

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

“LA CONSTRUCCIÓ PSICOSOCIAL DE L’ACTITUD DE LA COMUNITAT LOCAL DAVANT EL TURISME:  
TURISMEFÒBIA, PROTESTA TURÍSTICA I RESPOSTA EMOCIONAL”

Anna Soliguer Guix

**La construcció psicosocial de l’actitud de la  
comunitat local davant el turisme: turismefòbia,  
protesta turística i resposta emocional**

**TESI DOCTORAL**

**2023**

**Anna Soliguer Guix**

**Director: Dr. Francesc González Reverté**

**UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA**

**Doctorat Interuniversitari de Turisme**

**Lloret de Mar**

**Agost 2023**

Anna Soliguer Guix

## Agraïments

Arribar fins a escriure aquests paràgrafs no ha estat fàcil. Es tracta d’un llarg viatge en el temps, pedregós a més no poder, malgrat haver-hi un camí definit que no es veia però es sentia. L’instint va escoltar la crida quan passava un tren sense sentit al que vaig decidir pujar i no me’n penedeixo gens. Després de moltes parades, sembla que arribo a destí o potser a un nou punt de partida. Pel camí han passat moltes coses, i el pitjor, és que ha passat el temps i ja no ets la mateixa persona perquè les il·lusions es van perdent pel camí, just quan més t’acostes a la consecució dels objectius. Ara, ja en fase d’esgotament i buscant el sentit a tot allò fet, queda aquell espai en blanc, aquell salt al buit que no saps si porta a algun lloc.

Però el camí no l’he recorregut sola i és per aquest motiu que vull agrair a les diferents persones que la vida m’ha posat al davant amb l’objectiu d’acompanyar-me, guiar-me, aixecar-me i millorar-me en el camí que va de la ignorància a la ciència social. Durant el procés he assolit diferents competències provinents del món del coneixement i de la transcendència que han buidat i remodelat la meva personalitat per convertir-la en una altra cosa més profunda i intensa.

El meu agraïment principal és per el meu director de tesi, el Dr. Francesc González Reverté per la seva infinita paciència i acompanyament en una tesi guiada a cegues, feta visible en fases avançades d’increment de confiança, on les peces sortien de l’abstracció per prendre forma i significació.

També voldria compartir el meu agraïment amb els membres del Comitè Científic d’aquesta tesi doctoral, integrat pels doctors Salvador Antón Clavé i Claudio Milano per acceptar la nostra proposta. El meu agraïment és també pels professors de turisme de la UOC que conec des de fa tants anys. És el cas del doctor Joan Miquel Gomis López, que sempre ha donat suport al meu progrés acadèmic i amb qui vaig tenir, fa molts anys, la primera conversa doctoral, fruit de la qual, es van començar a moure les peces que han anat construint la piràmide que ara arriba al cim. També vull agrair als professors del doctorat de Turisme de la UOC que estan darrera la logística de la tesi doctoral, com són

Anna Soliguer Guix

el doctor Lluís Garay Tamajón i el tutor Francesc Fusté Forné, a més de tots aquells que han estat en contacte amb la tesi, d’una manera o altra.

El meu agraïment és extensiu al professorat del doctorat en Societat de la Informació i el Coneixement. Especialment als professors Manuel Castells, Joan Pujolar i la professora Mireia Fernández Ardèvol per la seva preuada contribució en l’aprenentatge de les diferents sessions compartides. A més d’altres acadèmics com és el cas del tutor Joan Francesc Fondevila Gascón i resta de tutors, professors i consultors de la UOC amb qui he assolit diferents nivells d’aprenentatge. No voldria obviar el meu agraïment a totes les persones que gràcies a la seva generositat, es varen deixar entrevistar i contestaren l’enquesta.

Per finalitzar, el meu agraïment és pel doctor Jordi Gascón Gutiérrez pel seu acompanyament en moments avançats de dubtes i frustracions, sempre aportant solucions i benestar, amic des de fa anys, i curiosament, qui dóna forma de fons al tema de recerca.

Fora del món acadèmic, la meva gratitud és per la meva estimada família a qui no he pogut acompanyar tant com hagués volgut però amb qui estem actualment recuperant el temps perdut. A més de les amigues virtuoses i valuoses que formen part de l’esfera privada, tot i que algunes estan al món acadèmic, en un marc que ens envolta, de coneixement i veritat.

Anna Soliguer Guix

## Publicacions derivades de la recerca

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.

## Congressos

REDINTUR

II Jornada Doctoral en Turismo REDINTUR- 17 maig 2023. UOC. Barcelona.

Exposició de la tesis doctoral: La construcción psicosocial de la actitud de la comunidad local ante el turismo: turismofobia, protesta turística y respuesta emocional.

Jornada Interuniversitaria de col·loqui doctoral

Universitat Complutense de Madrid, 7 de juliol. Online.

Exposició de la tesis doctoral: La construcción psicosocial de la actitud de la comunidad local ante el turismo: turismofobia, protesta turística y respuesta emocional.

Segon Congrés Internacional de Sociologia de les Sensibilitats

Argentina. 24 d’octubre 2023

“Amor, Esperança i Confiança: una mirada a la crisi actual des de la sensibilitat”

GT10: Turisme, Hospitalitat i Emocions en el nou descobriment de la sostenibilitat.

Presentació: Sensibilitats en la gestió sostenible del turisme. Anàlisi de la resposta emocional dels residents a destins turístics : Barcelona i Lloret de Mar.

.

## Resum

Aquesta tesi és un estudi sobre la comunitat local i la seva revisió crítica del turisme des de diferents angles i perspectives. Per abordar la pregunta de recerca: ¿Existeix una base cultural i psicosocial que permet explicar el posicionament i l’actitud de la comunitat local davant del turisme? es varen realitzar tres estudis parcials. El primer va consistir en una anàlisi de les notícies publicades a la premsa espanyola sobre el neologisme turismefòbia. El segon, un estudi qualitatiu sobre els moviments socials per conèixer les seves diferències i maneres d’actuar en relació a la seva protesta. En tercer lloc, l’estudi es va completar amb una anàlisi de la resposta emocional davant dels impactes de les destinacions turístiques de sol i platja i oci nocturn de Lloret de Mar i Barcelona.

Els resultats de la recerca identifiquen diferents narratives sobre la turismefòbia que responen a posicionaments ideològics. D’altra banda, el discurs sobre la protesta per part dels grups d’activisme mostren una geometria variable que respon a diferències estructurals i relacionals en la manera d’aproximar-se a la protesta. Finalment, l’anàlisi de la resposta emocional entre els residents mostra que els aspectes psicosocials constitueixen elements actius en la configuració de l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes. La principal aportació d’aquesta tesi és oferir una mirada transversal i polièdrica a l’anàlisi de la relació entre la comunitat local i el turisme en contextos urbans caracteritzats per la pressió turística, l’existència de resistències i debat social que posen en qüestió el turisme com a model de desenvolupament urbà

**Paraules clau:** comunitat local, impactes psicosocials, turismefòbia, moviments socials, resposta emocional.

## Resumen

Esta tesis es un estudio sobre la comunidad local y su revisión crítica del turismo desde distintos ángulos y perspectivas. Para abordar la pregunta de investigación: ¿Existe una base cultural y psicosocial que permite explicar el posicionamiento y la actitud de la comunidad local frente al turismo? se realizaron tres estudios parciales. El primero consistió en un análisis de las noticias publicadas en la prensa española sobre el neologismo turismofobia. El segundo, un estudio cualitativo sobre los movimientos sociales para conocer sus diferencias y formas de actuar con relación a su protesta. En tercer lugar, el estudio se completó con un análisis de la respuesta emocional frente a los impactos de los destinos turísticos de sol y playa y ocio nocturno de Lloret de Mar y Barcelona.

Los resultados de la investigación identifican distintas narrativas sobre la turismofobia que responden a posicionamientos ideológicos. Por otro lado, el discurso sobre la protesta por parte de los grupos de activismo muestra una geometría variable que responde a diferencias estructurales y relacionales en la forma de aproximarse a la protesta. Por último, el análisis de la respuesta emocional entre los residentes muestra que los aspectos psicosociales constituyen elementos activos en la configuración de la actitud de los residentes frente al turismo y los turistas. La principal aportación de esta tesis es ofrecer una mirada transversal y poliédrica al análisis de la relación entre la comunidad local y el turismo en contextos urbanos caracterizados por la presión turística, la existencia de resistencias y debate social que ponen en cuestión el turismo como modelo de desarrollo urbano.

**Palabras clave:** comunidad local, impactos psicosociales, turismofobia, movimientos sociales, respuesta emocional.

## Abstract

This thesis is a study of the local community and its critical review of tourism from different angles and perspectives. In order to address the research question: Is there a cultural and psychosocial basis to explain the positioning and attitude of the local community towards tourism? Three partial studies were carried out. The first consisted of an analysis of the news published in the Spanish press on the neologism tourismphobia. The second was a qualitative study of the social movements in order to find out their differences and ways of acting in relation to their protest. Thirdly, the study was completed with an analysis of the emotional response to the impacts of the sun and beach and nightlife tourist destinations of Lloret de Mar and Barcelona. The results of the research identify different narratives on tourismphobia that respond to ideological positions. On the other hand, the discourse on protest by activist groups shows a variable geometry that responds to structural and relational differences in the way they approach protest. Finally, the analysis of the emotional response among residents shows that psychosocial aspects constitute active elements in shaping residents' attitudes towards tourism and tourists. The main contribution of this thesis is to offer a transversal and multifaceted look at the analysis of the relationship between the local community and tourism in urban contexts characterised by tourist pressure, the existence of resistance and social debate that question tourism as a model of urban development.

