

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

Grado en TURISMO – Facultad de Economía, Empresa y Turismo

“Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners”
La turismofobia en la prensa española 2017-2022

“Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners”
Tourismphobia in the Spanish press 2017-2022

Autora: Elena Santana Jiménez
Tutor: Pablo Díaz Rodríguez
Tutor: Alberto Jonay Rodríguez Darías

Convocatoria de mayo 2023

Curso académico 2022/2023
San Cristóbal de La Laguna a 23 de mayo de 2023

***“Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners”*. La turismofobia en la prensa española 2017-2022**

RESUMEN

La actividad turística entendida como motor de desarrollo económico e impulsada por las políticas públicas, crea impactos y tensiones sociales hasta ahora estudiados por la literatura académica. Conceptos como gentrificación, turistificación o turismofobia, han sido objeto de debate en la última década. Este último, a diferencia de otros, ha adquirido una alta repercusión mediática y política, creando lo que algunos expertos llaman “cortina de humo”, para evitar confrontar los problemas de gestión turísticos. En este trabajo se investiga este fenómeno a partir del análisis del discurso difundido por la prensa española. Con este objetivo, se analizan una selección de noticias de 4 periódicos nacionales (El País, El Mundo, La Razón y El Diario) que tuviesen relación con el objeto de estudio. El objetivo que se plantea es comparar las posturas ideológicas sobre la turismofobia en la prensa entre 2017 y 2022, resaltando qué elementos destacan para generar la opinión pública deseada.

PALABRAS CLAVE: discurso, España, medios de comunicación, turismofobia.

***“Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners”*. Tourismphobia in the Spanish press 2017-2022**

ABSTRACT

Tourism, understood as a major driver of economic development and promoted by public policies, creates impacts and social tensions that have already been the subject of studies in the academic literature. Concepts such as gentrification, touristification or tourismphobia have also been the subject of debate in the last decade. The latter, unlike others, has acquired a high media and political impact, creating what some experts call a “smokescreen” designed to avoid addressing tourism management problems. This paper investigates this phenomenon by analysing the narrative as disseminated by the Spanish press. Selected news items from four national newspapers (El País, El Mundo, La Razón and El Diario) related to the object of study were analysed with the objective of comparing ideological positions on tourismphobia in the press between 2017 and 2022, highlighting which elements are underlined in order to generate the desired public opinion.

KEYWORDS: discourse, media, Spain, tourismphobia.

“Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners”. La turismofobia en la prensa española 2017-2022

ÍNDICE

1.	Introducción	5
2.	El contexto académico de la “turismofobia”	6
2.1.	Capacidad de sustentación o capacidad de carga	7
2.2.	Medios de comunicación y la percepción de los impactos del turismo	8
2.3.	Overtourism, gentrificación y turistificación	10
2.4.	Turismofobia en los medios de comunicación	12
2.5.	La turismofobia desde los textos académicos	12
3.	Objetivos e hipótesis	15
4.	Metodología	15
5.	El contexto social de la “turismofobia”	18
6.	Análisis y resultados de la prensa escrita	18
6.1.	Los Medios y sus posicionamientos	19
6.2.	Los actores sociopolíticos	25
6.3.	La vivienda.	28
6.4.	Impactos.	29
7.	Discusión y conclusiones	32
8.	Referencias bibliográficas.	34
	Anexos	43

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa conceptual de la relación entre los principales conceptos que orientan este trabajo.	7
Figura 2. Mapa conceptual de la metodología seguida en este trabajo.	16
Figura 3. Evolución 2017-2022 de las búsquedas desde España en Google Search del término "Turismofobia".	20
Figura 4. Noticias publicadas con relación a los conceptos principales por periódico 2017-2022.	21
Figura 5. Citas en publicaciones de los medios según connotación positiva/negativa/neutra.	22
Figura 6. Número de noticias y connotación reflejada en las noticias de los diferentes medios analizados.	23
Figura 7. Citas en publicaciones de los medios según percepciones.	24
Figura 8. Partidos políticos y sus principales preocupaciones, según la prensa, entre 2017-2022.	25
Figura 9. Implicaciones por partidos políticos entre 2017-2022.	27
Figura 10. Relación entre las preocupaciones por la vivienda y los conceptos principales de la investigación.	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resultado de búsqueda de noticias en medios de prensa escrita que responden a "turismofobia" en título o contenido de las noticias, años 2017-2022.	16
Tabla 2. Selección de los 10 principales problemas en España señalados por la población encuestada.	19
Tabla 3. Relación impactos con conceptos principales.	31

ANEXOS

Anexo 1. Resultado de la selección sobre la búsqueda de textos académicos en WOS, SCOPUS, Dialnet y Google Scholars que responden a "turismofobia" en título o palabras clave, años 2017-2022.	43
Anexo 2. Número de textos académicos publicados por idioma en el periodo 2017-04/2023.	44
Anexo 3. Proporción según tipo de metodologías de análisis aplicados en los textos académicos publicados por idioma en el periodo 2017-04/2023.	44
Anexo 4. Focos de interés en la literatura académica sobre turismofobia 2017-2023.	45
Anexo 5. Noticias destacadas según temática en el periodo 2017-2022.	46

1. INTRODUCCIÓN¹

La actividad turística es considerada un potente motor económico mundial, con un notable crecimiento tanto socioeconómico como en la movilidad de personas desde su estandarización inicial a principios del siglo XX. Este proceso no es posible sin consecuencias, sin efectos que no siempre son esperados sobre las poblaciones, el medio ambiente y las formas de producción económicas. El turismo aparece en la esfera económica, social y medioambiental como una actividad determinante y sus repercusiones han sido objeto de debate académico y social-mediático en las últimas décadas.

Mientras que el debate académico suele referir aspectos o hitos más o menos específicos sobre las circunstancias o alcance de los efectos, los medios de comunicación (prensa, televisión, radio e Internet), en función de diversos intereses, cargan sus tintas en aquellos elementos que atraen la atención de sus públicos seduciéndolos a través de la emotividad, la confrontación, la exaltación positiva/negativa sobre acontecimientos socioeconómicos. Los medios dan información y conforman opinión, transmitiendo en ocasiones juicios de valor o visiones específicas sobre el contexto de interés (agenda setting; Pérez y Abad, 2018).

En 2017, según estimación del ayuntamiento de la ciudad, Barcelona cerró el año turístico con más de 14 millones de turistas, con un incremento de casi un millón respecto a 2015. Lo que se comunicó como un logro político (La Vanguardia, 10/01/2018), fue interpretado por muchos como la gota que colmó el vaso de la saturación turística en determinadas áreas de la urbe y en otras ciudades del Estado Español.

Ya en 2008, el antropólogo Manuel Delgado usó el término 'turistofobia', para referir la actitud de una población agobiada por una Barcelona turísticamente masificada y sin esperanzas de una solución grata para todas las partes implicadas. Pero entonces ya señala que el problema "no es que haya turistas, sino que sólo haya turistas", es decir, se apunta a la falta de equilibrio entre la vida urbana y los usos turísticos, así como a la mala gestión (Delgado, 2008). Donaire (2008), casi como reflejo o respuesta al texto anterior, recalca la importancia de la gestión de los flujos turísticos y presenta las respuestas a los mismos como parte de los cambios, más o menos normalizados, al incorporar el turismo a las vidas cotidianas de los residentes.

El término fue transformado en los medios de comunicación a 'turismofobia', desplazando el foco del turista (en la versión original) al turismo, invisibilizando elementos específicos del sistema como la conectividad, creación de infraestructuras, generación de residuos no visibles, etc. Un ejemplo de la inclusión de las problemáticas del turismo en la agenda de los movimientos sociales es la proliferación de documentales críticos de gran popularidad como el de Andreas Pichler El Síndrome de Venecia (2012)², que reflejó el aumento de la plusvalía de los bienes inmuebles, la expulsión de los locales y su reemplazo por servicios/actividades de índole exclusivamente turístico. Este documental pone de manifiesto cómo la ciudad pierde su vitalidad y esencia al expulsar a los locales de esta; pero, irónicamente, que siga creciendo en número de turistas (Tinajero y Bojórquez, 2019). En la misma línea, el documental Bye Bye Barcelona (2014) muestra una parte importante de esta perspectiva al exponer los efectos de la masificación turística de la ciudad y la privatización de servicios y espacios públicos.

La complejidad de los efectos percibidos del crecimiento turístico y la irradiación de los mensajes sobre los mismos, dan pie a un conjunto de estrategias de respuesta por parte de individuos, movimientos sociales e instituciones, muchas veces inspiradas política y mediáticamente. Es esta relación el objeto de análisis del presente trabajo.

¹ El título de este trabajo se inspira en la cita "*Hello tourist, we love you aunque orinéis in the corners sometimes, no, no y no, eso es bad*" de la noticia publicada en el diario La Razón con el título "Gràcia: Arranca su fiesta con el turismo de fondo" (15/08/2017).

² Antes de la popularización del concepto de 'turismofobia' era común utilizar 'el síndrome de Venecia' como sinónimo de 'turistificación' (Sanmartín, 2019)

En principio, el término ‘turismofobia’ ha sido usado por la prensa en los últimos años como sinónimo de rechazo hacia la actividad turística desde el punto de vista de las poblaciones locales de un destino, creando conceptos vacíos, alimentando la desinformación y potenciando el mensaje de odio/rechazo (Ojeda y Kieffer, 2020). Siguiendo el análisis de Huete y Mantecón (2018), se realiza una revisión del uso connotativo del término ‘turismofobia’, además de ‘overtourism/saturación turística’ y ‘turistificación’, en la prensa entre 2017 y 2022. Es decir, se parte en el año del auge del uso del término ‘turismofobia’ en la prensa escrita, abarcando el periodo de la pandemia y el inicio de la recuperación turística.

El objetivo que se plantea es comparar las posturas ideológicas sobre turismofobia en la prensa entre 2017 y 2022, resaltando qué elementos destacan para generar la opinión pública deseada.

2. EL CONTEXTO ACADÉMICO DE LA “TURISMOFOBIA”

El desarrollo de los destinos turísticos, la percepción de los residentes y sus reacciones, han sido ampliamente tratados (revisiones al respecto pueden encontrarse en Bianchi, 2018; Hadinejad et al., 2019; Sharpley, 2014), con una importante incidencia e interés por la gestión de los flujos turísticos, analizando y modelizando el comportamiento de las áreas en las que se crea la experiencia turística. Gran parte de los trabajos al respecto parten de la interpretación del modelo de ciclo turístico propuesto por Richard Butler (1980) y Sheela Agarwal (2002). En ambos, se expone un modelo teórico simplificado para el análisis de la gestión del turismo (Butler, 2022) e indirectamente, sus efectos, diferenciando un conjunto de etapas no necesariamente consecutivas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento, declive y rejuvenecimiento (distintos niveles).

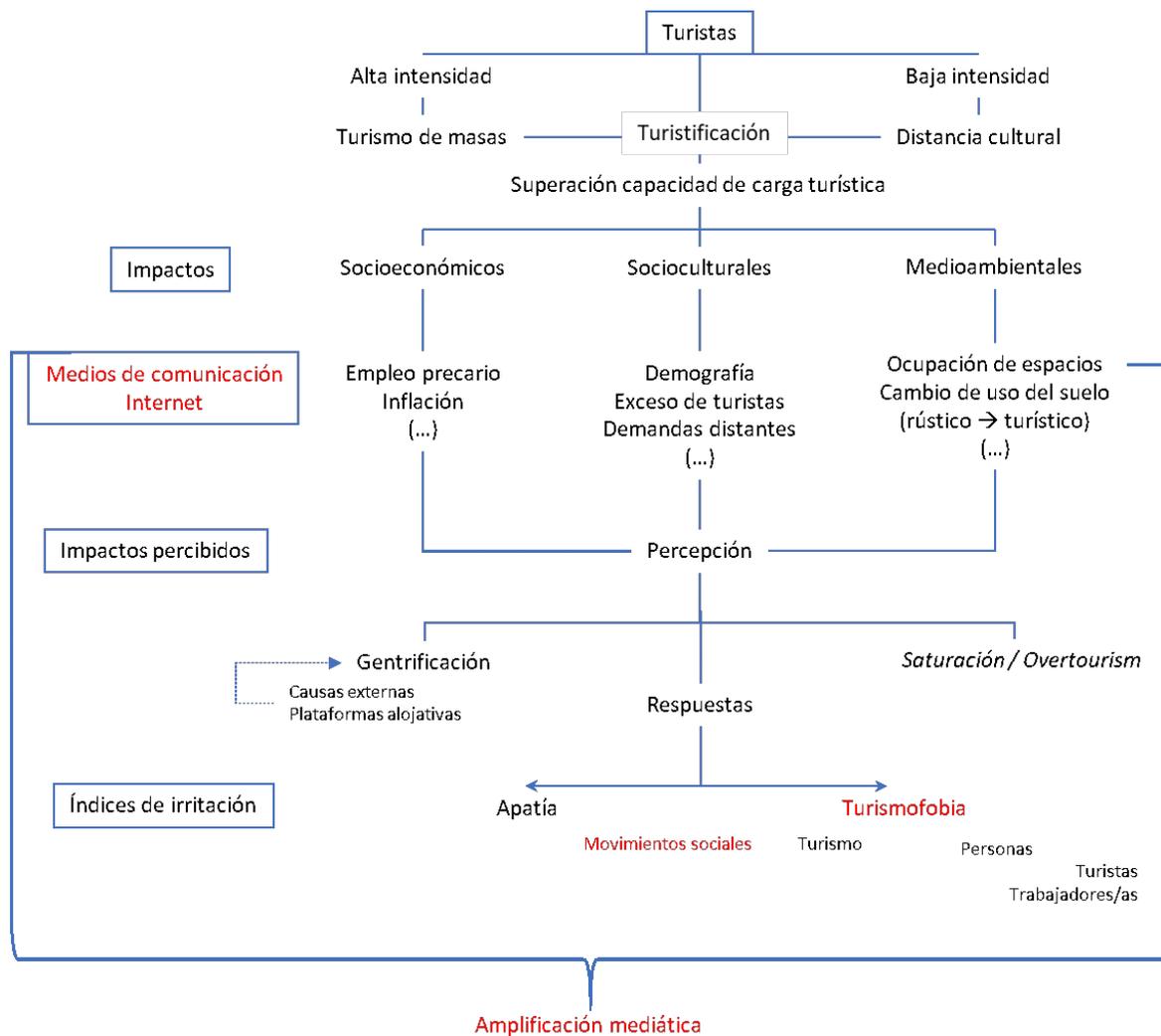
Del conjunto de interacciones que genera la actividad turística entre el territorio, infraestructuras, servicios ofertados, turistas que disfrutan de dicha actividad y las poblaciones residentes (vinculadas o no laboralmente al sistema turístico), derivan una serie de impactos, interpretados generalmente como positivos o negativos, dependiendo del punto de vista de los afectados. Es decir, tales impactos no deben considerarse, en principio, con un valor universal o con referencias a todos los actores implicados.

Se constata en la literatura que, sea cual sea la intensidad de tales desarrollos del turismo, la percepción de saturación turística puede darse bien por el exceso en el número de turistas o empresas, bien por la diferencia cultural entre los actores implicados (distancia cultural) (Hofstede, 1980; House et al., 2004 cf. Farías, 2016; Milano, 2018), la capacidad de carga turística es superada, especialmente, desde la fase de consolidación (O’Reilly, 1986; Butler, 1980).

Los sujetos que disfrutan y sufren los impactos de la actividad turística, son tanto pasivos como activos (Santana, 2009) en los cambios producidos en los destinos turísticos y reporta tanto beneficio a la comunidad (por ejemplo, la posibilidad de abrirse a nuevas culturas y formas de vida) como produce costes, no sólo económicos, a las poblaciones (percepción de carestía-inflación, cambios socioculturales no deseados,...).

Tales efectos, constatables -medibles- o percibidos, son el resultado de la correlación existente entre diversos factores políticos, económicos, sociales y ambientales, que atañen a los grupos de actores locales (población, empresariado, técnicos y políticos,...) y foráneos (tour operadores, turistas, grupos empresariales no locales, instancias de gobierno externas al destino,...). Dependiendo de tales relaciones, estos efectos podrán ser más favorables o menos para la población local o alguna parte de ella (no se trata de grupos homogéneos). Rara vez, los impactos generados se reducen a un solo ámbito, pero para la simplificación metodológica de su análisis, se agrupan en categorías. UNESCO (1976) y otros como Picornell (1993), relacionándolas con la gestión y planificación turística, las condensa en socioeconómicas, físicas (actualmente conceptualizadas como medioambientales) y socioculturales (Fig. 1).

Figura 1. Mapa conceptual de la relación entre los principales conceptos que orientan este trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

2.1. CAPACIDAD DE SUSTENTACIÓN O CAPACIDAD DE CARGA

Las situaciones de estrés continuado sobre el territorio y las gentes provocan una sobrecarga del lugar, haciendo que el mismo se sature (capacidad de sustentación o capacidad de carga) (Li et al., 2021; Naranjo-Arriola, 2021; Quintero, 2004) tanto con personas como con actividades. Esto definirá los límites sobre los que la actividad turística puede desarrollarse en un lugar sin perjudicar el entorno y los recursos (si es sobrepasado, colapsaría). La OMT (1981) ha definido este concepto como: “el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico al mismo tiempo, sin causar destrucción del entorno físico, económico, sociocultural y una disminución inaceptable de la calidad de satisfacción de los visitantes” (PAP/RAC (UNEP), 1997, 5).

Siendo un concepto relevante para la planificación y gestión del turismo (Naranjo-Arriola, 2021), el problema surge en su aplicación, en tanto que la medición de percepciones es compleja, con relaciones causales en el encuentro entre los diferentes actores participantes del destino, y debe ser continuada en el tiempo (López y López, 2007; Mathieson y Wall, 1986; Pearce, 1986). Metodológicamente aplicado en un área o territorio con implementación o crecimiento turístico, el concepto puede aportar conocimiento sobre, al menos, tres ámbitos: medioambiental, atracción recreacional/económica y capacidad social (Bimonte y Punzo, 2007; Healy, 2006) y cuatro variables: la distribución de visitantes en el área, las actividades que realizan, el comportamiento y las infraestructuras turísticas de un territorio (Milano, 2017).

Se aprecia así que, tanto la tolerancia social al desarrollo turístico (medioambiente, infraestructuras, economía, y encuentros entre los actores) como las respuestas de las poblaciones implicadas, pueden estar condicionadas por la carga del destino (Tokarchuk et al., 2021). Sin embargo, no se trata de un indicador con medida o resultado absoluto y homogéneo, en tanto que varía dependiendo de múltiples fuerzas externas al turismo y la manifestación/comunicación de estas.

En términos generales, y por operativización metodológica, se ha atendido al análisis de los efectos del turismo de manera parcial, con énfasis en las repercusiones económicas (Picornell, 1993) en base a la identificación de costes y beneficios, prestando menor atención a otras posibles relaciones no tan cuantificables. Así, se tratan los impactos económicos primarios, que son los gastos directos de creación de infraestructuras turísticas en el destino, como los secundarios, que son los derivados de la relación del sistema turístico con otros sectores (como es el pago de salarios en empleos no directamente relacionados con el sistema turístico) y terciarios, que estimulan las inversiones o a la toma de decisiones en cuanto a las políticas de formación, de tal modo que, por ejemplo, aparentemente no afectan a las economías domésticas, (Santana, 2009).

Una consecuencia, no siempre correlacionada con la alta dependencia económica, es la afectación a los lugares. El uso múltiple de los espacios hace que lugares significados por la población local/residente como cotidianos o rituales o de esparcimiento, pasen a ser de uso productivo recreativo (Tokarchuk et al., 2021; Zhang et al., 2021). Al combinar en el mismo espacio estilos, necesidades y formas de vida diferentes (foráneos - locales/residentes), las líneas que separan la vida cotidiana de unos y la cotidianeidad alterada de los turistas entran en un proceso que pasa de la curiosidad a la irritación o la sustitución de espacios y la relajación del control social sobre los comportamientos públicos (Calle, 2019).

El eje de este tipo de efectos gira en torno al encuentro turístico entre los grupos de actores, incluyendo a los prestadores de servicios (Hernández-Ramírez, 2006; Pizam et al., 2000). Tales encuentros se caracterizan, fundamentalmente, por:

- (1) Son transitorios, es decir, normalmente funcionan de manera repetitiva y en base a estereotipos (MacCannell, 2001);
- (2) Están delimitados en tiempo y espacio (Santana, 1997);
- (3) Carecen de espontaneidad, que va desde la repetibilidad y confianza representada al encuentro acordado formalmente (Barretto, 2007);
- (4) Son asimétricos en cuanto a la relación de poder, en ocasiones mostrando la inferioridad de condiciones para la parte receptora (Barretto, 2007).

El visitante viaja con una idea preestablecida del destino, de lo que espera ver en el lugar y de los comportamientos esperados de los residentes. Este conjunto de interacciones continuas entre estos agentes, se reflejan inmediatamente en la calidad de vida y actividades de las poblaciones locales, o a largo plazo a través de un proceso de aculturación turística, reflejado en los cambios de la socialización o de la cultura material (performativización/escenificación de los destinos).

