



Análisis del discurso, ideología y neologismos: *turismofobia*, *turistización* y *turistificación* en el punto de mira

Julia Sanmartín Sáez¹

Recibido 13 de febrero de 2018/ Aceptado: 14 de febrero de 2019

Resumen. Esta investigación analiza tres neologismos recientes: *turismofobia*, *turistificación* y *turistización*. Se pretende comprobar su posible funcionamiento como herramientas lingüísticas al servicio de una construcción ideológica. Para ello, a partir de una encuesta psicolingüística a una muestra de hablantes se observa, en primer lugar, cómo interpretaría el receptor los tres neologismos, teniendo en cuenta únicamente la vertiente denominativa: el distinto proceso de formación implicado (como composición o sufijación). En segundo lugar, se describen los neologismos registrados en medios de comunicación digitales (periódicos y blogs) para consignar en cada cotexto discursivo cinco aspectos: las coocurrencias léxicas de elementos valorativos, la articulación en campos nocionales, la alusión metalingüística, los usos tipográficos y la *constelación neológica* desarrollada. Todo parece apuntar a que *turismofobia* muestra un sesgo ideológico.

Palabras clave: Cognición, sesgo ideológico, neología, medios de comunicación digitales

[en] Discourse Analysis, Ideology and Neologisms: *turismofobia*, *turistización* and *turistificación* in the spotlight

Abstract: This research analyses three recent neologisms: *turismofobia*, *turistificación* and *turistización*. It attempts to prove its possible functioning as linguistic tools at the service of an ideological construction. To this end, departing from a psycholinguistic survey carried out with a sample of speakers' conversations, it is observed, firstly, how would the listener interpret the three neologisms, considering only their naming, i.e. the distinct implied process of the words formation (like composition or suffixation). Secondly, these neologisms are analysed in several digital media (newspapers and blogs), focusing on five aspects of each discursive co-text: lexical co-occurrence of evaluative elements, articulation in notional fields, metalinguistic mention, typographic usage, and the derived neological constellation. Results suggest that *turismofobia* shows an ideological bias.

Keywords: Cognition, ideological bias, neology, digital media

Índice. 1. Hipótesis, objetivo y metodología. La visión normativa como preámbulo. 2. Sobre el proceso de formación: un acercamiento inicial desde la denominación. 2.1. Descripción de los procesos y transparencia. 2.2. Una cala en una muestra de hablantes. 3. De la denominación a la categorización conceptual en su contexto discursivo 3.1. Lo concreto frente a lo abstracto. 3.2. Los sesgos ideológicos en los discursos digitales: la coocurrencia léxica y los dominios cognitivos. 3.2.1. Sobre *turismofobia*. 3.2.2. La turistificación y la turistización. 4. La constelación neológica: creaciones esporádicas o neologismos. 5. Conclusiones. Agradecimientos. Referencias bibliográficas.

¹ Grupo VALESCO. Dpto. Filología Española, Universitat de València. Correo electrónico: julia.sanmartin@uv.es

Cómo citar: Sanmartín, J. 2019. Análisis del discurso, ideología y neologismos: *turismofobia*, turistización y *turistificación* en el punto de mira. En Chierichetti, L.; Garofalo, G. y Mapelli, G. (eds.). Hacia una visión holística del discurso turístico, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78: 63-90, <http://webs.ucm.es/info/circulo/78/sanmartin.pdf>, <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.64372>

1. Hipótesis, objetivo y metodología. La visión normativa como preámbulo

Los neologismos retratan, de algún modo, el devenir tecnológico, político y cultural de las sociedades, y como apuntaba Diki-Kidiri (2010: 91-98), son testigos de sus cambios y transformaciones. El fenómeno del turismo no escapa a este proceso: se generan constantes denominaciones para nombrar las consideradas como nuevas modalidades del sector: así, con la propia base léxica de *turismo* se forma *ecoturismo* y *turismo sostenible*, *necroturismo* o *turismo de cementerios*, *turismo del horror*, *turismo negro* o *de la memoria*; se acuñan nuevas voces en el marco del *turismo de salud*, el *turismo de aventura* y el *turismo activo* como estrategia de promoción y venta de unos servicios novedosos (Estornell 2013; Calvi 2016; Sanmartín 2016); y, además, se emplea una ingente terminología desde la perspectiva de la mercadotecnia digital (Sobejano 2009), como *crossumer* o *proKsumer*, para aludir, por ejemplo, a nuevos tipos de cliente del producto turístico.

Esta investigación se centra en el análisis conceptual y en el posible sesgo ideológico de tres neologismos recientes, también formados a partir de los lexemas *turismo* y *turístico*: *turismofobia*, *turistificación* y *turistización*, imbricados con la actividad turística desde la perspectiva de la incidencia del turismo en algunos sectores y espacios geográficos de la sociedad actual. Dichos neologismos poseen, como cualquier palabra, una vertiente formal o denominativa y otra conceptual.

Se considera como hipótesis inicial que existen dos factores que repercutirán en la vertiente conceptual, esto es, en la conceptualización asociada a estas *nuevas realidades*. La investigación presenta como objetivo, pues, comprobar esta repercusión y el posible sesgo ideológico de estos neologismos.

Como primer factor que incidiría en la construcción de estos conceptos, se considerará la propia tipología del proceso de formación implicado: en este caso, compuesto culto (o mero compuesto patrimonial) en *turismofobia*, sufijación por paralelismo con una voz del inglés en *turistificación* o mera sufijación en *turistización*. Para comprobar la incidencia de este factor, se llevará a cabo una argumentación teórica a partir de una reflexión sobre estudios previos y una prueba psicolingüística con una muestra de hablantes.

Como segundo factor, se valorará si los distintos tipos de cotextos discursivos y coordinadas de enunciación contribuyen a perfilar los conceptos emergentes vinculados a sus correspondientes denominaciones. De hecho, la semántica cognitiva destaca la interrelación entre semántica y pragmática (usos y contextos), entre lo denotativo y lo connotativo, y la imbricación entre estructuras lingüísticas, conocimiento y pensamiento: “la situación comunicativa y el propio texto son elementos fundamentales de contextualización” (Cuenca y Hilferty 1999: 186); y ese contexto condiciona la conceptualización.

En la misma línea, Muñoz y Jiménez (2014: 123) analizaron cómo en neologismos con el radical *-política* el contexto se convertía en un elemento esencial: “Esta propuesta metodológica nos permitió concluir, en general, que determinados aspectos contextuales ayudan a producir nociones específicas del carácter *político* de cada neologismo.”

También Varó; Díaz y Paredes (2009: 205), al describir las diferentes teorías sobre la interpretación de los neologismos por parte del receptor, aluden a que el procesamiento de palabras previas en el cotexto facilita o habilita una interpretación determinada: “el procesamiento de nuevos significados léxicos será más rápido cuando las unidades implicadas estén precedidas de otras palabras relacionadas semánticamente”. Del mismo modo, Varó (2013: 147) insiste en esa idea: “nos parece más oportuno abordar la descripción del procesamiento neológico de acuerdo con el enfoque componencial presente en el paradigma estructuralista, como un proceso de reconstrucción de las unidades lingüísticas, tanto desde el punto de vista de la estructura formal como de su configuración semántica, orientado por patrones de frecuencia y facilitado por la información sensorial y conceptual proporcionada en el contexto en el que se incluyen”.

Desde la perspectiva metodológica, en la investigación se han seleccionado cien documentos en los que aparecen estos neologismos a partir de su detección directa en buscadores, como Google, dado que las tres bases de datos también consultadas (Banco de datos. *CORPES XXI*, de la RAE; *El corpus del Español*, de Mark Davies y el Recurso en línea de neologismos, *Plataforma OBNEO*, del Observatorio de Neología del IULA) a fecha de diciembre de 2017 presentaban una recurrencia muy baja de estas tres voces. Los documentos proceden básicamente de periódicos españoles en versión digital (*El Mundo*, *El País*, *El confidencial*, *El Periódico de Ibiza*, *Libertad Digital*, *ABC*, *El diario.es*, *La voz de Lanzarote*, *20 Minutos*, *Diario de Mallorca*, *Diario Diagonal*, *El topo*, *La Vanguardia*, *24 horas*, *El Levante*, *LibreMercado.com*, *La Marea.com*, *Diario Sevilla*, *Somos Malasaña*, etc.), blogs de especialistas y comunidades profesionales (*Blog de viajes*, *Benidormerías*, *Turismografía*, *Nexotur*, *Hosteltur*, etc.).

Se clasificarán los tipos de textos mediales (especializados o generalistas) y se procederá a realizar un estudio de cada cotexto implicado. En el análisis cotextual se ha tenido en cuenta la revisión de los siguientes factores:

1. Los elementos léxicos coocurrentes y su consignación en campos nocionales (como el evento bélico o la enfermedad) y en una escala de valoración cultural positiva (*economía creciente*) o negativa (*acto vandálico*). Ahora bien, sustantivos como *economía decreciente* pueden ser sometidos a diversas valoraciones en función del pensamiento ideológico sustentado; de hecho, en la actualidad existe una corriente que defiende la necesidad de una *economía decreciente* para posibilitar la sostenibilidad del medio ambiente.
2. Otros neologismos (como *airbnización*, *vecinofobia*, *turismofilia*, *gentrificación*, *turismo borroka* o *turismo masivo*) con el propósito de describir lo que se considerará y acuñará como *constelación neológica*.
3. La reformulación o definición explícita del neologismo objeto de estudio: “x significa”.
4. La calificación del neologismo: “x es un término criminalizador”.
5. La consignación tipográfica del neologismo (comillas) como parámetro indicador de su consideración neológica.

En una primera búsqueda en Google en septiembre de 2017 aparecían 692 000 recurrencias del término *turismofobia*; 43 800, de *turificación*; y 40 000 de *turistificación*. Así pues, no cabe duda de la importancia como palabra clave y testigo esencial (Diki-Kidiri 2010: 91-98) del devenir de nuestra sociedad del término,

turismofobia, y su diferencia de ocurrencia frente a los otros dos neologismos. Esta frecuencia también es similar a la registrada en *Hosteltur*, un medio especializado de la comunidad profesional del turismo: *turismofobia* ofrece un resultado de 130 noticias en las que aparece dicha palabra, *turistización* en 2 noticias, y *turistificación* en 11 noticias. Esta disparidad tan absoluta de frecuencia de empleo indica el triunfo de *turismofobia* como neologismo y su posible proceso de consolidación como palabra lexicalizada del español si se mantiene su uso en el tiempo.

A pesar de su reciente aparición, las voces *turismofobia* y *turistificación*, por la elevada recurrencia, han sido incorporadas al *Buscador urgente de dudas* de la Fundéu, en el que se consideran bien formadas. Otros términos también aceptables, según esta fuente, son *turismófobo* y, en menor grado, *turismofóbico*; y, además, en la propia Fundéu se alude a otras voces que surgen en estos contextos como *turismo borroka*, e incluso *turistificar* o *turistización*. La explicación que se ofrece de *turismofobia* ya alude a la ambigüedad de esta voz al asumir dos interpretaciones: ‘aversión al turismo’, interpretación condicionada por los componentes de la palabra, o ‘aversión al turismo masificado’, interpretación que ofrecen los medios. Es más, se indica explícitamente que se podría sustituir *turismofobia* por otras expresiones más precisas, aunque extensas (*animadversión al turismo masificado*). Todo ello se ha destacado con el subrayado:

turismofobia. Aunque por su formación *turismofobia* puede entenderse como la ‘aversión o rechazo al turismo en general’, en los medios se emplea ya desde hace tiempo para aludir, de forma más específica, al rechazo a la turistificación, modelo turístico caracterizado por la masificación y las consecuencias negativas sobre la población y los trabajadores. Si se quieren evitar ambigüedades, es posible referirse a la animadversión a este tipo concreto de turismo con otras expresiones que, si bien son más largas, pueden resultar más precisas, como *rechazo/aversión a la turistificación, al turismo masificado...*, según resulte más apropiado en cada caso.