**Keywords:** local community, psychosocial impacts, tourismphobia, social movements, emotional response.

# ÍNDEX

<b>1. Introducció.....</b>	<b>14</b>
1.1 Objectius.....	14
1.2. Hipòtesis de treball.....	22
<b>2. Fonaments teòrics.....</b>	<b>23</b>
2.1. L’actitud dels residents davant del turisme.....	23
2.2. La turismefòbia i la construcció social del discurs turístic.....	51
2.3. La repolilització del turisme i els nous escenaris de desenvolupament. Una mirada des dels moviments socials i de l’activisme de protesta antiturística.....	59
<b>3. Metodologia.....</b>	<b>75</b>
3. 1. Fonts d’informació, obtenció i organització de les dades.....	75
3. 2. Instruments i tècniques d’anàlisi de les dades.....	87
<b>4. Justificació.....</b>	<b>95</b>
4.1. Lloret de Mar.....	95
4.2. Barcelona.....	109
<b>5. El debat sobre la turismefòbia en els mitjans de comunicació escrita. Una anàlisi del període 2008 a 2019.....</b>	<b>121</b>
5.1.Introducció.....	121
5.2. La Turismefòbia com a objecte del discurs turístic a la premsa escrita.....	122
5.3. Anàlisi de contingut de les notícies publicades sobre turismefòbia a la premsa escrita, 2008-2019.....	136
5.4. La construcció del discurs sobre turisme i turismefòbia a la premsa espanyola.....	140
5.5.Estratègies narratives sobre turismefòbia desplegades a la premsa espanyola.....	158
5.6.Turismefòbia i premsa escrita. Reflexions finals.....	171
<b>6. Els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona. Com són i quin posicionament turístic tenen?.....</b>	<b>175</b>
6.1. El context de la protesta turística a la ciutat de Barcelona. Antecedents i participants	176
6.2. Diferències entre moviments socials i associacions veïnals de Barcelona.....	181
6.3. La construcció del discurs sobre turisme entre els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona.....	227



Anna Soliguer Guix

6.4. Narratives dels moviments socials i associacions veïnals de Barcelona.....	247
6.5. Diferències, divergències i omissions en el discurs de protesta.....	253
6.6. Els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona: una tipologia de síntesi.....	262
6.7. Reflexió final.....	272
<b>7. La resposta emocional de la comunitat local davant del turisme i la presència de turistes.....</b>	<b>279</b>
7.1. La resposta emocional entre els residents de Barcelona i Lloret de Mar. Anàlisi descriptiva.....	280
7.2. L’anàlisi de les emocions generades pel turisme i els turistes entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona.....	301
7.3. Reflexions finals sobre la resposta emocional dels residents i aportacions des de la teoria de la solidaritat emocional.....	341
7.4. Recomanacions per al sector turístic i la gestió sostenible de la destinació.....	343
<b>8. Conclusions.....</b>	<b>347</b>
8.1 Objectius i hipòtesis.....	347
8.2 Aportacions de la recerca.....	349
8.3. Línies de recerca futures.....	357
8.4. Limitacions.....	359
<b>9. Referències bibliogràfiques.....</b>	<b>360</b>
<b>10. Annexos.....</b>	<b>415</b>
Annex 1. Exemples destacats de notícies al voltant de les principals narratives identificades	415
Annex 2. Exemples d'actors socials que apareixen als diaris.....	440
Annex 3. Arbre de codis de les notícies publicades sobre turismefòbia.....	447
Annex 4. Qüestionari d’opinió per als experts.....	482
Annex 5. Qüestionari d’opinió per als moviments socials urbans.....	485
Annex 6. Enquesta als residents.....	488

Anna Soliguer Guix

**Índex de taules**

Taula 3.1	Fonts de premsa escrita per àmbit territorial.....	75
Taula 3.2	Arbre de codificació de les notícies publicades sobre turismefòbia.....	79
Taula 3.3	Organitzacions i experts entrevistats.....	80
Taula 4.1	Evolució turística de la ciutat.....	97
Taula 4.2	Evolució de l’oferta i la demanda turística a Barcelona.....	110
Taula 5.1	Notícies publicades a la premsa espanyola que inclouen la paraula clau “turismefòbia”, (2008- 2019).....	123
Taula 5.2	Correlació entre places turístiques de les regions d’origen dels diaris i les notícies publicades sobre turismefòbia .....	126
Taula 5.3	Total de notícies publicades sobre turismefòbia que fan referència a Barcelona (2008-2019).....	127
Taula 5.4	Notícies publicades sobre turismefòbia per any (2008 a 2019).....	128
Taula 5.5	Notícies publicades sobre turismefòbia segons la llargada de la notícia (2008 a 2019).....	129
Taula 5.6	Notícies totals publicades sobre turismefòbia segons la seva llargada per diari (i en %) (2008-2019).....	130
Taula 5.7	Classificació dels diaris segons la llargada mitjana de les notícies publicades sobre turismefòbia.....	132
Taula 5.8	Importància i significat de la turismefòbia a la premsa espanyola (2008-2019) ....	134
Taula 5.9	Temes relacionats amb la turismefòbia publicats per la premsa espanyola (2008-2019).....	141
Taula 5.10	Comparació dels principals temes que apareixen en les notícies sobre turismefòbia per diari i període .....	152
Taula 5.11	Temes d’aparició poc freqüent en les notícies publicades sobre turismefòbia.....	154
Taula 5.12	Interpretació del posicionament sobre la turismefòbia de cada dia .....	156
Taula 5.13	Narratives i temàtiques incloses en el discurs sobre la comunitat local.....	159
Taula 5.14	Narratives i qüestions incloses en el discurs sobre el model de governança i gestió del turisme .....	161
Taula 5.15	Narratives i qüestions en el discurs sobre l’ús ideològic i polític del turismefòbia	164
Taula 5.16	Actors socials que apareixen destacats en les notícies sobre turismefòbia, per diari .....	169
Taula 6.1	Grups de moviments socials urbans i associacions veïnals entrevistats.....	182

Anna Soliguer Guix

Taula 6.2	Perfil dels entrevistats.....	183
Taula 6.3	Diferències organitzatives entre els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona.....	185
Taula 6.4	Posicionament, missió i objectius dels moviments socials urbans i associacions veïnals.....	193
Taula 6.5	Relació amb el poder polític.....	199
Taula 6.6	Relació dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona amb els mitjans de comunicació.....	210
Taula 6.7	Relació amb la resta de moviments socials urbans i associacions veïnals.....	214
Taula 6.8	Diferències entre els moviments socials urbans i associacions veïnals en la seva proposta d'accions i formes de protesta.....	220
Taula 6.9	Freqüència total de paraules en relació a les temàtiques associades al discurs sobre turisme dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona	228
Taula 6.10	Llistat de la freqüència de paraules que apareixen en el discurs de Las Kellys Unió Catalunya .....	234
Taula 6.11	Llistat de la freqüència de paraules que apareixen en el discurs del Sindicat Kellys Barcelona .....	236
Taula 6.12	Recompte de paraules relacionades amb l'atribut "Turisme post-pandèmia".....	239
Taula 6.13	Atributs que intervenen en la construcció del discurs sobre turisme entre els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona.....	248
Taula 6.14	Resum de les actuacions i discurs en matèria de turisme de les associacions i moviments socials urbans analitzats .....	262
Taula 6.15	Proposta de tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre turisme a Barcelona.....	265
Taula 7.1	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre el volum del turisme.....	282
Taula 7.2	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre les emocions provocades per l’activitat turística als seus municipis.....	284
Taula 7.3	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la visibilitat dels turistes als seus municipis.....	286
Taula 7.4	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la valoració general dels turistes que visiten els seus municipis.....	288

Anna Soliguer Guix

Taula 7.5	Valoració dels residents de Lloret de Mar i Barcelona sobre la manera de relacionar-se amb els turistes .....	289
Taula 7.6	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre l’estrès emocional provocat pel turisme .....	291
Taula 7.7	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la identificació amb el municipi de residència .....	293
Taula 7.8	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la identitat turística del municipi de residència.....	296
Taula 7.9	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la futura gestió del turisme i el model desitjat .....	298
Taula 7.10	Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la seva satisfacció laboral .....	300
Taula 7.11	Relació entre les variables corresponents a les emocions positives .....	302
Taula 7.12	Relació entre les variables corresponents a les emocions negatives .....	302
Taula 7.13	Correlació entre les emocions positives i negatives .....	303
Taula 7.14	Característiques dels clústers de residents de la mostra .....	305
Taula 7.15	Estructura dels clústers per municipis .....	306
Taula 7.16	Diferències en la resposta emocional dels residents per segments .....	307
Taula 7.17	Diferències en la resposta emocional dels residents segons el gènere .....	314
Taula 7.18	Resposta emocional dels residents segons l’edat .....	316
Taula 7.19	Diferències en la resposta emocional segons el nivell d’estudis .....	318
Taula 7.20	Diferències entre la resposta emocional dels residents segons la seva proximitat als llocs turístic .....	320
Taula 7.21	Diferències entre la resposta emocional dels residents segons la freqüència de contacte amb els turistes per part dels residents .....	322
Taula 7.22	La relació entre la resposta emocional i la dependència del turisme per part dels residents .....	324
Taula 7.23	La resposta emocional dels residents en relació a les seves condicions laborals	326
Taula 7.24	Característiques dels clústers de solidaritat emocional dels residents de Barcelona i Lloret de Mar .....	329
Taula 7.25	Característiques dels clústers sobre solidaritat emocional dels residents de la mostra.....	329
Taula 7.26	Caracterització sociodemogràfica dels segments de residents .....	331

Anna Soliguer Guix

Taula 7.27	Distribució espacial dels clústers per lloc de residència .....	332
Taula 7.28	Diferències en la percepció dels impactes de la massificació entre els residents ...	334
Taula 7.29	Diferències en la percepció dels impactes de l’estrès i sobre la salut entre els residents .....	335
Taula 7.30	Diferències en la preferència del model futur de desenvolupament del turisme entre residents .....	336

### **Índex de Figures**

Figura 1.1	Objectius generals i objectius específics de la recerca .....	17
Figura 1.2	Objectius operatius de la recerca .....	20
Figura 4.1	La distribució dels habitatges d’ús turístic a Lloret de Mar, 2017 .....	99
Figura 6.1	Mapa d’atributs corresponents a la categoria de l’exploració laboral .....	233
Figura 7.1	Model de la resposta emocional dels residents en llocs turístics .....	338

# 1.Introducció

## 1.1 Objectius

Aquesta tesi tracta sobre persones i territoris en els quals les diferents comunitats locals es veuen afectades pel turisme i han donat diferents tipus de resposta que van des del conflicte obert fins als posicionaments més pragmàtics de convivència o d'acceptació. Aquest fet ha despertat el nostre interès perquè hem vist que els conflictes no es plantegen d'una única manera sinó que obeeixen a les diferents estratègies a partir de les quals els diferents integrants de la comunitat local es posicionen i donen resposta. Aquesta resposta habitualment no és neutral i acostuma a obeir a determinats condicionants com els aspectes econòmics i socials, les relacions de poder existents o a factors individuals i psicosocials que impulsen determinades respostes emocionals davant del fenomen del turisme. El turisme inclou aspectes que, més enllà de ser afavorits per les dinàmiques particulars que regeixen els llocs, tenen també el seu fonament en els processos de globalització. És en la intersecció entre la mirada local i els processos de globalització que afecta a les ciutats contemporànies que centrem el focus d'anàlisi sobre la resposta que les comunitats locals donen al turisme. Les diferents peces del conflicte entre turisme i comunitat s'expressen en aspectes tan diferents entre sí com ho són l'oposició a l'urbanisme neoliberal i les visions que expressen la disconformitat de preferència de l'oci per sobre del benestar en el model de desenvolupament. Per aquest motiu la nostra tesi pretén diferenciar les visions sobre el turisme i la protesta identificant els factors clau que la configuren i aportant mirades locals sobre la base de la heterogeneïtat social i col·lectiva d'una comunitat local fragmentada, però viva.

