

TURISMOFOBIA EN BARCELONA (2008-2019): EXPLORACIÓN DEL ASEDIO MEDIÁTICO Y LA PROTESTA TURÍSTICA

Anna Soliguer Guix*

Recibido: 2-11-2023 Modificado: 7-12-2023 Aceptado: 8-12-2023

DOI: 10.61520/et.2262023.1217

Resumen: Este artículo investiga la compleja dinámica de la turismofobia en Barcelona, centrándose en el impacto mediático de la prensa en la formación de la opinión pública sobre los ataques a los movimientos sociales. Utilizando una metodología cualitativa, se profundizó en el análisis del discurso y las narrativas de la prensa, adaptando el estudio a la tipología de Mantecón y Velasco (2020) para su comparación posterior con las narrativas de los movimientos sociales. Con tal finalidad, se desarrolló una tipología de movimientos sociales de protesta turística que confirmaron el estudio de Novy y Colomb (2019), proporcionando una comprensión más profunda de las complejidades en la intersección entre el poder político, los medios de comunicación y los movimientos sociales en la turismofobia en Barcelona.

A lo largo del proceso, se evidenció una reconfiguración paradigmática de las dinámicas sociales de clase, contextualizadas en el derecho a la ciudad, durante el proceso de “repolitización del turismo”. Este fenómeno trascendió la mera inclusión de la problemática turística en la agenda local. Un momento crucial se produjo con el cambio de roles que trasladaron el epicentro de la protesta desde la periferia hasta el ámbito municipal. Tal innovación política derivó en un contexto de regulaciones, restricciones a la actividad económica y transformaciones en valores, incitando a los actores vinculados al turismo a protestar en las calles, exteriorizando su descontento ante los efectos adversos en su quehacer y la turbiedad urbana. Estos hallazgos trascienden la miopía inicial, enriqueciendo la perspectiva sobre la protesta turística y contribuyendo a una comprensión más holística de los desafíos inherentes en Barcelona.

Palabras clave: turismofobia, Barcelona, movimientos sociales, turismo responsable, medios de comunicación.

TOURISMOPHOBIA IN BARCELONA (2008-2019): EXPLORING MEDIA SIEGE AND TOURIST PROTEST.

Abstract: This article investigates the complex dynamics of tourismphobia in Barcelona, focusing on the media impact of the press on the formation of public opinion about attacks on social movements. Using a qualitative methodology, we delved into the analysis of the discourse and narratives of the press, adapting the study to the typology of Mantecón and Velasco (2020) for subsequent comparison with the narratives of social movements. To that end, a typology of tourism protest social movements was developed that confirmed Novy and Colomb’s (2019) study, providing a deeper understanding of the complexities at the intersection between political power, media, and social movements in tourismphobia in Barcelona.

Throughout the process, a paradigmatic reconfiguration of social class dynamics, contextualized in the right to the city, was evidenced during the process of “re-politicization of tourism”. This phenomenon transcended the mere inclusion of tourism issues in the local agenda. A crucial moment occurred with the change of roles that moved the epicenter of the protest from the periphery to the municipal level. Such political innovation resulted in a context of regulations, restrictions on economic activity and transformations in values, inciting tourism-related actors to protest in the streets, externalizing their discontent with the adverse effects on their work and urban disorder. These findings transcend the initial myopia, enriching the perspective on tourism protest and contributing to a more holistic understanding of the challenges inherent in Barcelona.

Key words: tourismphobia, Barcelona, social movements, responsible tourism, media.

* Doctora en Turismo. Filiación: Universitat Oberta de Catalunya. ORCID: 0000-0002-7462-5957.

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo integra un estudio de narrativas que analiza dos dimensiones del impacto social del turismo sobre dos actores de la comunidad local de Barcelona a través del análisis del concepto “turismofobia” en el nivel macro de la política y la ideología y en el nivel meso de lo urbano y lo social. Versa sobre la hostilidad y rechazo al turismo manifestada por los movimientos sociales de Barcelona y la respuesta de los medios de comunicación de prensa escrita ante la crítica al turismo.

El intervalo temporal abarca desde 2008 hasta 2019, correspondiendo al periodo en el que se registró la primera noticia referida a la hostilidad hacia el turismo. (1) Dicho periodo fue seleccionado con el propósito de contextualizar el surgimiento y evolución del fenómeno de “turismofobia” entendida como hostilidad hacia el turismo o rechazo al turismo.

Este artículo es una adaptación de un estudio más amplio, orientado a explorar de manera específica la construcción de narrativas filoturísticas por parte de la prensa española, especialmente la barcelonesa, cuya finalidad consiste en la defensa del modelo turístico del crecimiento, además de la preservación de la imagen turística de Barcelona frente a cualquier crítica vecinal que pueda contribuir al descenso de reservas turísticas.

Los cambios que llegaron con la globalización a las ciudades contemporáneas trajeron consigo el fin del mantra de la gallina de los huevos de oro, cuyo final en Barce-

lona fue especialmente activado a través de protestas vecinales que tuvieron un gran eco mediático internacional en algunos de los principales mercados emisores turísticos. Un ejemplo de estas protestas fue el ataque del movimiento anticapitalista Arran al Bus Turístico de Barcelona como denuncia del modelo de explotación turística depredador que mata los barrios (2). La caída en picado de un mundo turístico ordenado que era el orgullo de los barceloneses cautivó a hordas de turistas, al tiempo que un nuevo orden sustituía a la población local por inmigración originaria de otras culturas que se mimetizaron con los turistas. Es por ello por lo que este estudio se adentra en el conocimiento de la repolitización del turismo a través de los movimientos sociales y la prensa. El objetivo de esta investigación se centra en identificar y analizar las narrativas de la prensa y los movimientos sociales de Barcelona con la finalidad de comprender cómo se desarrollan las pugnas por el poder, cuyo foco se recrudece en la defensa y el ataque al modelo turístico entre los actores que lideran el discurso turístico en la ciudad.

Partiendo de estas dos cuestiones ¿cómo contribuyeron las narrativas de la prensa sobre turismofobia en Barcelona entre 2008 y 2019 al asedio mediático hacia la protesta de los movimientos sociales contra el turismo, y cuáles fueron los principales elementos que contribuyeron a la formación y evolución de estas narrativas a lo largo del período estudiado? se establecieron objetivos operativos.

El objetivo principal de este artículo consiste en profundizar en el conocimiento de la turismofobia a través de dos actores de la

comunidad local de Barcelona: la prensa y los movimientos sociales con discurso turístico. Se remonta al proceso evolutivo desde sus orígenes hasta el momento actual, incidiendo en el periodo de los años 2008, cuando surge la primera noticia sobre turismofobia en *La Vanguardia*, hasta el año 2019, en plena pandemia, cuando se desarrolló el trabajo de campo de los movimientos sociales urbanos.

1.1. Estado de la cuestión: Turismofobia en Barcelona

Este apartado proporciona un marco histórico que contextualiza cómo se va gestando el caldo de cultivo que desencadena en los movimientos sociales contra el turismo en Barcelona.

Durante las etapas iniciales del turismo, las exposiciones universales de Barcelona de los años 1888 y 1929 sirvieron para impulsar su imagen y promover la ciudad gracias a la implicación del ayuntamiento y al aumento de presupuestos públicos destinados a los eventos turísticos (Garay, 2007).

Los historiadores Palou y Cocola-Gant (2018) añadieron aspectos fundamentales en el estudio de la historia económica del turismo al localizar el primer texto conocido del lobby del sector, publicado el año 1908 por Gonçal Arnús en forma de libro titulado *Barcelona Cosmopolita* en donde compartía la idea de convertir Barcelona en una ciudad turística. Con dicha misión, Arnús y Cambó construyeron el primer alojamiento turístico de gama superior, el Hotel Palace. Las élites económicas promocionaban los recursos tu-

rísticos a través de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona (SAF) y disfrutaban del impulso económico que proporcionaban el Ayuntamiento y la Diputación de Barcelona. El motivo principal que caracterizó la fuerte apuesta por la transformación turística urbana se hallaba en la pérdida de las colonias que constituían el principal mercado exterior de la ciudad. Palou y Cocola-Gant sugirieron que “el turismo fue, ante todo, imaginado e inducido políticamente” (Palou y Cocola-Gant, 2018, p. 26) a través de un ideario de grandeza promovido por las élites en busca de justificación ante el choque que suponía tal impacto en la vida cotidiana de los locales. A pesar de ello, en los años 30, Barcelona ya se había convertido en un atractivo destino turístico europeo (Larrinaga & Vallejo, 2021).