Por otra parte, se recuerda que las voces formadas con *-fobia* no remiten necesariamente a un rechazo violento, de forma que si se alude a actos de esta clase sería más propio hablar de *violencia/ataques turismófobos* o *turismofóbicos* o de *turismofobia violenta*. (Fundéu 07/08/2017)

Esta ambigüedad o duplicidad de interpretaciones es la que conduce a un sesgo ideológico, tal y como después se detallará. También la Fundéu apunta a cómo las voces *turistificación* y *turistización* asumen distintas valoraciones (negativa y neutra, respectivamente):

turistificación. El sustantivo *turistificación* es un término bien formado con el que se alude al impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades. (...). Este sustantivo y el verbo *turistificar*, que también se emplea habitualmente, se refieren al impacto que tiene para el residente de un barrio o ciudad el hecho de que los servicios, instalaciones y comercios pasen a orientarse y concebirse pensando más en el turista que en el ciudadano que vive en ellos permanentemente. Con este sentido, también se emplea, aunque en menor medida, la alternativa **turistización**, que tampoco cabe censurar y que se usa además para indicar, de manera más neutra, que algo se hace más turístico (...)

Se recomienda mantener esta especialización semántica que el uso parece apuntar entre una turistificación centrada más en el efecto, generalmente — aunque no solo— negativo, y una turistización más neutra, ya que puede resultar muy útil en las informaciones. (Fundéu 17 /03/2017)

2. Sobre el proceso de formación: un acercamiento inicial desde la denominación

2.1. Descripción de los procesos y transparencia

Así pues, en principio, *turismofobia* es un término acuñado a través de un proceso de composición culta, a partir del sustantivo *turismo* y del formante clásico –*fobia*. Adelstein (1998) ya ha descrito la banalización de este proceso de formación, y Guerrero y Pérez (2009: 80) lo han considerado como un mecanismo de formación de palabras sumamente productivo e incluso lo han ubicado en cuarta posición por su capacidad lexicogenética (tras el préstamo, la sufijación y la prefijación), a juzgar por los datos de su análisis (Guerrero y Pérez 2011). Por la recurrencia de aparición apuntada al inicio en el buscador Google, cabe destacar, además, el triunfo notable de este proceso de formación: no solo por la capacidad para generar distintas voces, sino por la frecuencia de aparición de cada educto resultante (Vallés 2002). En la misma línea, Díaz (2012: 85) destaca la abundancia de formaciones actuales con –*terapia* (*risoterapia*), –*manía* (*alonsomanía*) y –*fobia* (*tecnofobia* o *catalanofobia*), entre otros.

En el caso de *turismofobia*, el hablante podrá inferir o considerará inicialmente que significa ‘odio, rechazo o aversión al turista’ a partir de la suma de sus componentes, aunque después en algunos medios de comunicación se pueda justificar o matizar que solo implica aversión (no necesariamente violenta) hacia cierto tipo de turismo masivo y los problemas que este exceso suscita, como ya se apuntaba en la Fundéu. Presenta, además, sustantivos paralelos ya integrados en diccionarios como *xenofobia*, *homofobia*, *androfobia*, *anglofobia*, *francofobia* o *germanofobia* y otros considerados como neológicos, así *aporofobia*, *ginefobia*, *nomofobia* o *islamofobia*. En estos eductos la base léxica inicial suele ser a su vez un formante culto. Sin embargo, en el análisis realizado por Morales (2015) a partir de los datos del Observatorio de Neología del IULA, se atestiguan tanto neologismos formados a partir de una base culta como otros que toman una base patrimonial; y, además, se destaca que, a diferencia de otros formantes, no se convierte en una base hominímica (como en *eco*–¹ directamente del griego, y *eco*–² por acortamiento de *ecológico*) y, finalmente, se insiste en el empleo esporádico de algunas formaciones: una neología efímera de carácter expresivo, como *ivafobia*, *partidofobia* o *prensafobia*. En la misma línea, para Bernal *et al.* (2016) tanto –*cracia* como –*fobia* se combinan en catalán con otros formantes cultos en lengua de especialidad, y con palabras simples en la lengua general; lo cual se repite también en español. Además, estas autoras apuntan que estos formantes generan neologismos de carácter expresivo y esporádico.

A nuestro juicio, en el caso de *fobia*, conviven dos elementos, como palabra simple y como formante culto:

fobia

Del gr. -φοβία -phobía 'temor'.

1. f. Aversión exagerada a alguien o a algo.

2. f. Psiquiatr. Temor angustioso e incontrolable ante ciertos actos, ideas, objetos o situaciones, que se sabe absurdo y se aproxima a la obsesión.

-fobia

Del lat. cient. -phobia, y este del gr. -φοβία -phobía.

1. elem. compos. Significa 'aversión' o 'rechazo'. *Xenofobia*, *hidrofobia*. (DLE 2014)

Quizá por ello, su consideración como *compuesto culto* sea discutible (Alexandre y Emmerick 2012) al poder describirse como mero compuesto univocal (o léxico) patrimonial. Desde una perspectiva diacrónica, Campos (2014) indica que *-fobia*, a diferencia de otros temas cultos como *-antropo-* solo permite su ubicación como segunda parte del compuesto. La autora analiza con rigor este formante y destaca sus cambios semánticos, así, por ejemplo, cómo *-fobia*, con el sentido de 'temor o miedo morboso (a algo)' se asienta en el siglo XIX, en el ámbito de la Psiquiatría, y en el XX sobre voces patrimoniales del español que designan enfermedades, como *cancerofobia* o *colesterofofia*, o sobre formantes cultos, como *oncofobia*. Además, señala la influencia del francés como molde o calco morfológico para estas formaciones. Justamente, sostiene que en el siglo XIX el formante *-fobia* asume el sentido de 'odio u hostilidad a (algo)' también por paralelismo con un proceso anterior llevado a cabo en el francés y, apoyado, por la antonimia de formaciones con *-filia*. En estas formaciones el primer término suele ser una voz patrimonial del español. En un principio, la hostilidad se generaba a partir de un gentilicio o grupo étnico (*castellanofobia*), y, en segundo momento, sobre un grupo social, en especial, sobre religiosos, como *clerobobia*. Finalmente, se vislumbran formaciones sobre palabras del español con fines humorísticos, como *tabacofobia*. Esta jocosidad también se presenta en otros formantes cultos como *yernocracia* o *pijolandia* (Casado 2015: 32, 58). En el último cuarto del siglo XIX *fobia* logrará su independencia como palabra, como también sucede en francés (Campos 2014). Insistimos en que esta independencia como palabra (no procedente de un acortamiento, como *tele-* de *televisión* o *eco-* de *ecológico*) y su adición sobre bases patrimoniales del español justificaría que se pudiese considerar como un proceso de composición patrimonial. Para Martín García (2017) los elementos cultos en posición inicial (como *dermo-*, *eco-* o *macro-*) pueden clasificarse en tres tipos por su distinto funcionamiento. Esta descripción también debería extenderse en cierto modo a los elementos en posición final.

En este caso, la acuñación del término *turismofobia* no conlleva un valor expresivo ni posee un carácter esporádico. A nuestro entender implica un sesgo ideológico al generar ciertas inferencias en los hablantes, ya que solo se actualiza el sentido de 'aversión al turista' por el formante (o palabra) *-fobia*, significado, además, reforzado por la existencia de la palabra simple, usada de un modo independiente. Por ello, para algunos autores se considera como un "término *criminalizador* acuñado por los agresores" o incluso un término que, según las instituciones, no debería utilizarse: "El Gobierno de Colau pide evitar el término 'turismofobia' para proteger al sector". En la misma línea y desde una perspectiva sociológica, Huete y Mantecón (2018) lo consideran como un ejemplo de cómo esta voz destaca por su instrumentalización política y por su amplificación mediática.

En cambio, *turistificación* y *turistización* (los supuestos factores que generan *turismofobia*) no implican un procedimiento de formación tan transparente. En

estos dos casos la creación neológica respondería a un proceso derivativo con sufijos patrimoniales: *turistificación* procede de una sufijación a partir de *turístico*, *turistificar* (con sufijo o elemento compositivo verbalizador *-ficar*, presente en *amplificar*, *autenticar*, *bonificar*, etc. y con el significado de ‘convertir o producir en’), y de ahí *turistificación* (con sufijo *-ción*); y en el caso de *turistización*, sucedería algo similar: derivaría del verbo *turistizar* (de *turíst* (*ico*) e *-izar*), a partir del cual se adiciona un sufijo que forma sustantivos deverbales *-ción*. El sufijo *-izar*, según DLE (2014), se utiliza del siguiente modo: “Forma verbos que denotan una acción cuyo resultado implica el significado del sustantivo o del adjetivo básicos, bien por reducción del complemento directo a cierto estado, en los transitivos, como en *carbonizar*, *esclavizar*, *impermeabilizar*, bien por la actitud del sujeto, en los intransitivos, como en *escrupulizar*, *simpatizar*.” Así pues, *turistizar* supondría una acción cuyo resultado está implicado con el significado del adjetivo *turístico*. Una explicación sintética de estos procesos ha sido formulada en una respuesta emitida por la Fundéu:

«Turistificación» (de «turistificar» + sufijo «-ción») es un derivado de «turistificar» (de «turístico» + sufijo «-ficar»). Lo mismo ocurre con turistización y «turistizar». (respuesta emitida por la Fundéu)

Cabría precisar, no obstante, que *turistificación* presenta un correlato en inglés *touristification* (de *tourist-ify* (verbo) y de *-(i)cation*), por lo que se podría sustentar que dicha forma ha sido tomada como modelo para el español. Diferente es el caso de otro neologismo que suele aparecer también en los mismos contextos, *gentrificación*, considerado como préstamo adaptado del inglés, al no constatarse elementos patrimoniales primitivos en español (como **gentri*).

Y en el caso de *turistización*, solo se documenta el adjetivo *touristy* (en *Collins*: “adj. Inf. often. derog. Abounding in or designed for tourists”), con el que no se establece un paralelismo formal respecto al tipo de sufijación ni coincide en la categoría gramatical. Resulta evidente la complejidad de clasificar estos procesos de formación a partir de un solo factor (Cabré 2006). Por otro lado y desde una perspectiva diacrónica, la raíz *turista* procede del inglés, *tourist*, formado a partir del viaje o gran *tour*, que los viajeros hacían por Europa a finales del XVIII y principios del XIX.

Por último, la palabra *turistificación* se vincula en los textos a *masificación turística* de forma muy recurrente, con lo que el hablante asocia formalmente la palabra *turistificación* con *masificación* como si de una suerte de acronimia y etimología popular se tratara.