En primer lloc prestem atenció al tema sobrevingut de la turismefòbia i a les relacions de poder que la configuren. La turismefòbia s'ha expressat com a manifestació d'un discurs socialment construït que es pretén imposar a partir de la mediatització de l'ús d'un terme molt poc precís científicament parlant (aspecte que afavoreix l'aparició de retòriques) i que conté una elevada càrrega ideològica. Aquesta perspectiva obre la porta a analitzar les relacions existents entre acadèmics, mitjans de comunicació, indústria turística i

Anna Soliguer Guix

poders polítics i la seva evolució en el temps a través de la construcció de narratives i contra narratives i la identificació dels temes que les expressen. Amb aquest objectiu en ment, ens hem endinsat en l’estudi de la construcció social de la turismefòbia a partir d’un dels principals ens responsables de la confecció del seu discurs i de la modulació de l’expressió pública del mateix: els mitjans de comunicació locals i nacionals. L’anàlisi de la turismefòbia en els mitjans de comunicació es fa des del punt de vista de l’anàlisi dels agents socials i com cadascun d’ells aprofiten el debat per intervenir, matisar i modificar el concepte, d’acord amb els propis interessos particulars i per posicionar-se millor respecte la relació de poder amb la resta d’actors socials i econòmics.

En segon lloc, ens centrem en l’anàlisi dels moviments socials i el seu posicionament davant del turisme, a partir del cas d’estudi de Barcelona ciutat. La dinàmica històrica, els contextos relacionals de l’aparició de nous moviments i la transformació urbana que ha acompanyat l’increment del turisme són elements que cal tenir en consideració per explicar les diferències existents entre els diferents moviments i els activistes locals quant a la protesta i en relació al model de turisme desitjat.

Finalment, l’anàlisi ha tingut en compte la resposta individual que els residents tenen davant del turisme, comparant dues destinacions turístiques força diferents i amb dinàmiques evolutives també dispars, com és el cas de Barcelona i de Lloret de Mar. Si en el cas de l’activisme els posicionaments parteixen de postulats diversos, en el cas dels residents els factors personals, econòmics i socioculturals que l’impulsen són múltiples, explicats habitualment a partir del balanç personal que cada individu gestiona internament amb el turisme. Per copsar millor aquesta dimensió personal l’anàlisi es centra en la influència que els factors psicosocials tenen en l’actitud i la resposta dels residents davant del turisme. L’objectiu és analitzar el que anomenem la resposta emocional dels residents davant del turisme (González, 2022) en llocs on la percepció de la pressió turística acostuma a ser important. No obstant, l’anàlisi d’un fenomen tan complex com l’actitud davant del turisme i dels turistes no es pot limitar únicament als elements emocionals. Per augmentar la comprensió d’aquest fet s’estudien, a més, els factors habituals que incideixen sobre l’actitud dels residents i, com aportació pròpia, la influència de l’entorn

Anna Soliguer Guix

de relació històric de cada destinació amb el turisme, una anàlisi inèdita en els estudis sobre l’actitud davant del turisme

L’estudi parteix d’una pregunta de recerca, de la qual en deriven d’altres de complementàries: Existeix una base cultural i psicosocial que permet explicar el posicionament i l’actitud de la comunitat local davant del turisme?

A partir d’aquesta pregunta fonamental, s’analitzen les actituds de la comunitat local davant del turisme en relació a tres elements: 1) la turismefòbia, entesa com un marc de categorització del turisme basada en la legitimització i deslegitimització social; 2) la protesta antiturística com a reacció organitzada i col·lectiva de base local davant del model turístic actual; i 3) la resposta emocional dels residents en llocs turístics amb importants fluxos de turistes. De cadascun d’aquests interessos d’investigació en deriven altres preguntes de recerca, complementàries a la principal:

1. Com es construeix socialment el concepte de turismefòbia? quina visió hi predomina i quines diferències existeixen segons l’actor social que l’usa?
2. Com s’està desenvolupant el procés de repolització del turisme des del punt de vista de la protesta activista? Quines són les característiques de la protesta actual i quines diferències i similituds existeixen entre l’activisme de protesta?
3. Quina és la base psicosocial de l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes? Quins perfils de residents existeixen segons la seva actitud cap al turisme i els turistes?

En base a aquestes preguntes de recerca es formula un objectiu general: Analitzar la construcció de la visió del turisme entre els diferents agents de la comunitat local en ciutats i destinacions de turisme, identificant diferències i patrons comuns i explorant els factors explicatius dels diferents posicionaments i actituds existents.

Per tal d’assolir l’objectiu general s’han definit fins a 8 objectius específics vegeu la (Figura 1.1) als quals s’arriba a partir de 8 objectius operatius.



**Figura 1.1 Objectius generals i objectius específics de la recerca**

<p style="text-align: center;"><b>Objectiu General</b></p> <p><b>OG:</b> Analitzar la construcció de la visió del turisme entre els diferents agents de la comunitat local en ciutats i destinacions de turisme, identificant diferències i patrons comuns i explorant els factors explicatius dels diferents posicionaments i actituds existents.</p> <p style="text-align: center;"><b>Objectius Específics</b></p> <p><b>O1.</b> Conèixer la reacció social davant del model de turisme a Barcelona com a expressió de la importància social d'aquesta activitat i prenent com a indicador el debat sobre turismefòbia desenvolupat a la premsa escrita.</p> <p><b>O2.</b> Analitzar la construcció social del discurs sobre turismefòbia i turisme a Barcelona, a partir de la identificació i l'anàlisi de narratives.</p> <p><b>O3.</b> Descriure la politització del turisme en el marc del dret a la ciutat.</p> <p><b>O4.</b> Diferenciar els moviments socials i l'activisme de protesta turística que opera a Barcelona en funció de la seva visió de la protesta turística i del model turístic proposat.</p> <p><b>O5.</b> Identificar les característiques de l'actitud dels residents davant del turisme i dels turistes en base a la seva resposta emocional.</p> <p><b>O6.</b> Realitzar una anàlisi comparada dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona, explorant les seves diferències en la seva actitud davant del turisme i dels turistes en funció de la seva resposta emocional.</p> <p><b>O7.</b> Identificar les diferències d'actitud davant del turisme a partir de la resposta emocional de diferents segments de residents i interpretar-les en funció de la Teoria de l'Intercanvi Social i de la Teoria de la Solidaritat Emocional.</p>
--

Anna Soliguer Guix

**O8.** Avaluar les implicacions pràctiques que, per als gestors del turisme, pot tenir l’actitud davant del turisme dels residents fonamentades en la seva resposta emocional i fer recomanacions per a la gestió sostenible del turisme que les tingui en compte.

El primer objectiu específic (O1) tracta de la importància del debat sobre turisme, turistes i model turístic a la premsa espanyola a la ciutat de Barcelona. Amb aquest objectiu es pretén mesurar, mitjançant diverses mètriques d’anàlisi, l’abast de les notícies sobre turismefòbia a la premsa catalana i espanyola per veure a quins llocs s’associa aquest fenomen i on es concentren les notícies publicades sobre turismefòbia, especialment tenint en compte el paper que la ciutat de Barcelona té en el debat sobre turismefòbia al conjunt de l’Estat espanyol. També volem saber si existeixen diferències entre els mitjans seleccionats en el tractament que donen al fenomen de la turismefòbia.

El segon objectiu específic (O2) és l’anàlisi del discurs de la turismefòbia a Barcelona i com aquest es construeix socialment. Aquest objectiu s’orienta a conèixer quines narratives expressa la premsa escrita a partir del conflicte amb el turisme i quina mena d’instrumentalització en fan, distingint si es tracta d’un discurs unitari o de diversos discursos que es solapen en representació de les relacions de poder. Es pretén, per tant, donar resposta a fins quin punt el desenvolupament del discurs sobre la turismefòbia està relacionada amb la creació i transmissió de poder en el cas de Barcelona. Finalment volem saber si la turismefòbia respon a un debat tècnic sobre el model de turisme més adient o si pel contrari, es tracta d’una instrumentalització política creada per defensar posicionaments ideològics concrets.

El tercer objectiu específic (O3) vol conèixer amb més profunditat el tema de la repolilització del turisme en el marc del dret a la ciutat perquè ha fet que prengui rellevància el debat social sobre el paper del turisme urbà i la manera com els moviments socials han incorporat el turisme en la seva perspectiva sobre el significat urbà. En aquest objectiu s’analitzarà les diferents maneres com els moviments socials i l’activisme incorporen el turisme en el seu discurs i la importància que hi donen en la seva missió.

Anna Soliguer Guix

El quart objectiu específic (O4) té com a finalitat identificar les diferents aproximacions i propostes que queden amagades darrera l’habitual indistinció de l’activisme i els moviments socials urbans com un conjunt homogeni i construir una tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre el turisme. Aquesta anàlisi té en compte aspectes conceptuals bàsics del funcionament dels moviments socials urbans per entendre la seva visió del turisme urbà: el context, el significat urbà, les aliances, la composició i el funcionament intern i l’evolució de la seva mirada cap al turisme són els àmbits a partir dels quals s’analiza el paper dels moviments socials urbans.