Años más tarde, los Juegos Olímpicos de 1992 contribuyeron a impulsar Barcelona como ciudad turística global, gracias en parte a su apertura al mar. En 1993 se creó el Consorcio de Turismo de Barcelona y en adelante, el crecimiento de esta actividad fue exponencial, interrumpido drásticamente por la pandemia de la COVID-19.

A medida que avanzaba la globalización, crecían en paralelo los beneficios económicos y las desigualdades, al tiempo que aumentaba la complejidad de la planificación y la urgente necesidad de gestionar las externalidades negativas (Donaire y Duro, 2014). El crecimiento acelerado del precio del alquiler turístico permitía la autogestión tecnológica privada liderada por Airbnb que favoreció por un lado la prolongación del descontento ante la pérdida de control de la gestión turística y por otro lado la salva-

ción de las clases medias venidas a menos durante la crisis económica del año 2008. Los hoteleros de Barcelona manifestaron su contrariedad ante el carácter desleal de una actividad económica que se mantenía al margen de la regulación, normativas y efectos recaudatorios en materia de alojamientos turísticos, que afectaban directamente al sector hotelero. En este sentido, González et al. (2022, p. 2) señalan que “algunos hoteleros perciben a Airbnb como una amenaza que requiere una respuesta proactiva y unificada por parte de los hoteleros, teniendo en cuenta el entorno urbano y el barrio en el que se encuentran”.

La mayor parte de temas de rechazo ciudadano vinculados al turismo tienen como punto de partida una visión local, en la que se modifica la cotidianidad y la identidad. La transformación de mercados y espacios del tejido comercial en sitios de marcada simbología urbana e identidad local, como es el caso de la Boquería, contribuyen a acentuar estos efectos. El actual escenario de ocio nocturno reemplaza los barrios por espacios de conflictos gracias al aumento de la inseguridad y el incivismo en las calles donde esta actividad se engrandece por la frecuentación de turistas (Nofre et al., 2018). La percepción del turista se mimetiza con otras realidades sociales relacionadas con el choque cultural que provocan su visibilidad y su comportamiento. Estos son atribuidos a las consecuencias de las políticas llevadas a cabo para la transformación demográfica de la ciudad; como consecuencia la respuesta ciudadana de crítica al incivismo es unánime (Sousa, 2021), pero esta queda minimizada en las protestas ya que se mantiene fuera de la órbita de los intereses

de los movimientos progresistas (González, 2022).

Para algunos actores sociales, el turismo contribuye a transformar la identidad del territorio y la de los residentes. Esta situación genera malestar y, por tanto, impactos negativos porque se percibe como una colonización, o como un ataque a la vida cotidiana de los residentes. Los temas vinculados al derecho a la ciudad tienen que ver con los cambios bruscos en la composición demográfica de los barrios, la existencia de fenómenos de tensión entre comunidades (forasteros y locales), el desplazamiento de residentes por el encarecimiento de la vivienda, la gentrificación y las movilidades transnacionales (López-Gay et al., 2020).

Los aspectos de oposición psicosocial al turismo son recientes y, aunque no forman parte del discurso más habitual, ganan peso (González, 2022). Los sentimientos de alienación y solastalgia, el desplazamiento físico y psicológico de los lugares familiares reales o percibidos, los sentimientos de pérdida de control sobre el futuro de la comunidad, la pérdida de un sentido de pertenencia, el sentimiento de frustración y el resentimiento entre la población local hacia los visitantes son elementos que pueden asociarse al turismo y su presencia y visibilidad, pero también a las condiciones laborales y del entorno social de los trabajadores y trabajadoras del sector. En el pasado reciente, la oposición social al turismo se ha visto retroalimentada a través del debate académico en torno al decrecimiento.

La relación problemática de los movimientos sociales con el desarrollo y creci-

miento turístico tiene sus orígenes en asociaciones de calle, comisiones de barrio, ateneos, centros sociales parroquiales, orfeones, entidades deportivas y colegios profesionales, de donde emergían grupos de vecinos sensibilizados políticamente con el marxismo y el socialismo, y en otros casos desde una inquietud religiosa de signo progresista que se agrupaba en torno a reivindicaciones frente a problemas concretos de corte urbano, como podían ser los déficits de servicios en sus barrios. En esta etapa ya se manifiestan ciertas conexiones con el turismo que indican la relevancia que el turismo tendrá en sus futuras reivindicaciones en la persecución de la ciudad deseada. Barcelona ofrece un sólido pasado de disputas sociales que se mantuvieron activas en el tiempo cuya reconfiguración se manifestó ante la llegada de nuevos problemas. Durante el franquismo y postfranquismo inicial, las estructuras de izquierdas continuaron con estrategias de resistencia adaptadas al objetivo de politizar la sociedad (Andreu, 2012). Las demandas laborales de los sindicatos de la modernidad evolucionaron hacia oposiciones locales frente a la globalización que gracias a cambios en la organización social se materializaron en protestas urbanas que calaron en los sectores sociales.

La inclusión del debate turístico en Barcelona no es reciente. En el año 1975, los movimientos sociales integraron dos reivindicaciones de carácter turístico cuando se manifestaron en contra de la construcción de los hoteles Hilton y Sarrià (Domingo y Bonet, 1998) en protesta por la creación de elementos urbanos que consideraban innecesarios en los barrios, a la vez que demandaban otro tipo de equipamientos como fue

el caso de los huertos urbanos. En un primer momento consiguieron este tipo de dotaciones, pero con la llegada de la globalización, los huertos se convirtieron en hoteles y la indignación de los vecinos se disparó, hasta el punto de entrar a protestar en los nuevos hoteles. A pesar de que se ha documentado que la fotografía de unos turistas desnudos comprando en un supermercado durante el año 2014 contribuyó a la emergencia del turismo incívico en los barrios turistificados, paralelamente al discurso de la masificación y los pisos turísticos, la problemática venía de lejos y se centraba en la construcción de hoteles allí donde anteriormente los vecinos sensibles a la ecología y la justicia social disfrutaban de derechos adquiridos gracias a sus acciones reivindicativas (Mansilla & Milano, 2022). El momento del supermercado contribuyó a que la opinión pública se implicara en la defensa de la imagen de la ciudad ante el proceso de turistificación de Barcelona.

La entrada en escena de los JJOO de 1992 aceleró la incorporación de la temática turística en la agenda de los movimientos sociales (Milano, 2018). Diferentes momentos marcaron la evolución de la problemática turística entre los que destacan la crisis económica del año 2008 con la inclusión del turismo en la agenda política de los movimientos sociales al reconfigurar sus estrategias y operaciones. Algunos activistas venían del mundo de la cooperación al desarrollo en América Latina y a causa de cambios políticos deslocalizaron las reivindicaciones y las centraron en el contexto urbano. A partir del año 2009 estrecharon sinergias con sindicalistas de su red histórica de la modernidad. Un tercer momento tuvo

lugar a inicios de la segunda mitad de la primera década del siglo XXI que derivó en el proceso de independencia de Catalunya que permitió sumar nuevas variables políticas a raíz de la de una red diferente de movimientos sociales que no eran ni socialistas ni comunistas sino abiertamente anticapitalistas e independentistas y que en algunos temas y acciones concretas podían llegar a cruzarse entre sus miembros a pesar de estar en conflicto por el protagonismo mediático.

Las protestas contra el turismo masificado se remontan al año 1990 (Boissevain, 1996). A inicios del presente siglo se produce el punto de inflexión originado por el crecimiento descontrolado de la oferta de alojamiento que se tradujo en el descontento inicial de algunos vecinos que sufrían las consecuencias negativas de los impactos turísticos en su vida cotidiana en el llamado proceso de turistificación de los barrios que en algunos casos se parecían más a Lloret de Mar que a Barcelona por lo que se llegó a mencionar que algunos barrios sufrían un proceso de lloretización causada por el incremento del ocio que producía situaciones de inseguridad e incivismo, además de mucho ruido, con intensos choques culturales que provocaban la huida de la población femenina de los entornos turísticos lo cual contribuyó al aumento de impactos psicosociales especialmente en la salud mental relacionados con el estrés y la angustia. El descontento de los residentes quedó patente en las encuestas de opinión municipal (Encuesta de Servicios Municipales, 2017) en las cuales los residentes situaban al turismo en primer lugar en el *ranking* de problemática urbana.