Turistizar o *turistificar*, en principio, no guardan relación con otros dos verbos de carácter más coloquial, como *turistear* o *vacacionar* (DLE 2014), restringidos por su uso a zonas del español de América y con el sentido de ‘viajar por placer, visitando lugares en poco tiempo’ y ‘pasar las vacaciones en un lugar’. Sin embargo, en la revista mexicana, *La Jornada del Campo* (2011), aparece como tema del mes una vinculación explícita de estas dos acciones “¿Turistear o turistizar?”.

En cualquier caso, frente a la transparencia e informalidad de *vacacionar* y *turistear*, surgen esos verbos, *turistificar* y *turistizar*, con cierta complejidad fónica en cuanto a su pronunciación y con cierta opacidad en cuanto a la inferencia de su significado final, en especial, si se oponen o se pregunta por la

diferencia entre *turistificación* y *turistización*; ambas acuñadas inicialmente en textos de carácter más bien técnico, como en artículos de investigación, “Una geohistoria de la turistización de las islas Baleares”, en Revista *El Periplo Sustentable. Turismo y desarrollo* (2010), “Desposesión de vivienda por turistización. Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca)”, en *Revista de geografía Norte Grande* (2017) y “Bienvenidos a la fiesta: turistización planetaria y ciudades-espectáculo (y algo más)”, en *Ecología política*, o en el libro *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Solo con posterioridad estos términos se difundirán en prensa generalista. De hecho, en un buscador de revistas y libros de especialidad, como *Dialnet*, *turismofobia* se encuentra en 2 documentos, *turistización* en 14, y *turistificación* en 24. Sin embargo, en la actualidad se documentan incluso como etiquetas en Twitter (“Metáforas de la vida #Gentrificacion #turistizacion #asco #Lavapies calle Amparo”) o en los carteles de encuentros (“Asamblea abierta para hablar sobre gentrificación y turistización” o “Mesa redonda sobre ‘turistización’, derecho a la ciudad y la vivienda en Córdoba”).

De algún modo, *turistificación* casi se asemejaría a los acrónimos en cuanto a la dificultad de interpretación, tal y como apunta Martín Camacho (2017: 132): “todo hablante puede interpretar intuitivamente una palabra afijada o compuesta que no haya perdido, por evolución fónica o semántica, su transparencia. En cambio, para aprehender el significado de un acrónimo suele ser necesario que el hablante ya haya adquirido un conocimiento previo de él, dado que los resultados de la acronimia son muy a menudo opacos, tanto semántica como formalmente.”

Así pues, los procesos de formación establecen cierta escala de mayor a menor posibilidad de inferencia de su sentido, con o sin contexto, esto es, resultarán más o menos transparentes. En esta línea, Varó; Díaz y Paredes (2009: 200) revisan distintas teorías y concluyen que “el significado de la estructura morfológica y de las reglas de combinación de los morfemas es utilizado en circunstancias como el procesamiento de los neologismos formales”. En este caso, se plantea, a partir de lo considerado por las autoras anteriores, que algunos de los constituyentes morfológicos precisarían de una activación contextual para orientar el proceso de inferencia del significado, esto es, se acercaría a los procesos de neología semántica que, como ellas mismas precisan, exigen un modelo más interactivo y discursivo desde la perspectiva psicolingüística.

Como hipótesis inicial, sostenemos que en el caso de *turismofobia* el reconocimiento de *-fobia* como formante culto (o palabra simple), vinculado a la composición y con un sentido léxico más acotado reconocible e independiente, favorece que el sujeto descodifique de forma inmediata el término a partir de sus constituyentes (Vallés 2002: 142). Este proceso de interpretación, además, se encuentra condicionado por la notable frecuencia del formante en eductos recurrentes y habituales (como *claustrofobia*). Nótese que en el caso de *turistizar* o *turistización* no surge una relación inmediata con palabras preexistentes (en la competencia léxica del hablante) con esos sufijos derivativos, ya que en estos casos la segmentación morfológica del neologismo podría considerarse como un hecho posterior (Varó, Díaz y Paredes 2009: 204). Sin embargo, cabe matizar que cuando *-fobia* se asienta sobre una base patrimonial como *turismo* su descodificación y transparencia es notable, frente a su adición a bases cultas, como en el caso de la reciente palabra elegida por la Fundéu como término del 2017, *aporofobia*, cuyo sentido es bastante

críptico para una gran parte de la población al no reconocer el préstamo culto (griego) *a-poro-* ‘sin recursos’. Por ello, en ocasiones los hablantes deben acudir al cotexto para interpretarlos (Varó 2013: 141).

Así pues, la consideración de eductos formales repetidos y transparentes, establecidos como molde anterior, y su inserción sintagmático-discursiva son dos factores esenciales para la interpretación por parte del receptor de los nuevos neologismos formales.

Además, y aquí viene el sesgo ideológico, se discute y polemiza sobre si el sentido del compuesto obtenido, *turismofobia*, se ajusta o no a su composicionalidad estricta, como la misma Fundéu apuntaba. Lo mismo sucede con otro término ambiguo, *vecinofobia*, con una composicionalidad con un resultado polisémico: considerado como ‘odio a los (nuevos) vecinos (turistas)’ y también como ‘odio al vecino sufridor del turismo’.

En relación con *turistificación*, para autores, como el periodista Canalis (2017), sería mucho más transparente que otros vocablos sinonímicos o coocurrentes, como *gentrificación* o *Síndrome de Venecia*; aunque, lo sostenido en la presente investigación es justamente que *turistificación* no posee la transparencia que se halla en *turismofobia*:

Pero lo cierto es, por encima de esa extraña palabra "gentrificación" difícil de pronunciar y de raíz anglosajona, y del otro concepto de confuso significado como "Síndrome de Venecia", no hay duda que la palabra "turistificación" es la que ahora mismo tiene más proyección en los medios de comunicación generalistas. Pero atención, a diferencia de los anteriores conceptos como "gentrificación" o "síndrome", la palabra "turistificación" ya apunta claramente en su propio enunciado (el continente) de qué vamos a hablar (el contenido). Y seguramente por esa razón, desde un punto de vista lingüístico, el nuevo vocablo ha triunfado en los titulares periodísticos. Porque es más fácil de entender a la primera (Canalis 2017).

Para Canalis (2017), *turistificación*, empleado hoy en día por medios de comunicación generalistas, solo refleja la parte negativa del turismo, tal y como él mismo ejemplifica con titulares de periódicos. Sin embargo, como miembro de la comunidad de profesionales del turismo, *Hosteltur*, Canalis (2017) aboga por una conceptualización positiva y beneficiosa de dicho término: el turismo genera rentas económicas y puestos de trabajo. Por ello, vuelve a reproducir en su artículo la voz de un experto, con la intención, además, de proponer una conceptualización singular de la palabra, con equivalencia a ‘hiperespecialización turística’. Para explicar las causas de la conceptualización negativa del turismo, Canalis (2017) recurre a la voz de otro experto, Tomás Mazón, profesor de Sociología del Turismo:

(...) Cuando los males no son del turismo. El problema es cuando no se planifica debidamente su crecimiento. (...) En suma, añade Tomás Mazón, "la turistificación es una palabra con una carga peyorativa, porque está hablando de masificación, de gente que se pone en guardia o en contra del desarrollo turístico".

En la misma línea de defensa de una conceptualización positiva, se documenta la definición de Gobi (2017), experto argentino en discurso turístico:

Cuando hablamos de “turistificar”, nos estamos refiriendo al proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un **producto valioso al interior del mercado de viajes**. Para ello, es necesario que ese “hecho” adquiera ciertas características que permitan comercializarlo.

2.2. Una cala en una muestra de hablantes

Pero más allá de los deseos de que las palabras expresen determinados conceptos y de las reflexiones de los expertos, se ha comprobado el distinto grado de conocimiento o inferencia semántica (y transparencia) de estos neologismos a partir de un cuestionario lingüístico, realizado a una muestra de informantes, compuesta por 95 estudiantes de los grados de *Traducción y Mediación Interlingüística* y de *Hispánicas* de la Universitat de València, con edad media comprendida entre 19 y 20 años. Se les ha indicado que anoten el posible sentido que atribuyen o atribuirían a los términos *turismofobia*, *turistización*, *turistificación*, *gentrificación* y *vecinofobia*. No se les ha dado un cotexto para no afectar a las respuestas - aunque es evidente que todos ellos estarán condicionados por su competencia léxica previa y por la información recibida a través de los medios de comunicación - a diferencia de una encuesta similar de procesamiento neológico emprendido por Varó (2013), en el que se reproducía un cotexto, ya que se pretendía averiguar el tiempo / esfuerzo invertido en el procesamiento y el uso del contexto en cada procedimiento de formación. Se han añadido a la encuesta dos neologismos que suelen surgir en las mismas noticias para comprobar qué sucedería con un anglicismo, como *gentrificación*, y con otro término con el formante culto *-fobia*, pero con una frecuencia de aparición muy esporádica, *vecinofobia*. Se trata de una mera cala en el conocimiento o la capacidad de inferir el sentido en una muestra de hablantes. Los resultados han sido los siguientes:

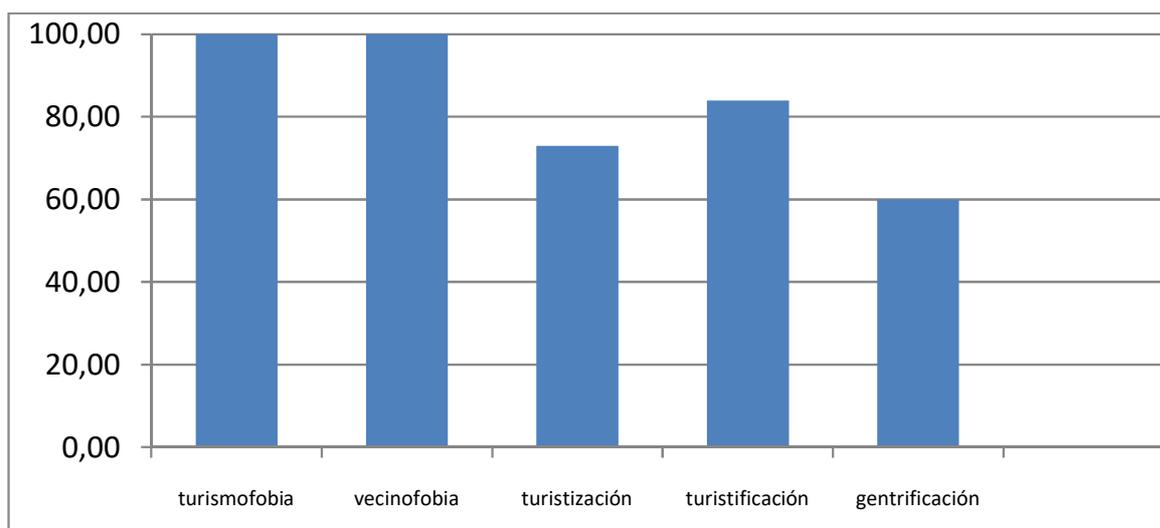


Tabla 1. Porcentaje de conocimiento del posible significado de las voces en la muestra de hablantes

En principio, los resultados confirman la hipótesis inicial. Los hablantes consideran que las voces formadas por composición culta (o composición), *turismofobia* y *vecinofobia* son las más transparentes frente al anglicismo *gentrificación*. En una

ubicación intermedia, estarían los derivados por sufijación, *turistización* y *turistificación*, si bien llama la atención que *turistificación* aparezca con mayor grado de conocimiento que *turistización*, quizá por etimología popular como *masificación*.