El cinquè objectiu específic (O5) consisteix en analitzar el paper de la resposta emocional en l’actitud dels residents davant dels turistes i del turisme, i analitzar si la percepció dels impactes i afectacions del turisme en la seva vida quotidiana, especialment en situacions de pressió turística elevada, es relaciona amb aspectes emocionals. Es pretén també analitzar les diferències en la resposta emocional cap a les persones que fan turisme i, més en abstracte, cap als impactes del turisme per establir lligams entre la resposta emocional i l’objectiu específic O2 sobre la construcció social de la turismefòbia.

El sisè objectiu específic (O6) consisteix en comparar la resposta i actitud davant del turisme i dels turistes en dos entorns urbans i turístics diferents: Lloret de Mar i Barcelona. Amb això es pretén analitzar si el context, la relació amb el lloc i les particularitats de l’entorn interaccionen i es relacionen amb la percepció dels impactes i l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes

El setè objectiu específic (O7) consisteix en comparar les respostes actitudinals dels residents a partir de dos marcs conceptuals diferents: la Teoria de l’Intercanvi Social i la Teoria de la Solidaritat Emocional.

El vuitè objectiu específic (O8) consisteix en transferir el coneixement obtingut a partir de la recerca dels casos d’estudi cap a propostes que permetin als gestors públics del turisme, en aquestes o en d’altres destinacions, tenir en compte la manera com es construeix l’actitud dels residents davant del turisme i els turistes.

Anna Soliguer Guix

Per tal d'assolir l'objectiu general de la recerca, així com els vuit objectius específics, s'han definit diferents objectius operatius que ho han de facilitar (vegeu la figura 1.2).

**Figura 1.2 Objectius operatius de la recerca**

<p style="text-align: center;"><b>Objectiu General</b></p> <p>Analitzar la construcció de la visió del turisme entre els diferents agents de la comunitat local en ciutats i destinacions de turisme, identificant diferències i patrons comuns i explorant els factors explicatius dels diferents posicionaments i actituds existents.</p> <p style="text-align: center;"><b>Objectius Operatius</b></p> <p><b>OP1.</b> Desenvolupament d'indicadors de l'impacte i l'abast de les notícies publicades sobre turismefòbia obtinguts a partir de l'anàlisi mètrica d'aquestes notícies. Aplicació del mètode d'anàlisi de contingut sobre el text de les notícies per tal d'identificar els discursos que els diferents mitjans de premsa escrita desenvolupen al voltant del concepte de turismefòbia.</p> <p><b>OP2.</b> Analitzar la informació per definir codis, codificar i crear categories a partir de les quals identificar les narratives i classificar-les a partir de la tipologia proposada per Mantecón &amp; Velasco (2020).</p> <p><b>OP3.</b> Caracteritzar els moviments socials i associacions veïnals locals que operen a Barcelona i que inclouen el turisme en el seu discurs de confrontació i protesta a partir de la Teoria dels Moviments Socials urbans mitjançant entrevistes en profunditat a experts en turisme i representants dels propis moviments.</p> <p><b>OP4.</b> Identificar les diferents aproximacions i propostes que queden amagades darrera l'habitual indistinció de l'activisme i els moviments socials urbans com un conjunt homogeni i construir una tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre el turisme.</p>
--

Anna Soliguer Guix

**OP5.** Realització d’una enquesta en línia als residents de Lloret de Mar i de Barcelona i construcció d’una base de dades sobre la seva actitud davant del turisme i dels turistes.

**OP6.** Anàlisi comparada de les dues destinacions objecte d’estudi emprant mètodes d’estadística descriptiva, d’anàlisi de la variància (ANOVA) i clúster.

**OP7.** Anàlisi comparada de l’actitud dels residents en funció de paràmetres conceptuals prèviament establerts (Teoria de la Solidaritat Emocional i Teoria de l’Intercanvi Social) per avaluar el pes explicatiu de cada factor.

**OP8.** Efectuar propostes d’actuació a partir de la reflexió sobre l’adequació de la gestió turística a les destinacions objectes d’estudi en relació a l’actitud dels residents.

Per cobrir el primer objectiu operatiu (OP1) s’ha desenvolupat una anàlisi mètrica a partir de les notícies publicades, s’ha aplicat el mètode d’anàlisi de contingut i s’han identificat les narratives de cadascun dels diaris a partir de les notícies analitzades. Per cobrir el segon objectiu operatiu (OP2) s’han creat codis, codificat i creat categories per identificar les narratives i classificar-les segons Mantecón & Velasco (2020). El tercer objectiu operatiu (OP3) ha consistit en la creació de qüestionaris de preguntes semiestructurades que s’han enviat, mitjançant un qüestionari en línia, a moviments socials, associacions i experts. El quart objectiu operatiu (OP4) ha consistit en la confecció d’entrevistes en profunditat i d’anàlisi de narratives per comparar els discursos que fan diferents actors socials i oferir una explicació sobre com els moviments socials i entitats generen o assimilen, en la seva missió i estratègia global, un discurs sobre turisme urbà. Pel cinquè objectiu operatiu (OP5) s’ha realitzat una enquesta a una mostra de 463 residents on s’han preguntat diferents qüestions al voltant de la seva visió del turisme i dels turistes, des d’un punt de vista psicosocial. El sisè objectiu operatiu (OP6) ha consistit en l’anàlisi descriptiva i de la variància (ANOVA) dels resultats de l’enquesta. El setè objectiu operatiu (OP7) ha consistit en l’aplicació de tècniques estadístiques per a la identificació de relacions entre emocions i actituds entre els residents. El vuitè objectiu operatiu (OP8)

Anna Soliguer Guix

consisteix en aplicar propostes vàlides per a la gestió de destinacions amb forta pressió turística, tenint en compte l’actitud dels seus residents.

## **1.2 Hipòtesis de treball**

Hipòtesi. L’actitud de la comunitat local d’un lloc turístic envers el turisme es construeix socialment i de forma simultània i interrelacionada entre els diferents actors que la integren. Els mitjans de comunicació, els residents i els col·lectius i moviments d’activisme de base local generen diferents aproximacions al turisme i adopten diferents estratègies de relació que acaben condicionant la mirada social col·lectiva cap al turisme i els turistes en funció del balanç personal que el turisme l’ofereix, les relacions de poder i la capacitat d’influència social que cada actor té individualment i col·lectivament.

### **Hipòtesis Parcials**

H<sub>1</sub> Les posicions de poder i legitimació que adopten els diferents mitjans de comunicació influeixen sobre les narratives al voltant del turisme que expressen en les seves informacions i relats.

H<sub>2</sub> El context històric en què s’han format, els diferents posicionaments polítics i ideològics i la relació amb l’entorn explica que existeixin diferències entre els moviments socials i l’activisme en la manera com aborden la protesta i com expressen l’acció de protesta turística.

H<sub>3</sub> La resposta emocional dels residents influeix sobre l’actitud que tenen davant del turisme i dels turistes, la qual pot ser favorable, desfavorable o neutral.

H<sub>4</sub> La resposta emocional dels residents difereix en la seva apreciació psicosocial de les persones que realitzen l’activitat (turistes) i de l’activitat turística com a abstracció.

H<sub>5</sub> La resposta emocional dels residents es relaciona amb la percepció del turisme com a factor de l’entorn i de la història local.

## **2. Fonaments teòrics**

### **2.1 L’actitud dels residents davant del turisme**

#### **2.1.1. L’interès de l’estudi de l’actitud en turisme.**

Les opinions dels residents, en la mesura que poden servir com a punt de partida per a futurs posicionaments i decisions per als gestors i planificadors dels espais turístics, són considerats per l’acadèmia un bon indicador de sostenibilitat. Les percepcions dels turistes, les actituds dels residents envers el desenvolupament turístic i les relacions entre turistes i amfitrions són factors clau en el govern de la indústria turística, i per al mateix sector (Gursoy & Rutherford, 2004). Examinar l’actitud dels residents és essencial per facilitar les relacions entre turistes i residents i per millorar la competitivitat i sostenibilitat d’una destinació turística (Crouch & Ritchie, 2012). Per aquest motiu ha estat molt desenvolupat l’anàlisi de la mesura i la comprensió de la seva percepció davant del turisme (Postma, 2013). En aquest sentit, l’actitud dels residents constitueix una important àrea de recerca en la literatura del turisme (Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2016; Chen, Hsu, & Li, 2021). Els planificadors volen conèixer les actituds dels residents relacionades amb els factors socioeconòmics i també els espacials, la dependència economia, les tipologies de residents, les seves actituds envers el desenvolupament turístic i el lligam emocional amb el lloc, per iniciar processos de participació ciutadana relacionats amb qüestions turístiques (Harrill, 2004). En termes de sostenibilitat, cal repensar, no obstant, fins quin punt més enllà de la reflexió de valor que suposa conèixer l’actitud dels residents s’acaba concretant en mesures del seu interès proposades directament de baix a dalt i efectivament implementades. Sigui com sigui, el turisme afecta la vida dels residents (Andereck & Nyaupane, 2011) i per aquest motiu és important conèixer les seves preocupacions i percepcions (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Sharpley, 2014) abans de decidir la direcció d’un model de desenvolupament turístic, així com incorporar-hi la seva visió al llarg del procés de planificació del turisme.

Anna Soliguer Guix

L’estudi de l’actitud pot ser un element metodològic amb elevat potencial per analitzar els impactes del turisme i el seu efecte sobre els actors locals. El desenvolupament turístic porta associat l’augment d’ingressos de les comunitats locals, les oportunitats laborals, la millora dels estàndards de vida, la millora de les infraestructures públiques, més facilitats d’oci, etc. (McGhee, Andereck & Vogt, 2002) però també ha donat pas a problemes relacionats amb la turismefòbia i l’overtourism (Kuscer & Mihalic, 2019) com poden ser l’increment del cost de la vida, dels preus immobiliaris, la massificació i congestió del tràfic i l’increment de les drogues, la prostitució i la criminalitat (Ap, 1992; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Brunt & Cuortney, 1999; Ko & Steward 2002; Nicholas, Thapa & Ko, 2009; Deery, Jago & Fredline, 2012). L’estudi de l’actitud permet explicar les percepcions positives i negatives de les comunitats (Andriotis, 2005) donat que es creu que si els residents perceben els impactes positius donaran més suport al desenvolupament del turisme.