La experiencia cotidiana, a través de los encuentros, pero también a partir de las expresiones y emociones ajenas, marcarán la percepción individual y colectiva del conjunto de impactos, en gran medida condicionados por los medios de comunicación (Huete y Mantecón, 2018).

2.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO

La literatura ya explicaba desde los años 70 y exponía los riesgos de la fragilidad de los destinos turísticos dirigidos, en aquel entonces, al turismo masivo. En este sentido, autores como Smith (1977) o De Kadt (1991) exponen y ponen en duda los beneficios del turismo sobre las poblaciones y sus culturas, con un punto de vista crítico al paradigma del desarrollismo inicial en los destinos. Estas posturas fueron revisadas posteriormente, en gran parte debido a la especificidad en el conocimiento del turismo, dando

lugar a visiones que, sin desprenderse de las consecuencias negativas, hacen hincapié sobre los beneficios, la gestión, la gobernanza, entre otros aspectos. Una síntesis de las diferentes miradas académicas al turismo la hace Jafar Jafari (1987, 2005), agrupadas en las plataformas apologética, precautoria, adaptativa, científico-céntrica y de interés público.

Siguiendo la obsesión desmedida por alcanzar el máximo número de turistas posibles en los destinos, sin límites ni gestión, todos los esfuerzos se han centrado en promoción y expansión de infraestructuras. Junto con la estandarización de precios (siendo más asequibles) y el uso de nuevas tecnologías, facilitando los procesos de selección y reserva, el panorama resultante son núcleos turísticos masificados, que conllevan incomodidad tanto al foráneo como al local. Esta preocupación por los efectos de la saturación, o percepción de la misma, no es nueva. Con la expansión del turismo de masas, los vuelos chárter y el modelo urbanístico de ciudades turísticas, se vivieron momentos de sorpresa social y reacciones contrarias a tales desarrollos.

Entonces, como ahora, las poblaciones accedieron mayoritariamente a la información a través de las ventanas abiertas por los medios de comunicación como fuentes de información masiva. La influencia de estos medios en la conformación de una opinión pública en torno a un determinado proyecto o suceso es amplia, moldeando gran parte de los constructos de su público y, en ocasiones, orientando o dando pie a la modificación de prácticas y comportamientos (McCombs, 2006). Es decir, los medios de comunicación no solamente se encargan de difundir un determinado mensaje preseleccionado, sino que también exponen cómo hay que reflexionar sobre esa cuestión.

Para la correcta propagación de los mensajes, los medios seleccionan deliberadamente noticias o acontecimientos que presentan como más importantes con connotaciones negativas o positivas sobre ello. A este proceso, vinculado a la construcción social de significados, pensamientos o hechos sobre determinados temas, se le llama *agenda setting* y a las connotaciones que se le dan al mensaje, agenda de los atributos. Sintetizando, el procedimiento habitual, para ello, sigue dos pasos (Rubio, 2009): (1) *priming* o preactivación, que será el posicionamiento que se le quiere dar a ese mensaje y (2) *framing* o encuadre, haciendo referencia al contexto y conjunto de acontecimientos en los que enmarcar el mensaje.

El control del flujo informativo, como estrategia social, en ocasiones genera tendencias colectivas (como modas) que, con la suficiente repetición y uso político, son asimiladas como estándares. El oportuno análisis y la incorporación académica pueden fijarlas como conceptos, recreando, reinterpretando o modificando otros³. Dos ejemplos de ello son el “*overtourism*” y la turismofobia. Cuanto mayor es el entramado comercial en el que se inserta el medio de difusión, mayor será la posibilidad de expansión internacional (Reig, 2004) y cuanto menor sea el flujo informativo de orientación de interés (política, deporte, drama social o económico) mayor será la inclusión de problemas o comunicados sobre temas de índole considerados marginales (González, 2017).

El análisis de la opinión pública comunicada tendrá que tener en cuenta, siguiendo a Rubio (2009), (1) los sujetos/medio que vierte la opinión, (2) el objeto/concepto sobre el que se opina y (3) el contexto en el que se forma esa opinión. A estos habría que añadir los intereses de los medios de comunicación en crear imaginarios determinados del destino.

El acceso actual a la información es abierto y fundamentado sobre la inmediatez, pero Internet y la comunicación instantánea también ha posibilitado la interpretación y reinterpretación del mensaje y su recomunicación por profesionales y no profesionales de la información, con lo que la magnificación de una opinión o suceso, real o imaginario, también conforma opinión.

Esta sobreinformación a la que la ciudadanía se encuentra expuesta hace que, en muchas ocasiones, la percepción de los impactos o sucesos del turismo en un territorio dado venga determinada más por estímulos externos (opinión transferida) que por la propia experiencia. En términos generales, la pobla-

3 En ocasiones ocurre el proceso en sentido contrario, de forma que conceptos académicos se desvirtúan para acercarlos a la población, muchas veces tergiversando su significado según distintos intereses. Una vez insertos en el imaginario colectivo es muy difícil matizarlos, puesto que vienen impregnados de un cierto halo de ‘autoridad’ que otorga un aparente estatus a quien los usa (es el caso de conceptos como género, techo de cristal, gentrificación, resiliencia,...).

ción local/residente de un destino será más escéptica frente al turismo si no percibe cambios socioeconómicos positivos o que el desarrollo turístico, al menos, no vaya en detrimento de su acceso a los recursos (espacios públicos, servicios, empleo, áreas naturales, etc.) (Lei et al., 2023). Sin embargo, es frecuente que la percepción negativa del turismo sea compensada por la promesa de un potencial mejor nivel de vida (efecto multiplicador) (Mariolis et al., 2021; Rusu, 2011). Esto es, la información recibida sobre mayor gasto turístico, la apertura de servicios o empresas con generación de empleo o la creación de infraestructuras que promuevan la motivación, suelen servir de argumentos de compensación a los inconvenientes generados.

Los impactos del turismo y los niveles de reacción a los mismos ni son percibidos dicotómicamente ni responden a la inmediatez, antes bien, el constructo de percepción de los mismos ocurre individualmente con cierto nivel de abstracción. Varía además, según el grado de conocimiento crítico sobre la opinión transferida y la experiencia del sujeto, incluyendo el compromiso con el sector turístico. Así, metodológicamente, no pueden conocerse y analizarse en bloques cerrados contrapuestos y deben entenderse en contextos temporales amplios que incluyan el conocimiento y la experiencia acumulada (Saveriades, 2007).

Sin embargo, se observa que grupos de locales/residentes actúan espontánea y colectivamente, impulsados por el conocimiento estereotipado que puedan difundir los medios, con pocas evidencias en los estudios de caso de que tales actitudes se alteren con el paso del tiempo (Garau-Vadell et al., 2018). El conjunto de estereotipos sociales y las actitudes de reacción o respuesta a sucesos determinados, afianzadas colectivamente, son aplicadas directamente al turismo. Así, “las críticas al capitalismo en tanto que sistema político-económico abstracto se concretarían en la crítica a sus expresiones más tangibles, ahora a través de la denuncia de los efectos más perniciosos de algunos tipos de turismo en las ciudades” (Huete y Mantecón, 2018, 13).

2.3. OVERTOURISM, GENTRIFICACIÓN Y TURISTIFICACIÓN

La superación del umbral de saturación turística percibido por las poblaciones residentes, pero especialmente referido al número de turistas en un territorio dado, con deterioro de la calidad de vida y la experiencia cotidiana de sus habitantes (Sibrijns y Vanneste, 2021), hace referencia a la ‘masificación turística’ (‘overtourism’). Autores como Milano et al. (2019, 354) lo definen, aportando una lectura renovada a los textos de Mathieson y Wall (1986) o Smith (1977), entre otros, como “el crecimiento excesivo de los visitantes que deriva en el congestionamiento de áreas, en las cuales los residentes sufren las consecuencias de la actividad turística, causando un daño permanente en sus estilos de vida, denegado el acceso a ciertos servicios y su bienestar”.

Se reconoce que la masificación genera consecuencias no deseadas, fundamentalmente por el consumo excesivo de recursos (territoriales, culturales y económicos), especialmente cuando se concentran en áreas determinadas, como centros de espacios urbanos no diseñados específicamente para el desempeño de la actividad turística. La reconversión y revalorización de estos espacios no se debe exclusivamente, ni es contemporánea, del desarrollo turístico, pero es cierto que se intensifica con esta actividad. La alta demanda de espacios para ofertar servicios turísticos (desde alojamiento a comercio), lleva consigo procesos de sustitución de servicios y población en las áreas de alta actividad turística presente o programadas para ella.

La gentrificación es definida por Glass (1964) como “un proceso físico, económico y cultural en el que un espacio urbano se reestructura para conseguir un enriquecimiento de la zona”. Es decir, se trata de un proceso “institucional de reestructuración urbana impulsado desde la producción y el consumo. Esto restringe progresivamente la vida de las personas que siempre han residido en ese lugar, sustituyéndolos por otros grupos sociales con un mayor poder adquisitivo” (Cáceres, 2019) y educativo. Un aspecto problemático de la gentrificación es que, con el desplazamiento de los habitantes de un área, se pierde la red social y de apoyo mutuo, se puede aumentar la vulnerabilidad y la exclusión social, así como la

'identidad' del lugar, que en ocasiones es lo que lo hace atractivo al turista. Un contraejemplo en cuanto a la pérdida de atracción se observa cuando la gentrificación conlleva intervenciones urbanísticas de gran calado o la conservación del patrimonio arquitectónico (bienes inmuebles).

Cuando esta reestructuración de los espacios, que conlleva cambios de uso y de percepción de los mismos, se considera inducida fundamentalmente, por el incremento de los flujos turísticos, los turistas y sus prácticas, las empresas y el mercado o los gestores territoriales urbanos (Calle, 2019) se conoce como turistificación (Knafou, 1996). Gran parte de los casos de turistificación ocurren por la promoción del turismo por parte de las entidades o instituciones responsables, que no pronostican correctamente los posibles efectos de la misma. Son casos de "morir de éxito" (Vasco, 2019) por ejemplo, zonas o barrios de ciudades españolas como Barcelona, Sevilla, Palma, Santiago de Compostela o Madrid (Milano y Mansilla, 2018) que, objetivamente, sufren importantes incrementos de precios en la vivienda, problemas de convivencia, número de viviendas en alquiler vacacional (pisos de uso turístico), atascos o ruidos.

Las respuestas de residentes (poblaciones locales o foráneos residentes que incluyen aquellos derivados de procesos de gentrificación anteriores a la turistificación) han sido modelizadas desde que se empezaron a considerar los impactos del turismo de masas en la década los setenta del siglo pasado (Boissevain, 1996; Smith, 1977). En 1975, Doxey expone el índice de irritación turística, con desarrollos posteriores de Um y Crompton (1990) y Ap y Crompton (1993), entre otros.

Young (1973), expuso la existencia de un nivel de saturación sobre una localidad para el turismo. La superación de ese límite implica que la actividad turística empieza a considerarse por la población local como negativa o, como mínimo, poco deseable. Partiendo de tal afirmación, Doxey (1975) desarrolla un modelo conocido como 'Índice de Irritación Turística' ('Irridex Model') (Shobha, 2019), en el que desglosa diferentes fases secuenciales y unidireccionales de la percepción de los residentes hacia el turismo:

- (1) Etapa de euforia: los visitantes son bienvenidos, la población local ve nuevas oportunidades y empiezan a aparecer nuevos flujos de dinero; por lo tanto, es visto como una posibilidad de expansión y desarrollo. No existe planificación.
- (2) Etapa de apatía: realizada la expansión, la actividad turística es percibida como un negocio. El contacto con el visitante se ha formalizado.
- (3) Etapa de irritación: como consecuencia de la expansión masiva, el destino se va viendo cada vez más saturado, e incluso excediendo su capacidad de carga. Los residentes empiezan a plantearse nuevas posibilidades paralelas al turismo y se apuesta por una mejor planificación del destino.
- (4) Etapa de antagonismo: aparece la hostilidad hacia los turistas como consecuencia del crecimiento rápido que se ha llevado a cabo en las etapas anteriores; culpando así al turista y a la actividad turística de todos los efectos negativos producidos en el destino.

Ap y Crompton (1993), en un desarrollo posterior, propusieron cuatro etapas en las reacciones de los residentes hacia el turismo (entusiasmo, tolerancia, adaptación y aislamiento), que describen los diferentes niveles de aceptación al desarrollo turístico desde los momentos tempranos hasta la consolidación-estancamiento del destino.

El estudio de estos modelos debe entenderse en el contexto independiente de cada destino, como sus características de desarrollo económico, actitud política o resistencia de los locales a aceptar la actividad turística. El análisis de los mismos supone una herramienta eficiente para la gestión de destinos y productos, aportando líneas de actuación para la implementación de políticas de planificación y adecuación del turismo al territorio.

2.4. TURISMOFOBIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La turistificación de espacios urbanos provoca cambios de actitud en las poblaciones residentes, pero éstas pueden verse magnificadas cuando las situaciones creadas por el turismo y los turistas son transformadas en emociones, especialmente negativas. Entre 2014-2017, el descontento de las gentes en distintas ciudades comenzaron a incrementarse, mostrando acontecimientos como las protestas contra los cruceros y cruceristas en Venecia, procesos de revalorización urbana en Mallorca, expansión de plataformas de alojamiento como Airbnb en Reikiavik o reestructuración de la ciudad en Ámsterdam. Estas protestas sociales, cada vez más comunes, dejaron claro que era necesario identificar la actividad turística como fuente destacada de desigualdades e incluirlo en las protestas y movimientos sociales (que, hasta entonces, se encargaban de otras luchas y reivindicaciones) (Milano, 2018).

En España, la primera referencia que se hizo fue por Manuel Delgado (2008), en el periódico El País, con su artículo Turistofobia, donde expone que no se ha sabido controlar y gestionar debidamente el crecimiento turístico y que el problema “no es que haya turistas, sino que solamente haya turistas”. Poco después, Donaire (2008), utilizando el término turismofobia, ofrece un escenario menos apocalíptico, con grupos sociales que integran una situación de cambio en el tiempo, con procesos de adaptación y respuestas más o menos dicotómicas, con tendencia a la normalización de áreas específicas de la ciudad. De este artículo se hace eco el periódico La Vanguardia en dos columnas de Opinión (19 y 24 de septiembre de 2008) (Velasco y Carrillo, 2021). Entre 2008 y 2016 el término fue moderadamente referido en la prensa escrita (360 noticias según hemeroteca.mynews.es) y otros medios de comunicación, aunque la verdadera explosión mediática fue en 2017. En ese año, la popularidad del término “turismofobia” impulsó la nominación como palabra del año por la Fundación del Español Urgente (Fundéu-BBVA, 2019), abriéndose camino también en la literatura académica.

Aprovechando la repercusión mediática de las protestas sociales (con mensajes como “tourists go home” o #BalconingISFun) y algunos actos simbólicos que tomaron como objetivo a los turistas (reivindicados por ARRAN y CUP), la difusión de un mensaje que aludía a que se trataba de acciones negativas contra la actividad turística comenzó a propagarse a través de los medios de comunicación. El término turismofobia acaba siendo utilizado como expresión dominante de una representación colectiva que aglutina un conjunto de tensiones sociales, muchas veces más allá del turista y el turismo, provocando percepciones negativas sobre:

- (1) Privatización del espacio público
- (2) Congestión del espacio público en las ciudades
- (3) Aumento del turismo de crucero y la temporalidad del visitante
- (4) Aumento de los precios de vivienda y alquiler
- (5) Pérdida de poder adquisitivo por parte de los residentes en destino (Milano, 2017).

El turismo se introduce así en la agenda política a través de las protestas y reclamaciones contra aquello que representa la sociedad capitalista (Huete y Mantecón, 2018) o la crisis del neoliberalismo (Conceição, 2020), identificado y tomado como el culpable de todos los males del territorio ocupado y más allá, alimentando el debate o la confrontación ideológica polarizada (Velasco y Carrillo, 2021).

2.5. LA TURISMOFOBIA DESDE LOS TEXTOS ACADÉMICOS

La turismofobia como concepto nace de la mano de académicos (Delgado, 2007; Donaire, 2008) publicando en medios no académicos (El País y Barcelona Metròpolis), poniendo nombre a la respuesta a los impactos socioculturales del turismo de masas en áreas urbanas, en un momento de importante crecimiento del número de turistas y del malestar social de las poblaciones locales, conjugado con la transformación urbana y sociocultural de lugares cotidianos a la ciudadanía. Como término mediático es

bien acogido porque expone de manera sencilla y pegadiza un sentimiento, fácil de entender y fácil de relacionar con acciones y reivindicaciones (no sólo vinculadas al turismo) por parte de las poblaciones lectoras (más o menos implicadas). Sin embargo, el uso del término es polarizado en la prensa política e ideológicamente según los intereses del momento (Huete y Mantecón, 2018; Mantecón y Velasco, 2020; Sanmartín, 2019; Velasco y Carrillo, 2021) incidiendo más o menos sobre los efectos del turismo en la sociedad o de determinados grupos de esa sociedad sobre el turismo, y sus posibles consecuencias futuras. Tal vez por eso da el salto de lo mediático a la academia, nuevamente.

Sin embargo, aunque el término es relativamente nuevo, las consecuencias o impactos del desarrollo del turismo y de los destinos turísticos han sido objeto de estudio sistemático por diferentes disciplinas desde la década de los setenta del pasado siglo. Barckham, 1973; Gaviria et al., 1974; Maccannell, 1973; Turner y Ash, 1975; Smith, 1977; White, 1974 o Young, 1973 son algunos ejemplos de los inicios del estudio crítico de los impactos del turismo. Y tampoco son nuevas las críticas al desarrollo, las quejas contra la sobreexplotación, la congestión y la degradación ambiental causada por el turismo masivo, por parte de las poblaciones locales o residentes⁴. Es decir, ni los impactos del turismo, ni las protestas sociales por ellos, ni los análisis de impactos y protestas, son nuevos. Pero nunca han tenido la repercusión mediática que acompañó a la turismofobia desde 2017.

El foco en la turismofobia tiene su auge en la literatura académica en 2019, aunque esto no excluye que, desde diversas disciplinas, no se estudiaran al mismo tiempo y en los mismos espacios urbanos, los efectos del turismo de masas desde el punto de vista de los afectados sin utilizar el término objeto de estudio (Delgado, 2012, 2015; Donaire, 2019; o Álvarez Sousa, 2020, entre otros).

Una aproximación a la producción académica entre 2017 y abril de 2023, se realizó en este trabajo a través de una búsqueda y selección de textos que respondieran al criterio “turismofobia/tourismphobia” entre sus palabras clave o en el título (en español, inglés y portugués) en las bases de datos de Web of Science, Scopus, Dialnet y Google Académico, muestran un resultado de 56 documentos⁵ (54 artículos y capítulos de libro y 2 libros) (Anexo 1). Puede apreciarse cómo la producción de textos académicos ha ido progresivamente aumentando entre 2017 y 2019, entrando en declive desde entonces, pero también cambiando el foco de análisis (Anexo 2). Respecto al interés, expresado fundamentalmente a través de las metodologías (Anexo 3), destaca que sólo un tercio (32%) aplican técnicas de investigación que implican contacto con los actores (entrevistas, observación participante, observación simple, encuesta o grupos focales), mientras que el resto utilizó fuentes secundarias (estadísticas oficiales un 18% y análisis de prensa un 18%) o se basaron en el análisis de la literatura ya producida (27%), expresando algunas opiniones expertas en formato ensayo. En menor medida se han realizado análisis lingüísticos y de discurso (4%) y en un caso (2%) análisis de films. Es relevante destacar que una parte importante de la producción vinculada a estudios de caso se publicara a partir de 2019.

Las aproximaciones académicas destacan los acercamientos desde tres grupos de actores principales: empresas y desarrolladores (inversores y poder de influencia), las autoridades e instituciones locales (gestores, responsables de las infraestructuras y políticas públicas) y las poblaciones locales o residentes (que se organizan en defensa de sus intereses). El análisis del tratamiento de la gestión turística de la turismofobia define dos conjuntos de actores contrapuestos que se apropian y utilizan el término en formas contrarias. Los primeros, más vinculados a partidos conservadores, haciendo hincapié en el “vandalismo” y la confrontación; mientras que, al otro lado, vinculada a partidos de izquierdas, queda la turismofobia como incentivo para agrupar movimientos por el cambio de modelo de gestión turística (Velasco y Carrillo, 2021).

4 Algunas muestras en la prensa internacional son: “Venecia: Residents Protest Invasion of Tourists,” New York Times, 23/08/1987; “Thai islanders protest against tourism,” The Guardian, 27/01/1987; “Amsterdam Fights Tourist Invasion,” Los Angeles Times, 28/05/1989; o el movimiento social ecologista Salvar Veneguera (1983-1998) (uno de sus logros y reconocimiento se encuentra recogido en <https://www.boe.es/eli/es-cn/l/2003/03/06/6> con la declaración del barranco de Veneguera como espacio natural protegido).