Desde la perspectiva de los significados atribuidos, los sujetos consideran que *vecinofobia* representa ‘odio/adversión al vecino’ y *turismofobia*, ‘odio/adversión al turista’ (58%), ‘odio/adversión a la masificación turística’ (31%) y ‘odio a realizar turismo’ (11%). De este modo, se confirma que *turismofobia* es claramente un término con un sesgo ideológico porque más allá del sentido que adquiera en el contexto, el hablante suele interpretarlo (58%) por sus dos componentes constitutivos (*turismo + fobia*).

Del mismo modo, en el caso del anglicismo *gentrificación*, y a pesar de pertenecer la mitad de los informantes al grado de traducción, del total (60%) que aporta un sentido para el término, solo un 42% coincide con el significado habitual en sociología (‘convertir un barrio en rico’), para otro 42% se trataría de ‘aumentar en exceso la población de un barrio’ (quizá por etimología popular con *gente), un 11% ‘convertir un barrio en nuevo’ y un 4% son claros errores. Por consiguiente, el sentido del anglicismo solo sería conocido por un 24% del total de estudiantes y no por un 60%. Este término ya ha sido analizado por la Fundéu, Moya (2018) o Bernal (2018):

Gentrificación es una adaptación adecuada al español del término inglés *gentrification*, con el que se alude al proceso mediante el cual la población original de un sector o barrio, generalmente céntrico y popular, es progresivamente desplazada por otra de un nivel adquisitivo mayor. La palabra inglesa *gentrification* deriva del sustantivo *gentry* (‘alta burguesía, pequeña aristocracia, familia bien o gente de bien’). (...) Aunque inicialmente su uso estaba circunscrito al mundo de la sociología y el urbanismo, la palabra *gentrificación* ha comenzado a emplearse en los medios de comunicación (...) De las alternativas propuestas hasta ahora en español, *elitización* o, más precisamente, *elitización residencial* es la que más se ajusta al sentido del término original (...). (Fundéu 24/04/2013).

Bajo la apariencia bohemia, pues, la *gentrificación* esconde una falta de planificación urbanística que mejore los barrios más «gastados» sin necesidad de perjudicar a sus vecinos. A pesar de ello, puede verse la *gentrificación* de un modo más amable y positivo, como una solución urbanística para estos barrios empobrecidos que parecen haber entrado en una espiral de degradación irre recuperable. (Bernal 2018).

Curiosamente, *gentrificación* ha sido objeto de revisión conceptual en la documentación utilizada como corpus de esta investigación en (1) (la negrita es nuestra):

- (1) Así, el problema viene sobrevenido cuando por la turistificación las instalaciones, viviendas y comercios de un lugar “equis” pasan a orientarse y concebirse pensando más en el turista que en el ciudadano que vive en esos barrios permanentemente y... nos termina llevando a una situación de **gentrificación**. Y, como geógrafo, **no me gusta emplear incorrectamente los términos y me niego a aceptarlo más que como idea original -como el pecado- porque no estamos ante los barrios** de la Gentry (clase alta; alta burguesía) y no me vale eso más que ser un proceso de transformación de un

espacio urbano tradicional que termina alterado. El **concepto original** partía de un espacio que por dejadez se había ido deteriorado -o que estaba en declive porque los Gentry pasaban mucho de recomponer el lugar- en el que intervenía la reconstrucción -o rehabilitación-. Inicialmente, cuando comenzamos a estudiar esto a mediados de los 60, ya veíamos que provocaba un aumento del coste habitacional en estos espacios. Ahora, lo que ocurre es que los residentes tradicionales terminan por intentar abandonar un barrio “que era suyo” (y muchos no lo consiguen) en el que ahora ni pueden pagar sus alquileres, ni convivir con el nuevo uso. (*Blog Benidormerías*, 10/07/2017, de J. Díaz)

En esta documentación, se insiste tanto en el texto anterior como en el ejemplo posterior de (2) en su diferencia respecto a *turistificación*:

- (2) Desde el Centro de Estudios Demográficos de la Universidad Autónoma de Barcelona llevan años estudiando el fenómeno de la **turistificación** en los barrios de la ciudad. Antonio López Gay, doctor en Demografía, explica que al igual que en la **gentrificación clásica** lo que se produce es una "competencia por el territorio". Sin embargo, mientras que en esta se produce una sustitución por clases sociales más altas y no necesariamente hay pérdida de población, en la turistificación sí se produce un descenso de hogares. (Noticia. *Informativos 24horas*. Rtve. 10/08/2017, de A. Martín Plaza).

Sin embargo, en la prensa general y en función de la ideología también puede apuntarse una connotación positiva, como sucede en (3):

- (3) Y todo ello sin contar la famosa "gentrificación", que, pese a sonar fatal y haberse convertido en el nuevo mantra de la lucha proletaria, hace referencia a la necesaria y siempre positiva modernización de los barrios urbanos. (Artículo en *LibreMercado.com*, 04/08/2017, de M. Llamas).

Por último, en relación con las connotaciones atribuidas a *turistización* y *turistificación*, no siempre se cumple lo señalado por la Fundéu: del total de los que proponen un sentido, predomina en ambos casos su concreción como ‘conversión de un espacio en turístico’; en *turistización* (79%) y en *turistificación* (58%); y solo en un 15% en *turistización* considera ‘conversión de un espacio en masificación turística’ y en *turistificación*, un 28%. En suma, el conocimiento morfológico intuitivo del hablante les atribuye un sentido bastante similar a ambas voces.

3. De la denominación a la categorización conceptual en su contexto discursivo

3.1. Lo concreto frente a lo abstracto

Como punto de partida o premisa inicial, se considera que cuando el concepto se relaciona con un referente concreto del mundo exterior, como los sustantivos *app*, *básico*, *bonobo*, *brownie*, *cupcake* o *flyer* (todos ellos y los posteriores son neologismos procedentes del *Blog del Martes Neológico*) es más fácil describir y precisar su sentido que cuando se corresponde con acciones o hechos, como *bookcrossing*, *ciberacoso*, *cibersexo*, *clonar*, *coaching* o *burbuja inmobiliaria*, y todavía se dificulta más cuando guarda relación con sustantivos abstractos que aluden a posicionamientos ideológicos como *buenismo*, término que ya ha suscitado cierta reflexión por sus connotaciones (Vernis 2015). Por ello, en la adquisición del

lenguaje es más fácil la conceptualización de *pájaro* que la de *sujeto (oracional)* o *nación*. De hecho, en las etapas iniciales del proceso de adquisición lingüística se prioriza la categorización a partir de la aprehensión de la realidad; y en posteriores etapas se categoriza también el nuevo lexicón a partir de la inferencia discursiva. En principio y desde una simplificación clasificatoria, al sujeto, desde una perspectiva cognitiva, le resulta más sencillo captar y categorizar los datos a partir de elementos de la realidad que construir conceptos asociados a denominaciones sin una referencia concreta (frente a abstracto), como explicar conceptos relativos a las denominaciones de las distintas categorías gramaticales o funciones oracionales en educación primaria.

En los tres casos que nos ocupan, *turimosfobia*, *turificación* y *turistización* se trata de conceptos que no establecen una designación a una referencia tangible y, por ello, la configuración del concepto dependerá del uso contextual. Nótese que la diferencia entre una voz neológica y otra que no lo es radica en que el receptor debe interpretar a partir del cotexto una palabra con la que no está familiarizado y de la que, en principio, desconoce su sentido o incluso y, por lo general, se está perfilando a partir de sus usos, como es el caso de *turismofobia*. De hecho, uno de los criterios para la identificación de neologismos es su inestabilidad formal y semántica (Obneo 2002).

3.2. Los sesgos ideológicos en los discursos digitales (prensa y blogs): la coocurrencia léxica y los dominios cognitivos

Acuñar términos con un marcado carácter ideológico no es un hecho novedoso en el devenir de los sistemas lingüísticos (Casado 2015: 23). Los motivos subyacentes a este proceso creativo responden a diversos aspectos como son:

- a) sesgar la percepción conceptual en *feminazi* (por el formante *-nazi*) (Parkas 2017), *hembrismo* (por paralelismo con *machismo*) o *yayoflauta* (por paralelismo con *perroflauta*);
- b) ocultar o aludir eufemísticamente, como en *daño colateral* (Solá 2016), *guerra preventiva*, *diversidad funcional* (Estopà 2010), *migrante* frente a *emigrante* o *ilegal* (Portolés 2011), en *flexibilidad laboral* frente a *despido* (Martín Zorraquino 2006) o en el ordenamiento jurídico español crear unas nuevas figuras, *encausado* e *investigado*, para evitar las connotaciones asociadas a la palabra ya existente (*imputado*) al utilizarse en la actualidad para referirse a diversos personajes políticos; o en el ámbito del turismo, se documentan variantes denominativas en torno a un concepto como *habitación adaptada / para personas con movilidad reducida*, etc. o *turismo para la tercera edad*, *turismo para personas mayores*, *turismo sénior*, *turismo residencial sénior*, *turismo grey*, etc.;
- c) representar colectivos y visibilizarlos, como sucede en *monomarental* para representar a las mujeres, o en *AMPA (Asociación de madres y padres de alumnos)* frente a *APA (Asociación de Padres de Alumnos)*;
- d) establecer nuevos conceptos (*transgénero*) que no coinciden exactamente con los ya existentes (*transexual*).

Como apuntaba Portolés (2011), en relación con las voces *emigrante*, *inmigrante* e *ilegal*:

Una expresión lingüística no es el espejo que refleja una realidad determinada, pues la lengua sólo proporciona la urdimbre sobre la que el oyente teje su imagen de los hechos. No obstante, la forma lingüística utilizada condiciona en buena medida el resultado de esa tarea. Elegir un nombre u otro, añadir un adjetivo o suprimirlo, favorece o dificulta una determinada representación de la realidad.

3.2.1. Sobre *turismofobia*

En el caso de *turismofobia* el sesgo ideológico se genera porque el procedimiento de creación léxica utilizado favorece una determinada inferencia cognitiva, como ya se ha apuntado en el apartado anterior y se ubicaría en el subapartado a) del párrafo precedente; un sesgo ya reconocido por diferentes autores: “Ante nuevas formas de activismo –o a la popularización de éstas–, nuevas formas de descrédito: tú no eres feminista, eres *feminazi*; tú no sufres turistificación, tú padeces *turismofobia*.” (Parkas 2017).

Su reciente aparición justifica los siguientes resultados, derivados de los cotextos discursivos analizados, todo ellos y el resto de ejemplos proceden de nuestro corpus de textos (blogs y prensa digital):

- se alude a su génesis o creación: “Bautizarlo con un palabro como turismofobia es el peor síntoma”, “Ha nacido la turismofobia”, “Ha aparecido la turismofobia”.

- se destaca gráficamente como una voz novedosa con comillas o cursiva: “El Gobierno de Colau pide evitar el término 'turismofobia' para proteger al sector”.