Des d’una altra perspectiva, l’actitud dels residents envers els turistes ha servit també per analitzar aspectes diversos de tipus sociopsicològic que condicionen la relació entre turistes i residents, especialment quan aquesta pren un caràcter quotidià i allargada en el temps. Segons Tse & Tung (2022a) la investigació turística ha explorat de manera independent els estereotips dels residents (Tung, King & Tse, 2020) les emocions dels residents (Zhang, Chen & Hsu, 2021) i els seus comportaments (Tse & Tung, 2022b). Entendre les interrelacions d’aquests tres conceptes és fonamental per aprofundir en les dinàmiques i relacions quotidianes entre residents i turistes i el desenvolupament sostenible del turisme (Tasci & Gartner, 2007). Hsu & Chen (2019) afirmen que les percepcions dels residents envers els grups de turistes estan condicionades per prejudicis, reaccions emocionals afectives i respostes conductuals. En aquest sentit, la recerca referent a les actituds dels residents han evolucionat amb el perfeccionament dels conceptes d’estereotips (McNaughton, 2006) emocions i comportaments.

Finalment, l’estudi de l’actitud també pot ser útil per a superar la visió turística centrada existent en moltes destinacions i treballar el comportament dels turistes des de la planificació i la gestió. Per exemple, Tse & Tung (2022b) recomanen a les organitzacions



Anna Soliguer Guix

de màrqueting de les destinacions educar als turistes sobre les normes socials de la destinació turística amb l’objectiu de reduir les friccions entre turistes i residents.

### **2.1.2. Aproximacions teòriques a l’estudi de l’actitud dels residents davant del turisme**

Gran part de les teories que expliquen les percepcions i les actituds dels residents provenen de la sociologia, la psicologia i l’antropologia. Una de les teories més conegudes relacionades amb el malestar dels residents sobre el constant creixement del turisme és l’Irridex o Índex d’irritació turística de Doxey (1975). Aquest índex és una escala que mesura les interaccions entre turistes i locals en la qual existeixen cinc etapes que detecten el canvi d’actitud dels locals que varia segons la idiosincràsia del lloc (en relació a la durada temporal de les estades turístiques). Les cinc etapes de l’índex són eufòria, apatia, molèsties, antagonisme i acceptació. En l’etapa eufòrica els turistes són benvinguts perquè els fluxos de diners arriben a la majoria de la població local en un context d’escassa preocupació pel turisme i planificació. En l’etapa apàtica es continuen generant contactes entre locals i turistes, però sense despertar reaccions importants. L’etapa de les molèsties es dona en situacions de saturació percebuda, quan els turistes molesten i competeixen pels recursos amb els locals. Aquesta situació fa emergir dubtes als residents sobre si el turisme és allò més convenient. L’etapa d’antagonisme es caracteritza per l’aparició de la irritació i l’aversion. La darrera etapa és la de l’acceptació. El lloc ja no és el mateix i els residents acaben acceptant els canvis perquè ja no recorden com era el lloc abans de l’arribada dels turistes.

Diferents investigadors han aprofundit en la Teoria de Doxey (Dogan, 1989; Ap & Crompton, 1993; Snepenger, O’Connell & Snepenger, 2001). No obstant, i ampliant aquesta mirada simplificadora de la realitat, les actituds s’han abordat també des de diferents perspectives, entre les quals destaquen la Teoria de les Representacions Socials (Moscovici, 1984) la Teoria de l’Acció Raonada (Fishbein & Ajzen, 1975) la Teoria de

Anna Soliguer Guix

la Dissonància Cognoscitiva (Festinger, 1957) i la Teoria del Intercanvi Social (Homans, 1958; Thibaut & Kelley, 1959; Homans, 1961; Blau, 1964).

Una gran diversitat de mètodes i aproximacions conceptuals han abordat aquesta temàtica durant les darreres dècades. Entre les més notables destaca la Teoria de l’Intercanvi Social (Social Exchange Theory, en anglès) on es mesura el balanç dels costos i beneficis personals que suposa l’activitat turística (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Woosnam & Norman, 2010; Kayat, Sharif & Karnchanan, 2013; Presenza, Del Chiappa & Sheehan, 2013). La Teoria de les Representacions Socials (Moscovici, 1984; Pearce, Moscardo & Ross, 1996) definides en base a idees preconcebudes, imatges i valors culturalment significatius externes als individus en base a representacions socials de grups o hegemònics, o emancipats o polèmics. La Teoria dels Grups d’Interès (Freeman, 1984) expressa el caràcter heterogeni dels residents amb una varietat de grups d’interès o stakeholders dins de la comunitat amfitriona. La Teoria del Joc i Compensació (Bystrzanowski, 1989), la Teoria de l’Atribució (Pearce, 1989), la Teoria de l’Equitat (Pearce, Moscardo & Ross, 1991) i la Teoria del Poder (Kayat, 2002) en la qual la dependència del turisme acurta la distàncies perceptives entre poderosos i no poderosos. La Teoria de la Segmentació també ha estat utilitzada malgrat ser criticada per imprecisa (Andriotis & Vaughan, 2003). Altres aproximacions teòriques són la Teoria de la Màquina del Creixement (Molotoch, 1976) i la Teoria de Weber de la Racionalitat Substancial i Formal (Butler, 2019; Fyall & Garrod, 2020). Altres teories que analitzen les relacions intergrupals i els contactes interculturals (Berno & Ward, 2005) han estat menys usades en l’àmbit del turisme. És el cas de la Teoria de l’Emoció Intergrupala (Devos, Silver, Mackie & Smith, 2002), del Model Instrumental Unificat de Conflicte Grupala (Esses, Jackson, Dovidio & Hodson, 2005) i especialment, la Teoria de l’Amenaça Integrada (Stephan & Stephan, 1996). La Teoria de l’Amenaça Integrada (TAI) ha incorporat noves variables a l’anàlisi com per exemple l’angoixa. L’angoixa pot ser individual o intergrupala, produïda per interaccions interculturals (Stephan & Stephan, 1985). Stephan, Diaz-Loving & Duran (2000) suggereixen que l’amença està mediada per l’impacte de variables, incloses el contacte intercultural, en les actituds cap a grups externs. Diverses investigacions han demostrat també que les percepcions dels impactes

Anna Soliguer Guix

socioculturals del turisme estan directament relacionats amb les avaluacions d’amença (Berno, 1999, 2003).

En la TAI l’enfocament de l’amença intergrupl es creua amb les percepcions dels impactes negatius del turisme (Berno, 1999; King, Pizam & Milman, 1993). La Teoria de l’Amença Integrada incorpora una dimensió emocional de les relacions intergrupals que són un component important en les experiències entre les relacions de turistes i amfitrions (McIntosh & Johnson, 2004). Les teories psicològiques socials clàssiques de les relacions intergrupals emfatitzen la relació entre l’amença i la competència en la predicció de les actituds grupals i els estudis han confirmat les conseqüències negatives en la recerca internacional i multicultural. Segons aquesta teoria existeixen quatre amenaces fonamentals: la realista, la simbòlica, els estereotips negatius i l’ansietat grupal, i s’ha demostrat que cada una d’elles és un predictor significatiu de les actituds envers els grups externs, incloses les respostes cap als immigrants, els grups ètnics i les persones d’altres grups (Stephan & Stephan, 1996). Les amenaces realistes poden ser socials, econòmiques o polítiques i ataquen al benestar d’un grup i els seus membres perquè involucren competició pels recursos limitats. Les amenaces simbòliques estan associades amb els valors, creences i actituds i es refereixen a la cosmovisió del grup. Tant les amenaces realistes com simbòliques han estat identificades per part de la literatura turística en relació a factors com l’aglomeració (crowding), increment del cost de la vida, destrucció mediambiental, canvis en els valors familiars, permissivitat sexual i la comercialització de les pràctiques culturals (Brunt & Courtney, 1999; Teye, Sirakaya, & Sönmez, 2002; Pérez & Nadal, 2005). Ward & Masgoret (2008) suggereixen que la hipòtesi del contacte seria d’utilitat a l’ajuntar-la a la Teoria de l’Amença Integrada per predir actituds envers els turistes. Pettigrew & Tropp (2006) trobaren que el contacte és beneficiós per reduir prejudicis si es dona en condicions òptimes d’igualtat de status, contacte voluntari, agradable, íntim i cooperatiu. Els contactes interculturals han donat resultats positius als estudis de Sanmartín Garcia & Gómez Jacinto (1998) i negatius als estudis de Anastasopoulos (1992) i Milman, Reichel & Pizam (1990) perquè la conceptualització i el mesurament del contacte intercultural és diferent donat que no és el mateix el contacte

Anna Soliguer Guix

interpersonal que el contacte de la comunitat, estudiat a través de la densitat turística i no de les emocions.

L’examen de les actituds dels residents està constituït pels components interrelacionals cognitius, afectius i conductuals. Chen, Hsu & Li (2018) integraren teories d’identitat social, intercanvi social i representació social amb l’objectiu d’identificar el cicle psicològic dels individus per comparar-ho en les interaccions socials amb els turistes. Woosnam i Norman (2010) utilitzen la solidaritat emocional i Chen, Hsu & Li (2021) apliquen la Teoria de la Identitat Social per explicar comportaments afectius. Tse & Tung (2022b) varen ampliar el mapa BIAS per mesurar comportaments facilitadors o perjudicials dels residents envers els turistes. Dins de les aproximacions psicosocials a l’actitud, Chen, Hsu & Li (2018) i Tung, King & Tse (2020) han treballat sobre el Model del Contingut dels Estereotips (Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002) on s’examina la validesa de les idees preconcebudes dels residents sobre els turistes com grollers, mandons i indisiplinats. En els seus estudis realitzats a Singapur, Malasia i Tailàndia, Chen, Hsu & Li (2018) van observar que els residents tenen preferències per les emocions negatives per sobre de les positives i identifiquen noves emocions com la ira i l’odi en l’anàlisi del comportament dels turistes.

Malgrat tota la literatura existent, continuen persistint llacunes importants. Rasoolimanesh & Seyfi (2021) recomanen fer més recerca relacionada amb la massificació i el sobreturisme, i sobretot fer recerca sobre el ràpid creixement i la ràpida aplicació de la tecnologia en el turisme i la indústria de la hospitalitat (Buhalis & Law, 2008; Yuan, Tseng & Ho, 2019) on es troben explicacions a les percepcions dels residents dependents de la hosteleria. Finament, Rasoolimanesh & Seyfi (2021) matisen que les noves perspectives teòriques exposades per Hadinejad, Moyle, Scott, Kralj & Nunkoo, (2019) i Woosnam, Draper, Jiang, Aleshinloye & Erul (2018) contribuiran a integrar els antecedents, a la vegada que la barreja de mètodes quantitius i qualitius contribuirà a explicacions més àmplies.