5 El resultado obtenido fue de 22 textos en WOS, 25 en SCOPUS, 54 en Dialnet y 1.440 títulos en Google Académico. En el último caso, mayoritariamente citas y reportes de divulgación que fueron descartados. Se parte de un conjunto final de 82 textos seleccionados; después de eliminar repeticiones y traducciones, 64 textos, siendo descartados 8 por su no disponibilidad.

Pueden diferenciarse tres tipos de tratamiento connotativo en relación al uso del término 'turismofobia' en la literatura científica caracterizados por: (1) su uso y aceptación definitoria no crítica (a modo de ejemplo, Barrado-Timón, 2019; Beal et al., 2019; Navarro y Capote, 2021; Séraphin et al., 2020); (2) aplicación crítica del término (Binoti et al., 2021; Blanco-Romero, 2019; Gürsoy, 2019; Mansilla, 2019) y (3) análisis y crítica que muestra la intencionalidad y uso ideológico del término (Huete y Mantecón, 2018; Mantecón y Velasco, 2020; Sanmartín, 2019; Velasco y Carrillo, 2021).

Los estudios de caso que se desarrollan con centro en la turismofobia, pueden situarse en uno o más de los cinco problemas principales que Koens et al. (2018) enunciaron: (a) la masificación del espacio público (Fúster-Márquez y Gregori-Signes, 2019); (b) la omnipresencia del impacto de los visitantes debido a comportamientos inadecuados (Alcalde García et al., 2018); (c) la turistificación física de los centros de las ciudades y otras zonas muy visitadas (Calle Vaquero, 2019); (d) la gentrificación (achacada en gran parte a la presencia de Airbnb u otras plataformas en las áreas de interés) (Amore et al., 2020); y (e) presión sobre los espacios con sentido local y sus usos (Milano, 2017).

Como en el desarrollo del turismo desde los años 70, guardando las diferencias en número de publicaciones, parecen aplicables las plataformas definidas por Jafar Jafari (1987, 2005), combinando en poco tiempo visiones pesimistas, optimistas, precautorias o de interés público. Y, de igual manera, se aplican relecturas de modelos de gestión del desarrollo, como el de Butler (1980, 2022), o de categorización de momentos de respuesta, como el de Doxey (1975, cf Shobha, 2019).

El término con el que más se correlacionan los impactos referidos a la saturación turística (Anexo 4), es el de sostenibilidad (Gastal y Sá, 2022; García-Hernández et al., 2017; Martorell Carreño, 2018). Además de otros temas recurrentes como el patrimonio cultural (Almeida-García et al., 2019; García-Hernández et al., 2017; González Alcantud, 2018) o el desarrollo urbano (Milano, 2018; Rodríguez Medela et al., 2018). Además, destaca sobremanera la presencia de referencias al desplazamiento de ciudadanos, sus causas y consecuencias, centrados en lo que se denominará para el análisis de prensa el "problema de la vivienda". Se entiende que la gentrificación no es achacable solamente al desarrollo del turismo urbano. La crisis económica global de 2008 colapsó el boom de la vivienda, y los esfuerzos institucionales acabaron centrándose, para la búsqueda recuperación, en el sector turístico y su desarrollo. La intensificación de la actividad turística, expandiéndose hacia centros urbanos, usando, revitalizando (en algunos casos) e introduciendo nuevas formas de consumo y estilos de vida en los mismos. Esta situación provocó malestar y sentimiento de desapego en las poblaciones locales que, en parte alentados por los medios, alimentaron reacciones sociales (Rodríguez Medela et al., 2018).

A esta situación se suma la aparición y rápida expansión del, inicialmente, peer to peer en el alojamiento, comercializado a través de plataformas como Airbnb, Homeaway (ahora Vrbo), Rentalia, Niumba, Bemate, Housetrip o, incluyendo todo tipo de alojamiento, Booking, quienes abarcan todo el espacio urbano como área potencialmente de alojamiento turístico (Amore et al., 2020).

La percepción de los impactos negativos provocados por los turistas en toda la ciudad aumenta, lo cual se combina con los problemas de vivienda, que engloba el incremento de los precios de los alquileres, la dificultad para tener una vivienda en propiedad, las inversiones de capitales foráneos en vivienda para su puesta a disposición turística, la falta en ocasiones de stock inmobiliario y los encuentros entre la población residentes con bajos ingresos y los de clase media alta. De este modo, algunos autores desplazan el problema de la convivencia y el malestar ocasionado por turistas y consumos turísticos a la lucha de clases (Mansilla, 2019) y de poder (Gastal y de Sá, 2023).

Con todo, de los diferentes usos y análisis del fenómeno de la turismofobia, se enfatiza que el término adquiere connotaciones sesgadas en su arranque mediático, orientado por bloques ideológicos contrapuestos (Huete y Mantecón, 2018; Sanmartín, 2019; Velasco y Carrillo, 2021) que presentan la situación a la población desde intereses marcados en agendas no declaradas.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo principal de este trabajo es conocer el tratamiento mediático en la prensa escrita del término turismofobia en el periodo 2017-2022, incidiendo en sus posturas ideológicas y resaltando qué elementos destacan para generar la opinión pública deseada.

Como objetivos específicos, se plantea:

- (1) Profundizar en los enfoques y sentido (positivo-neutro-negativo) en los que la prensa usa dicho término, para así poder analizar los discursos propagados;
- (2) Analizar el enfoque del discurso en la prensa y la importancia dada a los impactos del desarrollo turístico urbano.

Académicamente, se podría plantear a modo de hipótesis que, hasta el momento, no parece que el término “turismofobia” tenga más utilidad que la de alentar debates crítico-descriptivos y discusiones sobre los impactos de la turistificación del espacio social, especialmente urbano. Si bien el control del flujo informativo, como estrategia social, en ocasiones genera modas que, con la suficiente repetición y uso político, son asimiladas como estándares. El oportuno análisis y la incorporación académica pueden fijarlas como conceptos, recreando, reinterpretao o modificando otros.

4. METODOLOGÍA

Expuestos los objetivos, se describe la metodología y las técnicas utilizadas en el desarrollo de este trabajo de fin de grado (Fig. 2). Esta investigación está basada, principalmente, en el análisis de los artículos de prensa escrita publicados en medios de comunicación españoles, que respondían en su título o cuerpo de texto a los términos de búsqueda “turismofobia”, “saturación turística” u “overtourism”, siguiendo los conceptos principales del marco teórico expresado. Dado el número de noticias y opiniones (Tabla 1) y las limitaciones marcadas en la guía docente, el análisis se circunscribe al término “turismofobia”, si bien se apela al resto de términos cuando aparecen en relación con el anterior.

Para la selección de los medios, se realizó en primer lugar una búsqueda del término en la base de datos MyNews. Indicado con el término de búsqueda “turismofobia” entre enero de 2017 y diciembre de 2022 (ambos inclusive), la plataforma arrojó 5.277 resultados, de todos los periódicos nacionales. De éstos, se han seleccionado 4 medios: El País (EP), La Razón (LR), El Mundo (EM) y El Diario (ED), en sus versiones digitales⁶. La elección de los mismos ha sido intencionada, para obtener diferentes posturas ideológicas⁷, considerando El Diario de izquierdas, El País de centroizquierda, La Razón de derechas y El Mundo de centroderecha. Al comienzo de esta investigación, se seleccionó el periódico Público, pero debido a la escasez de noticias que presentó bajo el término de búsqueda (1 noticia), se optó por prescindir del mismo. En este proceso, el último elegido fue El Diario como sustitución al año 2017 de El Mundo.

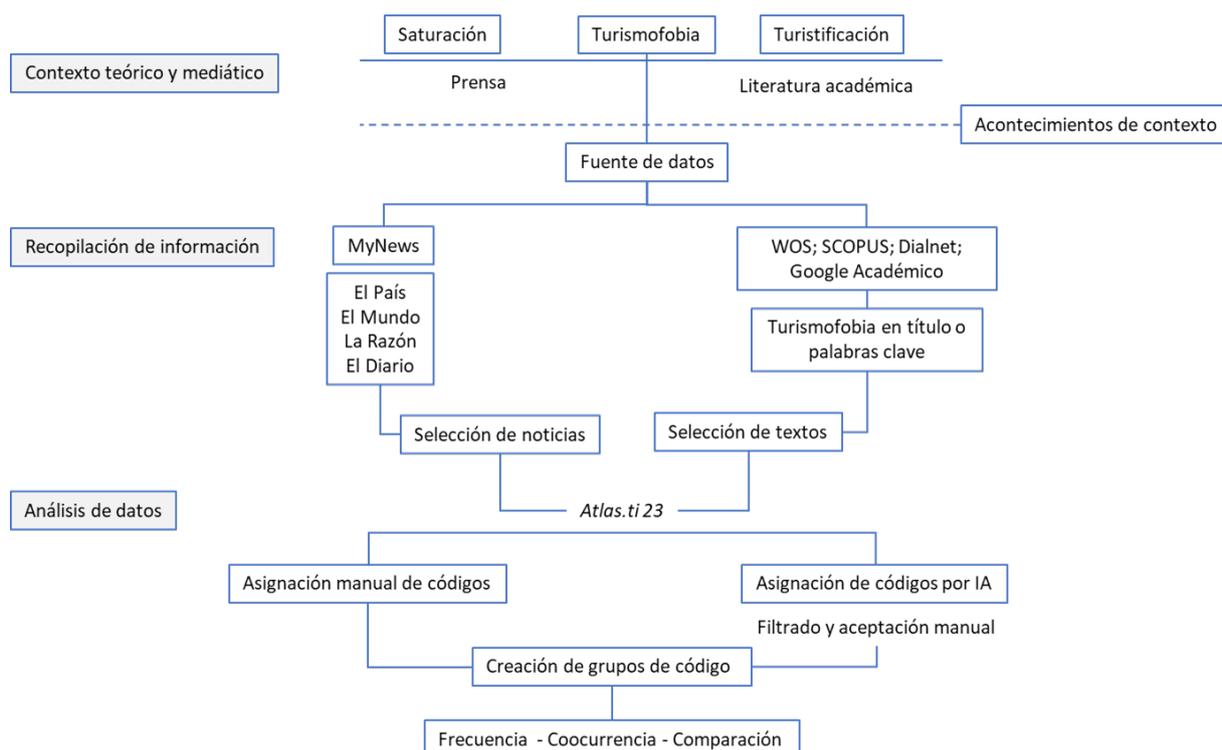
Se realizó un cálculo muestral sobre las 5.277 noticias en total de MyNews, dando una muestra de 359 con un nivel de confianza del 95% y margen de error del 5%. En la prensa analizada se obtuvieron 599 resultados de los que, una vez descartadas las noticias literalmente repetidas y aquellas cuyo contenido no era afín a la búsqueda, se seleccionaron 426 noticias entre 2017 y 2022. La clasificación de noticias por periódico y año se expone en la Tabla 1.

Se consideró que las noticias sobre el objeto de estudio debían ser contextualizadas socioeconómicamente, así como el interés que despertó en el periodo analizado. Para el contexto se realizó una búsqueda

6 La elección se realizó entre los periódicos con mayor reputación digital de España, siguiendo rankings publicados como <https://www.julianmarquina.es/los-periodicos-con-mayor-reputacion-digital-de-espana/>

7 La consideración ideológica se basó en el informe Media Bias chart (España), realizado por Political Watch y disponible en <https://politicalwatch.es/blog/political-watch-publica-primer-media-bias-chart-espana-2021/> Así como el artículo de Bellido et al., 2017.

Figura 2. Mapa conceptual de la metodología seguida en este trabajo



Fuente: Elaboración propia.

queda en Chatgpt preguntando “noticias principales España [año]” y se verificaron y contrastaron con las identificadas como principales/más leídas en la prensa escrita seleccionada. Una orientación más sobre el contexto social, se obtuvo a través de los Barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) del último trimestre de cada año analizado. En este contexto, para la determinación de interés del término fue utilizada la herramienta Google Trends, aportando tanto la frecuencia de búsqueda como el interés por subregión geográfica.

Una vez finalizada la búsqueda, se descargaron las noticias en formato PDF, procediendo a la preparación de los textos para su carga y tratamiento en el software Atlas.Ti en su versión 23. Este programa sirve de apoyo al análisis asistido de datos cualitativos (CAQDAS, por sus siglas en inglés Computer-As-

TABLA 1. Resultado de búsqueda de noticias en medios de prensa escrita que responden a “turismofobia” en título o contenido de las noticias, años 2017-2022.

	El Diario	El País	El Mundo	La Razón	TOTAL
2017	76	77	102	59	314
2018	32	33	58	20	143
2019	16	17	21	13	67
2020	6	8	6	7	27
2021	7	4	4	7	22
2022	4	10	6	6	26
TOTAL	141	149	197	112	599

Fuente: Elaboración propia. Revisión realizada entre el 15 y el 22 de febrero de 2023. De las 102 noticias de El Mundo 2017, solo 9 accesibles pudieron ser incluidas en el análisis.

sisted/Aided Qualitative Data Analysis Software (Lee y Fielding 1991)), permitiendo organizar, gestionar y analizar grandes cantidades de información no estructurada, como son los documentos de prensa. El programa ofrece herramientas para organizar y etiquetar la información, y para realizar análisis temáticos, comparativos y de redes (Muñoz-Justicia, Sahagún-Padilla, 2017). En el caso del Atlas.ti 23 se apoya en Inteligencia Artificial (conectada a Internet) para una parte importante de sus funcionalidades (Lopezosa y Codina, 2023).

Una vez cargados los textos, renombrados por periódico y fecha, se hizo una codificación manual de cada noticia (en total, resultaron 216 códigos) y se comprobaron con la inteligencia artificial del propio programa, que mostró 5.231 códigos. Los códigos usados y resultantes para esta investigación, deben de ser entendidos como code in vivo, es decir, palabras o frases cortas relevantes para el objeto de estudio, que han sido previamente seleccionados o se han agregado a medida que se efectuaba la codificación en base a los intereses teóricos de la investigación (Russell Bernard, 2006).

Dado el gran aporte de códigos de la AI, se realizó una verificación y contraste manual, excluyendo aquellos códigos que no se adecuaban a los criterios de la investigación, unificando códigos reiterados (sinónimos o términos idénticos en idiomas diferentes) y otros erróneos. Finalmente, se han utilizado para esta investigación 210 códigos filtrados, y 15 temáticas o agrupaciones, para facilitar el análisis posterior. Estas 15 categorías son:

- Definición de la situación.
- Desarrollo.
- Economía y sociedad.
- Emociones y valores.
- Empleo.
- Gestión urbana.
- Impactos.
- Partidos políticos y grupos ciudadanos.
- Percepción.
- Planificación.
- Políticas.
- Regulaciones y normas.
- Turismo y turismofobia.
- Vivienda y alquileres.
- Zona geográfica.

El análisis de frecuencia de palabras, filtrado con exclusión de palabras comunes, se realizó como primera prueba de verificación acotando por número de repeticiones consecutivamente entre 10 y 50, generando sucesivas nubes de palabras. Determinando así las ocurrencias principales (términos) se verifica nuevamente la codificación y se realizó un análisis de coocurrencias entre los términos principales (turistificación, turismofobia y saturación/overtourism) con aquellos códigos de mayor frecuencia.

Se realizó un análisis del tipo de tratamiento (connotación positiva, negativa, neutra) del discurso en las noticias referidas a los términos objeto de análisis en función de los resultados de las coocurrencias. Al efecto, se consideraron connotaciones según la valoración cultural de las mismas (Sanmartín, 2019), por ejemplo, una connotación positiva sería “desarrollo económico creciente”, mientras que una negativa sería “violencia callejera” y neutra “se pedirá formalmente la comparecencia”.

5. EL CONTEXTO SOCIAL DE LA “TURISMOFOBIA”

El término turismofobia se hizo popular en España durante el verano de 2017, debido a una serie de manifestaciones y protestas en Barcelona y otras ciudades turísticas (tanto en España como en otros lugares de Europa, por ejemplo, Berlín, Venecia, o Roma), en las que se denunciaba el impacto negativo del turismo en la calidad de vida de los residentes locales (Milano, 2017). En esta lucha contra el turismo masivo, los manifestantes argumentaban que se aumentaban los precios de la vivienda, congestionando las calles y degradando el patrimonio cultural de las ciudades.

Estas protestas generaron un intenso debate sobre el futuro del turismo en España, donde se originaron principalmente dos distintos puntos de vista: legitimadores (discurso positivo hacia el modelo turístico) y críticos hacia el actual sistema turístico (discurso negativo, críticos con los actores principales de la ciudadanía). Como respuesta, algunos ayuntamientos introdujeron medidas para limitar el impacto del turismo en las ciudades (limitación de los alojamientos turísticos o la implementación de un impuesto turístico). Sin embargo, otros argumentaron que estas medidas eran contraproducentes y que el turismo debía ser abordado de manera más amplia y sostenible, teniendo en cuenta los intereses de los residentes locales, los turistas y la economía en general (Huete y Mantecón, 2018).

La amplia repercusión mediática que generó esta controversia dio pie a infinidad de titulares, haciéndose eco de la situación (directa o indirectamente relacionada), que debe ser entendida en su contexto social y económico. Para ello, se realizó una búsqueda de las noticias principales para los años de interés en este trabajo, 2017 a 2022, circunscritas al territorio nacional (Anexo 5).

El periodo analizado destaca políticamente por la que se ha denominado como crisis independentista en Cataluña y la crispación política (especialmente bipartidista (PSOE-PP), además de los casos de corrupción. Es también omnipresente la llegada de inmigrantes, sus muertes y la atención demandada, no siempre con oportunas respuestas. El empleo y la economía, enganchadas al sector turístico y circunstancias internacionales, como el Brexit o la invasión de Ucrania. Sin embargo, es la COVID19 la que destaca sobremanera, en tanto que marcó el discurso mediático, la política y la sociedad. Cada temática destacada invisibilizó otras, también presentes, pero no en portada.

Como verificación del contexto social, para disponer de una referencia sobre la percepción de la ciudadanía sobre lo que consideran problemas principales, se comprobaron los baremos del CIS, de los años 2017 hasta 2022. Seleccionando las 10 primeras variables de las encuestas, encontramos las variaciones expresadas en la Tabla 2.

El interés social sobre la turismofobia se trató de comprobar a través una muestra de las búsquedas realizadas a través de Google Search, comprobadas por la herramienta Google Trends. Los datos referidos en la Figura 3 muestran un interés progresivamente en aumento entre 2018 y 2020, si bien con desplazamiento de los focos regionales. El año 2021, coincidente con una ralentización de los flujos turísticos internacionales (periodo de restricciones por la pandemia de la COVID-19), muestra una menor incidencia de búsquedas, además de desaparecer el foco de Cataluña y Baleares.

6. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA PRENSA ESCRITA

El término turismofobia ha sido objeto de debate desde su aparición en los textos académicos en 2008 (y su importancia mediática en 2017 tras la presentación de los acontecimientos ocurridos en Barcelona), en el que tanto los expertos como los medios de comunicación han intentado encuadrarlo a conveniencia.

Para el análisis realizado en este apartado se parte de lo expresado/enunciado por la prensa escrita seleccionada sobre diferentes situaciones, opiniones y percepciones de los actores involucrados. Es decir, se parte de la interpretación que la prensa hace de los hechos.

Según el marco teórico de este trabajo nos centramos en tres conceptos enlazados, no necesariamente

Tabla 2. Selección de los 10 principales problemas en España señalados por la población encuestada.

PROBLEMA/AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Paro	1	1	1	3	1	2
Drogas	2	2				
Inseguridad ciudadana	3	3				
Infraestructuras	4	4				
Sanidad	5	5	5	6	4	4
Vivienda	6	6				
Problemas económicos	7	7	3			
Calidad empleo	8	8	6		8	7
Agricultura, ganadería y pesca	9	9				
Corrupción, fraude	10	10	4	9		
Políticos, partidos y política			2	6		
Problemas sociales			7	10		
Independencia Cataluña			8			
Pensiones			9			
Inmigración			10			
Peligros salud (COVID-19)				2	3	
Problemas políticos				4	5	3
Mal comportamientos políticos				5	6	5
Inestabilidad política				7	7	
Poca conciencia ciudadana				8		
Gobierno, partidos políticos					9	6
Educación					10	9
Desigualdades (género, pobreza)						8
Crisis de valores						10
Crisis económica				1	2	1

Fuente: Barómetros del CIS último trimestre 2017-2022.

consecutivos pero tomados así para su exposición. Así, el análisis de las publicaciones en prensa se ha realizado especialmente centrado en las coocurrencias con los términos Turistificación, Saturación/ Overtourism y Turismofobia.