- se reflexiona sobre su significado e incluso se debate, se discute sobre la idoneidad del propio término, se califica y se alude a *turismofobia* como *término*, *palabra*, *palabro* o *neologismo*, bien desde un posicionamiento que activa este uso ideológico en (4). De nuevo, la letra negrita es nuestra como recurso para destacar el elemento analizado en cada ejemplo:

(4) - El **término** que ha puesto del revés el verano ya ha sido declarado por la Fundéu como un **neologismo** válido (...) Es en este contexto en el que aterriza el **término** que ha puesto este verano del revés: turismofobia. Sin cursivas, sin comillas; en redonda.

- Eso es lo que desencadena la turismofobia, un **término** que se ha puesto de moda este verano precisamente por eso.

- Según este modelo, el turista es un cliente que acude a una ciudad solicitando unos servicios y pagando por ellos. Como cliente, tiene toda la razón. Su única responsabilidad, su único papel en este juego es dar beneficio, de modo que cualquier protesta contra el modelo turístico se toma como un ataque contra él. Un segundo desplazamiento derivado del primero. En este punto estamos ahora. La **palabra** “turismofobia”, tan de moda, es la constatación.

o desde un posicionamiento que percibe el sesgo ideológico de esta voz y rechaza su uso como instrumento al servicio de determinada visión de la realidad en (5):

(5) - ¿Qué es la turismofobia? (...) Son **terminologías** que sólo usa el agresor, emparentadas en tanto que cortina de humo. Hay que dejar de usar esta palabra porque da cobertura ideológica a quienes especulan con la vida de los vecinos”, explica a este diario”, “solo da cobertura ideológica a los agresores

- Bautizarlo con un **palabro** como *turismofobia* es el peor síntoma
- Y se vende un relato viciado donde los residentes no protestan contra el modelo de ciudad, sino que desprecian y odian a los turistas. El falseamiento de la realidad es tan burdo que sorprende que la **palabra** haya encontrado tanto espacio en la prensa
- **denominación** excesiva: turismofobia
- Las acciones reivindicativas, vandálicas como mucho, contra la masificación del turismo que Arran ha llevado a cabo estos días en Barcelona e Illes Balears **han sido denominadas** de diferentes formas y **todas excesivas**, desde **kale borroka** a **turismofobia**.
- La turismofobia, por tanto, no solo se ha convertido en un elemento de respuesta ante la turistificación, sino que además está siendo utilizada por la clase política para abrir un **conflicto ideológico**.

No cabe duda del uso y abuso de estas voces en la prensa española actual, aunque en la prensa de otros países como México, en *El Universal*, también aparece este término, considerado igualmente a modo de enfermedad, como si de una metáfora se tratara.

En España *turismofobia -turistización y turistificación-* se vinculan a periódicos de zonas en las que en un momento temporal concreto han desarrollado alguna acción contra los turistas (*La Vanguardia, Diario de Sevilla, La Marea, Somos Malasaña, Eldiario.es.Canarias, La Voz de Lanzarote, El Levante, El Periódico Ibiza, Diario Mallorca*), o en determinados periódicos, como *El País* o *El Confidencial*, y especialmente, *El Mundo*. En un tercio de los textos suelen aparecer de un modo simultáneo (*turismofobia* y *turistización/turistificación*). En general, la mayor parte de los ejemplos analizados en esta investigación proceden de textos publicados en medios de comunicación, prensa, y otra parte en blogs. Desde esta perspectiva los periodistas, aunque a veces insertan un discurso polifónico, van construyendo una identidad positiva o negativa de los protagonistas de las noticias.

Generalmente, el neologismo *turismofobia* suele incluirse en el titular periodístico, desde el que ya se expresa el posicionamiento ideológico (Ruiz y Guijarro 2016). Véanse como muestra los siguientes titulares de (6):

- (6) La excusa de la turismofobia; Turismofobia, debate viciado; La turismofobia llega al comercio: Turismo, no gracias, fuera; Turismofobia, ciudades de alquiler; Susana Díaz culpa a la «turismofobia» de la caída del empleo en agosto; Turismofobia: la falacia que convierte al vecino en antisistema; Turismofobia; El Consell cree que la ‘turismofobia’ en Ibiza «sólo son un par de pintadas»; La OMT dice que la «turismofobia» es fruto de malas políticas de sostenibilidad; Canarias cree que una tasa turística alentaría la 'turismofobia'; Turismofobia en España: dónde se producen las protestas y cuál es su objetivo; Turismofobia y vecinofobia; "Tourists go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?

También se emplea esta voz en revistas y medios de comunicación del sector profesional del turismo, como *Hosteltur, Nexotur, Invatur* o en blogs de expertos del turismo (*Turismografía, Blog de Viajes, Benidormerías*, etc.), tal y como ya se ha indicado. Obsérvese que ni en *turistificación* ni en *turistización* surgen tantas voces coocurrentes que aludan a *debate, controversia* o *polémica*, imbricadas con los

términos aludidos, si bien se puede documentar: “Turistificación: la palabra de moda para demonizar al turismo”.

En función del texto o artículo aparecen dos visiones antagónicas del mismo fenómeno y dos identidades discursivas: turista y residente ¿quién es la víctima y el vándalo? Además, en los textos pueden incluso coexistir diversas visiones si el periodista inserta las voces de los diversos actores (psicólogos, escritores, políticos, vecinos, representante de asambleas, etc.) de esta colisión dialéctica, en una polifonía textual: actores que representan y defienden las distintas posturas de este enfrentamiento argumentativo y en el que, además, en la sección del diario se insertan las etiquetas “Polémica. Análisis”, “Falacia”, “relato viciado” y se explicita “Aún queda debate”. Así, en uno de esos artículos, se opone lo sustentado por “los expertos” (psicólogos, literatura psicológica, base empírica) y fuentes institucionales como la OMT (con palabras como *responsabilidad* y *sostenibilidad*) frente al “miembro de la asamblea” y el “escritor cultural”, que sostiene el discurso de la defensa del territorio. En general, los autores de los artículos se posicionan tanto por la autoridad de las voces seleccionadas en la polifonía textual como en la conclusión final, en la que, además, se toma partido de un modo más claro.

Estas dos visiones antagónicas responden al siguiente esquema más general y amplio, con la consiguiente coocurrencia léxica que argumenta en un sentido u otro:

turista (valoración positiva) = agente desarrollo económico, con voces como: *fuerza de creación de riqueza, mejora de dotación, principal actividad económica, mejores servicios, principal sector de nuestra economía y el primer generador de empleo, riqueza, empleo, crecimiento, sustenta al 60% de la población, industria de éxito, prosperidad de nuestro país, importante fuente de riqueza y empleo*, etc. Destaca el adjetivo *mejor* y el sustantivo *riqueza*.

vecino (valoración negativa) = responsable acto vandálico, con voces como *pijoprogre, intolerante, activistas de partidos minoritarios y radicales, hostigamiento, actos vandálicos, brotes vandálicos, reciente incidente, peligroso precedente, minoría extremista, radical, muestras anti-turísticas, aversión al turista, sectarismo ideológico, en contra del turismo, xenofobia de algunos, aversión a los visitantes, ...* Aparece especialmente el sustantivo *minoría* y los adjetivos, *minoría* y *radical*, *minoría elitista*.

turista (valoración negativa) = responsable deterioro de los barrios, con voces como *espiral inflacionista, encarecimiento salvaje del alquiler, aumento masivo de turistas, sobreexplotación, devora los barrios, masificación, turismo exacerbado, turismo gamberro de borrachera, vomitona y balconing, enfermedad de la fiebre del alquiler turístico, productor de injusticia social, turismo masivo, presión visitante intensiva, excesiva afluencia de turistas, exceso de oferta barata, especulación, excesiva afluencia de turistas, cruceristas del todo incluido, colapso de las infraestructuras, las brutales subidas de los alquileres, modelo turístico de ciudad con efectos secundarios de la sobreexplotación en la vida de las personas, turismo masivo*, etc. Abunda el adjetivo y sustantivos, *masivo*, *exceso de*, *masificación*.

vecino (valoración positiva) = sufridor del proceso, con voces como *trabajador, ciudadano, clase obrera, residente, hartazgo de sus residentes, trabajador sin techo, vecino, población autóctona, empleados, residentes*

permanentes, personas que viven en los barrios, sin respeto por el bienestar del residente ni por el medio ambiente.

Por supuesto, también se aprecian argumentaciones intermedias que conducen a la consideración de que la resolución del conflicto supera esta valoración dicotómica y pasa por una gestión política más coherente: gestionar mejor el turismo desde las administraciones públicas. Esta es la postura que suele aparecer en los medios de comunicación digitales especializados. Esta es también la postura de la propia OMT, con el discurso de la *responsabilidad* y la *sostenibilidad*. También en algún artículo de *El Mundo*, se alude a “una regulación sensata”.

Del mismo modo, en los entornos digitales se detectan posibles respuestas, opiniones o comentarios de los lectores que muestran acuerdo o desacuerdo con lo dicho por el autor del texto y la posición ideológica que sustenta. Así por ejemplo, el artículo “Turismofobia en España: dónde se producen las protestas y cuál es su objetivo”, publicado en *20 Minutos*, ha provocado 93 comentarios, de diversa ideología en (7):

- (7) -No es una novedad que el turismo de mala calidad lleva años en Cataluña pasando por la comunidad Valenciana y Baleares, pero tampoco hay que ser tan hipocritas porque ese turismo de botellon y desmadre aporta dinero y mucho a esas regiones, Cataluña industria no tiene y agricultura lo justito que queda para que entre dinerito pues el turismo con la formula Open-bar :))
 - Si no fuera por lo que el Turismo ha aportado y aporta a este país, toda esa chusma parasitaria tendría que estar mendigando pan en vez de tener tiempo para protestas de perroflautas.

Algunos de los cuales critican el uso del término en (8):

- (8) -No me puedo tomar en serio un artículo que incluye la palabra turismofobia en el título.

O incluso entre los comentarios suelen surgir alternancias de turno con un marcado carácter ofensivo, justificado por el anonimato que protege a los internautas en (9):

- (9) -A: Claro que estamos hasta los cojones de que nuestro país esté prostituido, por supuesto que sí!!! pero...creo que hay mas motivos por los que la gente debería de quejarse en este sentido, pero... por que no lo hace??? sabes lo que te digo? que si yo quiero alquilar mi piso a un turista por 2000 pavos, que en el fondo, ese es el problema, lo hago por que el piso es mío y hago con el lo que me sale de los cojones!!!
 -B: Lo dicho, tu no eres mas tonto, porque es imposible.
 -A: Que pasa, que has leído algo por ahí que te ha jodido por que es verdad?
 -B: si, me jode, que permitan escribir aqui a subnormales profundos como tu.