Los movimientos sociales urbanos empezaron a hacerse visibles a raíz de la crítica al modelo Barcelona (Delgado, 2007) cuando conectaron la protesta turística con el capitalismo financiero (Cañada y Murray, 2021). Posteriormente añadieron a las protestas aspectos estructurales de las dinámicas globales como la movilidad relacionada con los vuelos de bajo coste, en contraposición a las inversiones en mejoras de los barrios. Durante ese periodo se empieza a hablar de decrecimiento, una estrategia que emergía de la ecología política y la lucha por el cambio cultural contra el neoliberalismo. Varios activistas se manifestaron en ciudades españolas con procesos de turistificación, destacando las protestas en Barcelona (Hughes, 2018). La movilización activista y la temática central del turismo como factor determinante del cambio urbano contribuyó al cambio político en el ayuntamiento de Barcelona. Algunos movimientos sociales llegaron al poder y empezaron a disminuir las protestas. En un momento dado, se rompieron los lazos entre activistas y las redes se separaron a causa de que la CUP privilegió el tema identitario frente al laboral. Los activistas enlazados con el poder político a pie de calle actuaban como contrapeso del gobierno municipal generando actitudes críticas. A pesar de que algunas protestas siguen activas, se manifiestan menos.

El momento cumbre en la interacción de los movimientos sociales y la prensa tuvo lugar durante la actuación de un nodo de la red independentista capitalismofóbica. A pesar de que tiempo atrás algunos activistas de la Asamblea de Barris pel Decrement Turístic (ABDT) se manifestaron delante de autobuses con pancartas con el

propósito de generar consciencia social en las personas que aparecían por el escenario, estaban a años luz de las estrategias comunicativas postmodernas de los jóvenes de Arran, una organización integrada en la CUP cuyo liderazgo activista generó cierto malestar más allá de la prensa y el sector turístico. Su acción acentuó el debate en los medios de comunicación en torno al tema de la turismofobia (Mihalic, 2020). Al final, la propia alcaldesa Colau pidió públicamente que no se utilizara la palabra turismofobia porque impactaba negativamente en la imagen turística de la ciudad gracias al revuelo orquestado por la prensa que aprovechó la ocasión para criminalizar a los independentistas quienes perplejos ante los ataques políticos y mediáticos pasaron página y se volcaron en otros temas como la vivienda y los desalojos. La alcaldesa activista tuvo su momento de gloria antiturística al engancharse mediáticamente con el alcalde de Venecia quien (3) no entendía la predilección barcelonesa por acoger inmigrantes en lugar de hospedar a turistas. Colau recibió duras críticas a su política turística por restringir la libertad de las personas y fomentar la turismofobia a través de una llamada a la acción para transformar las ciudades europeas en ciudades rebeldes con el objetivo de ‘sanear la democracia’ (4).

A través del desarrollo de mi tesis doctoral encontré que la evolución de la perspectiva negativa del turismo variaba en función de las situaciones que iban apareciendo y de los actores que sufrían algún tipo de impacto. A la fase de las protestas en que actuaban sólo los movimientos de la modernidad contra la globalización neoliberal, seguía, la corta, pero intensa incorporación de la red

independentista, y, posteriormente, los actores económicos, que surgieron en respuesta al cambio en el poder político, mostrando en conjunto una geometría variable de la protesta.

A pesar de todo, cabe hacer hincapié en el proceso histórico y profundizar en el tema. Los movimientos sociales de la modernidad se organizaron para salir a la calle a protestar en defensa de sus intereses ideológicos y políticos. En un segundo momento y a raíz de la llegada al poder de los activistas de los movimientos sociales de la modernidad que provenían de ICV y se transformaron gracias al 15 M en Barcelona en Comú, otros grupos impensables hasta la fecha se incorporaron a la protesta turística decepcionados por las políticas reguladoras de lucha de clases de la alcaldesa Colau, como fue el caso del Tsunami Veïnal, una asociación de comerciantes, empresarios y vecinos, que habían pertenecido a los movimientos sociales pero al descubrir que detrás de las protestas, los intereses estaban focalizados en partidos políticos con los que no comulgaban, actuaron por su cuenta y fue en ese momento cuando entraron a protestar los grupos de propietarios que se lucraban con la actividad turística a raíz de las políticas reguladoras que ponían freno a la actividad económica de sus bienes inmobiliarios, como fue el caso de la Asociación de Apartamentos Turísticos de Barcelona (APARTUR). Fuera del alcance político regulador de la izquierda en el poder, y ya en el marco liberal, los actores económicos también protestaban por los cambios en la oferta turística y la tipología de turistas que llegaba a los barrios turistificados, reproduciéndose el modelo turístico de Lloret de Mar, carac-

terizado por el bajo coste y el ocio nocturno, que junto al cambio poblacional que sustituía a los locales, generaban un maremágnum de incivismo e inseguridad. A pesar de todo, el momento estelar se produjo en el año 2017 cuando la prensa magnificó la intervención de Arran en el Bus Turístico de Barcelona. La estabilización temporal de Colau en el poder facilitó que los movimientos sociales de la modernidad entraran en la fase de *aceptación*, gracias en parte a su participación ciudadana en el Consell de Turisme i Ciutat, y redirigieran sus estrategias hacia la lucha cultural académica a través del decrecimiento ante el carácter incompatible de la gobernanza turística. Los antisistema también fueron saliendo del paso porque no les salía a cuenta el ataque de la prensa centralista ante el referéndum por la independencia de Catalunya. Los sindicatos buscaron los beneficios del turismo a través de la pacificación laboral. En general todos mostraron una gran adaptabilidad a los cambios (González & Soliguer, 2024 in progress).

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El fenómeno de la turismofobia o disconformidad con el turismo y los turistas ha sido ampliamente documentado a raíz de la escala Irridex de Doxey (1975). Los orígenes del neologismo turismofobia en Barcelona se remontan a los debates técnicos de geógrafos y planificadores turísticos catalanes (González y Antón, 2008) y a réplicas discursivas de carácter mediático (Delgado, 2008; Donaire, 2008).

La turismofobia se podría definir como un sentimiento de rechazo hacia el turismo que se manifiesta en forma de reacción hacia los intereses turísticos y otros actos de protesta y vandalismo (Milano, 2018). En cambio, los medios de comunicación españoles adoptaron el término turismofobia de forma imprecisa e intensa para describir el descontento creciente ante las presiones vinculadas al crecimiento exponencial del turismo, así como para desacreditar y dañar la reputación de los movimientos sociales de protesta turística (Milano, 2017). Dicha ambigüedad mediática se asocia al diferente uso por parte de los grupos de interés. En un momento inicial se percibe como impreciso por indefinible en casos concretos según las percepciones de los actores y simplificador por anular los debates sobre las problemáticas referidas a los impactos negativos de la actividad turística como respuesta al mantenimiento del poder (Sanmartín, 2019). Desde una observación microscópica, el discurso de la turismofobia se construye socialmente y se instrumentaliza en función de la defensa de las relaciones de poder (González & Soliguer, 2022).

Existe una distinción entre los autores al considerar la turismofobia una perspectiva de análisis (Koens et al., 2018) mientras que otros niegan su existencia (Blanco-Romero et al., 2019). Aunque la turismofobia se ha vendido como un tema de la *agenda setting* del periodismo, es un tema político y de planificación turística que obedece al temor de la clase política a que la población no acepte el turismo porque el intercambio social que ofrece a los residentes no les aporta mayores beneficios que costes (Rasoolimanesh et al., 2015).

La prensa ha utilizado la turismofobia para legitimar o deslegitimar a los actores sociales en función de si son favorables o contrarios al modelo turístico basado en el crecimiento. Un ejemplo de esta situación emergió con posterioridad al ataque simbólico al Bus Turístico de Barcelona realizado por Arran que se convirtió en *trending topic* en las redes sociales y en titular de muchos diarios. Este acontecimiento fue aprovechado por la prensa para generar un discurso de rechazo contra los movimientos de protesta turística (Pérez-García y García Abad, 2018).

La causa del malestar de los activistas reside en la globalización neoliberal manifestada a través de diferentes impactos turísticos entre los que destaca el sobreturismo. La literatura académica propiamente dicha sobre turismofobia comenzó a surgir a partir de la incorporación del estudio de impactos que generaban respuesta social destacando la pérdida de calidad de vida de los residentes (Zerva et al., 2019). Posteriormente entraron en escena los problemas de salud mental (Anguelovski et al., 2019).