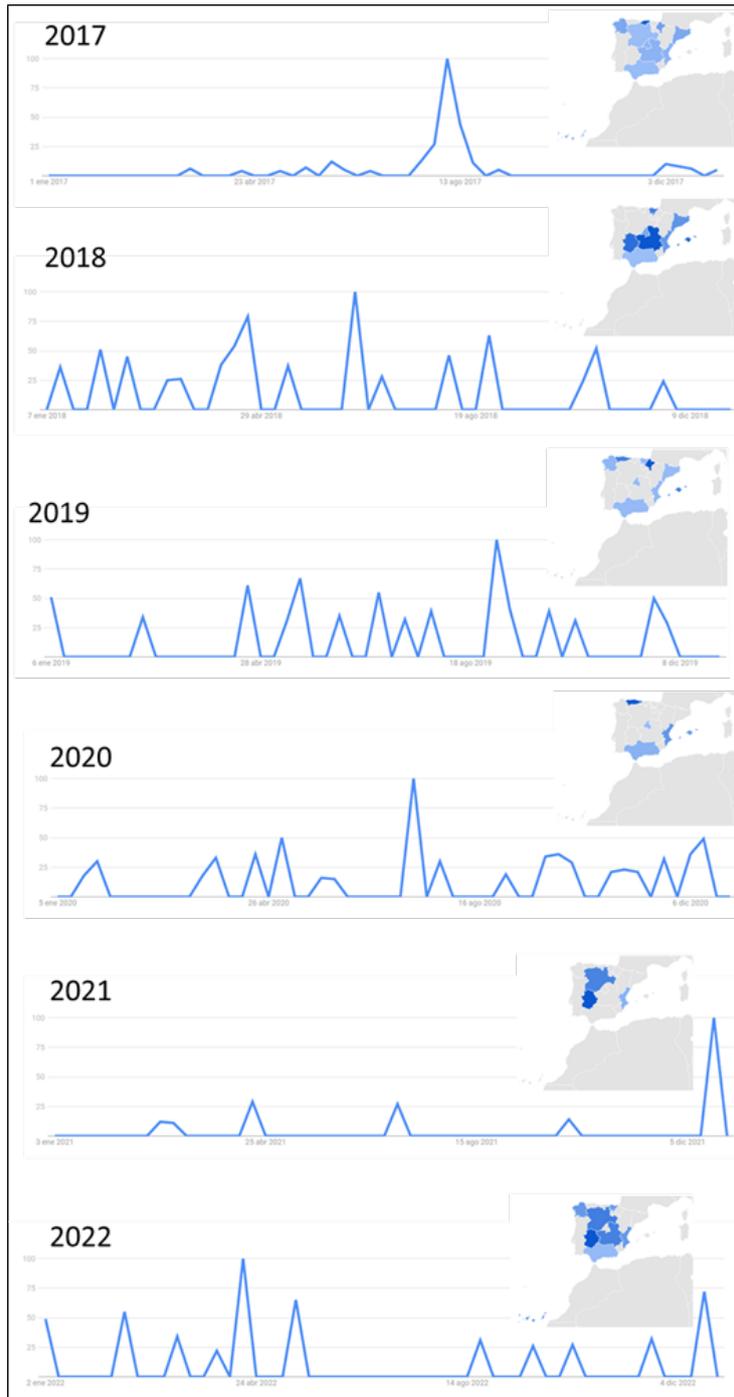
La idea central transmitida por la prensa analizada sería que la continua llegada de visitantes a las ciudades españolas, vinculadas a unas políticas públicas dirigidas más hacia el crecimiento turístico (turismo de masas) que a la perspectiva de los habitantes sobre el uso de los espacios públicos, ha hecho que hayan ido progresivamente convirtiéndose en lugares para la explotación turística (espacios que no son para vivir sino para pasar). Este fenómeno es sentido o percibido cada vez más como un problema por las poblaciones residentes, que se encuentran con dificultades como el acceso a la vivienda, inflación en general, cambios en la dedicación de espacios cotidianos, subida de alquileres, gentrificación o pérdida de redes sociales, y sienten una pérdida de identidad hacia el lugar en el que vivían (López et al., 2019) y, en ocasiones, expresan su frustración activamente contra los turistas o bienes turísticos

6.1. LOS MEDIOS Y SUS POSICIONAMIENTOS

La prensa ve la noticia y su potencial de expansión, y actúa en consecuencia. En el análisis que exponemos, consideramos relevante ver la cobertura dada a la turismofobia en cada artículo o noticia, en relación con los términos de turistificación y saturación (Fig. 4). Se observa que existe, para el periodo estudiado, una importante diferencia de referencias respecto a los tres términos analizados (citas o GR en el software de análisis) entre los medios analizados, predominando El País (2.746 citas y 150 códigos), seguido de El Diario (2.555 citas y 131 códigos), La Razón en tercer lugar (1.244 citas y 81 códigos) y El Mundo (1.211 citas y 64 códigos)⁸. La materia más recurrente en los cuatro medios seleccionados fue el término de turismofobia (409 citas), seguido de saturación turística (97 citas) y de turistificación

⁸ Es importante reseñar que el diario El Mundo, en el momento de la descarga, no tiene disponibles las noticias de 2017 referidas a los términos de búsqueda, contabilizando 102 a través de MyNews.

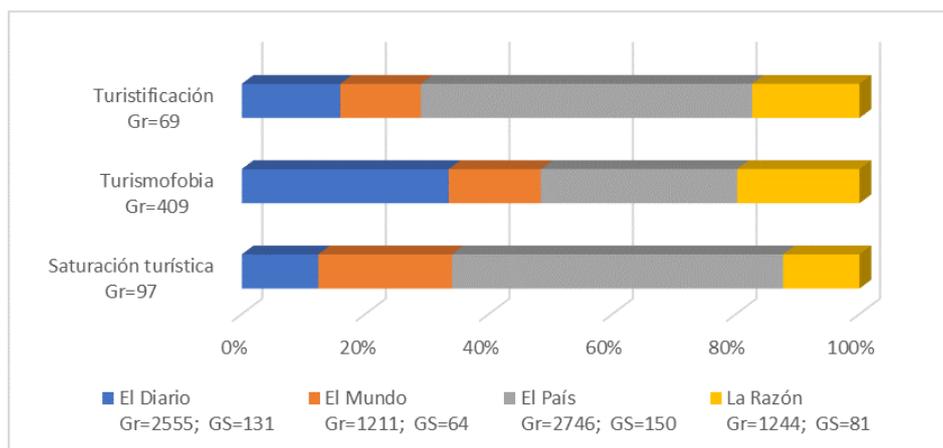
Figura 3. Evolución 2017-2022 de las búsquedas desde España en Google Search del término “Turismofobia”.



Fuente: Google Trends. Elaboración propia. Los números del eje Y reflejan el interés de búsqueda en relación con el valor máximo de un gráfico en una región o de valor de 100, esto es, indica la popularidad máxima de un término. 50 indica que es la mitad de popular en relación al valor máximo y 0 que no existen datos.

(69 citas). El medio que más citas realiza con respecto al primero (turismofobia) fue El Diario (137), en segundo lugar, El País (130), en tercero La Razón (81) y en último lugar El Mundo (61). La saturación turística en cambio, fue tratada en primer lugar por El País (52), en segundo lugar, por El Mundo (21), resultando El Diario y La Razón con un idéntico número de noticias publicadas sobre la temática (12). El último término tratado por la prensa corresponde a la turistificación, El País vuelve a publicar el mayor número de noticias (37), seguido de La Razón (12), El Diario (11) y El Mundo (9).

Figura 4. Noticias publicadas en relación con los conceptos principales por periódico 2017-2022.



Fuente: Elaboración propia. Abreviaturas: GR = número de citas codificadas por el código; GS = número de códigos en un grupo de códigos.

La distribución geográfica de referencia a la que se refieren los términos de interés en este trabajo por la prensa ha sido desigual y en gran parte correlacionando con el interés manifestado en las búsquedas en Google Search. Destacan por comunidades: Cataluña (267 citas, y específicamente Barcelona (203)), Baleares (118), Valencia (68), Madrid (59), Andalucía (35), Canarias (34), País Vasco (22) y Galicia (7). Además, se mencionan destinos urbanos significativos como Magaluf, Benidorm o Santiago de Compostela.

Atendiendo al interés de las citas según los términos, se observa cómo destaca la referencia a la turismofobia en las zonas donde aparentemente es en menor medida relevante la preocupación y contestación social por la saturación turística. Pero también destaca la ausencia de microdestinos o ciudades con importante número de visitantes concentrados en los centros históricos, como Sevilla, Granada, Santiago de Compostela o San Sebastián, entre otras⁹.

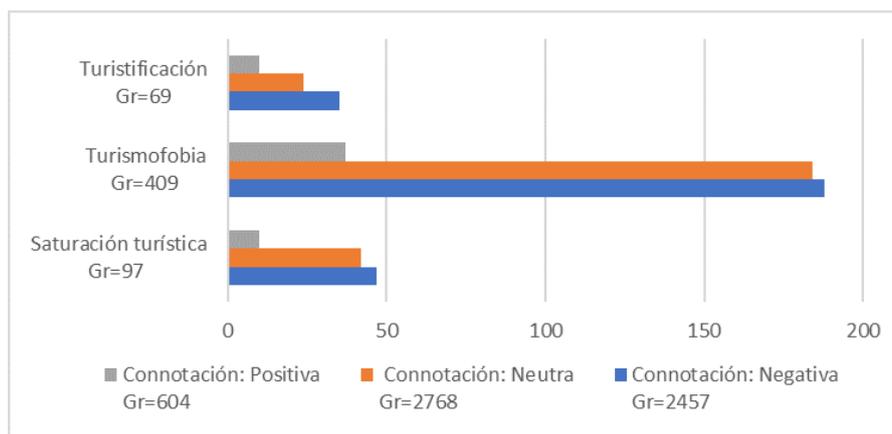
Un análisis del tipo de tratamiento (connotación positiva, negativa, neutra) del discurso en las noticias referidas a los términos objeto de análisis (Fig. 5) muestran que en el total de referencias el término con más citas asociadas a un abordaje negativo es turismofobia (188), aunque las connotaciones neutras que se le dan al término son muy similares (184). Las positivas son inferiores (37). El segundo término con más citas asociadas a un sentimiento negativo es la saturación turística (47), seguida de las percepciones neutras (42) y las positivas (10). En tercer lugar, se sitúa la turistificación, con 35 citas asociadas a sentimiento negativo, 24 a un posicionamiento neutro y 10 a las positivas. En general, se observa el predominio de la proyección negativa de los tres términos por toda la prensa analizada, como puede apreciarse en los siguientes ejemplos:

No hay justificación racional alguna en la llamada «turismofobia», que no es más que otra campaña de la izquierda antisistema contra el modelo de la democracia occidental, de la que el turismo es uno de sus símbolos más notables. Si bien tiene razón el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, cuando se queja de lo «inaudito» de tener que defender una industria fundamental para el bienestar de los españoles, debemos insistir en que lo que está en juego es el propio concepto de la libertad y el progreso social que representa el hecho de que millones de ciudadanos se desplacen sin mayores cortapisas fuera de sus fronteras, en busca de vivencias, paisajes, culturas y costumbres distintas. (LR TF 09/08/2017)

Lo terrible de aquellos hechos no debe hacernos olvidar, sin embargo, otras amenazas para el sector que corren el peligro de convertirse en estructurales. Entre ellas, los brotes de turismofobia que se han empezado a generalizar en distintas áreas turísticas este verano (EP TF 24/08/2017)

⁹ Datos para 2022 y años anteriores de visitantes y pernoctaciones se encuentran disponibles en la Encuesta de ocupación hotelera del INE, disponible en https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

Figura 5. Citas en publicaciones de los medios según connotación positiva/negativa/neutra.



Fuente: Elaboración propia.

Es el beneficio más repartido de una industria que vive una etapa histórica. Además de generar neologismos como turismofobia o cargar con parte de la culpa de la gentrificación y el alza de precios de la vivienda en el centro de las capitales más visitadas, en el lado positivo, el boom turístico ha llevado a que los afiliados vinculados a actividades turísticas batieron su propio récord histórico en 2018, situándose en un total de 2.389.766 afiliados, según datos de Turespaña, dependiente del Ministerio de Industria. En términos absolutos, se crearon 92.435 nuevos empleos vinculados a actividades turísticas. (EM TF 19/01/2019)

La contribución de cada medio a la creación de sentido frente al turismo ha sido dispar (Tabla 1 y Fig. 6), con un interés ampliamente manifiesto entre los años 2017 y 2019, y decayendo posteriormente hasta la actualidad. En total se han codificado 2.457 citas negativas, destacando que en El País aporta una connotación negativa en 901 citas, seguido de El Diario (702), en tercer lugar, El Mundo (447) y en cuarto lugar La Razón (407). El total de citas neutras son 2.768, y es El Diario el medio que mayor número de citas neutras tiene (1.143), El País le sigue con 850, La Razón es ligeramente menor (403) y por último El Mundo es el que menos citas neutras tiene con 372. Respecto al sentimiento positivo, con un total de 604 citas, El País cuenta con el mayor número acumulado (250), El Diario el segundo (181), La Razón el tercero (97) y El Mundo el cuarto (76).

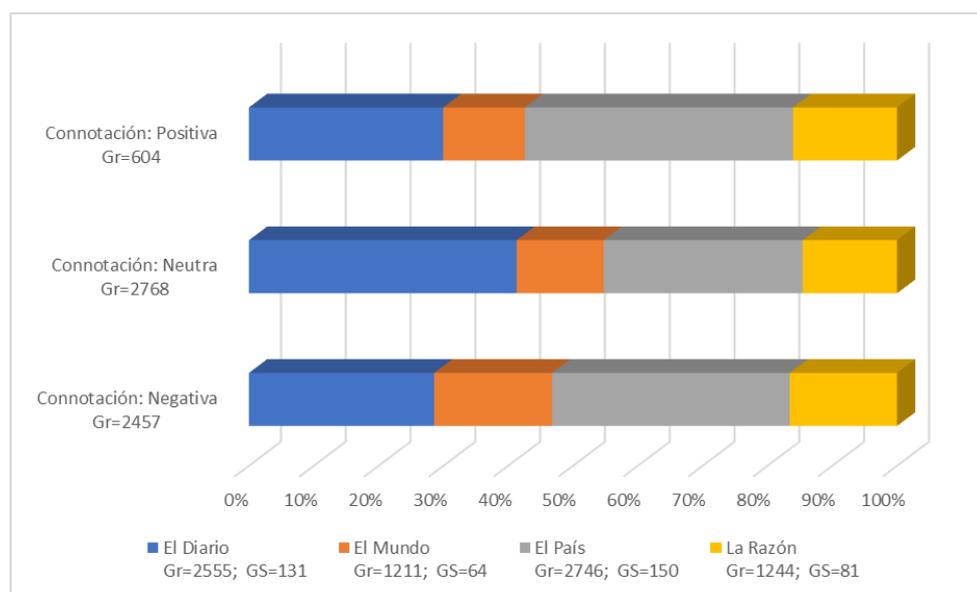
En conjunto, es posible establecer una relación entre la intencionalidad negativa del discurso, tanto en los medios relacionados con la izquierda como con la derecha, enfatizando las repercusiones del fenómeno contrarias al desarrollo y al capitalismo, así como deslegitimando las reacciones sociales a través de su identificación con actos vandálicos:

La manifestación se ha producido en medio de una gran expectación. Medios británicos, alemanes, rusos, suizos y belgas, además de franceses, han tomado imágenes de la marcha, ante la posibilidad de que se produjeran incidentes como los que ya habían protagonizado los jóvenes de Ernai estas últimas semanas. (EP TF 17/08/2017)

A nivel empresarial el turismo es el motor económico de cualquier país y eso es una cuestión a tener en cuenta. A veces, la llamada turismofobia surge a raíz de la masificación que se produce en los destinos turísticos. El turismo tiene muchos beneficios para una ciudad, desde la creación de puestos de trabajo, hasta beneficios económicos para los pequeños y grandes comercios. En resumidas cuentas, genera riqueza. El turismo también beneficia a colectivos como los taxistas o a empresas de transporte privado. Incluso para los sectores textiles, que ven incrementadas sus ventas en esta etapa vacacional donde el turismo se dispara. (LR TF 22/07/2017)

Frente a ellos, especialmente por parte de El Diario, se aprecian discursos que mantienen una tendencia (no absoluta) a la exposición de la situación descrita con clara tendencia positiva a través de declaraciones que muestran la necesidad de una gestión adecuada frente a la evidencia de los impactos del turismo.

Figura 6. Número de noticias y connotación reflejada en las noticias de los diferentes medios analizados



Fuente: Elaboración propia. Abreviaturas: GR = número de citas por código. GS = número de documentos que contienen el código.

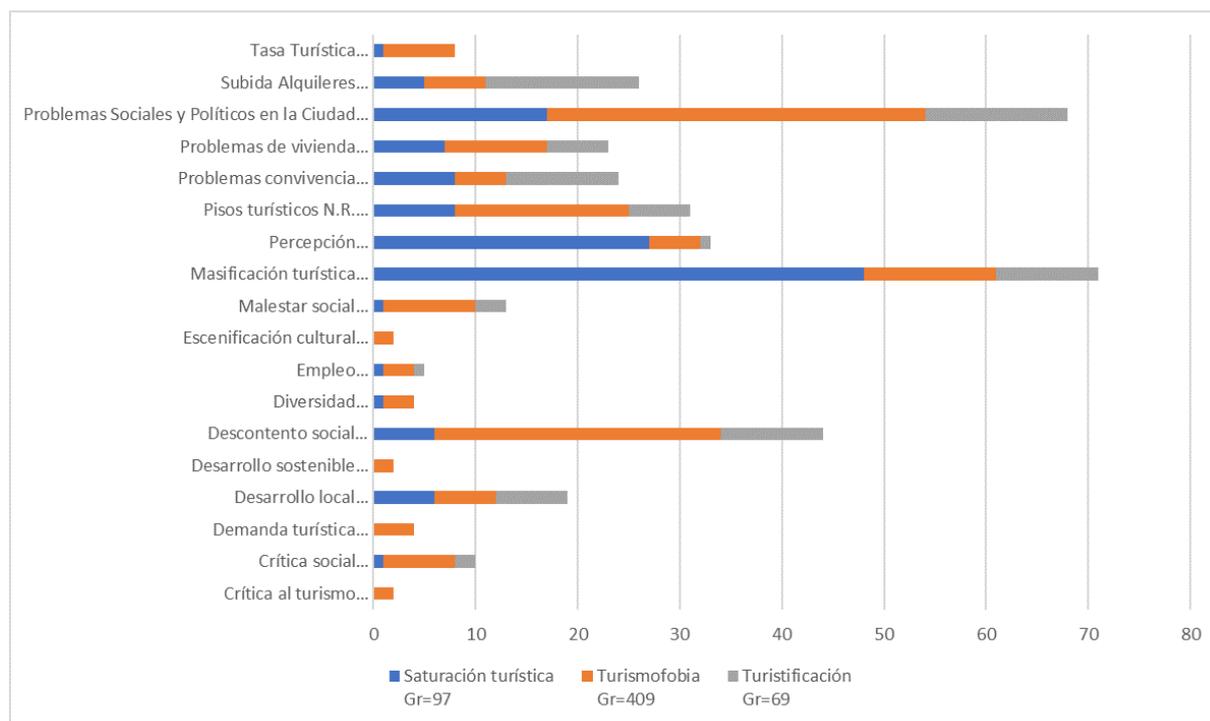
En el manifiesto elaborado para la ocasión, los promotores de #VidaLaietana señalan la “voracidad de la industria turística y del mercado inmobiliario”, así como los efectos que éstos generan y que se manifiestan en forma de expulsión de los vecinos y vecinas y de los comerciantes de sus barrios, en este caso en el Barri Gòtic y, por extensión, del resto de Ciutat Vella. Una vez más, los movimientos sociales urbanos han denunciado el papel del mercado inmobiliario y masificación turística en las dinámicas de gentrificación y turistificación que se dan en la ciudad, algo que se presenta como una excelente ocasión para reflexionar sobre las últimas, y cada vez más frecuentes, acusaciones de turismofobia que parecen haberse instalado en algunos discursos políticos y empresariales. (ED TF 13.05.2017)

El realce en las noticias publicadas sobre la turismofobia en términos negativos pone de manifiesto los problemas de gestión y planificación para manejar grandes volúmenes de turistas en entornos urbanos, tensionando aún más las relaciones entre visitantes y población residente, culpabilizando, por ejemplo, a los pisos turísticos no regulados. Con menciones a problemas concretos (Fig. 7), como la subida del precio de la vivienda, puestos en relación con la percepción del aumento de ruidos, contaminación o pérdida de identidad cultural, se conjuga un conjunto de factores, atribuidos al turismo de masas, que aparentemente producen la turismofobia como respuesta.