Una de las pruebas de la connotación negativa de la voz *turismofobia* es que suele aparecer en cotextos precedido de la preposición *contra*, o con verbos como *acabar con* en (10):

- (10) -El pleno del Senado ha aprobado una moción que impulsa **medidas contra la** «turismofobia» presentada por el PP y que no ha contado con el apoyo ni del PSOE ni de Podemos, que se han abstenido.
 -Turismo de calidad **contra** la turismofobia

-Medidas para **acabar con** la turismofobia

En la visión que sitúa al vecino en la polaridad negativa y al turista en la positiva, aparecen diversos paralelismos, especialmente, con dos dominios cognitivos a juzgar por el léxico cotextual coocurrente: la *turismofobia* como un *evento bélico* y la *turismofobia* como un *acto vandálico izquierdista*, y en la polaridad positiva para el vecino, se asocia el turismo a un cotexto de enfermedad y a una especie invasora, entre otros:

- La *turismofobia* se presenta como un *evento bélico* (*boicot, ataque, acción reivindicativa y vandálica*), *un ataque, una cruzada, una amenaza, un atentado terrorista, un peligro, una amenaza*, como sucede en los ejemplos de (11):

(11) desde ese lado de la trinchera; nuestra lucha; su lucha es la defensa del territorio; el hostigamiento; tintes belicistas; guerra de trincheras; conflictos de convivencia; incidentes reseñables; pintadas, protestas, concentraciones y hasta un ataque a la propiedad privada; ataques al turismo; actuaciones violentas; Andalucía parecía mantenerse a salvo de la turismofobia; Turismo amenazado; Pero también para eliminar esa suerte de turismofobia que recientemente ha emergido en algunas instituciones, poniendo en peligro una importante fuente de riqueza y empleo

- La *turismofobia* se plantea, sobre todo, como una cuestión política: el vandalismo de la (extrema) izquierda en (12) frente al discurso de la justicia social en (13), sobre el que, a veces, se ironiza y critica en (14):

(12) la extrema izquierda (asociada a Podemos) está en contra de cualquier actividad económica que sea rentable; los ayuntamientos del cambio; La nueva-vieja política ha acometido la cuestión con el acostumbrado cóctel de *intervencionismo pseudobolivariano, activismo de pandereta y nostalgia*. Los arrendadores son explotadores sin escrúpulos y los visitantes, depredadores de las esencias de los barrios.

(13) Turismofobia: la falacia que convierte al vecino en antisistema. ¿Se protesta contra los turistas? No. Se protesta contra el modelo de ciudad, y contra los efectos secundarios de la sobreexplotación en la vida de las personas.

(14) Sencillo, claro, directo... Simplemente, genial. Da igual que sea cierto o no. Ya hay un culpable (turista pudiente) y una víctima (el pobre trabajador de clase obrera). El resto -es decir, la realidad- sobra. Se trata de un discurso muy efectivo, como todos los que provienen del populismo, donde los argumentos clave pivotan siempre sobre la identificación de un enemigo al que hay que combatir. Sin embargo, no es más que un cuento destinado a convencer a ingenuos e ignorantes, cuyos componentes básicos son el cinismo, el elitismo y la pobreza.

-La *turismofobia* frente al depredador, el turismo que devora como peligro, la especie invasora en (15), el monocultivo turístico en (16), la plaga bíblica en (17), la enfermedad o metástasis en (18) o las malas prácticas en (19):

(15) No estamos en contra del turismo, pero no queremos que devore de forma salvaje nuestro barrio; Un peligro bien a la vista es que la masificación conduzca a la degradación; los turistas se han convertido en las molestas

especies invasoras ‘culpables’ de la masificación y los precios abusivos; presión visitante intensiva; Parte de la población autóctona comienza a asociar la actividad turística con las especies invasoras, depredadoras, peligrosas para la conservación del hábitat; La llegada de oleadas de turistas se ha convertido en un problema para las grandes urbes.

- (16) El monocultivo turístico masivo ha entrado en la fase paradójica de que, además de amenazar el privilegiado hábitat, puede morir de éxito si no se reorienta y pone coto a sus excesos.
- (17) El éxodo de comercios útiles para la vida vecinal (ferreterías, tiendas de electrodomésticos, carnicerías, mercerías, etc.) sigue el éxodo de los vecinos, expulsados por este cambio y por el incremento de los precios del alquiler y el descenso de la calidad de vida.
- (18) los profesionales cualificados padecen los efectos de la fiebre del alquiler turístico que expulsa a los autóctonos hacia la periferia; Donde se niegan licencias turísticas se multiplican los alojamientos ilegales. Donde se conceden, buscando la descongestión, se produce una metástasis del problema.
- (19) El secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, dijo hoy que la falta de empatía que se da en diversas ciudades contra los turistas, conocida como "turismofobia", es fruto de "malas prácticas" en la gestión pública que no favorecen la sostenibilidad de esos lugares.

Nótese que en esta misma línea aparecen numerosos comentarios como intervenciones reactivas al artículo o *post* inicial, así el *turismo* como *plaga* en (20):

- (20) En Barcelona no se puede vivir con esta **tremenda plaga** que es equiparable a la de la langosta y cucarachas juntas, ya esta bien de tener que aguantar tanto, el transporte publico intransitable, calle masificadas , ruido todo el que les de la gana y a las horas que ellos quieran, si te tocan un piso turístico al lado tuyo estas apañado, turistas durmiendo por la calle, vomitados por las calles. De verdad puede haber alguien que este contento con esto?? (...)

Así pues, en *turismofobia* se atisba una muestra discursiva de ideología o creencias compartidas conducente (Van Dijk 2008: 208) a sostener los intereses del grupo socioprofesional que se enriquece con los beneficios de la explotación de los recursos del turismo y pretende descalificar con esta etiqueta a los vecinos que se sienten perjudicados y plantean una gestión turística más racional y menos masificada. De este modo, la reivindicación se convierte en aversión, en acto vandálico o en extremista de izquierdas. Y, ante esta etiqueta cabe por parte del colectivo de vecinos o por parte de los mediadores (escritores, periodistas, etc.) su rechazo directo, ya que su redefinición como oposición a un tipo de turismo masificado mantiene inevitablemente el componente esencial de ‘aversión al turismo’. Para Van Dijk (2008: 222) “probablemente el mayor grado de significado de un discurso controlado por la ideología es la selección del significado de las palabras mediante la *lexicalización*”. Es más, sin duda, se asemejaría a la consideración de un ejemplo de uso del lenguaje ideológico, como el que tiene lugar al llamar a determinadas personas como *terroristas* en lugar de *luchadores de la libertad*, “no es sólo el resultado nominal de una categorización evaluativa o identificativa, sino también una posición ideológica, dada la posición política del hablante y su grupo” (Van Dijk 2008: 223).

De este modo, el discurso va perfilando una serie de identidades, de *turismofóbicos*.

3.2.2. La turistificación y la turistización

Con *turistización* y *turistificación*, el neologismo no siempre figura en el titular. Seguramente, al no constituir para el posible lector un elemento singular y atractivo que incite a la lectura del texto, frente a lo que se ejemplifica en (21):

(21) El turismo puede acabar con tu ciudad... y Madrid ya se va enterando; Vecinos exigen frenar la inversión en turismo y dismantelar Turismo Barcelona.

No obstante, se puede encontrar alguna documentación de estas voces como titulares en (22):

(22) Madrid, Barcelona y el dilema de la turistización; La turistificación o el 'síndrome de Venecia'; Nace la plataforma 'Ciudad para quien la habita' para combatir la "turistización"; Turistificación: la palabra de moda para demonizar al turismo; La turistificación, una "burbuja" que amenaza no solo a los vecinos sino al propio sector; Los efectos de la 'turistificación' en España; Turistización, mallificación y baretización del espacio público; El "malestar vecinal" y Ganemos Madrid impiden la turistización de Divino Pastor 9, Antonio Maestre y el cuento de la turistificación.

Tampoco es tan habitual, como en *turismofobia*, la alusión a su consideración como *neologismo* o como *término* en (23):

(23) La turistificación, un **neologismo** que sirve para explicar el impacto que tiene en el ciudadano de un barrio que las instalaciones y servicios pasen a dedicarse de manera casi exclusiva al turista en detrimento del residente, es una evolución de la gentrificación.

Y cuando surge la coocurrencia con voces como *debate*, suele ser para referirse al proceso y no a su sentido como palabra en (24):

(24) El **debate** sobre la turistificación y las consecuencias que tiene sobre la población y las propias ciudades, que corren el riesgo de convertirse en un mero "escenario" o "parque temático", no es nuevo, pero los actos vandálicos de los últimos días contra objetivos turísticos lo han puesto con fuerza en el centro del foco mediático

Por último, la connotación semántica aconsejada por la Fundéu (negativa, en *turistificación*; frente a neutra en *turistización*) no se aprecia en todos los textos revisados, ya que *turistización* también se asocia a lo negativo. Se puede afirmar que, si en el texto se registra *turistificación*, no se documenta *turistización* y a la inversa. *Turistización* adquiere un valor negativo al presentar coocurrencia con *saturación turística* en (25), con *masificación turística* y *turismo masivo* en (26), *combatir(la)* y *conflictos* en (27), *afectadas por* en (28), *indignación* y *en contra de* en (29), *especulación* en (30):

(25) Madrid, Barcelona y el dilema de la turistización (...) Sin embargo los más incrédulos aún piden **pruebas ¿cómo sabemos que el centro de Madrid está saturado urbanísticamente por la turistización?**(...) Si tomamos ahora como

modelo el Pla Especial d'Allotjament Turístic (PEUAT) que ha realizado el Ayuntamiento de Barcelona, –que tiene como objetivo controlar **la saturación turística**–, (...) Este plan diferencia cuatro zonas en la ciudad y establece limitaciones a la creación de nuevas plazas turísticas en función de **su grado de saturación**.

- (26) Contaba cómo muchas ciudades estaban viendo las orejas al modelo de turismo masivo que deja mucho dinero pero también unos cuantos problemas.
- (27) Un grupo de ciudadanos de Palma ha constituido la asamblea 'Ciudad para quien la habita' con el objetivo de combatir la "turistización" de Palma. Para ello, crearán una red de apoyo mutuo entre los diferentes barrios y colectivos dirigida a romper el aislamiento entre zonas y fomentar la solidaridad y la respuesta común "ante los conflictos provocados por el turismo".
- (28) Las jornadas continuarán esa misma tarde en la Casa del Pumarejo, de 18:30 a 21:00, con experiencias de personas vinculadas a la actividad turística, sea como comerciantes, trabajadoras del sector o afectadas por la turistización en Sevilla.
- (29) Y la indignación de los habitantes de la Barceloneta contra la imparable turistización inundó las callejuelas junto al mar al grito de «El barri no està en venda!».
- (30) Hotel Praktik: manual de especulación, turistización y destrucción residencial

Turistificación suele incorporar ese valor negativo (*impacto, amenaza, riesgo, expulsión de vecinos, desahucio, especulación*) en (31):

- (31) -La turistificación, un neologismo que sirve para explicar el impacto que tiene en el ciudadano de un barrio que las instalaciones y servicios pasen a dedicarse de manera casi exclusiva al turista en detrimento del residente, es una evolución de la gentrificación.
 - Desahuciados por la turistificación: “Me tiran de casa para alquilarla en Airbnb”
 - La turistificación, una "burbuja" que amenaza no solo a los vecinos sino al propio sector
 - Los alquileres turísticos elevan los precios y expulsan a los vecinos del centro. Los expertos advierten del riesgo de que las ciudades se conviertan en "escenarios".

En esta línea, Canalis (2017) recopila titulares en los que presenta una visión negativa:

"Atrapados por la 'turistificación" (El Confidencial); "La 'turistificación', conflicto urbano que trae la tecnología" (El Mundo); "La turistificación es el efecto negativo que tiene para el residente el descontrol y excesivo turismo de una ciudad" (El Español); "Protesta festiva en Lavapiés contra la turistificación al grito de "carril trolley ya, por toda la ciudad" (El diario) (...)