La evolución de la literatura académica sobre el malestar social ante el turismo y los turistas evolucionó en el ámbito académico hacia el sobreturismo y, posteriormente, hacia los estudios de análisis de impactos negativos. Los investigadores buscaron enfoques que permitieran comprender las razones detrás de la turismofobia y sus consecuencias, destacando el estudio de los impactos psicosociales (Gössling et al., 2020; González, 2022). Los ámbitos técnicos y de planificación incorporaron métodos para medir y evaluar la percepción de los residentes so-

bre el turismo junto a planes de desarrollo. En el ámbito de los movimientos sociales destacan los estudios sobre las Kellys (Cañada, 2018). El estudio en los medios de comunicación abordó la conflictividad entre actores por el liderazgo del discurso político (González & Soliguer, 2022).

En el marco de la turismofobia, Huete y Mantecón (2018) destacaron la centralidad de la lucha por el derecho a la ciudad. El fenómeno de la turismofobia se ha venido observando en varias ciudades turísticas a medida que los residentes perdían control sobre los recursos y se les transformaba el entorno. El término turismofobia tuvo un corto recorrido mediático porque terminó afectando a los intereses turísticos (Velasco & Carrillo, 2021) y al *establishment* político de los movimientos sociales. A pesar de que los grupos con intereses turísticos centralistas y locales consideran todas las protestas como turismofóbicas, la protesta turística se formaliza a través de diferentes grupos de intereses y plataformas de diferentes ideologías con diferentes niveles de turismofobia (Domaradzka, 2018).

La repolitización del turismo consistió en la entrada de los movimientos sociales en las dinámicas de lucha en las ciudades contemporáneas transformadas por la globalización a través de la lucha de clases o lucha por el derecho a la ciudad (Harvey, 2013). Los protagonistas de estas batallas son la academia marxista, los sindicalistas comunistas y la esfera cultural de la izquierda alternativa en el ámbito de la ecología política. Además, y con posterioridad, se han sumado a la lucha sin entrar en la repolitización, otros grupos de clase media empobrecida o crítica

con la deriva del modelo turístico. La movilización de los movimientos sociales forma parte de las estrategias de politización desde abajo (Novy, 2016) que utilizan para generar conciencia pública en sus estrategias políticas. Gozan de un amplio recorrido histórico que conecta con la modernidad. A raíz de la globalización se produjo un cambio de tendencia con la incorporación del entorno urbano a sus reivindicaciones a través de una llamada a la repolitización (Cañada y Murray, 2019), animando a los investigadores portadores de ideología marxista a inspirarse en el giro crítico o Critical Turn en el avance del decrecimiento que en el caso de Barcelona tenía recorrido gracias al *Foro de Turismo Responsable*, que es una plataforma de ONGs españolas especializadas en turismo, integradas en *Transforming Tourism*, en conexión con *Albasud*, cuyo objetivo era transformar el modelo turístico según los postulados de la ecología política en convivencia entre activistas y académicos (Fletcher et al., 2019). Dicha línea de investigación no se queda en la crítica ontológica del fenómeno (Gascón, 2019) sino que incorpora una llamada a la acción mediante un compromiso político en favor de la justicia social, la equidad y la lucha contra la opresión (Ateljevic et al., 2007). En el caso de Barcelona, se expresó mediante la lucha activista contra la comercialización de la ciudad en el mercado turístico internacional (Soliguer, 2017).

Recientemente, Ioannides y Stoffelen (2023) llamaron a la acción “para promover la equidad, la justicia social y ambiental, el empoderamiento de la comunidad y la creación de capital social como valores subyacentes. Los futuros estudios de impac-

to deben ir más allá de las evaluaciones de impactos puramente centradas en el turismo. La investigación sobre los impactos del turismo no debe tratar de estudiar la sostenibilidad potencial del turismo, sino los impactos del turismo en las transiciones generales de sostenibilidad de todo el sistema” (Ioannides & Stoffelen, 2023, p. 9).

3. METODOLOGÍA

En el diseño de la investigación y para dar respuesta a los objetivos específicos correspondientes al estudio de la prensa y los movimientos sociales se ha usado la metodología cualitativa porque es más adecuada para trabajar con grupos reducidos.

- Primer objetivo específico: conocer el funcionamiento del asedio mediático a los movimientos sociales de Barcelona por parte de la prensa a través de sus narrativas.
- Segundo objetivo específico: conocer las principales narrativas profundizando en el tratamiento de la prensa de la turismofobia.
- Tercer objetivo específico: describir la politización del turismo en el marco del derecho a la ciudad.
- Cuarto objetivo específico: identificar las diferencias entre los distintos movimientos sociales de protesta turística en Barcelona.

Todo ello sirvió, finalmente, para comparar las narrativas entre dos grupos de actores de la comunidad local de Barcelona, la prensa y los movimientos sociales de protesta turística.

Durante la recolección de datos de los objetivos operativos primero y segundo, en el estudio de la prensa, se realizó un vaciado de noticias de Factiva en 82 periódicos nacionales que contenían noticias con la palabra “turismofobia” con un resultado de una base de datos con 2742 noticias nacionales que fueron filtradas a una segunda base de datos con 328 noticias relacionadas con la turismofobia en Barcelona en 6 periódicos escogidos por ser representativos del ámbito local, nacional y económico (*La Vanguardia, Ara, Crónica Global, Expansión, El País y El Periódico*). Para abordar el análisis bibliométrico, se elaboró un árbol de códigos con 5 bloques, 32 códigos y 20 sub-códigos que se aplicaron a las 328 noticias de Barcelona, permitiendo su codificación y categorización. Una vez obtenidos los resultados de los discursos y las narrativas, se adaptaron al modelo de Mantecón y Velasco (2020). Este proceso se desarrolló entre los meses de enero y mayo del año 2020.

La recolección de datos de los objetivos tercero y cuarto, relacionados con los movimientos sociales, consistió en la creación de dos cuestionarios de entrevistas en profundidad, una para expertos en turismo, y otra para movimientos sociales. Se entrevistó a 13 expertos en turismo y 27 representantes de los movimientos sociales de protesta turística en Barcelona con el objetivo de establecer sus diferencias a través de la elaboración de una tipología de movimientos sociales según el modelo de Novy y Colomb (2019). Las entrevistas siguieron los patrones éticos habituales de información sobre la investigación y el tratamiento de datos. Se transcribieron manualmente y se enviaron a NVIVO donde se analizaron los datos

a través de la codificación establecida y su posterior categorización. Se aplicaron veinte atributos integrados en cinco categorías.

Las entrevistas a los movimientos sociales se desarrollaron entre los meses de octubre y diciembre del año 2020 y las entrevistas a expertos se produjeron entre enero y marzo del año 2021. Al desarrollarse el trabajo de campo durante la pandemia las entrevistas se realizaron *online* a través de Skype y Meet, con las limitaciones vinculadas a la dificultad de realizar un análisis crítico del discurso que incluye información referente al entorno y las reacciones del entrevistado. En el lado positivo, la información recolectada excedía lo previsto dado que los entrevistados tenían mucho tiempo y ganas de explicarse, por lo que mucha información relevante se guardó para otros fines que no se alejaron de los objetivos de la investigación.

4. RESULTADOS

4.1. Turismofobia y prensa escrita

Los resultados expresan que la turismofobia en la prensa tiene su epicentro en Barcelona. La visión de esta hostilidad hacia el turismo cambia entre los periódicos según sus intereses. Los resultados del tratamiento cualitativo de la prensa surgieron a través de la construcción de tres narrativas provenientes del análisis del discurso y su posterior codificación y adaptación al modelo de Mantecón y Velasco que consiste en la aplicación de la Teoría Social de Merton (1938) al estudio de las tensiones de los residentes

en el contexto del capitalismo financiero turístico. Según su posicionamiento, se mide a través de una tipología que consiste en cinco estados: legitimación, crítica innovadora, resignación, crítica radical y utopía subversiva. A partir del análisis bibliométrico de la prensa se estableció el posicionamiento y debate de cada periódico respecto al modelo de crecimiento económico del cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Este posicionamiento de la prensa se cuantificó en las variables “favorable con actitud continuista”, “favorable con actitud de revisión”, “crítico” y “neutro” y se coligió que la prensa tenía una visión partidista en función de sus intereses en relación a la turismofobia. *La Vanguardia*, *Crónica Global* y *Expansión* comparten un posicionamiento favorable con actitud continuista que significa que sus noticias están asociadas a la defensa del modelo turístico del crecimiento económico. Siendo *Expansión*, el rotativo más filoturístico con un 93,94 % de las noticias publicadas posicionadas a favor del crecimiento económico, frente al 60,78 % de *Crónica Global* y el 55,32 % de *La Vanguardia*. En el polo opuesto estaban *Ara*, *El Periódico* y *El País* con un posicionamiento crítico ante el modelo turístico en Barcelona. *El País* destacaba con un 63,83 % de noticias, especialmente en defensa de los derechos laborales de los empleados del sector turístico. *Ara* se manifestaba crítico (34,88%) frente a los ataques centralistas a los residentes independentistas y al malestar que afectaba a los locales. *El Periódico* fue de todos ellos el que estaba más en onda con los movimientos sociales de la modernidad (51,67%).