Los vecinos y los hoteleros quieren poner coto a los pisos para turistas, mientras que las plataformas no están dispuestas a renunciar a un negocio que les permite además potenciar su imagen como fuente de ingresos alternativa para muchas familias en la parte final de una crisis económica que se resiste a desaparecer. En este contexto, ¿qué soluciones existen para tratar de alcanzar la paz social? Una de las posibilidades que manejan las autonomías más visitadas es la de introducir tasas turísticas. Las grandes capitales europeas, como Londres, París o Roma, ya las cobran desde hace varios años. La experiencia, sin embargo, demuestra que el impacto sobre la demanda es mínimo (EP TF 14/08/2017)

El sector hotelero, ese que en un país tan turístico como España parecía un lobo grande y fuerte de colmillos afilados, ha cambiado su rol. Las plataformas de alquiler vacacional han pasado a ser las fieras y los hoteles, caperucitas que miran con miedo el avance del fenómeno de las viviendas turísticas. Aunque las autoridades locales intentan que el cuento regrese a la normalidad, el verano que se aproxima, el sector hotelero continuará perjudicado por la nueva competencia, definida como «desleal» por Mar de Miguel, secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM). (LR TF 28/05/2018)

Figura 7. Citas en publicaciones de los medios según percepciones.



Fuente: Elaboración propia

Otro elemento utilizado como estrategia argumentativa destacada en las noticias son los actos contra turistas (haciendo referencia a aquellos realizados por Arran en Barcelona o Baleares, o Abertzale en el País Vasco). Cuentan con 23 citas relacionadas con la turismofobia, mientras que los otros dos términos de búsqueda (saturación y turistificación) cuentan con 2 y 2, respectivamente. Podemos vincular esto con los movimientos sociales (en referencia a las manifestaciones contra la proliferación de los alojamientos turísticos ilegales en diferentes ciudades españolas como Madrid o Santiago de Compostela), que relacionándolo con la turismofobia cuenta con 15 citas, con la turistificación con 3 y con la saturación turística con 1 cita. De nuevo, se observa que algunos actos que reclaman derechos de la población residente son presentados en los discursos y comparados con la acción contra turistas a modo de herramienta de deslegitimación de estos colectivos, desviando la atención del contexto y las reivindicaciones que han motivado ciertos actos hacia la violencia implícita y la inmoralidad de quienes los ejecutan, con claras connotaciones políticas (terroristas, delincuentes, independentistas, antisistema...):

En nombre del grupo Demòcrata, el concejal Raimond Blasi ha criticado que la alcaldesa Ada Colau no haya intervenido en la comisión de Presidencia y ha acusado al gobierno municipal de alimentar el discurso de la turismofobia y ser "cómplices de unas acciones ejecutadas por terceros", en alusión a Arran y Endavant. (ED TF 07/08/2017)

Unos siniestros encapuchados detuvieron un bus turístico de Barcelona, amenazaron al conductor con un cuchillo, amedrentaron a los pasajeros y pintaron la luna delantera del vehículo con la frase "El turismo mata los barrios". No eran delincuentes —digamos— comunes, sino miembros de la plataforma Arran, una familia radical de las Candidaturas de Unitat Popular, la CUP. Es decir, una facción del socio parlamentario del Gobierno secesionista de la Generalitat y su principal apoyo en el procés. (EP TF 01/08/2017)

Otro tabloide, también británico, el «Express» destacó que la «campaña» lanzada por Arran en las redes sociales «pretende sembrar el caos en la ciudad para fomentar la turismofobia». «Autobús turístico en Barcelona es asaltado por manifestantes mientras anuncian el verano del caos», fue concretamente el titular de la publicación. (LR TF 09/08/2018)

En paralelo, se construye un discurso que correlaciona el sentimiento de descontento social, con la turismofobia (28 citas), mientras que lo hace con 6 citas con saturación y para turistificación 10 citas. Destacan también el discurso los problemas sociales y políticos existentes en la ciudad relacionados con la turismofobia (37 referencias), la saturación turística 17 citas y la turistificación 14. Las narrativas muestran el uso estratégico negativo del término como herramienta discursiva para favorecer ciertos intereses empresariales y políticos:

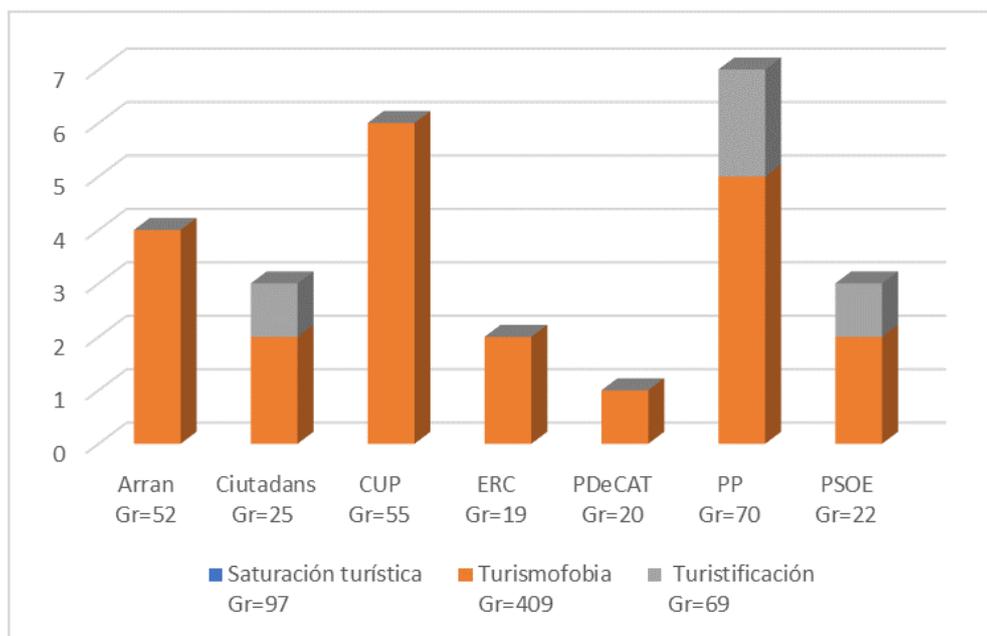
Planas, informa la agencia Efe, solicitó la actuación de la Administración pública para evitar este tipo de protestas que se están produciendo en Baleares, aunque también en otros puntos del país, señaló. «Creemos que nos puede hacer mucho daño a nuestras empresas y a nuestro sector turístico, que es el motor de nuestra economía», dijo la dirigente empresarial. Planas pidió «más control y más policía» para evitar este tipo de protestas. (EM TF 17/07/2018).

Aunque la palabra “turismofobia” no aparece en el texto de la proposición aprobada, los representantes del PDeCAT, Ciutadans y PP han acusado directamente a los concejales del Gobierno Agustí Colom y Montserrat Ballarín de alentarla. “No sé hasta qué punto [la turismofobia] ha sido alentada por quien ahora está en el gobierno”, ha preguntado Sònia Recasens, del PDeCAT. Koldo Blanco, de Ciutadans, ha pedido al Gobierno “que se deje de alimentar la turismofobia y se asuma la responsabilidad en la gestión del turismo”. Y el popular Javier Mulleras ha afirmado que los actos vandálicos contra hoteles “no son hechos aislados, son fruto de una campaña orquestada y bien planeada”. “¡ Quien siembra turismofobia recoge cristales rotos”, ha afirmado. (EP TF 08/06/2017)

6.2. LOS ACTORES SOCIOPOLÍTICOS

El análisis de los principales actores mencionados en los artículos periodísticos según su vinculación con los tres términos principales (Fig. 8), muestra que Arran centra sus reivindicaciones en la turismofobia (con un total de 4 citas). Ciutadans hace eco de la turismofobia (2) y de la turistificación (1). La CUP pone el foco de su preocupación en la turismofobia (6 citas), seguido por ERC (Esquerra Republicana de Catalunya), con 2 citas. El Partido Popular (PP), centra su preocupación en la turismofobia (5 citas) y en la turistificación (2 citas). Por último, el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), cuenta con 2 citas en turismofobia y 1 cita en turistificación.

Figura 8. Partidos políticos y sus principales preocupaciones, según la prensa, entre 2017-2022.



Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a los personajes públicos, la figura de autoridad que más resalta es Ada Colau (alcaldesa de Barcelona desde 2015), Mariano Rajoy (presidente del Gobierno de España entre 2011 y 2018), Cristina Cifuentes (presidenta de la Comunidad de Madrid años) y Álvaro Nadal (ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital entre 2016 y 2018). Los discursos denotan el uso polémico del concepto turismofobia según diferentes interpretaciones (con alusiones a la importancia del sector o a la necesidad de regulación) para posicionarse en la arena política.

Estos hechos, que se producen en medio de un debate sobre la conocida como turismofobia, marcaron ayer la agenda. Los gobiernos de Andalucía, Galicia y Valencia condenaron estos hechos y el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, aseguró que estos ataques “muestran una estulticia insuperable” por cargar contra un sector “que genera riqueza”. (EP TF 04/08/2017)

Clos (PSC) ha mencionado también el atentado yihadista en La Rambla del 17 de agosto de 2017, los “desórdenes por turismofobia” y “el ataque de gente de la CUP a los autobuses” turísticos como motivos que socavaron el tirón de Barcelona para los empresarios (EM TF 07/03/2019)

(Barcelona limitará la afluencia de turistas al centro de la ciudad) En todo caso, la propuesta de ERC está articulada en cuatro puntos. El primero, elaborar un informe sobre la capacidad de carga turística de la ciudad de Barcelona, y el número de visitantes de día y pernoctaciones que puede asumir en su conjunto sin comprometer la calidad de vida de los residentes. El segundo, hacer balance del cumplimiento del Plan Estratégico de Turismo 2016-2020 y sus 80 retos estratégicos. El tercero, reactivar los grupos de trabajo de los Espacios de Gran Afluencia (EGA). Y, finalmente, modificar las ordenanzas necesarias para establecer un máximo de 15 personas más el guía para los grupos organizados en el centro de Barcelona, además de la obligatoriedad de llevar radioguía en los grupos de más de 10 receptores, en más de condicionar esta actividad a la obtención de una licencia municipal de ocupación del dominio público. Todas estas demandas han quedado aprobadas con los votos a favor de ERC, BComú y PSC, la abstención de JxCat, PP, BCN pel Canvi y la concejal no adscrita; y el voto en contra de Ciutadans. (LR TF 26/11/2021)

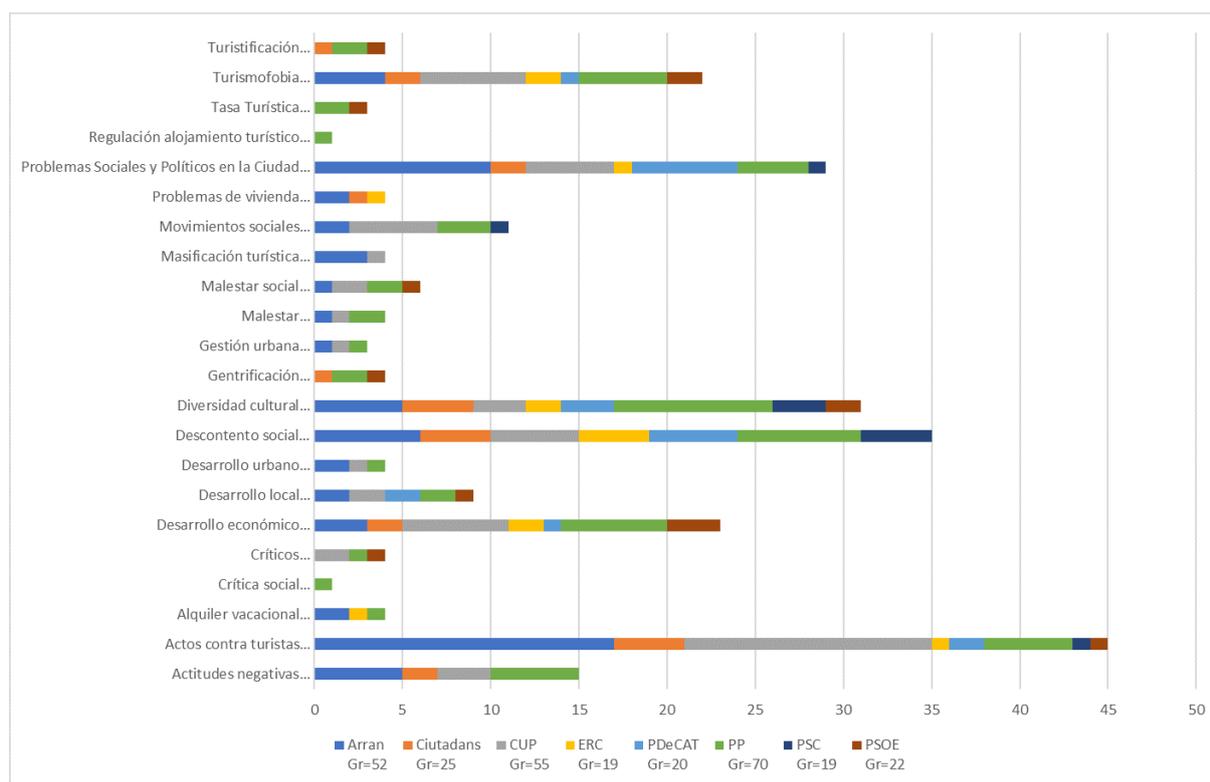
En el enfoque de los contenidos de las noticias por la prensa, apreciamos un potenciamiento de la culpabilización de la turismofobia relacionándola con los movimientos denominados de extrema izquierda y antisistema, aprovechando la situación de malestar generada en la población local con el modelo turístico masivo; impulsando el discurso contrario al turismo y descontento social existente. En este sentido, gran parte de los actores destacados han utilizado la turismofobia como herramienta política, haciendo bandera además del término para beneficio propio, según los intereses oportunos en cada momento.

Un análisis más detallado muestra sobre qué aspectos, relacionados siempre con la turismofobia, insisten los diferentes actores (Fig. 9). Arran es vinculado en las noticias con los actos contra turistas (con un total de 17 referencias, siendo un reflejo de las reivindicaciones que tuvieron lugar en Barcelona) y en problemas políticos y sociales de la ciudad (pensamiento contrario al modelo turístico de masas, que lo convierte en “causante de todos los problemas de la ciudad”); Ciutadans destaca factores como el descontento social o la pérdida de diversidad cultural existente en la ciudad; la CUP respalda mayormente la ideología difundida por Arran, destacando en implicaciones como los actos contra turistas, el descontento social y los movimientos sociales vinculados al mismo (14, 5 y 5 citas respectivamente). ERC, junto con PDeCAT, son los colectivos menos implicados en este debate político y social, aunque el primero destaca por su posicionamiento hacia el descontento social existente (5 citas); mientras que el segundo destaca por su posicionamiento de los problemas sociales y políticos de la ciudad (6 citas).

El Partido Popular (PP), ha sido sin duda el actor más involucrado en este tema, destacando en el recuento de citas encontradas. Esto puede tener relación directa con la politización del término y su uso como arma arrojada en la política nacional y, especialmente en 2017-2018, en Cataluña (ver Anexo 3). Se han codificado 9 citas relativas a la diversidad cultural, 7 en relación con el descontento social existente entre la población, 6 relacionadas con el desarrollo económico aportado por el turismo, 5, 5 y 5 (respectivamente) para denunciar los actos contra los turistas, las actitudes negativas existentes y la aparición de la turismofobia.

El PSC y PSOE también han tomado poco partido en esta temática, obteniendo en sus implicaciones más destacadas el descontento social (4 citas para el primero) y desarrollo económico (3 citas para el segundo). Se revela así el uso retórico del término como instrumento de ataque o defensa de los intereses de los agentes políticos implicados:

Figura 9. Implicaciones por partidos políticos entre 2017-2022.



Fuente: Elaboración propia.

Por parte de ERC, Alfred Bosch calificó los hechos de «ludismo del siglo XXI», en referencia al movimiento obrero que en el siglo XIX protestaba destruyendo las máquinas, que veían como fuente de la pérdida de puestos de trabajo. Para el líder de los republicanos, «este ataque no conduce a nada y no ayuda a resolver los problemas», y por eso reclamó un pacto ciudadano para un turismo de calidad. El concejal Koldo Blanco de Ciudadanos tildó Colau de «irresponsable» por «culpar al turismo de los problemas de Barcelona». (LR TF 01/08/2017)

El PP, PSC, Ciudadanos, ERC y PDeCAT se han unido hoy para reprobar a la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, y pedir su dimisión como responsable de seguridad ante el descontento generado por su gestión del espacio público. La CUP ha sido el único grupo municipal que se ha ausentado de la comisión. La oposición ha coincidido en expresar su descontento con la gestión del gobierno de Colau ante el gran problema de seguridad que se muestra en aspectos como los narcopisos del barrio del Raval, el incremento del 20% de robos y hurtos durante el último año y los recientes altercados relacionados con los manteros que el Ayuntamiento tardó varios días en denunciar. Aseguran que estas problemáticas afectan no solo al bienestar de los ciudadanos, sino a la imagen internacional de Barcelona. (EM TF 08/08/2018)

(“La CUP reivindica un sabotaje a centenares de bicicletas turísticas”) La CUP fue la única formación que ha votado en contra de la proposición de los populares que se aprobó con los votos a favor del PDeCAT, C’s, PSC y PP y la abstención de BComú, ERC y los concejales no adscritos Juanjo Puigcorbé y Gerard Ardanuy. (EP TF 20/07/2018)

Otras implicaciones de los actores políticos involucrados que se mencionaron en la prensa, pero con menos intensidad, fueron el alquiler vacacional, la crítica social existente hacia el sector turístico, la gentrificación (unido a los problemas de vivienda, como subida del precio de los alquileres) y la falta de gestión urbana en las ciudades, la regulación del alojamiento turístico ilegal o la aplicación de una tasa turística.

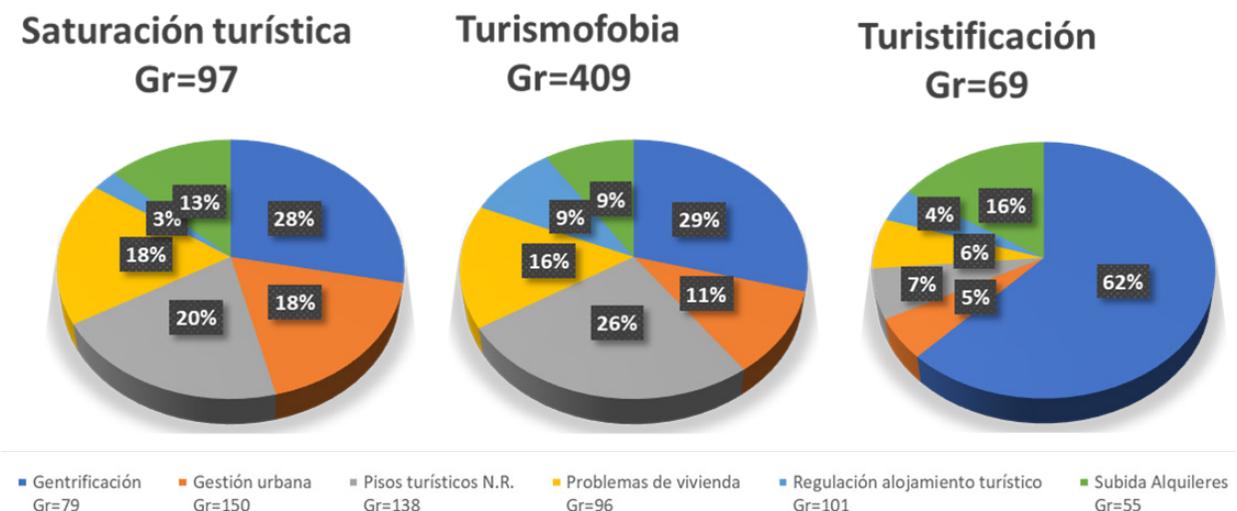
6.3. LA VIVIENDA

El centro de las ciudades se ha ido progresivamente convirtiendo en áreas preferentes para el desarrollo de la actividad turística, aprovechando como impulsores su valor histórico y patrimonial. El flujo de visitantes aumenta y la ciudad intenta adaptarse a ello invirtiendo en infraestructuras (o modificando la gestión de las existentes) que favorecen una reestructuración de los espacios centrada en la producción de servicios y el consumo (cambios de uso) destinados fundamentalmente al ocio y la experiencia de los turistas (turistificación de los espacios urbanos (Calle, 2019; Knafou, 1996)). Asociado a tales cambios está el aumento del coste de la vida, del precio de los alquileres y compra de locales y viviendas, los cambios en las relaciones de vecindad y sociales, en general, además del incremento de la contaminación sonora (ruidos), entre otras percepciones de malestar para los usuarios habituales. Es así que se favorece un proceso continuado de gentrificación (Glass, 1964). Cuando a este proceso de turistificación-gentrificación se une la promoción turística de las ciudades por agentes públicos y privados, se asegura, por comparación con las vidas cotidianas de los residentes, la percepción de saturación y la expresión del descontento.