También aparecen los dominios cognitivos del turismo considerado como *monocultivo, plaga, enfermedad*, etc. Véase como muestra este primer dominio los ejemplos de (32)

- (32) -Ubicado en Russafa, un antiguo barrio de inmigración, reconvertido primero en refugio hípster y, ahora, en aspirante **a monocultivo de apartamentos** con destino a Airbnb, el inmueble, sin ascensor, tiene cinco plantas de viviendas envejecidas de techos altos y suelos de baldosas hidráulicas.

- La movilización pretende expresar su rechazo al actual modelo económico de Balears, basado en el **monocultivo turístico**, y contra la saturación de los últimos veranos.

4. La constelación neológica: creaciones esporádicas o neologismos

En el marco de los discursos sobre *turismofobia* se acuñan una serie de voces novedosas que van generando una especie de *constelación*, tal y como se ejemplifica a continuación. Para el que está en contra de la *turismofobia*, considerada como odio al turista, se dibujan palabras para etiquetar estas realidades en (34):

(34) *pijoprogre* En sus segmentos pequeñoburgueses, la crítica al exceso de turismo aparece ligada a criterios de carácter estético o pseudoambiental, propios de una neotipología española, los *pijoprogres*. Los primeros, por odio al sistema y los segundos por un esnobismo políticamente correcto parecen dispuestos a liquidar una de las mayores fuentes de creación de riqueza de España.

turismofóbico A su vez, las organizaciones y personas integradas en esta corriente son un subproducto de las tendencias antiglobalización en el sentido más amplio de la palabra, ya que los *turismofóbicos* son hostiles, tanto a la libre circulación de personas como a la de los servicios si englobamos el turismo en ese sector

turismófobo -Las actuaciones *turismófobas* buscan realizar una crítica feroz hacia una actividad que, según consideran los grupos perpetradores, precariza tanto el empleo como la vida de los habitantes de las zonas afectadas. - La espectacular transformación a mejor que han experimentado Chueca y La Latina en Madrid o ciertas partes de la Ciutat Vella en Barcelona durante los últimos años son tan sólo algunos de los ejemplos de esa terrible lacra que denuncian ahora los *turismófobos*.

antiturismo Según parece, los paladines del *antiturismo* parecen incapaces de conciliar los placeres económicos que el auge de esa industria les produce con los costos derivados de ella.

O incluso se acuñan otras voces para paliar esa *turismofobia* en (35)

(35) *turismofilia* Para terminar, Almodóbar ha dicho con rotundidad que «frente a la *turismofobia*, *turismofilia*, la misma que practican nuestros empresarios y trabajadores del turismo en España, los verdaderos artífices de nuestro éxito, que ya han expresado su creciente preocupación por la repercusión que tiene el criminalizar a quienes nos visitan y eligen como destino vacacional».

En otros casos de (36), se alude a las causas del fenómeno, con términos neutros, como los anglicismos, *gentrificación* o *homesharing*, o con voces más condicionadas semánticamente, como *turismo low cost*, *turismo gamberro*, *vomitona* y *balconing*, *cruceristas todo incluido*, *burbuja turística* o incluso técnicas, como *terciarización*, *cercamiento urbano* y *mallificación*, o con términos relacionados como *hipsterización* o *bornización*:

(36) *Gentrificación* -Si no hacemos nada, la *gentrificación* (proceso por el que el aumento de los alquileres expulsa de sus barrios a los residentes tradicionales) acabará con la personalidad de Palma. - Inquilinos de un edificio entero desalojados en el barrio de Russafa, una anciana de 86 años con amenaza de

desahucio: las víctimas de la gentrificación en Valencia tienen nombres y apellidos.

homesharing / home sharing -Fuente de ingresos alternativa: los pisos turísticos y el homesharing se han convertido en fuentes de ingresos alternativas para miles de barceloneses, permitiendo la participación de cualquier vecino en una industria antes acotada a inversores y cadenas hoteleras. -Airbnb defiende, sin embargo, que su modelo "ayuda a crear un turismo sostenible que beneficia a las familias locales y a sus comunidades", en una nota remitida a RTVE.es y que, "solo en el último año, la economía española fue impulsada en casi 4.200 millones de euros gracias al home sharing" a través de su plataforma.

turismo low cost Esta precariedad no es suficiente porque Canarias compara sus salarios con países como Túnez o Egipto, competidores en el mercado del turismo low cost.

crucelistas del todo incluido.

turismo gamberro de borrachera, vomitona y balconing ¿A quién le aprovecha tanto éxito? ¿Qué beneficio extraen los habitantes de Palma con los 20.000 o 25.000 crucelistas del todo incluido que caen de golpe sobre el centro de la ciudad? ¿Quién se lucra con el turismo gamberro de borrachera, vomitona y balconing de Magaluf?

burbuja turística En este sentido, De Sans aseguró que el alquiler turístico «es la principal causa de la masificación» y que con la nueva normativa autonómica «hemos pinchado de forma controlada la burbuja turística».

terciarización Este proceso de terciarización del centro de Madrid es especialmente acusado en los barrios de Sol y Cortes, donde más de la mitad de los inmuebles se destinan a uso terciario en detrimento del residencial, que en Cortes, por ejemplo, se sitúa en el 37,2%.

hipsterización y bornización En Gràcia, se ha señalado la construcción hotelera, la «hipsterización» y la «bornización» del barrio. En Poble Nou, se han plantado contra la turistización de la Rambla.

cercamiento urbano Considero que el portal sevillaavenues.es es un ejemplo de lo que algunos autores han denominado «nuevos cercamientos urbanos». Con este término, se refieren a «la expansión e intensificación de cercas, muros, fronteras o fortificaciones que privatizan y mercantilizan los espacios anteriormente abiertos y accesibles, en favor de determinadas élites urbanas».

mallificación La mallificación del espacio público. Mallificación es un término que alude a los procesos de transformación de los espacios públicos en centros comerciales. Hasta tal punto se puede hablar de mallificación, que existe una tipología de centro comercial denominada «centro comercial abierto».

También se acuñan voces en (37) como posibles soluciones: *desestacionalización*, *desconcentración* o *desturistización*, inicialmente en textos de carácter más especializado:

- (37) Explicó que la gobernanza turística significa equilibrio y para ello es fundamental trabajar en la desestacionalización y la desconcentración, con el fin de aliviar la presión turística de algunos territorios y aumentar las llegadas a otros con mayor necesidad de incrementar su actividad turística.

"No hay soluciones mágicas, pero sí caminos evidentes", asegura la plataforma vecinal, que apuesta por "el decrecimiento turístico, la 'desturistización' de la economía y la involución del monocultivo".

O se ironiza sobre lo absurdo de la argumentación, en *industriófobo*, en *baretización* o en *turistificarse* y *turistizarse* (junto con *ociurbe*) de (38):

(38) ¿Si los vecinos protestan contra las chimeneas que les ahuman, serían “industriófobos”?

-Turistas, bares, consumo, ¡ponme otra servesa!, neoliberalización, espacio público, cercamientos urbanos, ¡ehto e er nuevo Soho sevillano!, turistización, baretización, terciarización, We love people sobre to si es con dinerito. (...) La concentración de bares en determinadas zonas, junto con una política muy laxa a la hora de asignar licencias de veladores, ha provocado lo que denominamos la baretización del espacio público.

-Medidas hay, pero el problema está siempre sobre la mesa. Hay quién tiene que aplicarse en turistificación y hay quien turistifica como nadie porque fue diseñada para ello, aunque también hay quienes piensan ya, en sitios como Benidorm -diseñada para el turismo-, que, olvidando la función primigenia de esta ociurbe, que también nosotros nos turistizamos (¡menos mal que no dicen que nos turistificamos!).

Y Parkas (2017) propone nuevos neologismos con menos sesgo ideológico que *turismofobia*, como *turisticidio*, *turistocracia* o *turistadura*:

El conflicto sigue, y quizás merezca la pena empezar a inventar nuevos términos que realmente ayuden a describirlo. Turisticidio. Turistocracia. Turistadura (Parkas 2017).

Surgen, finalmente, términos polisémicos en (39) en función de quien los use. Así, en *vecinofobia* frente al mero ‘rechazo u odio al vecino’, interpretado por los informantes en las encuestas, en los textos reales relacionados con la *turismofobia*, se emplea desde un posicionamiento dispar: ‘odio al vecino turista por los desmanes que provoca’ u ‘odio al vecino que soporta a los turistas por parte de las empresas hosteleras’:

(39) *vecinofobia*

-De ahí que Ysabel Torralbo, portavoz de Málaga Ahora, califique el problema no de turismofobia, sino de “vecinofobia”, el miedo a que tu vecino sea un visitante que está de vacaciones todo el año y que es diferente cada cuatro días

-Turismofobia y vecinofobia. En algunos lugares el término turismofobia debería ser sustituido por “vecinofobia”. Los turistas “toman” los centros urbanos y zonas muy pobladas y no respetan el descanso de los autóctonos del lugar. Hay fiestas y ruidos hasta altas horas de la madrugada. También hay prácticas que causan alarma como por ejemplo el “balconing”, jóvenes sobre todo que, después de haber bebido en la mayoría de ocasiones, apuestan a ver quién se lanza a una piscina del hotel desde sus balcones.

- "¿Esto es turismofobia o vecinofobia?" Si un mes atrás, el Born fue el espacio elegido también con un vermut para ejemplarizar "cómo el espacio público está tomado por el negocio", ayer fue el epicentro de Palma. "En cuanto hemos llegado con cara de sospechosos, nos ha pedido la identificación. ¿Es turismofobia o vecinofobia?", se preguntó el activista Manel Domènech.

-En algunos lugares el término turismofobia debería ser sustituido por “vecinofobia”. Los turistas “toman” los centros urbanos y zonas muy pobladas y no respetan el descanso de los autóctonos del lugar.

En toda esta constelación de creaciones léxicas, se pueden observar numerosas voces de uso esporádico u ocasional (Estornell 2009), en general con una función ideológica de oposición, por lo que no es esperable que acaben incorporados a los diccionarios generales (como *turisticidio* o *baretización*). Se alude a una *función ideológica* porque se acuñan intencionalmente, de un modo consciente, para contrarrestar y oponerse a los términos *turismofobia* o *turistización*.

Por el contrario, los neologismos surgidos en ámbitos más técnicos (como *desestacionalización* o *gentrificación*) o que designan realidades con un concepto más preciso y, en parte, considerado como novedoso (*homesharing*) es probable que se sancionen en los diccionarios. Por supuesto, voces como *turismofobia*, *turistización* y *turistificación* son candidatos a incorporarse a los diccionarios, por su frecuencia de uso a pesar de su relativa polisemia o de su sesgo ideológico. Además, las dos últimas forman parte del caudal léxico más técnico del discurso del experto en turismo. En cambio, voces como *vecinofobia* no se incorporarán por su escasa recurrencia de uso. La cuestión que se podría plantear es cómo se definirá *turismofobia* y si aludirá de algún modo a su sesgo ideológico.

5. Conclusiones

Las encuestas realizadas a una muestra de hablantes confirman la hipótesis inicial sobre la distinta facilidad para inferir e interpretar el sentido de una voz a partir del proceso de formación implicado, como ya se apuntaba en estudios precedentes (Varó, Díaz y Paredes 2009; Martín Camacho 2017). Así pues, los neologismos formados por composición culta (o patrimonial), como *turismofobia* o *vecinofobia*, son más transparentes para el hablante y se infiere con mayor facilidad su posible sentido, que en el préstamo (como el anglicismo *gentrificación*). En una posición intermedia quedaría la sufijación por derivación patrimonial, como *turistización* y *turistificación*.