La codificación y categorización de las noticias a través del árbol de códigos utilizado llevó a la conclusión de la existencia de tres narrativas que englobaban todos los discursos de la prensa.

- La primera de ellas fue el conflicto entre el crecimiento económico extractivista turístico y la lucha por el derecho a la ciudad de los residentes que se negaban a ser expulsados.
- La segunda narrativa se constituyó en base a las propuestas de solución a los impactos negativos turísticos. Se trata de soluciones técnicas de planificación turística entre las que destacan regulaciones, limitaciones, descentralizaciones y desestacionalizaciones, pero no contemplan el decrecimiento.
- En tercer lugar, la narrativa de la instrumentalización política del concepto de turismofobia por parte de la prensa contra los movimientos sociales tiene por objeto deslegitimar toda crítica al modelo turístico.

Seguidamente se adaptaron estas narrativas a la tipología de Mantecón y Velasco y se pudo confirmar que, de acuerdo con Mantecón y Velasco (2020), las narrativas exploradas a través de las líneas discursivas de la prensa encajan dentro de las fases de legitimación y crítica innovadora, y son muy marginales los relatos que podrían incorporarse a narrativas de crítica radical y utopía subversiva, como las que ponen en escena el decrecimiento turístico.

El análisis temático y de contenidos ha permitido explorar el papel protagonista de la turismofobia en la prensa entre los años

2008 a 2019 así como la identificación de nuevas narrativas instrumentalizadas por parte de los intereses de la prensa. El análisis métrico sobre los temas relacionados con la turismofobia que constan en las noticias de los diarios españoles facilitó medir el interés social otorgado por los medios de comunicación. El análisis temático de los contenidos publicados puso de manifiesto que la turismofobia domina el debate sobre el turismo en la prensa en la década analizada debido a que el turismo genera interés en los medios en la medida en que incorpora elementos de polémica (Wanta & Hu, 1993) que permiten elaborar titulares llamativos, como fue el caso de las noticias publicadas sobre turismofobia en 2017, momento en el que se recogen las acciones contra los intereses turísticos desarrolladas en Barcelona por algunos integrantes anticapitalistas del movimiento independentista Arran. El análisis métrico y temático permitió identificar los temas más presentes entre las noticias publicadas. En el caso de Barcelona la frecuencia y el tratamiento comunicativo con el que aparece la ciudad en la prensa española hace que se represente como un icono global de la turismofobia, aspecto que tiene que ver con cómo se construye socialmente esta temática y corrobora a otros estudios similares (Pasquinelli & Trunfio, 2020) que asimilan la turismofobia en espacios urbanos con problemas de sobreturismo.

Tal y como se ha puesto de manifiesto en otros estudios, es necesario que el debate académico y plural se incorpore al análisis de las causas que originan los problemas de la turismofobia en las ciudades si se quiere ir más allá de un análisis reactivo y superficial en el tratamiento de esta problemática

(Phi, 2020). La infrarrepresentación y sesgo mediático con que las voces de los movimientos sociales aparecen en la prensa contribuye a explicar por qué han encontrado en las redes sociales el lugar donde poder comunicar su mensaje y expandirse (Castells, 2009). Este resultado consolida el de otros estudios que afirman que los medios de comunicación ignoran el rol activo de los residentes, cuando se organizan como colectivos de resistencia, y tienden a tratarlos como víctimas pasivas (Seraphin et al., 2020).

4.2. Movimientos sociales de protesta turística en Barcelona

El estudio de las diferencias de los movimientos sociales fue abordado a través de las diferencias en el carácter y en los planteamientos turísticos, en la forma de organización, composición y representación social, en el posicionamiento ante el turismo, su misión y objetivos, las estrategias relacionales y de negociación con el poder político, los medios de comunicación y con otros movimientos sociales. Otras diferencias se localizaron en las formas de protesta y la propuesta de acciones. Como resultado del estudio de estas diferencias, fruto del análisis realizado de las entrevistas codificadas en NVIVO, emergieron tres narrativas.

- La primera de ellas es la territorialización de las problemáticas del turismo en el contexto local, englobada en dos categorías. En primer lugar, la de los efectos de la globalización turística, cuyos atributos son: el derecho a la ciudad, los problemas relacionados

con la vivienda, el desplazamiento residencial y la calidad de vida de los residentes; en segundo lugar, la de la percepción de un exceso de turismo, la masificación y la capacidad de carga.

- La segunda narrativa es la globalización desde una mirada transformativa del turismo. Está integrada por la categoría de la explotación y las desigualdades producidas por el modelo turístico derivadas de problemáticas globales, cuyos atributos son la gentrificación, la turistificación y el sobreturismo; y por la categoría de la repolitización del turismo cuyos atributos son: las precariedad y explotación laboral, el anticapitalismo, la lucha de clases, la municipalización, el empobrecimiento y el turismo pospandemia.
- La tercera narrativa es el nuevo imaginario de relación con el turismo y está integrada por la categoría de negociación de un nuevo modelo turístico, cuyos atributos son: el decrecimiento, el turismo de calidad y la limitación del turismo.

En este estudio se han adaptado las seis tipologías de movimiento sociales expuestas por Novy y Colomb (2019). Dichas tipologías están formadas por:

1. Los movimientos de proximidad de escala vecinal y de barrio, integrada por la Asociación de Vecinos de la Barceloneta, la Asociación de Vecinos de la Derecha del Ensanche, la Asociación de Vecinos del Barrio Gótico, la Asociación de Vecinos del Raval, la Asociación de Vecinos y Vecinas de la Sagrada Familia, la Asociación de

Vecinos de la Vila Olímpica, Acció Raval y Fem Sant Antoni.

2. Los urbanos de los cuales forman parte la Federación de Asociaciones Vecinales de Barcelona (FAVB), el Observatorio de la Deuda en la Globalización (ODG) y la Asamblea de Barrios por el Decrecimiento Turístico (ABDT).
3. Los antisistema están integrados por Arran y Endavant, ambos de la CUP.
4. Los sindicatos y los antiglobalizadores. Forman parte de este grupo la Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO), la Confederación Nacional del Trabajo (CNT), la Coordinadora Obrera Sindical (COS), la Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC), el Sindicato Kellys Barcelona, el Sindicat de Llogateres, la Unión General de Trabajadores de Catalunya (UGT), las Kellys Unión Catalunya, los Riders x Derechos, la Xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó, y la Pastoral Obrera.
5. En el grupo de protesta específica o temática destacan la Asociación de Vecinos del Parque Güell, La Salut-Sanllehy y el Tsunami Veïnal.
6. Los proturísticos críticos con el modelo turístico. Está integrado por la Asociación de Guías de Turismo Habilitados por la Generalitat de Catalunya por un Turismo Responsable y de Calidad (AGUICAT), la Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya (AmfiCat), la Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de La Rambla i la Plaça Catalunya y la Asociación de Apartamentos Turísticos de Barcelona (APARTUR).

Todos estos movimientos sociales fueron entrevistados a causa de sus protestas y manifestaron su malestar ante la gestión del turismo desde diferentes posicionamientos, que en muchos casos son encontrados, especialmente entre la red de movimientos del decrecimiento y los proturísticos que protestan por la pérdida del modelo de turismo de calidad para Barcelona y reivindican un cambio de paradigma que modifique la oferta basada en el ocio nocturno, percibido como generador de incivismo e inseguridad (a pesar de que reconocen que son los cambios demográficos de las políticas globalizadoras los que contribuyen a este fenómeno). Además, los apartamentos turísticos protestan por no tener licencias para poder operar con sus activos económicos. Este tipo de proturísticos de revisión del modelo fueron tratados por la prensa desde una perspectiva económica.