En este sentido, el análisis muestra la gentrificación como uno de los códigos más recurrentes (Fig. 10) en su correlación con la turistificación (59 citas), siendo vinculado en menor frecuencia con la saturación (19) y la turismofobia (11). Asimismo, se vincula a este proceso la subida de alquileres (15 citas lo relacionan con turistificación, frente a 6 con turismofobia y 5 con la saturación turística). La referencia a la gentrificación, concepto ampliamente popularizado, se presenta en los discursos como un instrumento argumentativo fundamental para posicionar para posicionar positiva o negativamente el discurso de la turismofobia, con claras inclinaciones hacia ideologías conservadoras (los discursos contra la gentrificación son anticapitalistas) o de carácter más contestatario (la gentrificación es un proceso que destruye la calidad de vida y los derechos de la ciudadanía):

Criticar el turismo como modelo económico hegemónico es reclamar una ciudad justa y equilibrada, es demandar unos barrios poblados, es exigir limitaciones en los precios de los alquileres, es denunciar la especulación en locales comerciales y licencias de actividades, es denunciar los mercados negros de pisos dedicados al turismo que expulsan las familias con rentas más bajas, es gritar que queremos vivienda pública y asequible, es conjurarse para conseguir unas calles y unas plazas que no estén saturadas por los visitantes, es un lamento por los vecinos y las vecinas que han despoblado nuestros barrios. (ED TF 28/06/2017)

Figura 10. Relación entre las preocupaciones por la vivienda y los conceptos principales de la investigación.



Fuente: Elaboración propia.

(“Arran propone expropiar hoteles y parques temáticos, y prohibir Airbnb”) Critican no obstante el actual modelo turístico, “que responde a un modelo capitalista que está concentrando los beneficios en muy pocas manos” y que “está haciendo aumentar los precios del alquiler hasta el punto que nos expulsa de nuestros barrios”. (LR TF 07/08/2017)

La prensa hace más hincapié en la turismofobia cuando se refiere a la presencia de pisos turísticos no regulados (17 citas, mientras que se codifican 7 para Saturación y 6 en Turistificación) y la necesidad de que se realice tal regulación (6 citas vinculadas a Turismofobia), así como los problemas de vivienda (desglosados en encontrar alquileres o viviendas para la compra), con 10 apariciones para turismofobia, 7 relacionados con la saturación y 6 con la turistificación. También aquí pueden apreciarse diferentes connotaciones en la argumentación sobre las consecuencias derivadas de la proliferación de estas viviendas (defensa de derechos sociales, regulación del mercado negro, ...) en función de los diferentes intereses.

El Ayuntamiento de Barcelona calcula que el alquiler turístico es hasta cuatro veces más rentable que el convencional. Y eso desvía el mercado hacia los visitantes y dispara los precios. “Ha habido manifestaciones vecinales como la de la Barceloneta. Pero allí solo hay un hotel de 30 habitaciones. El problema es los miles de viviendas de uso turístico ilegales. Y nos preocupa, porque nos dificulta hallar alojamiento para nuestros trabajadores”, lamenta Molas. (EP TF 28/05/2017)

París y Barcelona, con el punto de mira en Airbnb y otros portales que permiten ofrecer alquileres turísticos en casas particulares, se incluyen en las diez ciudades que afrontan la mayor amenaza de que la masificación turística mute en problemas —burbuja inmobiliaria, ruido, calles y transportes atestados, marginación del comercio local, precios más altos—, y en éxodo vecinal. (EP TF 16/12/2017)

La vivienda turística es “un caos” y el primer problema del turismo en España, generando en algunos destinos “la mal llamada turismofobia”, ha lamentado (Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turístico (Cehat)). (ED TF 16/07/2018)

La FEHIF (Federación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera) mantiene además que este impuesto autonómico en el caso de Ibiza y Formentera está potenciando la oferta ilegal de pisos turísticos de forma exponencial, ya que no pagan impuestos, y está dañando gravemente su oferta en temporada baja. (EM TF 06/11/2018)

En el caso de las viviendas de uso turístico, estoy de acuerdo con que tienen que estar perfectamente reguladas y que hace falta una legislación nacional que deje muy claro cómo se puede compatibilizar el derecho de una persona a dar un uso turístico a su vivienda con la convivencia y con que los barrios no se desnaturalicen para que sigan siendo de las personas que viven allí. (LR TF 03/12/2022)

La gestión urbana es también mencionada en los medios de comunicación, con menos ímpetu, pero con connotaciones similares que las anteriores. Cuenta con una relación con la saturación y la turismofobia de 7 citas y con la turistificación de 5 citas.

Cs denuncia que Colau usa “asociaciones afines” para hacer “activismo político”. La Favb se ha convertido en los últimos años en uno de los bastiones activistas en contra del modelo turístico masivo, los desahucios forzosos de vecinos o contra el plan de ordenación de las terrazas. También ha pedido a Colau “claridad en las inversiones municipales” y que se concreten los numerosos proyectos de mejoras en los barrios. (EM TF 21/07/2018)

A su juicio (Consejo General de Economistas), es “urgente” coordinar normativas territoriales, contando con la colaboración público-privada, para evitar “incongruencias y conflictos” como los que están ocurriendo en materia de alquileres, transporte, saturación de espacios, turismofobia o gentrificación. (ED TF 02/04/2019) (ED TF 04/04/2019)

6.4. IMPACTOS

En este apartado hemos seleccionado los aspectos principales (GR (citas) y coocurrencia significativa) vinculados con los impactos socioculturales y socioeconómicos del turismo. En un repaso a las citas codificadas (Tabla 3) se aprecia que, mayoritariamente se corresponden al ámbito de los efectos socioe-

conómicos, relacionando (por el sesgo de búsqueda) con turismofobia y con predominio negativo. Esto es, las noticias refieren la afección negativa, por ejemplo, al desarrollo económico (25), desarrollo local (6) y desarrollo urbano (12) correlacionadas con el uso del término Turismofobia, y en menor medida con Turistificación (13, 7, 4 respectivamente). De esta forma, a través del discurso de la turismofobia significan el turismo como herramienta para el desarrollo económico o hacen hincapié en la necesidad de una gestión adecuada para redistribución de sus beneficios en toda la sociedad.

La saturación de Barcelona es inferior a la de Milán, París o Ámsterdam. El turismo genera anualmente 120.000 millones de euros, el 11,1% del PIB, y 2,5 millones de empleos (...) Durante las últimas semanas, diversas ciudades españolas han sufrido brotes de lo que ya se ha bautizado como turismofobia, es decir, el rechazo de parte de la población autóctona hacia el visitante extranjero. (LR TF 13/08/2017)

La aportación del turismo al PIB español ha crecido en los últimos años especialmente gracias al consumo turístico receptor. Así, España aglutinó un mayor peso de quienes nos visitan en la demanda turística final en 2016, con el 49,3% del total. Mientras, la demanda de los españoles en el ámbito de los viajes osciló entre descensos y crecimientos menores. La encuesta, sin embargo, no califica a España de inseguro propiamente dicho y la ubica como el sexto destino con mayor seguridad conforme a la percepción de los alemanes. Austria, Suiza, Escandinavia e Italia, al margen de la propia Alemania, son los destinos que éstos consideran más seguros que el nuestro. Y la seguridad es un factor determinante a la hora de escoger un destino de ocio. (EM TF 19/12/2017)

Por ello, ha abogado (Directora Máster en Inteligencia Turística) por “poner límites a puntos concretos, destinos cerrados o en algunas playas” o por, otro lado, organizar eventos que ayuden a descongestionar zonas de la ciudad u ofrecer beneficios fiscales fuera de la zona de “más presión de carga” en los destinos. (ED TF 05.06.2018)

Ocurre lo mismo en el análisis de las citas codificadas como “Problemas Sociales y Políticos en la Ciudad” (GR 395), muchos de ellos referidos a cómo tales problemas son percibidos desde los mercados (Reino Unido, Alemania, Francia, ...) y sus reacciones. En términos generales, la prensa planea un panorama entre tranquilizador (“se trata de una situación pasajera”) y amenazador (“desmotiva al cliente a visitar ...”). La correlación con los términos principales se sitúa en 37 menciones para el término turismofobia, 17 con la saturación turística y 15 con la turistificación, predominando el sentimiento negativo.

En la oficina de información española de Turismo en Alemania explican que no han recibido llamadas ni han detectado de momento una preocupación especial en relación con las protestas. Lo mismo asegura una portavoz del operador Thomas Cook, para el que España es el destino preferido de sus clientes. “No hemos notado ningún impacto”, asegura la portavoz. (EP TF 13/08/2017)

Y en la misma noticia:

“Las amenazas y el matonismo presentes y los que se han anunciado, que se están extendiendo indiscriminadamente en muchos lugares contra la actividad turística, y las huelgas de celo basadas en demandas inasumibles y diseñadas para crear los mayores problemas a los usuarios, están poniendo en peligro la evolución de un sector clave de nuestra economía y, con ello, obstaculizando el proceso de recuperación económica y la creación de empleo”, critica la organización (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa) en un comunicado. (EP TF 13/08/2017)

Otra referencia en el mismo sentido:

Por parte de ERC, Alfred Bosch calificó los hechos de «ludismo del siglo XXI», en referencia al movimiento obrero que en el siglo XIX protestaba destruyendo las máquinas, que veían como fuente de la pérdida de puestos de trabajo. Para el líder de los republicanos, «este ataque no conduce a nada y no ayuda a resolver los problemas», y por eso reclamó un pacto ciudadano para un turismo de calidad. (LR TF 01/08/2017)

Son tomados como causa los códigos “actitudes negativas” (hacia el turista) (GR 157), con 14 citas relacionadas con la turismofobia, y “actos contra turistas” (GR 106), con 23 citas relacionadas con la turismofobia, así como el código “críticos” (referido a críticos con el turismo) (GR 92), con 16 citas. De nuevo aquí, la identificación de las reivindicaciones de ciertos grupos sociales suele ser directamente identificadas con colectivos antisistema, contra el desarrollo económico, cuando no terrorista, con intención de deslegitimar socialmente a los grupos implicados.

Tabla 3. Relación impactos con conceptos principales

IMPACTOS	Saturación turística Gr=97	Turismofobia Gr=409	Turistificación Gr=69
Actitudes negativas Gr=157	0	14	2
Actos contra turistas Gr=106	2	23	2
Alquiler vacacional Gr=141	8	18	6
Crecimiento turístico Gr=112	0	5	0
Crítica social Gr=97	1	7	2
Críticos Gr=92	2	16	1
Desarrollo económico Gr=299	9	25	13
Desarrollo local Gr=200	6	6	7
Desarrollo urbano Gr=141	7	12	4
Descontento y malestar social Gr=559	13	44	15
Diversidad cultural Gr=235	4	18	3
Gestión urbana Gr=150	7	7	5
Masificación turística Gr=117	48	13	10
Movimientos sociales Gr=186	1	15	3
Problemas convivencia Gr=30	8	5	11
Problemas Sociales y Políticos en la Ciudad Gr=395	17	37	15

Fuente: Elaboración propia.

El diario británico «The Sun» tituló de la siguiente manera: «Detener el turismo masivo. El grupo extremista antiturista Arran ataca un autobús descapotable de Barcelona generando temores para los británicos en medio de una nueva ola de ataques contra los turistas». (LR TF 09/08/2018)

(“La sucesión de campañas de rebajas hunde al pequeño comercio”) Por otro lado, incide en el peso que tiene en el sector el turista cuando el consumidor residente lleva tiempo en tránsito hacia las compras por internet. En ese sentido, considera que se debería «hacer un esfuerzo» e «ir con cuidado con las políticas y comportamientos antiturísticos, como los actos de turismofobia, que no nos ayudan en nada». (EM TF 02/01/2020)

Los Mossos d'Esquadra están investigando el ataque con una escopeta de balines que ha sufrido esta mañana un autocar turístico, de la empresa Goldbus, cuando estaba apostado en la confluencia de las calles Padilla y Consell de Cent, en Barcelona. El conductor estaba en el interior del vehículo cuando éste ha recibido dos impactos de sendos proyectiles. El pasaje, de varias nacionalidades, estaba en ese momento visitando el templo expiatorio de La Sagrada Familia. (EP TF 26/08/2022)

Poniendo en el centro a la ciudadanía son destacables un conjunto de códigos que también se correlacionan mayoritariamente con la turismofobia. Estos son el descontento y malestar social, sumando un GR 559 y una correlación de 44, a los que se añade “Problemas de convivencia” (GR 30), que correlaciona con 5 citas con turismofobia, pero 8 con Saturación turística, y Alquiler vacacional (GR 141) con sentimiento negativo y una correlación de 18 citas con Turismofobia (8 con saturación y 6 con turistificación). Frente a estos, con sentimiento positivo, destaca el código “Movimientos sociales” (GR 186), con 15 citas correlacionadas con Turismofobia, apoyando la tesis de que una respuesta social importante ha sido (o se ha impulsado) la agrupación de personas en torno a intereses comunes por la vida ciudadana (el “derecho a la ciudad” (Rodríguez-Barcón et al., 2021; Valverde y Capote, 2021)).

Juerga permanente con vecinos incívicos que cambiaban cada semana. El martirio no ha podido zanjarlo ni la comunidad autónoma, ni el Ayuntamiento, ni siquiera el Defensor del Pueblo. Otros vecinos circundantes también han manifestado su malestar en lo que antes era una zona residencial tranquila. (EP TF 30/05/2017)

La ministra asegura que las dos prioridades del Ejecutivo ahora son «diversificar los flujos», porque «tenemos destinos muy saturados y eso está generando problemas de convivencia con el residente», y en segundo lugar, «la mayor información y digitalización de los destinos turísticos para gestionar mejor la cantidad». (EM TF 04/09/2018)

La experiencia de los turistas debe ser lo más agradable posible y al mismo tiempo los ciudadanos no han de sentir la presencia de visitantes como algo que les excluye de la ciudad sino como algo que puede ser compartido. (ED TF 07/04/2019)

7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El término turismofobia se ha adoptado y usado, tanto en la prensa como en la literatura académica con connotaciones negativas, enfocándose como causa y consecuencia de los problemas y desigualdades sociales. Sin embargo, la turismofobia forma parte de un proceso compuesto por tres fases: (1) la turistificación, que es una acción socioeconómica mediante la cual los vecinos de los barrios se ven desplazados por la actividad turística, haciéndoles cada vez más difícil poder habitar ahí; (2) la saturación turística, donde los espacios públicos se encuentran atestados de turistas, impidiendo el trascurso normal de vida de los residentes locales, fomentando el malestar social ligado a una percepción de masificación y reivindicaciones exigiendo una mejora de la situación; y (3) el surgimiento de la turismofobia como respuesta a este sentimiento de malestar, poniendo en el centro y culpando de los problemas al sistema turístico, rechazando el modelo actual.

El uso del término es necesario contemplarlo en el contexto temporal de su análisis, 2017-2022, en tanto que no se trata de un periodo con un tratamiento homogéneo desde la prensa. Se considera que es la respuesta social a través de actos reivindicativos lo que desata la presión mediática en 2017 y 2019. Pero son aquellas con un carácter más activo (contra bienes e indirectamente personas) las que fueron consideradas como una amenaza al turismo de masas y todo lo que representa. Los actos de mayor repercusión fueron los realizados por Arran (simpatizante de la Candidatura d’Unitat Popular, CUP), en Barcelona, Baleares y Valencia con acciones como encadenarse en el Park Güell, irrumpir en un bus turístico, robar cinco bicicletas de alquiler para sortearlas entre sus seguidores, etc. Tal consideración, poniendo en juego los valores positivos que podían entrar en riesgo de perderse, son los que fomentan tanto la respuesta social como la de instituciones y partidos políticos (Mansilla, 2019) que, en un momento de debilidad y en crisis (CIS, 2022), hacen bandera de la turismofobia.

Así, se ven involucradas, al tiempo, la agenda de los movimientos sociales, la de los medios de comunicación y la política, condicionando una opinión pública concreta (y no tanto en el sentido esperado) que más que rechazar el turismo, exige respuestas desde ámbitos públicos y privados (Milano, 2018) que incluyan problemas como el empleo y la dignificación laboral, la vivienda o la convivencia en la ciudad. Pero es de señalar que, en este periodo, coinciden la crisis independentista de Cataluña y sucesivas

crisis de migración en el Mediterráneo y Canarias, que se mantienen en los titulares, con mayor o menor asiduidad, en los años posteriores.

Otros acontecimientos invisibilizaron la dinámica anterior. 2020 fue el año de inicio de la pandemia de la COVID19, el Brexit y sucesivos escándalos que ocuparon el foco mediático. La atención al turismo fue más por la ausencia de turistas y la paralización del modelo de negocio, que alentó propuestas de cambio y renovación, además de un greenwashing que prometía la sostenibilidad cercana. La turismofobia y el interés mediático por la misma decayeron considerablemente, mientras que la academia continuó con su análisis y producción. Aumenta la publicación de estudios de caso iniciados con anterioridad.

Los años siguientes, 2021 y 2022, fueron los de la necesidad de recuperación. Se reinicia el conteo de turistas y los mensajes sobre las bondades de la economía turística, en una variada nube mediática en la que destacaron temas como el volcán Tajogaite en La Palma, la sentencia del caso Gürtel y otros altibajos políticos y, especialmente, un repunte de los movimientos sociales y la participación ciudadana.

La forma en que la prensa presenta el turismo y sus impactos puede influir en la percepción que la ciudadanía tenga del mismo (Pérez García y García Abad, 2018). Si las noticias son positivas y destacan los beneficios del turismo para la economía, la cultura y el medio ambiente, pueden aumentar el interés y la participación en el sector turístico. Por otro lado, si las noticias son negativas y se enfocan en los impactos negativos del turismo, como la masificación, la contaminación y la gentrificación, tendrían que generar preocupación y rechazo hacia el sistema turístico. Sin embargo, el análisis realizado muestra cómo se puede dar la vuelta al argumento.

La revisión cronológica indica que existe una correlación entre el mensaje catastrofista y negativo difundido por la prensa y las percepciones de la población analizadas por Sanmartín (2019), aunque las reacciones, lejos de ser homogéneas, se mostraron en dos líneas antagónicas. De una parte, turismofobia como sinónimo de vandalismo con los turistas y el turismo y, de otra, turismofobia como elemento de cohesión social reivindicativa del cambio (Velasco y Carrillo, 2021). Las reclamaciones de las dos partes se politizaron a través de discursos contrarios y forzaron la inclusión de la turismofobia en la agenda social (Huete y Mantecón, 2018), política e institucional.

Se ha mostrado como el énfasis se va desplazando de los “actos vandálicos” a “los pisos de alquiler turísticos”, de manera que se señalan los culpables de los impactos del turismo. No es el sector o los gestores de la ciudad y su promoción, sino una parte de la ciudadanía. Unos por “atacar” al turismo o ponerse en su contra y otros por alquilar viviendas a turistas. En este último caso, son notorias las referencias que directamente sitúan como fuente de la turismofobia la existencia de pisos turísticos, mayoritariamente considerados no regulados, y las plataformas que le dan cobertura (Airbnb como principal ejemplo). La narrativa suele ampararse en voces expertas (generalmente vinculadas al sector hotelero, pero también, en menor medida, a algunos académicos), ocasionalmente coincidentes palabra por palabra siendo diferentes los tiempos y sujetos entrevistados.

Se considera que la mediatización de los conceptos supone un escenario simbólico e ideológico, desde el que influyen la opinión pública (Santos et al., 2019). El análisis de connotación del discurso mostró diferencias ideológicas en el tratamiento de la turismofobia, la turistificación y la saturación, con inclinaciones negativas al término. Unos resaltaron más los problemas de gestión, planificación y regulación, mientras que otros, la acción contra el turismo o la reivindicación social, de manera que es posible establecer un discurso con intencionalidad negativa.

En el periodo intenso de la pandemia (pre-vacuna) se reforzó la teorización sobre nuevas posibilidades para el crecimiento turístico (entre otras, redirigir el fenómeno turístico hacia un modelo más sostenible y el cumplimiento de los ODS). Reflejaba una esperanza de cambio no solo en los destinos sino en los visitantes, que rechazarían el turismo de masas. Nada más lejos de la realidad. La reanudación de la actividad turística a cifras que rozan la pre-pandemia lleva incluidas las altas demandas y la masificación de los destinos, señalando algunos estudios que en este momento es imprescindible emprender acciones reguladoras paliativas (Oliveira et al., 2021). Frente a la inmediatez de los medios, condicionados por la noticia y sus audiencias, se sitúan los análisis académicos, con propuestas a medio-largo plazo,

casi siempre sin indicar cómo ejecutarlas (por ejemplo, propuestas de cambio de modelo de desarrollo turístico o de gestión del mismo).

