory of pragmatics. *Semantics and Pragmatics*, 5(Article 6), 1–66.
- Sellars, A. (2016). Defining Hate Speech. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2882244>
- Serafis, D. (2023). Unveiling the rationale of soft hate speech in multimodal artifacts: A critical framework. *Journal of Language and Discrimination*.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49.
- Simpson, R. M. (2013). Dignity, Harm, and Hate Speech. *Law and Philosophy*, 32(6), 701–728.

- Soral, W., Bilewicz, M., & Winiewski, M. (2018). Exposure to hate speech increases prejudice through desensitization. *Aggressive Behavior, 44*(2), 136–146.
- Szromek, A. R., Kruczak, Z., & Walas, B. (2019). The Attitude of Tourist Destination Residents towards the Effects of Overtourism: Kraków Case Study. *Sustainability, 12*(1), 228.
- Van Dijk, J. (2009). Free the Victim: A Critique of the Western Conception of Victimhood. *International Review of Victimology, 16*(1), 1–33.
- Waldron, Jeremy. (2012). *The Harm in Hate Speech*. Harvard University Press.
- Walton, D. (1995). Appeal to Pity: A Case Study of the Argumentum Ad Misericordiam. *Argumentation, 9*, 769–784.
- Young, I. F., & Sullivan, D. (2016). Competitive victimhood: a review of the theoretical and empirical literature. *Current Opinion in Psychology, 11*, 30–34.
- Zerva, K., Palou, S., Blasco, D., & Donaire, J. A. B. (2019). Tourism-philia versus tourism-phobia: residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies, 21*(2), 306–329.