Barcelona atesora una larga tradición de revueltas políticas, sociales y culturales organizadas desde abajo por diferentes corrientes progresistas, anarquistas e independentistas que han influido en la aparición y crecimiento de los movimientos de protesta turística a lo largo de la última década. El aumento del número de movimientos sociales urbanos que han incrementado el interés por la incorporación del turismo en su agenda se ubica dentro de una estrategia repolitizadora del turismo (Milano y Mansilla, 2019). En las últimas décadas, el turismo ha facilitado la toma de consciencia en la comprensión de la generación de desigualdades y desequilibrios de las ciudades contemporáneas. La tendencia crítica tiene elementos de continuidad con las aportaciones del turismo responsable (Gascón y Cañada, 2005)

pero toma una nueva dirección para escapar de la entelequia del desarrollo sostenible, en respuesta a la confluencia del turismo con la diversidad de problemas asociados a los impactos de la globalización, la aparición de nuevas formas de violencia biopolítica (Foucault, 2007) relacionadas con el turismo (Roelofsen & Minca, 2018) y la entrada en escena de nuevos actores. La repolitización del turismo se apoya en la aparición de nuevas tendencias en el activismo (Juris, 2006, 2010), por nuevos marcos de pensamiento y de acción que rompen con los modelos de crecimiento del turismo, pero también con el rechazo a determinadas propuestas de solución tradicionales, como las basadas en el turismo sostenible que para algunos actores es insuficiente por falta de enfoque social al ser incompatibles los modelos de desarrollo capitalista y la ecología política.

4.3. Comparativa de narrativas, respuesta a la pregunta de investigación, repolitización y silencios

La comparación entre las narrativas de la prensa y las narrativas de los movimientos sociales se cruza en el desarrollo del derecho a la ciudad de los residentes con la territorialización de las problemáticas del turismo en el contexto local. En cambio, las propuestas de solución a los impactos del turismo coinciden puntualmente con la mirada global transformativa desde el turismo. Por el contrario, la desconexión es total en las narrativas de instrumentalización política del concepto de turismofobia con el nuevo imaginario de relación con el turismo.

En el apartado de contribuciones es destacable que las narrativas que emergieron de los discursos de las noticias publicadas por la prensa sobre turismofobia en Barcelona, son utilizadas de forma ideológica, tal como apuntaron autores como Huete y Mantecón (2018) y Velasco y Carrillo (2021). Así mismo, los movimientos sociales barceloneses de protesta turística presentan diferencias según cual sea su contexto histórico, momento de aparición, los motivos de la protesta, y los intereses relacionados con las protestas específicas en base a la línea del trabajo expuesto por Novy y Colomb (2019).

Se ha contestado a la pregunta de investigación:

Las narrativas de la prensa sobre turismofobia contribuyeron al asedio mediático de la protesta turística a través de un proceso de deslegitimación de las quejas, hasta el punto de criminalizar el ataque al Bus Turístico de Barcelona, con el objetivo de acabar y silenciar las opiniones contrarias a los intereses turísticos, pero no lo lograron porque los movimientos sociales consiguieron entrar la problemática turística en la agenda política local. Los principales elementos que contribuyeron a la formación y evolución de estas narrativas a lo largo del período estudiado fueron los códigos creados para la ocasión que permitieron localizar los temas principales y a partir de ellos emergieron las narrativas.

La repolitización del turismo no consiste en que los partidos incluyan el turismo en su programa político para acceder al ayuntamiento de Barcelona. La repolitización

del turismo consiste en una estrategia de los movimientos sociales que en un primer momento salieron a la calle, pero que más tarde, debido a los cambios urbanos y los cambios en el mundo de la cooperación internacional, focalizaron sus intereses en la ciudad. Ante el acoso mediático, tomó aún más fuerza en la academia internacional a través del decrecimiento como solución a los impactos del *overtourism*. Dicha repolitización tiene sus orígenes más cercanos en el turismo responsable en América Latina (Gascón, 2009) y se concretiza, en el turismo responsable como movimiento social a favor de la sostenibilidad del fenómeno turístico que se articula para el caso que nos ocupa, en la denuncia de los impactos negativos que el turismo conlleva en los residentes y comunidades locales; además del acompañamiento y solidaridad de colectivos afectados, como fue el caso de apoyo a Las Kellys. Las agencias de viajes también adaptaron el concepto de turismo responsable, entendiéndolo como un nicho de mercado (González y Soliguer, 2013). Actualmente los movimientos sociales a través de la academia vuelven a reabrir el debate del turismo responsable (Izcara, 2023) porque a pesar de la repolitización del turismo como movimiento social, no termina de casar con los postulados de la ecología política que dirigen al decrecimiento (Hughes & Mansilla, 2021).

Un caso paradigmático, que han silenciado todos los entrevistados repolitizados durante el trabajo de campo, ha sido el relacionado con los temas del incivismo y la inseguridad. Es esencial señalar que estos temas pueden generar controversias en entornos alineados con ideologías de izquierda.

da radical, ya que algunos perciben estas cuestiones como manifestaciones de “molessias de clase”.

En cambio, la gestión turística de dichos temas es una condición *sine qua non* para la planificación efectiva de destinos desde una perspectiva de gestión sostenible de destinos turísticos. En situaciones donde la problemática de la inseguridad y la incomodidad de los residentes en entornos incívicos no es abordada, resulta inapropiado presentar el destino como sostenible o responsable. En el caso de que destinos turísticos sean promocionados bajo la etiqueta de sostenibles y responsables (a pesar de los diversos certificados existentes), podríamos referirnos a estos como destinos que practican el llamado “*socialwashing*”.

Al contrario, ese fue el discurso de los grupos proturísticos que querían un cambio de modelo hacia la sostenibilidad (y de representantes de las asociaciones de vecinos de los barrios turistificados). Sus quejas contra Colau, se basaban en la crítica por solapar el proceso de turistificación con el proceso de chusmificación, al no actuar contra el incivismo ni la inseguridad. Bien al contrario, al fomentarla a través de políticas de acogida relacionadas con eslóganes y manifestaciones en Barcelona como “*Volem acollir*”. Estos datos son importantes porque existe una investigación de Sousa (2021) donde, a través de la metodología de la Grounded Theory, el autor resalta que el segundo problema más importante en Barcelona, detrás de la masificación es el incivismo (2021, p. 71), y este hecho, queda silenciado por los intereses de los partidos de izquierdas.

5. CONCLUSIONES

Con este artículo se quiere contribuir a la mejora de la comprensión evolutiva del concepto de turismofobia a través del estudio de las narrativas de la prensa y las diferencias entre movimientos sociales de protesta turística.

Turismofobia y prensa escrita

Las narrativas confirman que la turismofobia es utilizada de forma ideológica por los poderes turísticos ante la pérdida del control monopolista del turismo, en la defensa de la imagen turística de Barcelona, tal como apuntan autores como Huete y Mantecón (2018). Desde la perspectiva de la producción de interés comunicativo, la turismofobia ha emergido como un tema de gran atractivo que ha captado la atención de portadas y titulares, destacándose por su amplio impacto social en las noticias. Si bien es innegable que parte de este interés mediático responde a la voluntad de abordar las principales inquietudes de los residentes en relación con el turismo, se fundamenta principalmente en dinámicas de poder y en el interés público que genera, influyendo significativamente en la capacidad de los periódicos para mejorar sus resultados o respaldar posturas políticas y anunciantes.

Por otro lado, se ha constatado que, a pesar del abrumador volumen de información y noticias generadas, el alcance del debate se ha visto restringido a medida que ha cobrado protagonismo el carácter ideológico, predominando sobre los aspectos instru-

mentales y técnicos, tal como han señalado diversos estudios (Blanco-Romero et al., 2019).

Finalmente, desde la perspectiva comunicativa, el análisis métrico ha podido corroborar que la turismofobia ha sido un referente de breve duración en los medios de comunicación, como sugieren los modelos teóricos del “*issue-attention cycle*”, además de Velasco y Carrillo (2021). Este ciclo es recurrente en la aparición de temas de debate en la prensa, marcado por una atención gradual que le prestan los medios y que, eventualmente, disminuye con el tiempo. Este estudio coincide en el apartado de la prensa con la academia, compartiendo similitudes con los estudios de Huete y Mantecón (2018), Milano, Novelli y Cheer (2019), Palou (2019), Pirillo y Mundet (2021) y González y Soliguer (2022) al encontrar que la turismofobia ha sido instrumentalizada en función del antagonismo político partidista e institucional. Las contribuciones novedosas a los estudios previos se focalizan en la profundidad del tratamiento de la codificación de las narrativas y el posicionamiento de la prensa.