La hipótesis planteada inicialmente se cumple en tanto que el debate sobre la turismofobia no parece ser más que una extensión del análisis y desarrollo teórico de la turistificación y la saturación turística, con antecedentes en el análisis del turismo de masas. Ello no quita que, académicamente, el término esté tomando progresivamente forma de concepto, con su inclusión en modelos metodológicos, además de permanecer en ensayos de diverso tipo. Su relación con la prensa se mantiene, agudizada en casos puntuales por nuevos desarrollos urbanísticos y su discusión en las redes sociales. Con la estabilización de la crisis sanitaria y de los mercados, los problemas de desarrollo turístico que parecieron mitigados en 2020 reaparecen y la prensa vuelve a retomar en el discurso las movilizaciones como amenaza a la recuperación turística.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: the resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25-55. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00002-0)
- Alcalde Garcia, Jessica; Guitart Casalderrey, Núria; Pitarch Mach, Anna y Vallvé Fernández, Óscar (2018). De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *Revista ARA*, 8(2), 25-24. <http://dx.doi.org/10.1344/ara.v8i2.21980>
- Almeida García, Fernando Nelson, Cortés Macías, Rafael, & Balbuena Vázquez, Antonia. (2019). Tourism-phobia in historic centres: the case of Malaga. *Boletín De la Asociación De Geógrafos Españoles*, (83).
- Álvarez Sousa, A. (2020). La percepción de los problemas del overtourism en Barcelona. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi*, 26(1), 59-92. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2021.26.1.4>
- Amore, A., de Bernardi, C., & Arvanitis, P. (2022). The impacts of Airbnb in Athens, Lisbon and Milan: a rent gap theory perspective. *Current Issues in Tourism*, 25(20), 3329-3342. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1742674>
- Angosto Ferrández, Luis Fernando, Castro Purrán, Fernanda, Meliñir Huaiquillán, Joaquín, & Maza Cabrera, Francisca de la. (2020). Cabalgando cambios y contradicciones: Francisca De la Maza, Fernanda Castro y Joaquín Meliñir sobre turismo y turistificación en Chile. *Antropologías del Sur*, 7(13), 205-220.
- Ap, J., y Crompton, J. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impact. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759303200108>
- Araya López, A. (2021). A summer of phobias: Media discourses on 'radical' acts of dissent against 'mass tourism' in Barcelona. *Open Research Europe*, 1. doi:10.12688/openreseurope.13253.1
- Barckham, J. P. (1973). Recreational carrying capacity: A problem of perception. *Area*, 5, 218-222.
- Barrado Timón, Diego A., & Hidalgo Giralt, Carmen. (2019). Golden hordes or mere barbarians? Discourses on tourism, touristification, and tourismophobia in Madrid's Lavapiés neighborhood. *Boletín de la Asociación De Geógrafos Españoles*, (83).
- Barretto, Margarita (2007). *Turismo y Cultura. relaciones, contradicciones y expectativas*. El Sauzal (Tenerife): Colección PASOS Edita, 1. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio cultural. <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita1.pdf>
- Beal, L., Seraphin, H., Modica, G., Pilato, M., & Platania, M. (2019). Analysing the Mediating Effect of Heritage Between Locals and Visitors: An Exploratory Study Using Mission Patrimoine as a Case Study. *Sustainability*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/su11113015>

- Bellido-Pérez, Elena; Sánchez-Gutiérrez, Bianca y Pineda, Antonio (2017). Prensa online-only española e ideología: Análisis de elementos sociales y educativos. En *Voces alternativas: Investigación multidisciplinar en comunicación y cultura*. Ediciones Egregius. https://www.researchgate.net/publication/322569919_Prensa_online-only_espanola_e_ideologia_Analisis_de_elementos_sociales_y_educativos
- Bianchi, R. (2018). The Political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.005>
- Bimonte, S., & Punzo, L. F. (2007). *The evolutionary game between tourist and resident populations and Tourist Carrying Capacity*. *International Journal of Technology and Globalisation*, 3(1), 73-87. <https://doi.org/10.1504/IJTG.2007.012361>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., & Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2834, 1–30. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2834>
- Blanco-Romero, Asunción, Blázquez Salom, Macià, & Morell, Marc. (2018). Turismofobia como arma arrojadiza. *Abaco: Revista de cultura y ciencias sociales*, (98), 55-64.
- Boissevain, Jeremy (ed.) (1996). *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books.
- Butcher, J. (2020). The construction of 'overtourism': The case of UK media coverage of Barcelona's 2017 tourism protests and their aftermath. In *Overtourism: Causes, Implications and Solutions* (pp. 69-88).
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5 -12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, R. (2022). Managing Tourism – A Missing Element? Gestión turística ¿asignatura pendiente?. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(2), 255–263. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.018>
- Cáceres Seguel, C. (2019). Turismo, gentrificación y presión por desplazamiento en los cerros Concepción y Alegre de Valparaíso. *Revista INVI*, 34(97), 157–177. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582019000300157>
- Calle Vaquero, M. de la. (2019). *Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate*. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- Cócola-Gant, A. (2015). Tourism and commercial gentrification. Paper presented at the RC21 International Conference on "The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life" Urbino (Italy) 27-29 August 2015. <http://www.rc21.org/en/conferences/urbino2015/>
- Cócola-Gant, A. (2020). *Gentrificación turística. Turistificación global: perspectivas críticas en turismo*, 291-308. Versión revisada de: Cócola-Gant, A (2018). «Tourism gentrification». En L. Lees y M. Phillips (eds). *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Conceição, R. A. M. (2020). Turismofobia: notas sobre o processo de imaginação social no turismo. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12(3), 504-522. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3p505>
- De Kadt, Enmanuel (comp.) (1991 [1979]). *Turismo ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- Delgado, Manuel (2008). Turistofobia. *El País*. 12/07/2008.
- Delgado, Manuel (2013). Espacio público: Idealismo y verdad. *Arquine*, 63, 134-139.
- Delgado, Manuel (2015). El Urbano como fogón de brujas, en Mansilla, J.; Aricó, B., y Stangeri, M. (eds.) *La rearticulación crítica del urbanismo neoliberal desde las ciencias sociales*. Barcelona: OACU/Polen.
- Díaz Parra, Ibán; Martínez Olivera, Patricia y Hernández Cordero, Adrián (2022). Presentación: Turismo, turistificación, turismofobia. *Tialli. Revista de Investigación en Geografía*, 36-40. <https://doi.org/10.22201/ffyl.26832275e.2022.7.1795>

- Diez, V. A. (2019). *El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencia, críticas y adaptaciones al modelo Butler. Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo* (CONDET), 17(1), 19-34.
- Donaire, José Antonio (2008). L'efervescència de la "turismofòbia". *Barcelona Metròpolis: revista d'informació i pensament urbans*. 72 (estiu 2008), 70-75. <http://hdl.handle.net/11703/93399>
- Donaire, José Antonio; Zerva, Konstantina; Palou, Saida y Blasco, Dani (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83. <https://doi.org/10.21138/bage.2835>
- Farías, Pablo (2016). Medición y representación gráfica de las distancias culturales entre países latinoamericanos. *Convergencia*, 23(70), 115-141. <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v23n70/1405-1435-conver-23-70-00115.pdf>
- Fuster-Márquez, Miguel, & Gregori-Signes, Carmen. (2019). La construcción discursiva del turismo en la prensa española (verano del 2017). *Discurso & Sociedad*, 13(2), 195-224.
- Garau-Vadell, Joan B.; Gutierrez-Taño, Desiderio & Diaz-Armas, Ricardo (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68-75. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>
- García-Hernández, M., de la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*, 9(8). <https://doi.org/10.3390/su9081346>
- Gastal, Susana; Sá, Felipe Zaltron de (2022). Neocolonialismo como causa e turismofobia como efeito: uma aproximação a partir da Geografia. *Para Onde!? Edição Especial - Geografia(s) do Turismo*, 16(2), 76-92. <https://doi.org/10.22456/1982-0003.122205>
- Gaviria, M.; J. M. Iribas; M. Monterde; F. Sabbah; J. R. Sanz and E. Udina (1974). *España a go-go: Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Madrid: Turner.
- Glass, Ruth (1964). *Aspects of Change*. London Aspects of Change: Centre for Urban Studies. London, Mac-Gibbon and Kee
- Gómez Martínez, Javier. (2021). Familias expuestas, tribus opuestas, ciudad peripuesta: Santander, desde el Centro Botín. *Arte y Ciudad: Revista de Investigación*, (20), 59-86.
- González Alcantud, José Antonio. (2018). Turismo y patrimonio inmaterial, una alianza obscena. *Erebea: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*. (8), 89-111.
- González-Domínguez, C. (2017). Líder de opinión y opinión pública. Hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos. *Revista mexicana de opinión pública*, (22), 15-32.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099-1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- Guillén Navarro, Nicolás Alejandro, & Encarnación Valcárcel, Ana María de la. (2018). Viviendas de uso turístico y turismofobia. In *La regulación del alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el derecho español* (pp. 171-188): Cizur Menor (Navarra): Thomsom Reuters Aranzadi, 2018.
- Gürsoy, I. Tas (2019). Beauty and the Beast: A Fairy Tale of Tourismphobia. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 434-451. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1582086>
- Hadinejad, A.; Moyle, B.D.; Scott, N.; Kralj, A.; Nunkoo, R. (2029). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, 74(2), 150-165. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
- Healy, Robert G. (2006). The commons problem and Canada's Niagara Falls. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 525-544. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.003>

- Hernández-Ramírez, Javier (2006). Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo. *Boletín Antropológico*, 24(66), 21-50. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71206602>
- Hidalgo Giralt, Carmen, Palacios García, Antonio J., Barrado Timón, Diego A., & Cea D'Ancona, Francisca. (2023). Intensidad turística en ciudades medianas y pequeñas españolas. Investigación de turismo urbano mediante un indicador cuantitativo: Indicador de Intensidad Turística. *Investigaciones Turísticas*, (25), 338-358.
- Hidalgo Giralt, Carmen, Palacios García, Antonio J., Barrado Timón, Diego A., & Troitiño Vinuesa, Miguel Ángel. (2022). Comportamiento de los flujos turísticos en Madrid (2004-2021): Lecturas interpretativas en clave de resiliencia. In *Leyendo el territorio: Homenaje a Miguel Ángel Troitiño* (pp. 591-602): Universidad de Guadalajara - México; Centro de Investigación e Innovación para las Organizaciones (CIIO),2022.
- Hofstede, Geert (1980). *Culture's Consequences: International Differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- House, Robert J.; Hanges, Paul J.; Javidan, Mansour; Dorfman, Peter W. & Gupta, Vipin. (2004). *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Huete, Raquel y Mantecón, Alejandro (2018) El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9-19. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001>
- Jafari, Jafar (1987). Modelos de turismo: los aspectos socioculturales. Las Palmas de Gran Canaria, IV Congreso Iberoamericano de antropología.
- Jafari, Jafar (2005). The scientification of tourism. En Smith, V. & Brentt, M. (eds.) *Host and Guest revisited: Tourism Issues of the 21th Century*, 28-41. New York: Cognizant Communications.
- Knafou, R. (1996). Turismo e territorio. Por uma abordagem científica do turismo. In A.A.B. Rodrigues (Org.), *Turismo e Geografia. Reflexoes teóricas e enfoques regionais*, 62-75. Sao Paulo: Editora Hucitec.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10(12). <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Lee, R.M y Fielding, N.G. (1991). Computing for qualitative research: options, problems and potential. Using computers in Qualitative Research, 1-14. Newbury Park, London: Sage.
- Lees, L.; Slater, T. & Wylie, E. (2008). *Gentrification*. New York: Routledge.
- Lei, Weng Si (Clara); Suntikul, Wantanee & Chen, Zhaoyu (2023). Tourism development induced social change. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(1), 100088. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100088>
- Li, Jianpu; Weng, Gangmin; Pan, Yue; Li, Conghui & Wang, Ning (2021). A scientometric review of tourism carrying capacity research: Cooperation, hotspots, and prospect. *Journal of Cleaner Production*, 325, 129278. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129278>
- López-Bonilla, Jesús M. y López-Bonilla, Luis M. (2007). La capacidad de carga psicológica del turista como indicador del turismo sostenible. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2911, 25-36. <http://hdl.handle.net/11441/51774>
- Lopezosa C, Codina L. (2023). *ChatGPT y software CAQDAS para el análisis cualitativo de entrevistas: pasos para combinar la inteligencia artificial de OpenAI con ATLAS.ti, Nvivo y MAXQDA*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació. <http://hdl.handle.net/10230/55477>
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangement of social space in tourist setting. *American Journal of Sociology*, 79, 586-603.
- MacCannell, Dean (2001). Tourist agency. *Tourist Studies*, 1(1), 23-37. <https://doi.org/10.1177/146879760100100102>
- Magalhaes, Fernando. (2022). Megaeventos desportivos e culturais e suas consequências: Overtourism, gentrificação e turismofobia em Lisboa. *Human Review: International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 12(6).

- Mansilla López, José A. (2018). Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279-296. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.020>
- Mansilla López, José A. (2019). No es turismofobia, es lucha de clases. Políticas urbanas, malestar social y turismo en un barrio de Barcelona. *Revista Nodo*, 13(26), 42-60. <http://dx.doi.org/10.54104/nodo.v13n26.160>
- Mantecón, Alejandro & Velasco, Maria. (2020). Beyond Tourismphobia: Conceptualizing a new framework to analyze attitudes towards tourism. In: Ribeiro de Almeida, Cláudia, et. al. (Eds.). *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*. Hershey, PA: IGI Global. ISBN 978-1-7998-2224-0, pp. 60-74. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2224-0.ch004>
- Mariolis, Theodore; Rodousakis, Nikolaos & Solis, George (2021). The COVID-19 multiplier effects of tourism on the Greek economy. *Tourism Economic*, 27(8), 1848-1855. <https://doi.org/10.1177/1354816620946547>
- Martín Rodríguez, Mariano. (2019). Tourists, Go Home?: un acercamiento comparativo a la ficción utópica de asunto turístico. In *Más allá de la frontera: Migraciones en las literaturas y culturas hispano-americanas* (pp. 287-316): Berlín: Peter Lang, 2019.
- Martin-Fuentes, E., Ferrando, J. N., Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. (2020). From Blockbuster to Neighbourhood Buster: The Effect of Films on Barcelona. *Sustainability*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062290>
- Martorell Carreño, Alberto. (2018). Políticas comparadas de turismo cultural en tiempos de crisis. *Turismo y Patrimonio: Revista Turismo y Patrimonio*, (12), 101-116.
- Mathieson, A. y Wall, G. (1990 [1986]). *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.
- McCombs, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona, Paidós.
- Melo Pereira, Luciana, Barrera Cañellas, Margarita, & Franconetti Manchado, Javier. (2021). La presión turística y el proceso de gentrificación: Un análisis de palma de Mallorca-España. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1(1).
- Milano, C. (2017). *Overtourism y turismofobia: tendencias globales y contextos locales*. Barcelona: Ostelea School of Tourism and Hospitality. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30241.10087>
- Milano, C., Mansilla José, A. (2018). *Ciudad de vacaciones, conflictos urbanos en espacios turísticos*. Barcelona: Pol·len Edicions ISBN 978-1138083905.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (Eds.) (2019). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. Wallingford, Oxfordshire: CAB International.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604>
- Moraes Conceição, Renan Augusto (2020). Turismofobia e políticas públicas em turismo. *Revista Turismo & Cidades*, 2(3), 150–168. <https://cajapio.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/13753>
- Muñoz de Escalona, Francisco. (2020). Un efecto imprevisto por la actividad y la doctrina turística: la turismofobia. *Turismo: Estudos & Práticas*, 9(1), 1-21. <http://natal.uern.br/periodicos/index.php/RTEP/index>
- Muñoz-Justicia, Juan., Sahagún-Padilla, Miguel (2017). *Hacer análisis cualitativo con Atlas.ti 7. Manual de uso*. https://www.researchgate.net/publication/288824979_Hacer_analisis_cualitativo_con_Atlas_t_i_7
- Naranjo-Arriola, A. (2021). *Tourist carrying capacity as a sustainability management tool for coral reefs in Caño Island Biological Reserve, Costa Rica*. *Ocean and Coastal Management*, 212, 105857. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2021.105857>

- Navarro Valverde, Francisco Antonio, & Capote Lama, Alberto. (2021). ¿Overtourism en la ciudad de Granada?: Una aproximación a la percepción de turistas, residentes y partidos políticos locales. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 60(1), 35-53.
- Ojeda, A. B., & Kieffer, M. (2020). Touristification. Empty concept or element of analysis in tourism geography? *Geoforum; Journal of Physical, Human, and Regional Geosciences*, 115, 143–145. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.06.021>
- Oliveira Magalhães, Fernando Paulo. (2017). O centro histórico de Lisboa enquanto ecomuseu: construindo pontes entre os turistas, os locais e o património. *RITUR: Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(3), 114-136.
- Oliveira, Josefa & Neves, Carla & Netto, Alexandre & Severini, Valeria (2021). Turismofobia em Barcelona: um tema (que era?) emergente. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(3), 325-342. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2021v9n3ID23619>
- Olivera Martínez, Patricia Eugenia, Díaz Parra, Ibán, & Hernández Cordero, Adrián. (2022). Turismo, turistificación, turismofobia: presentación. *Tlalli: Revista de Investigación en Geografía*, (7), 36-40.
- PAP/RAC 1997 *Guidelines for Carrying Capacity Assessment for Tourism in Mediterranean Coastal Areas*. PAP-9/1997/G.1. Split, Priority Actions Programme Regional Activity Centre, viii+51. <http://hdl.handle.net/20.500.11822/1461>
- Pasquinelli, C., & Trunfio, M. (2020). Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens. *Cities*, 102, 102729. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102729>
- Pearce, D. (1991 [1986]). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas*. México: Trillas.
- Pérez-García, A. y García Abad, L. (2018). Turismofobia: presencia, impacto y percepción del concepto a través de los medios de comunicación impresos. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 16, 201–219. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.11>
- Picornell, Climent (1993). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, 11, 65-92. <http://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/395>
- Pizam, A., Urieli, N and Reichel, A. (2000). The intensity of tourist-host social relationship and its effect on satisfaction and change of attitudes. The case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21, 395-406. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00085-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00085-0)
- Quintero Santos, J. L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del Museo de América*, 12, 263–274.
- Ralero Rojas, Isabel (2021). De la turismofobia al turismo sostenible en Toledo. *Antropología Experimental*, 21, 331-345. <https://doi.org/10.17561/rae.v21.5796>
- Ramírez-Vázquez, Evelin & Cruz-Dávila, Jacqueline de la (2020). Turismofobia: un análisis social desde los medios de comunicación. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 5, 33-37. <https://doi.org/10.29057/est.v5i10.4985>
- Reig, Ramón (2004). *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*. Barcelona: Urano Tendencias.
- Rodríguez Barcón, Alberto, Calo, Estefanía, & Otero-Enríquez, Raimundo. (2021). Una revisión crítica sobre el análisis de la gentrificación turística en España. *Rotur: revista de ocio y turismo*, 15(1), 1-21.
- Rodríguez Medela, Juan, Sánchez Cota, Ariana, Salguero Montañó, Óscar, & García García, Esther. (2018). Gentrificación y turistificación en los barrios, ‘turismofobia’ en la tele y hegemonía de la marca Granada. In *Ciudad de vacaciones: conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 327-361): Barcelona: Pol·len edicions, 2018.