Anna Soliguer Guix

En els següents apartats detallarem millor dues de les teories més emprades per analitzar les actituds dels residents davant del turisme la Teoria de l’Intercanvi Social (SET en les seves sigles en anglès) i la Teoria de la Solidaritat emocional (SE), les quals, per la seva acceptació i versatilitat, han estat usades com a referent conceptual i metodològic en aquesta recerca.

### **2.1.2.1. La Teoria de l’Intercanvi Social i l’actitud dels residents**

La SET és una teoria sociològica provinent del corrent conductivista de la psicologia, social, basada en un model racional de l’ésser humà amb una conducta orientada a la maximització de beneficis. Tot i que la base de l’intercanvi social es fonamenta en els interessos psicològics i econòmics destinats a l’augment de recompenses (Homans, 1961) aquestes no tenen perquè ser només econòmiques, i, per tant, tenir en compte les experiències passades de la persona (Deutsch & Krauss, 1965). La Social Exchange Theory ha servit per explicar l’actitud dels residents envers el desenvolupament turístic, expressant des del suport (Perdue, Long & Allen, 1990) fins al rebuig (Canestrelli & Costa, 1991). Algunes aproximacions temàtiques en què aquesta teoria s’ha aplicat en estudis sobre turisme tenen a veure amb l’estudi de la capacitat de càrrega i els factors psicosocials associats a la SET (Navarro Jurado, Romero-Padilla, Romero-Martínez, Serrano-Muñoz, Habegger & Mora-Esteban, 2012), la qualitat de vida dels residents (Nunkoo & Ramkissoon, 2011), i la seva satisfacció i suport a la localitat de residència com a destinació turística (Dyer, Gursoy, Sharma, & Carter, 2007; Moscardo, 2009; Woo, Kim & Uysal, 2015). La SET també ha analitzat la relació amb el poder i la confiança dels residents envers el suport al desenvolupament turístic (Nunkoo, 2016) i darrerament s’han interessat per conceptes com la tolerància (Qin, Shen, Ye & Zhou, 2021) inspirant-se en estudis anteriors (Mcclain, 1993).

Els principis compositius de la SET es basen en com els residents perceben els aspectes positius o negatius relacionats amb el turisme i en fan una anàlisi entre el seu cost i benefici personal, a més de comparar i valorar alternatives. L’auto interès i la

Anna Soliguer Guix

interdependència són propietats centrals de l’intercanvi social i en aquest cas busquen una maximització de beneficis que situen la SET en la línia de la racionalitat instrumental i l’estructuralisme. Això significa que ve a ser un joc de suma zero en el qual l’individu racional busca el màxim benefici al mínim cost individual. És a dir, cada individu configura un balanç entre els beneficis i perjudicis percebuts del turisme, a nivell individual, tot i què també es pot transferir als de la localitat on es resideix. Aquesta és, per tant, una visió funcional de les relacions humanes, amb derivades en relació a la temàtica dels límits del creixement, la qual es posa en relació amb la interdependència econòmica i la lluita pels recursos (González, Coromina & Galí, 2018). Malgrat que hi predomina l’anàlisi a escala local, els processos utilitzats en els anàlisis de costos i beneficis del turisme es poden estendre a l’àmbit nacional i serveixen per explicar les diferències entre països en l’actitud dels turistes (Pizam, Milman & King, 1993).

Segons la teoria, els condicionants del balanç guarden relació amb les variables demogràfiques com poden ser l’edat, el gènere i el nivell d’estudis, el sentiment cap el lloc, el temps de vinculació al lloc, la relació laboral amb l’activitat turística, els impactes negatius com poden ser el soroll, la presència de turistes, la satisfacció, l’acceptació de més turistes, la proximitat laboral, la freqüència de contacte amb els turistes, la proximitat del lloc de residència a les àrees turístiques o la dependència econòmica del turisme. La SET ha servit per estudiar els diferents factors que influeixen en la percepció dels residents entre els que destaquen els factors econòmics i els lligams dels residents amb el lloc que poden contribuir a donar suport al desenvolupament del turisme (Hu, Tuou & Liu, 2019), juntament amb els antecedents dels residents (Shen, Geng & Su, 2019), i la identitat (Wang & Chen, 2015). Alguns investigadors han mostrat com el guany econòmic és un fort predictor de les actituds positives envers el turisme (Lindberg & Johnson, 1997). L’edat també afecta a les percepcions positives que acostuma a tenir la gent més gran (Rasoolimanesh, Jafaar, Kock & Ramayah, 2015) en contraposició a les negatives de les persones més joves (Papastathopoulos, Ahmad, Al Sabri & Kaminakis, 2020), malgrat els esforços governamentals dirigits a les classes mitges (Parra-López, Martínez-González & Barrientos-Báez, 2021). Bernini, Matteucci & Mignani (2015) van plantejar una proposta multidimensional de respostes per conèixer més a fons el caràcter heterogeni

Anna Soliguer Guix

de les percepcions i actituds dels residents en relació a la indústria turística i van trobar que les percepcions i actituds varien segons les característiques dels residents. Diferents autors han abordat l’estudi dels beneficis i els costos relacionats amb l’actitud de suport al turisme a través de la SET (Gursoy & Kendall 2006; Nicholas, Thapa & Ko, 2009; Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía & Porras-Bueno, 2009, 2013) reconeixent les percepcions positives i negatives entre els residents (Andereck, Valentine, Knop & Vogt 2005) i alguns han anat més enllà (Ward & Berno, 2011).

La SET va servir per explicar actituds dels residents envers els turistes però va rebre crítiques centrades en la manca de sofisticació teòrica. Ward & Berno (2011) consideren que s’ha d’anar més enllà de la Social Exchange Theory i entrar en teories emocionals i aprofundir en els impactes socioculturals. Per exemple, s’ha valorat poc la manera com els individus interaccionen socialment i culturalment a la destinació turística en funció de si els membres comparteixen valors i creences, tal com explicava Durkheim [1915]1995). Des d’aquesta perspectiva la negativa a tenir interaccions socials amb turistes i residents de diferents procedències es pot interpretar per l’existència de costos que són significatius a nivell de desavinences culturals, religioses, de gènere i altres factors relacionats amb els valors, les creences i les afinitats.

Des d’una perspectiva crítica, Hadinejad, Moyle, Scott, Kralj & Nunkoo (2019) realitzen una revisió de la literatura sobre les actituds dels residents a 90 articles entre els anys 2011 i 2017 i manifesten que “les principals conclusions revelen que, tot i que la Teoria de l’Intercanvi Social continua essent dominant en l’exploració de les actituds dels residents cap el turisme, estan començant a sorgir nous marcs, com la Teoria Institucional i la Teoria dels Efectes Indirectes Ascendents. No obstant, la perspectiva teòrica alternativa només s’ha aplicat una o dues vegades i requereix un més gran compromís. Els mètodes quantitius segueixen dominant el camp” (Hadinejad, Moyle, Scott, Kralj & Nunkoo, 2019: 150).

També es detecta una manca de consens entre els acadèmics en relació a donar suport a la capacitat explicativa de les actituds per part de la Teoria de l’Intercanvi Social (Andriotis & Vaughan, 2003; Huete & Mantecón, 2015). Les crítiques a la teoria de

Anna Soliguer Guix

l'intercanvi social s'han fonamentat en un enfocament excessivament racional obviant els aspectes cognitius (Nunkoo & Ramkissoon, 2009). Una part dels acadèmics avisen que les teories actuals no serveixen per explicar les actituds futures (Gao, Mattila & Lee, 2016; Zheng, Ritchie, Benckendorff & Bao, 2019; Chen, Hsu & Li, 2021). Altres autors apunten que la SET presenta limitacions relacionades amb els antecedents dels residents i les raons que hi ha darrere les percepcions del desenvolupament turístic (Gursoy, Ouyang, Nunkoo & Wei, 2018).

Alguns autors han combinat la SET amb altres teories per tal de donar-li major consistència analítica i conceptual. En el cas de Boley, McGehee, Perdue & Long (2014) varen connectar la SET amb la Teoria Social de Weber (1964). Chang (2021) la va connectar amb la Teoria de les Xarxes Socials en un estudi sobre les actituds que donen suport al desenvolupament. Les darreres revisions de la SET es focalitzen en l'intercanvi interpersonal dels costos i beneficis entre residents enlloc dels intercanvis entre residents i turistes en els entorns de proximitat (Rasoolimanesh, Taheri, Gannon, Vafaei-Zadeh & Hanifah, 2019) i els estudis cada vegada més, tenen una naturalesa més teòrica (Hadinejad, Moyle, Scott, Kralj & Nunkoo, 2019).

Moghavvemi, Woosnam, Paramanathan, Musa & Hamzah (2017) i Sinclair-Maragh (2017) han manifestat que el mesurament de la invariància és un mecanisme per mesurar biaixos (Little, 1997) en el sentit que la significació del comportament filoturístic no és interpretat de la mateixa manera per homes que per dones, de manera que les respostes dels diferents gèneres (Steyn & de Bruin, 2020) no poden ser equiparables (Liu, Lin, Hu, Zhou, Agyeiwaah, & Xu, 2022). Elosua & Mujika (2015) aconsellen també establir correccions en aquest sentit quan s'empra la SET en l'anàlisi actitudinal. Williams & Lawson afirmen que “una via més fructífera en la cerca d'antecedents de les opinions dels residents sobre el turisme, poden trobar-se en els valors, més que en les característiques demogràfiques dels residents” (2001:288).

Una altra crítica a la SET procedeix de la consideració del caràcter simplista dels fonaments teòrics relacionats amb les respostes dels residents en les seves actuacions amb els turistes (Zhang, Inbakaran & Jackson, 2006) i que els marcs teòrics generals a partir



Anna Soliguer Guix

dels quals s’interpreten i sintetitzen els resultats són escassos (Teye, Sirakaya, & Sönmez, 2002; Ward & Berno, 2011). Cropanzano, Anthony, Daniels & Hall (2017) consideren que a la SET li manca precisió teòrica i la seva utilitat és limitada perquè els estudiosos són capaços d’explicar molts fenòmens socials de manera post hoc però es troben amb que la seva capacitat per fer prediccions útils a priori és limitada.