Diferencias entre movimientos sociales

El análisis de los movimientos sociales urbanos en Barcelona, en concordancia con los objetivos tres y cuatro, ha proporcionado una comprensión detallada de sus características y posiciones en relación con el turismo. Una contribución inicial radica en la observación de que la protesta turística está intrínsecamente vinculada a la continuidad histórica de las luchas po-

líticas sobre los principales problemas de preocupación social en la ciudad. En este contexto, la inclusión del turismo en la agenda de los movimientos sociales respalda la noción de repolitización del turismo, como indican algunos estudios (Milano, 2018), relacionada con la incorporación de la problemática turística en la agenda pública municipal con el propósito de mitigar las desigualdades y desequilibrios en las ciudades contemporáneas.

Otra contribución significativa ha sido la identificación de diferencias internas a través del análisis de la estructura y composición de los grupos de protesta antiturística. Esta diversidad se manifiesta tanto en sus características compositivas como en sus intereses, objetivos y misión. Por primera vez, se ha examinado de manera sistemática esta diferenciación en el caso de Barcelona, obteniendo resultados que respaldan investigaciones previas realizadas en otros contextos geográficos (Novy & Colomb, 2019). Asimismo, se ha destacado, al igual que en estudios anteriores, que la diversidad dentro del ámbito de la protesta turística justifica la creación de tipologías y clasificaciones de movimientos sociales y grupos de protesta antiturística. Además, se confirma la complejidad de los movimientos sociales estudiados, en consonancia con la perspectiva de análisis abordada desde la complejidad de actores y colectivos (Le Galès, 2002; Subirats, 2002).

La caracterización tipológica de los movimientos en Barcelona se ha llevado a cabo mediante el análisis de elementos estructurales y formales. Aunque, en líneas generales, desempeñan un papel semejante

en la configuración del discurso social sobre el turismo, no obstante, presentan notables diferencias entre ellos. De este modo, la función estructuradora de los movimientos sociales se manifiesta en términos de generación de alertas y concienciación en torno al turismo como factor disruptivo en la vida urbana. Además, se destaca su papel en la representatividad y alcance social de la protesta, en la organización de nodos dentro de una red más extensa de protesta interconectada, en la estructuración de las relaciones de poder local y en el despliegue de acciones de protesta y temas comunes (Mathieu, 2021).

Las diferencias observadas emergen desde los tres ámbitos categóricos de la protesta identificados por Castells: 1) el derecho a la ciudad, asociado en el caso de la protesta antiturística a las externalidades producidas por el turismo; 2) la defensa de la identidad, vinculada en el caso del turismo a la erosión de la comunidad local y su autenticidad; y 3) la demanda de empoderamiento de la comunidad local para llenar el vacío dejado por las administraciones (Castells, 1986).

Discusión

Este estudio, a diferencia de investigaciones previas, se distingue por su enfoque inexplorado en cuanto al análisis de las disparidades entre los movimientos sociales de protesta turística en Barcelona. Las contribuciones innovadoras a los estudios previos realizados en otros contextos geográficos se centran en la exhaustividad con la que se aborda el examen de los movimientos so-

ciales de protesta turística. Esta aproximación representa un avance significativo, ya que hasta el momento no se había explorado con detenimiento desde una perspectiva que integre a los actores económicos con intereses opuestos a los movimientos politizados que históricamente han hegemonizado el discurso en los espacios públicos.

Este fenómeno ha posibilitado la ampliación del marco contextual del discurso de la turismofobia, trascendiendo su origen inicial y proporcionando una visión cronológica de su evolución a lo largo del tiempo. Esta dinámica de descontextualización facilita la exploración de realidades moldeadas desde perspectivas intrínsecas a los intereses académicos y activistas, lo que a su vez permite una comprensión más profunda de las narrativas. No obstante, este proceso conlleva la tendencia a ocultar otras realidades, en una dirección análoga a la observada en la cobertura mediática sobre turismofobia.

La contienda por el control del discurso se entrelaza con las dinámicas políticas contemporáneas en ciudades turísticas. En un primer momento, los residentes perdieron el control, pero mediante organización política lograron revertir la situación y alcanzar posiciones de poder. A pesar de las estrategias de base (*bottom-up*) inicialmente adoptadas, una vez en el poder, se tomaron decisiones desde una perspectiva más jerárquica, pero con una ideología divergente. Este cambio de perspectiva resultó en una alteración de roles, pasando de la confrontación con el poder económico desde la base mediante protestas, a la regulación y limitación desde la cúspide. Como consecuencia, los actores

económicos se vieron compelidos a expresar sus inquietudes en las calles, a pesar del silencio académico que ha caracterizado este proceso.

Un elemento importante del análisis de la protesta antiturística en Barcelona ha sido la detección de temas no abordados y la ausencia de debate importante, y a fondo, sobre algunos temas. Destacan los silencios relativos a la inseguridad, el incivismo y los problemas de salud física y mental, es decir, los impactos subjetivos de carácter psicosocial, aspectos estos que siguen siendo objeto de estudio y de interés.

6. REFERENCIAS

- Álvarez Sousa, A. (2021). La percepción de los problemas del overtourism en Barcelona. *RECERCA, REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI*, 26(1), 59-92. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2021.26.1.4>
- Andreu, M. (2012). *Acumulación de fuerzas desde la memoria histórica*, Mendiola (País Vasco), Fundación Betiko, s / p, disponible en < <http://fundacionbetiko.org/wpcontent/uploads/2012/11/Acumulaci%C3%B3n-de-fuerzas-desde-la-memoria-hist%C3%B3rica.pdf> >
- Anguelovski, I., Triguero-Mas, M., Connolly, J.J., Kotsila, P., Shokry, G., Pérez Del Pulgar, C., García-Lamarca, M., Argüelles, L., Mangione, J., Dietz, K. & Cole, H., (2019). Gentrification and health in two global cities: a call to identify impacts for socially- vulnerable residents. *Cities & Health*, 1-10.
- Ateljevic, I., Pritchard, A. & Morgan, N. (2007). Editors' introduction: Promoting an academy of hope in tourism enquiry. In I. Ateljevic, A. Pritchard, & N. Morgan (Eds.). *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies* (1-11). Oxford: Elsevier.
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M. & Fletcher, R. (2019) «Not tourism-phobia but urban-philía: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Madrid, Spain, (83). doi: 10.21138/bage.2834.
- Boissevain, J. (Ed.). (1996). *Coping with tourists: European reactions to mass tourism* (Vol. 1). Providence, Oxford: Berghahn Books.
- Cañada, E. (2018). Too precarious to be inclusive? Hotel maid employment in Spain. *Tourism Geographies*, 20(4), 653-674.
- Cañada, E. y Murray, I. (2019). *Turistificación Global: Perspectiva crítica en turismo*. Albasud. Barcelona: Icaria Editorial.
- Cañada, E. y Murray, I. (2021). #TourismPostCOVID19. *Turistificación confinada*. Barcelona: Alba Sud Editorial. Colección Turismos, 7.
- Castells, M. (1986). *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*. Alianza Editorial, Madrid.
- Castells, M. (2009). *Comunicació i Poder*. Editorial UOC. Barcelona.
- Cocola-Gant, A. & López-Gay, A. (2020). Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona. *Urban Studies*, 57(15), 3025-3043.
- Delgado, M. (2007). *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del modelo Barcelona*. Madrid: Catarata.
- Delgado, M. (2008, julio 12) Turistofobia. *El País*. https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html
- Domaradzka, A. (2018). Urban social movements and the right to the city: an introduction to the special issue on urban mobilization. *Voluntas*, 29, 607-620.
- Domingo, M. i Bonet, R.M. (1998). *Barcelona i els Moviments Socials Urbans*. Fundació Jaume Bofill. Editorial Mediterrània.