- Romero-Lecrivain, A., & Micaletto-Bleda, J. P. (2020). Overtourism: an analysis of citizen protests in Barcelona in the summer months of 2017. *Question*, 2(66). <https://doi.org/10.24215/16696581e456>
- Rowland, A. (2003). Gentrification in a New Century: Misunderstood Saviour or Vengeful Wrecker? The many meanings and problems of gentrification. *Urban Studies*, 40(12), 2343-2350. <https://doi.org/10.1080/0042098032000136093>
- Ruano de la Fuente, J. M., Jiménez, E. I., & Villar, C. P. (2019). El Madrid vivido: los problemas urbanos desde la perspectiva de la ciudadanía en el contexto del turismo de masas. *Boletín De la Asociación De Geógrafos Españoles*, (83). <https://doi.org/10.21138/bage.2826>
- Rubio Ferreres, José María (2009). Opinión pública y medios de comunicación, teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1), <http://hdl.handle.net/10481/6843>
- Russell Bernard, H. (2006). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Oxford: Altamira Press.
- Rusu, Sergiu (2011). Tourism multiplier effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70-76. <https://www.uav.ro/jour/index.php/jebr/article/view/309>
- Salazar, S. C. (2020). Impactos socioeconómicos y medio ambientales del turismo en España. *Observatorio Medioambiental*, 23, 243. <http://dx.doi.org/10.5209/OBMD.73171>
- Sanmartín Sáez, Julia (2019). Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismofobia, turistización y turistificación en el punto de mira. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78, 63-90. <http://dx.doi.org/10.5209/clac.64372>
- Santana, Agustín (1997). *Antropología y turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- Santana, Agustín (2009). *Antropología do turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.
- Santos, Giovanna; Oliveira, Frederico & Reis, Jarlene. (2020). Turismofobia e os impactos econômicos do turismo nos discursos midiáticos do jornal "El País". *Turismo e Sociedade*, 12, 36-56. <https://doi.org/10.5380/tes.v12i3.69791>
- Sarmiento Guede, José Ramón, Rodríguez Terceño, José, & Barquero Cabrero, Mario. (2018). De la "turismofobia" al negocio colaborativo: apuntes sobre los nuevos escenarios socio-económicos del turismo en España. In *La cultura como herramienta de expresión humana* (pp. 447-462): Barcelona: Gedisa, 2018.
- Saveriades, Alexis (2007). A Sociometric Examination of Perceptions of the Impact of Contemporary Tourism upon Society in the Tourist Resort of "Ayia Napa", Cyprus. A Qualitative Approach. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 30(1), 177-195. <https://doi.org/10.1080/07053436.2007.10707745>
- Screti, F. (2022). Populism in mediated anti-tourism discourse: a critical analysis of the documentary tourist go home! *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(5), 617-632. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1966024>
- Sequera, J., & Nofre, J. (2020). Touristification, transnational gentrification and urban change in Lisbon: The neighbourhood of Alfama. *Urban Studies*, 57(15), 3169-3189. <https://doi.org/10.1177/0042098019883734>
- Séraphin, H., Christodoulidi, F. & Gladkikh, T. (2020). Case study 2: Broadly engaging with interaction between visitors and locals-towards understanding tourismphobia and anti-tourism movements. In *Overtourism: Causes, Implications and Solutions* (pp. 207-227). Winchester, UK: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-42457-2; ISBN 978-3-030-42458-9 (eBook); <https://doi.org/10.1007/978-3-030-42458-9>
- Séraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M., & Bourliataux-Lajoinie, S. (2019). Community based festivals as a tool to tackle tourismphobia and antitourism movements. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 219-223. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.12.001>

- Sharpley, R. Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Shobha, K. B. (2019). A case study on irritation among local people towards the growth of tourism in Kodagu district: With the reference of Doxey's irridex model. *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies*, 6(1), 146-148.
- Sibrijns, G. R., & Vanneste, D. (2021). Managing overtourism in collaboration: The case of 'From Capital City to Court City', a tourism redistribution policy project between Amsterdam and The Hague. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100569. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100569>
- Simas, Tarciso & Oliveira, Sônia & Hila, Ana-Belén (2021). Tourismophobia or touristification? An analysis of the impacts of tourism in Poblenou, Barcelona. *Ambiente Construído*, 21(3), 117-131. <https://doi.org/10.1590/s1678-86212021000300541>
- Smith, Valene (1992 [1977; 1989]). *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endymion.
- Tinajero Flores, L. N., & Bojórquez Vargas, A. R. (2019). Turismofobia: un breve análisis de casos relevantes. IV Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica, 126–135.
- Tokarchuk, Oksana; Gabriele, Roberto & Maurer, Oswin (2021). Estimating tourism social carrying capacity. *Annals of Tourism Research*, 86, 102971. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102971>
- Trancoso González, Ana. (2018). Venice: the problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales = Journal of Regional Research*, (42), 35-51.
- Um, S. and Crompton, J.L. (1990). Attitude Determinants in Tourism Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 17, 432-448. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90008-F](http://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90008-F)
- UNESCO (1976). The effects of tourism on socio-cultural values. *Annals of Tourism Research*, 4(2), 74-105. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(76\)90100-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(76)90100-6)
- Vale Ponath, Joicy Carolyn do; Breno Silva de Oliveira, Willian (2019). Turismofobia, os dois lados da problemática. *CENÁRIO*, 7(12), 42-58. <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v7i12.25477>
- Vareiro, L., Mendes, R., & Cardoso, D. (2021, Nov 04-06). *Resident-Tourist Relationship and Tourismophobia: The Case of Porto*. Paper presented at the International Conference on Tourism, Technology and Systems (ICOTTS), Univ Cartagena, Cartagena, Colombia.
- Vasco, Celia (2019). "Turistificación. Las ciudades españolas que corren el riesgo de morir de éxito". Público, 28/06/2019. <https://www.publico.es/economia/turistificacion-ciudades-espanolas-corren-riesgo-morir-exito.html>
- Velasco González, María y Barroso Carrillo, Ernesto (2021). The short life of a concept: tourismophobia in the Spanish media. Narratives, actors and agendas. *Investigaciones Turísticas*, 22, 1-23. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.1>
- Velasco González, María & Ruano, José M. (2021). The Crossfire Rhetoric. Success in Danger vs. Unsustainable Growth. Analysis of Tourism Stakeholders' Narratives in the Spanish Press (2008-2019). *Sustainability*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169127>
- Verissimo, M., Moraes, M., Breda, Z., Guizi, A., & Costa, C. (2020). Overtourism and tourismophobia: A systematic literature review. *Tourism*, 68(2), 156-169. <https://doi.org/10.37741/t.68.2.4>
- Vetitnev, A. M., & Chigarev, D. V. (2021). Assessment of overtourism manifestations by visitors of Russian destinations. The case from sochi. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(1), 218-232. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.1\(49\).19](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.1(49).19)
- Vetitnev, A., Chigarev, D., & Afanasiev, O. (2021). Overtourism and Tourismophobia at a Russian resort. *European Journal of Tourism Research*, 28.
- Visentin, F., & Bertocchi, D. (2019). *Venice: an analysis of tourism excesses in an overtourism icon*. In *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism* (pp. 18-38). Wallingford UK: CAB International. <https://doi.org/10.1079/9781786399823.001>

- White, K. J. (1974). The social impact of tourism on host communities: A study of language change in Switzerland. *Research paper*, 9. Oxford, School of Geography, Oxford University.
- Young, S. G. B. (1973). *Tourism--blessing Or Blight?*. Penguin Books.
- Zhang, Zi'ang ; Liang, Zengxian & Bao, Jigang (2021). From theme park to cultural tourism town: Disneyization turning of tourism space in China. *Regional Sustainability*, 2(2), 156-163. <https://doi.org/10.1016/j.regsus.2021.05.003>

FUENTES SECUNDARIAS

- CIS (2023). Encuesta de opinión pública. https://www.cis.es/cis/opencm/ES/11_barometros/depositados.jsp?pagina=1&orden=1&desc=null (acceso 14.04.2023)
- FUNDEU (2017). "Turismofobia: neologismo válido". <https://www.fundeu.es/recomendacion/turismofobia-neologismo-valido/> (acceso 05.03.2023)
- Google Trends <https://trends.google.es/home>
- MyNews (2023). <https://hemeroteca.mynews.es/hp/hemeroteca/>

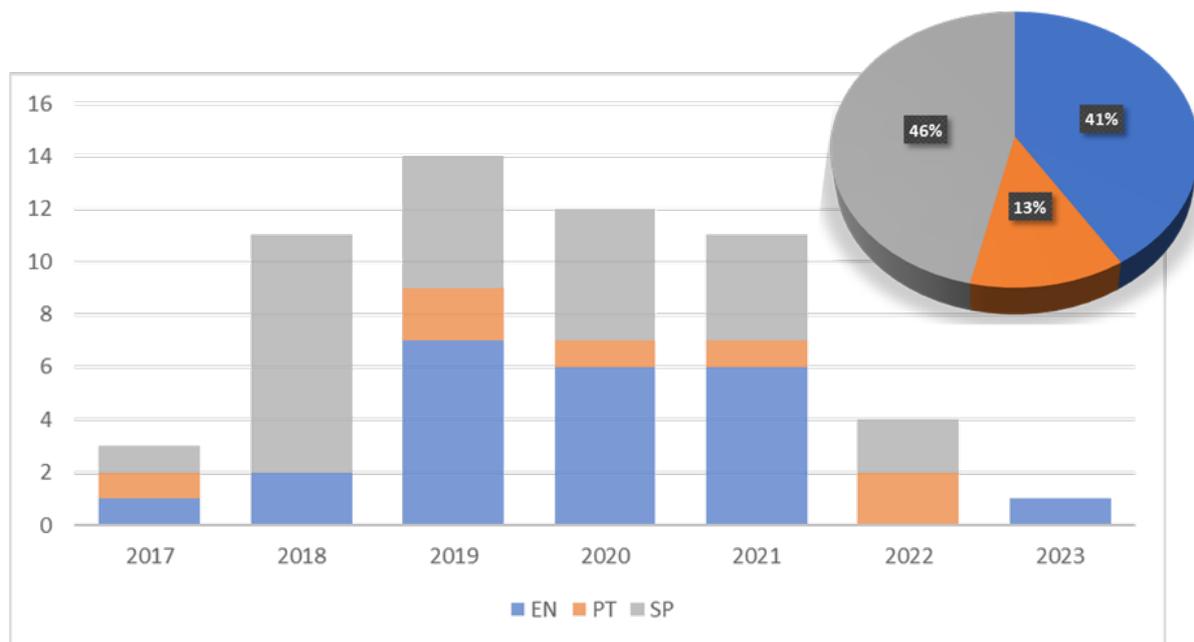
ANEXOS

Anexo 1. Resultado de la selección sobre la búsqueda de textos académicos en WOS, SCOPUS, Dialnet y Google Scholars que responden a “turismofobia” en título o palabras clave, años 2017-2022.

Año	Frecuencia	Referencias	Idioma	Metodología
2017	3	Milano, 2017	SP	FUENTES SECUNDARIAS
2017		García-Hernández et. al., 2017	EN	FUENTES SECUNDARIAS
2017		Oliveira Magalhães, 2017	PT	FUENTES SECUNDARIAS
2018	11	Alcalde García et al., 2018	SP	FUENTES SECUNDARIAS
2018		Blazquez y Morell, 2018	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2018		González Alcantud, 2018	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2018		Huete y Mantecón, 2018	SP	ANÁLISIS PRENSA
2018		Koens et. al. 2018	EN	ESTUDIO DE CASO
2018		Mansilla, 2018	SP	ESTUDIO DE CASO
2018		Martorell Carreño, 2018	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2018		Milano, 2018	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2018		Rodríguez Medela et. al., 2018	SP	ESTUDIO DE CASO
2018		Pérez-García y García Abad, 2018	SP	ANÁLISIS PRENSA
2018		Trancoso González, 2018	EN	FUENTES SECUNDARIAS
2019	14	Almeida-García et. al., 2019	EN	ESTUDIO DE CASO
2019		Barrado-Timón y Hidalgo-Giralt, 2019	EN	ANÁLISIS LINGÜÍSTICO Y DISCURSO
2019		Beal et al., 2019	EN	ESTUDIO DE CASO
2019		Blanco-Romero et al., 2019	EN	ESTUDIO DE CASO
2019		Calle Vaquero, 2019	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2019		Fuster-Márquez y Gregori-Signes, 2019	SP	ANÁLISIS PRENSA
2019		Gürsoy, 2019	EN	ESTUDIO DE CASO
2019		Mansilla, 2019	SP	ESTUDIO DE CASO
2019		Milano et. al., 2019	EN	ANÁLISIS LITERATURA
2019		Ruano de la Fuente et al., 2019	SP	ESTUDIO DE CASO
2019		Sanmartín, 2019	SP	ANÁLISIS LINGÜÍSTICO Y DISCURSO
2019		Santos et al., 2019	PT	ANÁLISIS PRENSA
2019		Séraphin, et al., 2019	EN	ESTUDIO DE CASO
2019		Vale y Breno, 2019	PT	ANÁLISIS LITERATURA
2020	11	Amore et al., 2020	EN	FUENTES SECUNDARIAS
2020		Angosto Ferrández, 2020	SP	ESTUDIO DE CASO
2020		Butcher, 2020	EN	ANÁLISIS PRENSA
2020		Mantecón y Velasco, 2020	EN	ANÁLISIS LITERATURA
2020		Martin-Fuentes et al., 2020	EN	FUENTES SECUNDARIAS (FILMS)
2020		Moraes, 2020	PT	ANÁLISIS PRENSA
2020		Muñoz, 2020	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2020		Ramírez-Vázquez y Cruz-Dávila, 2020	SP	ANÁLISIS PRENSA
2020		Romero-Lecrivain y Micalletto-Bleda, 2020	SP	ESTUDIO DE CASO
2020		Séraphin et al., 2020	EN	ANÁLISIS LITERATURA
2020		Veríssimo et al., 2020	EN	ANÁLISIS LITERATURA
2021	12	Araya, 2021	EN	ANÁLISIS PRENSA
2021		Binoti et al., 2021	EN	ESTUDIO DE CASO
2021		Gómez, 2021	SP	ESTUDIO DE CASO
2021		Melo et al., 2021	SP	FUENTES SECUNDARIAS
2020		Navarro y Capote, 2021	SP	ESTUDIO DE CASO
2021		Soares et al., 2021	PT	ANÁLISIS LITERATURA
2021		Ralero, 2021	SP	ESTUDIO DE CASO
2021		Rodríguez-Barcón et al., 2021	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2021		Vareiro et al., 2021	EN	ESTUDIO DE CASO
2021		Velasco y Carrillo, 2021	EN	ANÁLISIS PRENSA
2021		Velasco y Ruano, 2021	EN	ANÁLISIS PRENSA
2021		Vetitnev et al., 2021	EN	ESTUDIO DE CASO
2022	4	Díaz et al., 2022	SP	ANÁLISIS LITERATURA
2022		Gastal y Sá, 2022	PT	ANÁLISIS LITERATURA
2022		Hidalgo-Giralt et al., 2022	SP	FUENTES SECUNDARIAS
2022		Magalhães, 2022	PT	FUENTES SECUNDARIAS
2023	1	Hidalgo-Giralt et al., 2023	EN	FUENTES SECUNDARIAS

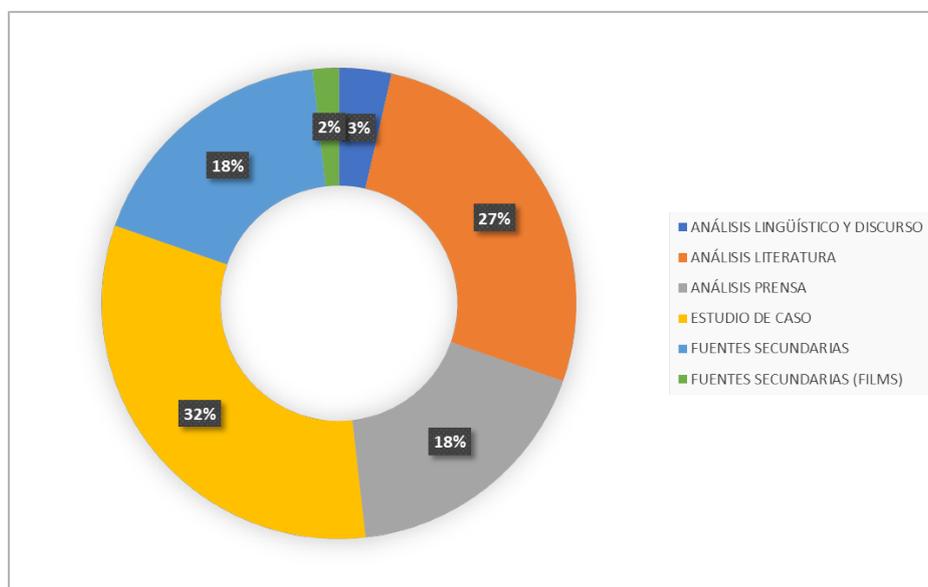
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Número de textos académicos publicados por idioma en el periodo 2017/04-2023.



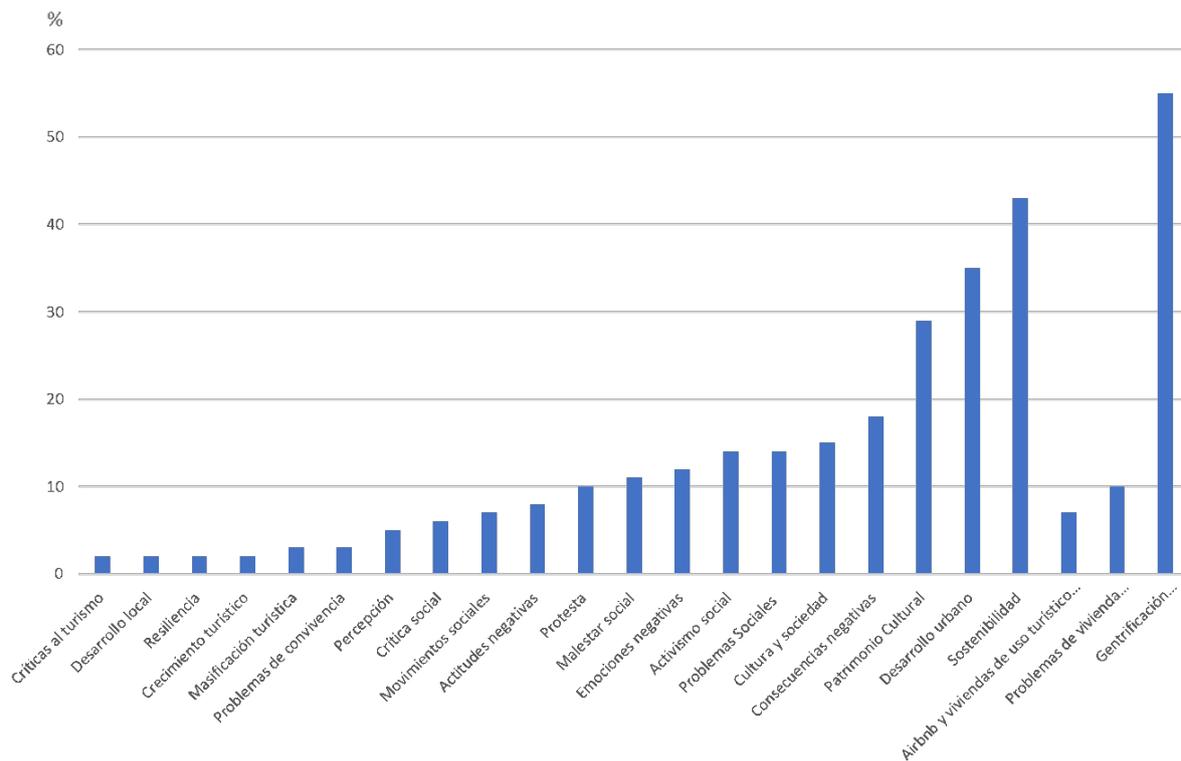
Fuente: Elaboración propia a partir de la búsqueda y selección de datos WOS, SCOPUS, Dialnet y Google Académico, 2017-2023, con el término "turismofobia/Tourismphobia"

Anexo 3. Proporción según tipo de metodologías de análisis aplicados en los textos académicos publicados por idioma en el periodo 2017-04/2023.



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis realizado sobre la búsqueda y selección en las bases de datos WOS, SCOPUS, Dialnet y Google Académico, 2017-2023, con el término "turismofobia/Tourismphobia".

Anexo 4. Focos de interés en la literatura académica sobre turismofobia 2017-2023.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. Noticias destacadas según temática en el periodo 2017-2022.

AÑO	POLÍTICA INTERIOR	ECONOMÍA	SOCIEDAD	TRANSVERSAL
2017	Referéndum independentista en Cataluña	Recuperación crisis económica	Crisis migratoria	Ataque en Ramblas de Barcelona
	Crisis interna PSOE. Renuncia de Susana Díaz	Aumento del empleo e inversión extranjera	Aprobación de la Ley de Memoria Histórica	
	Corrupción PP. Caso Gürtel y caso Lezo	Crecimiento del turismo		
	Elecciones en Galicia, País Vasco y Cataluña			
2018	Continúa la crisis en Cataluña	Récord número de turistas internacionales recibidos	Juicio de la manada	Debate sobre cambio climático y medioambiente. Desastres naturales.
	Moción de censura Parlamento español			
2019	Protestas en Cataluña	Crecimiento económico	Crisis migratoria	Necesidad de tomar medidas cambio climático
	Elecciones generales	Aumento del PIB	Exhumación de Franco	
	Juicio del Procés			
2020	Elecciones en Galicia y País Vasco	Crisis económica	Crisis migratoria en Canarias	Pandemia COVID19
	Gobierno de coalición PSOE- Unidas Podemos	Aumento del desempleo	Escándalo rey emérito Juan Carlos I	Brexit
	Crisis Cataluña. Protestas movimiento independentista	Caída de PIB	Aprobación de la Ley de Educación (Ley Celaá)	
	Corrupción Caso Kitchen (PP) y Dina (Podemos)	Aprobación de plan de rescate económico		
2021	Moción de censura en Murcia	Subida del precio de la luz	Erupción del volcán Tajogaite (La Palma)	Pandemia COVID19
	Indultos a líderes independentistas catalanes	Aumento del turismo nacional		Fin del estado de alarma por COVID19
	Elecciones Cdad de Madrid			
	Sentencia del caso Gürtel			
2022	Crisis interna del PP. Sustitución de la presidencia de Pablo Casado por Alberto Núñez Feijóo	Recuperación del sector turístico	Aumento de la participación ciudadana y de los movimientos sociales	Pandemia COVID19. Se inicia relajación de medidas
	Disputas por la renovación del Consejo General del Poder Judicial	Reapertura de fronteras	Crisis migratoria. Migrantes muertos en frontera de Melilla	Crisis climática y transición energética. Hacia una economía más sostenible. Año más cálido
	Reforma de Código penal. Sedición y malversación	Huelga del transporte	Aprobación de la Ley 'solo sí es sí' y la ley 'trans'	Situación geopolítica internacional (Rusia-Ucrania, Oriente Medio, relaciones EE.UU.-China)

Fuente: Elaboración propia a partir de la prensa escrita seleccionada en el análisis.