Una altra crítica sorgeix de la manca de temes abordats en el marc d’aquesta teoria. Per exemple, Chernyak-Hai & Rabenu (2018) afirmen que la Teoria de l’Intercanvi Social ha de ser revisada per donar cabuda a les relacions laborals de la nova economia turística resultant de la globalització tecnològica. Argumenten que s’ha d’explicar les noves realitats resultats de la diversitat en els recursos humans i expectatives canviants amb les organitzacions a través de noves variables d’intercanvi que puguin explicar les relacions laborals d’intercanvi social d’alta qualitat (Shore, Tetrick, Taylor, Coyle Shapiro, Liden, McLean Parks & Van Dyne, 2004).

Tot i les crítiques a la SET pel seu caràcter excessivament funcional per explicar la realitat (Cropanzano & Mitchell, 2005; Cropanzano, Anthony, Daniels & Hall, 2017; Porter, 2018), especialment per basar-se en aspectes econòmics i no contemplar el caràcter altruista d’aquestes relacions, i de les diverses revisions realitzades, les aportacions que s’han realitzat a partir d’aquest marc conceptual i en base a les característiques demogràfiques, econòmiques i socials dels residents continuen essent essencials per entendre la seva actitud davant del turisme. Per exemple, Porter (2018) afirma que la SET és una de les teories més influents de la psicologia organitzativa perquè ofereix un marc flexible per entendre com dues entitats desenvolupen una relació que es suposa potencialment d’alta qualitat, a través d’interaccions repetides que generen obligacions (Cropanzano & Mitchell, 2005).

Anna Soliguer Guix

### **2.1.2.2. Aproximacions des de les teories centrades en la resposta emocional**

En aquest apartat abordem l’actitud dels residents en entorns urbans amb elevada freqüentació turística i les principals teories que expliquen l’actitud de les societats receptores dels impactes negatius resultants de la massificació de l’activitat turística incorporant els aspectes emocionals. En un primer subapartat expliquem algunes consideracions sobre la relació entre la massificació i congestió de zones turístiques i la resposta actitudinal de les persones residents. A continuació, exposem els principals elements conceptuals i metodològics que s’han usat per abordar l’actitud de la comunitat local davant del turisme, des d’una perspectiva psicosocial i que permeten comprendre, classificar i analitzar la resposta emocional de la comunitat local a situacions d’estrès causades pel turisme.

### **2.1.2.3. La massificació d’espais turístics i la seva percepció**

En un context de creixement continu de l’activitat turística a les ciutats (Weber, 2017), l’anàlisi de l’actitud i, especialment, dels elements psicosocials associats en llocs amb pressió turística elevada és un tema de creixent interès en l’avaluació dels impactes vinculats al turisme. Alguns factors que incideixen en la popularitat del turisme urbà han estat argumentats com a elements que poden impulsar la percepció de congestió. Entre aquests factors destaquen, per exemple, la cerca d’experiències singulars i autèntiques per tal de viure-les com un local més (like a local) en indrets “poc turístics” ubicats fora dels llocs centrals de la ciutat (Maitland, 2013), l’associació del turisme, i en especial de la pressió sobre l’habitatge del parc d’allotjament de lloguer a curt termini, a la gentrificació i desplaçament residencial (Cocola-Gant, 2018; Peeters, Gössling, Klijs, Milano, Novelli & Dijkmans, Eijgelaar, Hartman, Heslinga, Isaac, Mitas, Moretti, Nawijn, Papp & Postma, 2018; Cheer, Milano & Novelli, 2019; Morales-Pérez, Garay-Tamajón & Wilson, 2020; Wilson, Garay-Tamajón & Morales-Pérez, 2022), els canvis demogràfics que alteren la composició de la població i afegixen població flotant (López-Gay, Cocola-

Anna Soliguer Guix

Gant & Russo, 2020), o l’auge del nomadisme digital i l’aparició de nous districtes migratoris vinculats a aquests grups (Mancinelli, 2020; Olga, 2020).

Un dels aspectes que més contribueixen a la sensació de malestar entre els residents és la percepció que l’entorn quotidià està densificat, ja sigui per la freqüència i visibilitat dels fluxos de turistes, o bé pel trànsit i nombre d’activitats celebrades a l’espai públic. La massificació o aglomeració és, per tant, una situació vinculada a la densitat de visitants a una àrea determinada que potencialment pot ser percebut com un element capaç de generar estrès o altres incomoditats als residents (Graefe, Vaske & Kuss, 1984). Malgrat que existeixen molt estudis que analitzen el paper de la congestió i la massificació percebudes com a factor d’impacte i de satisfacció de la visita entre els turistes (Manning, Valliere, Minteer, Wang & Jacobi, 2000), l’enfocament d’aquesta recerca fa que ens centrem especialment en els efectes sobre els residents. En tot cas, és important saber com avalua el turista les aglomeracions a la destinació per així poder aplicar mètodes de gestió espacial, a la vegada que actuar com indicador de l’eficiència en la gestió (Newsome, Moore & Dowling, 2013) i per adaptar-ho a l’evolució dels llocs turístics (Vaske & Shelby, 2008).

Els efectes potencials de la congestió (crowding) és un problema reconegut (Hall & Page, 2002) a algunes ciutats turístiques que experimenten els residents i els turistes de diferents maneres. Per tant, es converteix en un problema que cal gestionar des de la gestió pública turística (Riganti & Nijkamp, 2008) i per aconseguir destinacions més sostenibles.

Des de fa temps, els acadèmics han intentat explicar les causes de la percepció de l’aglomeració en les experiències recreacionals (Bramwell & Lane, 1993). El estudis inicials s’enfocaven als parcs i festivals, arribant a la conclusió que considerar la mesura a través d’un número determinat de turistes no ajudava a explicar els problemes relacionats amb el malestar del resident o amb la mala experiència del turista (Ryan & Cessford, 2003; Jin, Hu & Kavan, 2016; Zehrer & Raich, 2016). Més enllà del número de turistes, altres variables s’incorporen per explicar aquesta realitat. Per exemple s’afegeixen variables de tipus qualitatiu com el comportament percebut dels visitants, espacials com el lloc on es produeix el contacte amb els turistes i la intensitat o freqüència

Anna Soliguer Guix

del mateix, el grau d'empatia amb els visitants, el nombre real de persones trobades en comparació amb el nombre de persones esperat i l'experiència prèvia de viatge (Ditton, Fedler & Graefe, 1983; Donnelly, Vaske, Whittaker & Shelby, 2000; Fleishman, Feitelson & Salomon, 2004).

Entre els models teòrics existents interessats per la congestió i els efectes sobre el comportament destaquen dues aproximacions: el model de sobrecàrrega d'estímul i el model d'interferència social (Andereck & Becker, 1993), ambdós usats en els estudis recreatius. De forma genèrica, aquestes teories afirmen que l'aglomeració es relaciona amb la percepció de desgrat per la presència de persones forasteres perquè, entre d'altres aspectes, pot causar restriccions en les eleccions de comportaments o interfereix en les activitats desitjades de caràcter físic, personal i social (Stokols, 1976).

La densitat influeix en la percepció dels residents del seu entorn (Schmidt & Keating, 1979) i té, per tant un component experiencial (Alldredge, 1973). No obstant, el caràcter subjectiu d'aquesta percepció fa que el nombre de visitants tingui un caràcter que va més enllà de la densitat física, i que realment genera una resposta que depèn de les característiques i les necessitats de cada persona. Així, les apreciacions de la congestió poden variar considerablement segons la tipologia de visitants, contextos, temps i territoris on es produeix (Jurado, Damian & Fernández-Morales, 2013). Això es tradueix en l'aparició de diferents nivells de tolerància i preferències (Papathanassis, 2012) especialment predominant els de caràcter negatiu (Mehta, 213). Entre els aspectes negatius derivats de la percepció accentuada de congestió està la sensació d'angoixa i la pèrdua de control personal (Consiglio, Angelis & Costabile, 2018), la desafecció amb el lloc (Luque-Gil, Gómez-Moreno & Pelaez-Fernández, 2018), i l'empitjorament de la relació entre turistes i residents (Su, Spierings & Hooimeijer, 2022). Es considera que la percepció de la massificació de destinacions turístiques contribueix a generar impactes negatius (Boissevain, 1996; UNWTO, 2018), especialment en llocs on la gestió turística no està orientada al desenvolupament sostenible ni al turisme sostenible i on es generen desigualtats (Cheung & Li, 2019).

Anna Soliguer Guix

Els residents poden diferenciar i discriminar els impactes derivats de la congestió segons determinats paràmetres personals, però algunes de les activitats que s’ha demostrat en estudis previs que influeixen sobre la percepció de congestió tenen a veure amb la presència de volums de fluxos importants de forma continuada en l’espai públic, els creuers (Jacobsen, Iversen & Hem, 2019), la presència d’equipaments turístics a l’aire lliure i en l’espai públic com monuments, esglésies, botigues, museus, cafès o restaurants que generen micro aglomeracions de turistes (Kagermeier, 2008) i l’existència d’oferta d’allotjament compartit (Jordan, Vieira, Santos & Huang, 2020). Donat els diferents elements que intervenen en la percepció de la congestió i els efectes sobre els residents, recentment, els experts suggereixen la necessitat d’una planificació multidisciplinària com a enfocament d’anàlisi (Bobic & Akhavan, 2022). Alguns estudis recents han posat de relleu la importància d’aquest camp d’estudi en la gestió de les destinacions turístiques. Per exemple, estudis realitzats a Florència demostren que l’aglomeració és un fenomen inherent a l’experiència del turisme urbà i, en conseqüència, es recomana incloure les percepcions dels locals i dels turistes si es pretén una gestió més sostenible del turisme (Popp, 2012).