- Donaire, J.A. (2008). “La efervescencia de la “turismofobia”. *Barcelona Metròpolis. Revista de informació y pensamiento urbanas*, junio-septiembre.
- Donaire, J.A. i Duro, J.A. (2014). Barcelona, del turisme de masses al turisme d'experiències. Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.
- Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. The impact of tourism. In the sixth Annual Conference Proceedings, pp.195-198. The Travel Research Association.
- Fletcher, R. Murray I., Blanco-Romero, A. & Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica: curso en el Collège de France 1978-1979*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Garay, L.A. (2007). *El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gascón, J. y Cañada, E. (2005). *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Icaria Editorial.
- Gascón, J. (2009). *El turismo en la cooperación internacional. De las brigadas internacionalistas al turismo solidario*. Icaria Editorial.
- Gascón, J. (2019). Tourism as a right: a “frivolous claim” against degrowth?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1825-1838.
- González Reverté, F. & Soliguer Guix, A. (2024). “Discourse legitimisation of anti-tourism protest in a post-pandemic scenario: A case study of Barcelona”. *International Journal of Tourism Cities*. (In progress).
- González-Reverté, F. (2022). The Perception of Overtourism in Urban Destinations. Empirical Evidence based on Residents' Emotional Response. *Tourism Planning & Development*, 19(5), 451-477.
- González-Reverté, F., Gomis-López, J.M. & Díaz-Luque, P. (2022). Airbnb as a hotel competitor in touristified cities. Perceptions among upscale hoteliers in Barcelona. *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2022.2131898
- González-Reverté, F. & Soliguer-Guix, A. (2022). Tourismification narratives and the ‘Transformative turn’ in tourism. An analysis derived from the Spanish press debate on the Barcelona tourism model. *European Journal of Cultural Studies*, 25(5), 1324–1343.
- González-Reverté, F. y Soliguer Guix, A. (2013). El turismo responsable en España a debate. Consideraciones desde el punto de vista de la producción y del consumo turístico. ¿Movimiento de transformación social o nuevo producto turístico emergente? *Investigaciones Turísticas*, 2, 60-85
- González Reverté, F. y Antón Clavé, S. (2008) La naturaleza del turista. De la turismofobia a la construcción social del espacio turístico. En: *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Gössling, S., McCabe, S. & Chen, N. C. (2020). A socio-psychological conceptualisation of overtourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102976.
- Harvey D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Ediciones Akal.
- Hughes, N. (2018). ‘Tourists go home’: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*, 471-477.
- Huete, R. y Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9-19.
- Hughes, N. & Mansilla, J. A. (2021). Political Discourse Analysis of the Degrowth Challenge to Dominant Tourism Narratives in Spain. In An-

- driotis, K. (ed.). *Issues and Cases of Degrowth in Tourism* (86-103). London: Cabi.
- Izcarra, C. (2023). *Turismo responsable a debate. Reflexiones después de la pandemia de la COVID-19*. Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, 25.
- Ioannides, D. & Stoffelen, A. (2023). Can tourism impact studies become more meaningful? *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2023.2269544
- Juris, J. (2006). Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global. *La sociedad red: una visión global* (Manuel Castells, ed.), 415-439.
- Juris, J. (2010). Reinventing the Rose of Fire: Anarchism and the movements against corporate globalization in Barcelona. *HAOL* 21, 143-155.
- Koens K., Postma A. & Papp B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability* 10(12): 4383–4398.
- Larrinaga, C. & Vallejo, R. (2021). The origins and creation of the tourist hotel industry in Spain from the end of the 19th century to 1936. Barcelona as a case study. *Tourism Management*, 82, 104203.
- Le Galès, P. (2002). *European Cities: Social Conflicts and Governance*. Oxford: Oxford University Press.
- López-Gay, A., Cocola-Gant & A. Russo, A.P. (2020). Urban tourism and population change: Gentrification in the age of mobilities. *Population, Space and Place*, 27(1), e2380.
- Mansilla, J.A. & Milano, C. (2022). Becoming centre: tourism placemaking and space production in two neighbourhoods in Barcelona. *Tourism Geographies*, 24:4-5, 599-620.
- Mantecón A. & Velasco M. (2020). Beyond tourismphobia: Conceptualizing a new framework to analyse attitudes towards tourism. In: Ribeiro C, Quintano A, Simancas M, et al. (eds) *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*. Hershey, PA: IGI Global, 60–74.
- Mathieu, L. (2021). The space of social movements. *Social Movement Studies*, 20(2), 193-207.
- Merton, R. K. (1938). Social Structure and Anomie. *American Sociological Review*, 3(5), 672–682. doi:10.2307/2084686
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84, 103025.
- Milano, C. (2017). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana*, (1), 5-8.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564.
- Milano, C. y Mansilla, J.A. (2019). La cuestión turística: el activismo turístico y la turistificación de los movimientos sociales. En *Turistificación Global. Perspectivas críticas en turismo* (Cañada y Murray eds.). Icaria Editorial y Albasud, 367-380.
- 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, DOI: 10.1080/21568316.2019.1599604
- Nofre, J., Giordano, E., Eldridge, A., Martins, J.C. & Sequera, J. (2018). Tourism, nightlife and planning: Challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta. *Tourism Geographies*, 20, 377–396.
- Novy, J. (2016) The selling (out) of Berlin and the de-and re-politicization of urban tourism in Europe's 'Capital of Cool'. In C. Colomb & J. Novy (Eds). *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 52-72). Routledge.

- Novy, J. & Colomb, C. (2019). Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: a critical review. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 358-375
- Palou, S. (2019). El estudio del turismo a modo de contestación social. En *Turistificación Global*, Cañada, E. y Murray, I. Icària.
- Palou, S. i Cocola-Gant, A. (2018). *Barcelona Cosmopolita. Gènesi i planejament de la ciutat turística*. Edita: Ajuntament de Barcelona. Institut de Cultura. Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Accessible: <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/118197>
- Pasquinelli C. & Trunfio M. (2020). Reframing urban overtourism through the Smart-City lens. *Cities* 102: 10279.
- 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 de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº16, 201-2019.
- Phi, G. (2020). Framing overtourism: a critical news media analysis. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2093-2097.
- Pirillo S. & Mundet Ll. (2021). Tourism-phobia in Barcelona: dismantling discursive strategies and power games in the construction of a sustainable tourist city. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(1), 113-131.
- Rasoolimanesh, S., Jaafar, M., Kock, Ned F. & Ramayah, T. (2015). "A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions". *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345.
- Roelofsen, M. & Minca, C. (2018). The Superhost. Biopolitics, home and community in the Airbnb dream-world of global hospitality. *Geoforum*, (91),170-181.
- Sanmartín Sáez, J. (2019). Análisis del discurso, ideología y neologismos: 'turismofobia', 'turistificación' y 'turistificación' en el punto de mira. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, Nº 78, 63-90.
- Seraphin, H., Ivanov, S., Dosquet, F. & Bourliataux-Lajoie, S. (2020). Archetypes of locals in destinations victim of overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 43, 283-288.
- Soliguer Guix, A. (2023). *La construcción psicosocial de la actitud de la comunidad local ante el turismo: turismofobia, protesta turística y respuesta emocional*. Tesis doctoral no publicada. Universitat Oberta de Catalunya.
- Soliguer Guix, A. (2017). Gestión pública socialmente responsable del turismo en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 319-332.
- Subirats, J., coord. (2002). *Redes, territorios y gobierno: nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Diputació de Barcelona.
- Velasco, M. & Carrillo, E. (2021). «The short life of a concept: tourismphobia in the Spanish media. Narratives, actors and Agendas». *Investigaciones Turísticas*, 22, 1-23.
- Wanta, W. & Hu, Y. (1993). The Agenda-setting effects of international news coverage: an examination of differing news frames. *International Journal of Public Opinion Research*, 5(3), 250-264.
- Zerva K., Palou S., Blasco D. & Donaire, J.A. (2019). Tourism-philía versus tourism-phobia: Residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*, 21(2), 306-329.

NOTAS

- (1) Hace unos días, en Guillem Carbonell.cat apareció la foto del letrero que han puesto en una paparrería de la Rambla. La Vanguardia, 19 Septiembre 2008. Quim Monzó.

(2) Video promocional de Arran: El turismo mata los barrios. Autodefensa contra el barricidio. Arran Països Catalans: <https://www.youtube.com/watch?v=NqIzGkbUoI>

(3) https://cronicaglobal.lespanol.com/business/20180122/el-alcalde-venecia-arremete-colau-politica-turistica/279222098_0.html

(4) <https://www.lavanguardia.com/politica/20160714/403215427259/colau-anima-desde-venecia-a-promover-ciudades-que-cambien-europa.html>