Justamente esta facilidad para acceder al sentido, su transparencia, es una herramienta lingüística para etiquetar una realidad con un claro sesgo ideológico; la forma de nombrar un referente influye en la génesis del concepto en el hablante: la gramática y sus formas inciden en la conceptualización. De este modo, *turismofobia* supone una denominación en la que destaca la consideración de ‘aversión’ y ‘odio hacia el turista’ frente a una *realidad* en la que los actantes implicados en esa posible aversión, los residentes o vecinos de los barrios, se defienden con discursos en los que explican que no se ha generado un movimiento contra el turismo, sino contra un tipo de turismo masivo que deteriora la convivencia en los barrios. Sin embargo, a pesar de la contraargumentación de los actantes implicados (los vecinos y ciudadanos afectados) y de que los medios de comunicación maticen que *turismofobia* significa ‘aversión a las consecuencias de la masificación turística’, la activación conceptual más habitual e inmediata para cualquier hablante es ‘aversión al turismo’.

De ahí, esa constante polémica discursiva que aparece en los artículos, esa falacia o controversia, esa polifonía textual en torno al término: ya no solo se destaca como neologismo gráficamente, sino que aparece en los propios títulos de los artículos y es objeto de continua alusión metalingüística. La palabra *turismofobia* se convierte en el centro del discurso y de la controversia como prueba de su empleo como herramienta

para colorear la realidad o enfocarla desde un prisma determinado: el neologismo como instrumento para conceptualizar desde una lente distorsionadora. Nótese que esto no suele suceder con los neologismos *turistificación* y *turistificación*: no se transforman en objeto de interés lingüístico.

La coocurrencia léxica, además, en estos contextos conduce también a crear determinados paralelismos con dominios cognitivos: así, en la consideración de la *turismofobia* como ‘aversión al turista’ el turista se asocia con voces como *crecimiento económico* y *riqueza*, y el vecino con *agente del evento bélico*, con el *activista vandálico* y *radical de extrema izquierda*, y desde el discurso que rechaza el término, al ser conscientes de su sesgo ideológico (*término demonizador*), considera que la realidad se define como ‘rechazo a una masificación turística que deteriora las condiciones de vida de los residentes’: vincula el turismo con *una enfermedad*, *una plaga bíblica* o *una especie invasora*, entre otros.

Surgen, además, neologismos, a modo de constelación, que va consolidando este nuevo escenario lingüístico: por un lado, *pijoprogre*, *turismofilia*, *turismofóbico*, *antiturismo*; por otro, *burbuja turística*, *turismo de vomitona* o *turismo lowcost* y *vecinofobia*. Muchos de ellos, como *vecinofobia* o *turismofilia*, son productos lingüísticos de un uso ocasional, dado que el concepto que delimitan no acaba de precisarse y su frecuencia es tan baja que constituyen meras creaciones léxicas efímeras.

Sería necesario generar nuevos términos, casi impronunciables por su extensión, como *turismomasificadofobia* o *masificaciónturísticafobia*, *vecinicidio* o *barriocidio*, o apostar por la *turistadura* o *turistocracia* de Parkas (2017), para no sesgar la actuación de este movimiento vecinal. Y, por supuesto, todo ello desde un posicionamiento ideológico inevitable, el nuestro. En suma, no se trata de una mera *ambigüedad*, como presentaba la Fundéu, sino de una creación neológica al servicio de una ideología.

Agradecimientos

Este trabajo forma parte del proyecto de investigación NEÓMETRO: La medición de la neologidad y la dictionariabilidad de los neologismos del español, proyecto del Ministerio de Economía y Competitividad (ref. FFI2016-79129-P), financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Referencias bibliográficas

- Adelstein, A. 1998. Banalización con formantes de origen grecolatino. En Red Iberoamericana de Terminología, (ed.). *Actas V Simposio Iberoamericano de Terminología: Terminología, ciencia y Tecnología*. México: Riterm: 12-17.
- Alexandre, C. y Emmerick, K. 2012. El *status* de los componentes morfológicos y el *continuum* composición-derivación en portugués, *Lingüística*, 29: 119-145.
- Bernal, E.; García, E. y Mila, A. 2016. La gràcia és al final: la col.loquialització del compostos cultes. En Observatori de Neologia (ed.), *Mots d'avui, mots de demà*. Barcelona: IULA: 73-87.
- Bernal, E. 2018. Gentrificación. En *Blog del Martes Neológico*. <http://blogscvc.cervantes.es/martes-neologico/gentrificacion/> [09/01/2018].

- Cabré, M. T. 2006. La clasificación de neologismos: una tarea compleja, *Alfa. Revista de Lingüística*, 50 (2): 229-250.
- Calvi, M.V. 2016. Léxico de especialidad y lengua del turismo. En Duffé Montalván, A. L. (coord.). *Estudios sobre el léxico: puntos y contrapuntos*. Bern: Peter Lang: 187-214.
- Campos, M. 2014. *Fobia y -fobo,a* en el siglo XIX: entre la morfología léxica diacrónica y la historia de la lengua, *Cahiers de Lexicologie*, 104, 1: 45-68.
- Canalis, X. 2017. *Turistificación: la palabra de moda para demonizar al turismo*. En *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/122062_turistificacion-palabra-moda-demonizar-al-turismo.html [15/05/2017].
- Casado, M. 2015. *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Síntesis.
- [Collins] *The new Collins Dictionary and Thesaurus*. 1990. New York: HarperCollins.
- Cuenca, M J. y Hilferty J. 1999. *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Díaz, M. T. 2012. La formación de palabras: tendencias predominantes en la derivación. En Montoro, E. T. (ed.). *Neología y creatividad lingüísticas. Quaderns de Filologia*, Anejo 77. València: Universitat de València: 83-114.
- Diki-Kidiri, M. 2010. La néologie, témoin des changes sociaux. En Cabré, M. T.; Domènech, O. y Estopà, R. (eds.). *Actes del I Congrés Internacional de Neologia de les Llengües Romàniques*. Barcelona: IULA: 91-98.
- [DLE] Real Academia Española. 2014. *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/> [01-02-2018].
- Estopà, R. 2010. La neología especializada repte constant del mediador lingüístic. En Corominas E. y Mestres, J. (eds.). *Aspectes de terminologia, neologia i traducció*. Barcelona: Scartem: 15-40.
- Estornell, M. 2009. *Neologismos en la prensa. Criterios para reconocer y caracterizar las unidades neológicas*, *Quaderns de Filologia*, Anejo 70. València: Universitat de València.
- Estornell, M. 2013. Aproximación al léxico del turismo activo: codificación lexicográfica, formación y variación denominativa, *Normas. Revista de estudios lingüísticos hispánicos*, 3: 33-56.
- Fundéu. 2017. *Buscador urgente de dudas*. <http://www.fundeu.es> [09/01/2018].
- Gobi, J. 2017. Sobre la turistificación. En *Blog de viajes*. <https://www.blogdeviajes.com.ar> [09/01/2018].
- Guerrero, G. y Pérez, F. 2009. La composición culta y la neología de la prensa escrita, *Revista de Investigación Lingüística*, 12: 65-81.
- Guerrero, G. y Pérez, F. 2011. ¿Es la composición culta, en la actualidad, el procedimiento más productivo para la creación de neologismos?, *Terminàlia*, 6: 26-36.
- Huete, R. y Mantecón, A. 2018. El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16: 9-19.
- Martín Camacho, J. C. 2017. La acronimia. Delimitación, rasgos generales y vitalidad de un procedimiento morfológico artificial, *Verba*, 76: 105-141.
- Martín García, J. 2017. Los límites de la prefijación, *Verba*, 76: 77-104.
- Martín Zorraquino, M. A. 2006. Sobre flexibilidad, flexibilidad laboral, flexibilización, flexiguridad y otros términos del lenguaje socioeconómico. En Sedano, M.; Bolívar, A. y Shiro, M. (coords.), *Haciendo lingüística: homenaje a Paola Bentivoglio*, Universidad Central de Venezuela: 469-486.
- Morales, A. 2015. Diagnóstico de las fobias neológicas en catalán y castellano, *Debate Terminológico. Ventana Neológica*, 14, 92-95, <http://seer.ufrgs.br/index.php/riterm/article/view/63302> [09/01/2018].
- Moya, J. 2018. Gentrificación, *Puntoycoma*, 156: 10-11.

- Muñoz, C. A. y Jiménez, J. E. 2014. Análisis de neologismos con el radical *-política*: connotaciones y nociones, *Núcleo*, 31: 123-145.
- Obneo [Observatorio Neología] 2002. *Metodología del trabajo en neología: criterios, materiales y procesos*. Barcelona: IULA.
- Obneo y Centro Virtual Cervantes. 2015. Blog. *El martes neológico*. <https://blogscvc.cervantes.es/martes-neologico/inicio/> [10/01/2018].
- Obneo. 2018. Recursos y herramientas. Base de datos neológica. *Plataforma Obneo*. <https://www.upf.edu/es/web/obneo/recursos> [10/01/2018].
- Parkas, V. 2017. Turismofobia es el nuevo feminazi, *Play Ground*, 03-08-2017. https://www.playgroundmag.net/cultura/books/Turismofobia-criminalizan-problema-turistico_0_2022397756.html [10/01/2018].
- Portolés, J. 2011. Ilegales. Nombres, adjetivos y xenofobia, *Revista Mugak* 2, <http://mugak.eu/revista-mugak/no-2/ilegales-nombres-adjetivos-y-xenofobia> [10/01/2018].
- Ruiz, R. y Guijarro, J. R. 2016. Lenguaje e ideología. A propósito de la nueva ley del aborto española, *Convergencia*, 23 (71): 201-223.
- Sanmartín, J. 2016. Sobre neología y contextos de uso: Análisis pragmatolingüístico de lo ecológico y de lo sostenible en normativas y páginas web de promoción turística, *Ibérica*, 31: 175-198.
- Sobejano, J. 2009. Los distintos modelos del nuevo cliente turístico, *Hosteltur*, https://www.hosteltur.com/58823_distintos-modelos-nuevo-cliente-turistico.html [12/02/2009].
- Solà, P. 2016. Neologismos y eufemismos, a propósito *du bourbier irakien et autres dégés collatéraux*. En Gonzalo, T. *et alii*, (eds.). *Texto, género y discurso en el ámbito francófono*. Salamanca: Ediciones Salamanca: 907-914.
- Vallés, T. 2002. La productividad morfológica en un modelo dinámico, basado en el uso y en los usuarios. En Cabré, M.T.; Freixa, J. y Solé, E. (eds.). *Lèxic i neologia*. Barcelona: Observatori de Neologia. Universitat Pompeu Fabra: 139-158.
- Van Dijk, T. 2008. Semántica del discurso e ideología, *Discurso y sociedad*, 21 (1): 201-261.
- Vernis, J. 2015. El neologismo como ideología, *Las nubes* 17, 12, http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/17/el-neologismo-como-ideologia [10/01/2018].
- Varó, C.; Díaz, M. T. y Paredes, M. J. 2009. Modelos comunicativos y producción e interpretación neológicas, *Revista de Investigación Lingüística*, 12: 185-217.
- Varó, C. 2013. Aproximación teórico-práctica al procesamiento lingüístico de neologismos léxicos, *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 46 (81): 132-152.