Altres estudis empírics han posat l’accent en les causes i conseqüències de la congestió i massificació turística a les ciutats (Zemla, 2020) la varietat d’interaccions com a motor de la percepció de la congestió (Dirksmeier & Helbrecht, 2015) o la seva anàlisi des de la perspectiva de gènere (Chambers, 2021). Per la complexitat del fenomen de la massificació i l’especificitat que pren en el lloc (Koens, Melissen & Mayer, 2019), alguns investigadors han assenyalat la necessitat de més recerca quantitativa relacionada amb la massificació turística (Veríssimo, Moraes, Breda, Guizi & Costa, 2020; Buitrago & Yñiguez, 2021). Una altra dimensió del diàleg que s’estableix entre turisme i la massificació té a veure amb el component polític (Freytag & Bauder, 2018), especialment quan es vincula com a factor que incideix sobre els conflictes urbans i el dret a la ciutat (Lefebvre, 2017) o amb la lluita de classes (Mansilla & Milano, 2019).

Anna Soliguer Guix

#### **2.1.2.4. La Teoria de la Solidaritat Emocional i l’actitud dels residents**

La Teoria de la Solidaritat Emocional (TSE) sorgeix com a resposta a la Social Exchange Theory, criticada per tractar-se d’una teoria economicista que centrava les accions en els beneficis i costos sense incorporar els matisos emocionals pels quals els individus poden actuar. Emerson (1976) va manifestar que la SET patia un problema de tautologia perquè no totes les accions porten associat un premi i fora millor estudiar els intercanvis des d’una perspectiva relacional.

Woosnam, Norman & Ying, (2009) van explorar el marc conceptual de la Teoria de la Solidaritat Emocional en les relacions dels residents i els turistes. L’any 2010 Woosnam i Norman introduïren la Teoria de la Solidaritat Emocional al turisme en base al treball previ de Durkheim ([1915] 1995) sobre la solidaritat que es desenvolupa en entorns religiosos on els individus compartien creences i comportaments similars en les interaccions de les relacions interpersonals. Woosnam (2011) va testejar la Teoria de Durkheim entre els residents d’una comunitat turística. L’escala de Woosnam és una proposta per confirmar les propietats psicomètriques de fiabilitat i validesa que no queden prou clares ni confirmades per altres investigadors, com l’escala TIAS de Landkford i Howard 1994. L’autor, emprant una escala d’anàlisi pròpia (Escala de Solidaritat Emocional) va confirmar aquesta relació en l’àmbit dels llocs turístics al trobar que efectivament, els llaços entre turistes i residents s’enforteixen quan es comparteix creences i comportaments. En aquesta escala es tenen en compte tres elements que expliquen la solidaritat emocional existent: el caràcter de l’acollida envers els turistes (welcoming nature), la proximitat emocional (emotional closeness) i la comprensió empàtica (sympathetic understanding). Woosnam (2012) suggereix que comprendre l’aspecte emocional és vital per a la comunitat científica, la població, el món polític i els mitjans de comunicació. En aquest sentit, l’autor planteja que la recerca futura sobre solidaritat emocional hauria de fer-se en relació a com aquesta es desenvolupa dintre de cada resident, en el seu interior, i és per aquest motiu que cal més recerca qualitativa.

Anna Soliguer Guix

Són varis els autors que des de la perspectiva de les actituds i a través de les seves anàlisis han considerat els sentiments dels residents envers els turistes com un antecedent del suport al desenvolupament del turisme (Woosnam, 2012; Hasani, Moghavvemi & Hamzah, 2016; Li & Wan, 2017; Ribeiro, Pinto, Silva & Woosnam, 2017). La tendència d'explicar el suport al desenvolupament turístic per part dels residents a través de la teoria de la solidaritat emocional és creixent (Lan, Zheng, Tian, Zhang, Law & Zhang, 2021; Munanura, Needham, Lindberg, Kooistra, & Ghahramani, 2021). La teoria de la solidaritat emocional també s'ha aplicat de forma conjunta amb altres teories com per exemple la Teoria del Comportament Planificat (Erul, Woosnam & McIntosh, 2020; Erul & Woosnam, 2022). En aquesta darrera teoria, algunes de les variables utilitzades per explicar les relacions de solidaritat emocional dels residents envers els turistes són les creences compartides, els comportaments compartits, la interacció, i les variables demogràfiques. De forma similar també s'ha relacionat amb la distància social i el contacte amb els turistes (Joo, Tasci, Woosnam, Maruyama, Hollas & Aleshinloye, 2018).

A la TSE els predictors de les actituds dels residents estan relacionats amb la dependència econòmica, els factors espacials i els aspectes socioeconòmics (Harrill, 2004), però de les seves interaccions no es desprèn una única variable explicativa de les variacions de les actituds dels residents (Andereck, Valentine, Knop & Vogt, 2005). Els graus emocionals es mesuren com a positius i negatius i els objectius de recerca estan molt relacionats amb l'aconsegüiment del turisme sostenible (Gautam, 2022). Darrerament s'han depurat les metodologies i els avenços teòrics relacionats amb els impactes socials (Woosnam & Ribeiro, 2022). Segons Woosnam i Ribeiro, part de les depuracions estan relacionades amb nous temes com per exemple la COVID i els seus efectes en residents i turistes envers la gestió sostenible (Torres, Ridderstaat & Wei, 2021) o introduir elements metodològics que permetin anar més enllà de les actituds i facin aportacions sobre el comportament real dels residents (Erul, Woosnam & McIntosh, 2020).

Anna Soliguer Guix

Woosnam & Ribeiro suggereixen que la Teoria de la Solidaritat Emocional hauria de complementar-se amb altres teories com per exemple la Teoria de la Valoració Cognitiva, la Teoria del Ritual de Interacció, la Teoria de la Mera Exposició, la Teoria de l'Intercanvi Social, la Teoria de la Racionalitat Formal i Substantiva, les teories de l'Acció Raonada i el Comportament Planificat etc. (2022:196). Woosnam & Ribeiro afegeixen també la necessitat d'enfocar aquesta teoria cap a noves temàtiques. En concret demanen posar el focus d'interès en la relació entre les percepcions dels residents sobre el sobreturisme i la seva intenció d'actuar (Cheung & Li, 2019), la protesta i la resistència (Smith, Sziva & Olt, 2019), el suport al decreixement (Wegerer & Nadegger, 2020) i el compromís cívic (Torres, 2021).

A nivell conceptual, alguns autors suggereixen que la TSE requereix de models teòrics que abastin la multiplicitat de dades quantitatives i qualitatives i dades de panell (Martín-Martín, Prados-Castillo, Jiménez Aguilera & Porras Gonzalez, 2020) usades en l'anàlisi, per tal de minimitzar les limitacions teòriques (Gursoy & Nunkoo, 2019). Metodològicament això requereix l'ús de variables de resultat que mesurin les intencions de comportament o el comportament real per obtenir implicacions pràctiques. També s'ha suggerit la necessitat d'incorporar més estudis longitudinals (Stylidis & Terzidou, 2021), especialment sobre les perspectives dels residents al llarg del temps (Bimonte, D'Agostino, Grilli & Pagliuca, 2019; Liang, Luo & Bao, 2021) per conèixer les evolucions relacionades amb els impactes socials percebuts pels residents al llarg del temps en una multiplicitat d'escenaris (Font, Higham, Miller & Pourfakhimi, 2019; Kamata, 2022) per veure els efectes reals de l'impacte social del turisme en els residents mitjançant la consideració dels Objectius del Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides (UNWTO, 2017) com a tema d'anàlisi o incorporar la perspectiva de gènere en les problemàtiques relacionades amb el món laboral turístic a les destinacions turístiques (Campos-Soria, Ortega-Aguaza & Roperó-García, 2009; Sigüenza, Brotons & Huete, 2013; Ons-Cappa, García-Pozo & Sánchez-Ollero, 2017; Huete, Brotons & Sigüenza, 2016; Martínez Quintana & Martínez Gayo, 2019; Alonso-Monasterio, 2019).



Anna Soliguer Guix

### **2.1.2.5. Altres teories psicosocials interpretatives de l’actitud dels residents**

La relació entre turistes i residents és un fenomen complex que requereix un estudi des de diferents perspectives donat que, malgrat que ha estat àmpliament estudiada, la seva comprensió encara no és plena. En part això és degut al fet que sovint s’ha considerat els objectes d’anàlisi com si fossin un bloc compacte, tant pel que fa a la comunitat local (Seraphin, Ivanov, Dosquet & Bourliataux-Lajoine, 2020) com als turistes, els quals tenen comportaments molt diferents entre sí que poden condicionar de forma molt diversa la qualitat de vida dels residents. Una altra mancança és que les escales que mesuren l’actitud intenten establir models de comportament complexos a partir d’instruments simplificats. Per contribuir a millorar aquests dèficits s’han incorporat noves teories i s’han desenvolupat noves escales de mesura, a partir de variables emocionals i d’empatia, amb les quals s’incorpora una mirada psicosocial a l’anàlisi de l’actitud dels residents davant del turisme i els turistes. Aquestes teories prenen en consideració els efectes psicosocials que el turisme té sobre la vida dels residents i també tenen en compte els impactes sobre la salut física i mental, especialment associats a l’estrès generat per l’activitat turística propera i continuada (Cheung & Li, 2019).

Els impactes psicològics produïts per la massificació turística (Colomb & Novy, 2016; Gössling, McCabe & Chen, 2020; Pasquinelli & Trunfio, 2020) són diversos i s’expressen en sentiments d’alineació, sensació de ser expulsats de l’entorn familiar, la frustració per perdre el control del lloc o per la seva transformació i fins i tot per l’aparició de ressentiment envers els visitants (Colomb & Novy, 2016).

Entre els marcs conceptuals centrats en l’anàlisi dels psicosocials del turisme destaquen dues teories on s’ha aplicat per a l’anàlisi de l’actitud dels residents envers el turisme. La Teoria de la Sobrecàrrega d’Estímuls (Stimulus-overload Theory) de Schmidt & Keating (1979) exposa que el creixement descontrolat del turisme porta a situacions d’estrès i canvis de percepcions per part dels residents sobre el seu entorn immediat i en la seva qualitat de vida (Steen, Iversen & Hem, 2019). Aquestes transformacions són factors explicatius dels canvis d’actitud dels residents envers el turisme i serveixen com a indicadors del canvi de posicionament a mesura que augmenta la pressió del turisme sobre

Anna Soliguer Guix

els individus (Gössling, McCabe & Chen, 2020). La Teoria de l’Atribució (Attribution Theory) de Heider (1958) ha estat també adaptada a l’estudi del turisme i l’actitud dels residents. La teoria parteix de la premissa que la gent observa, analitza i explica els comportaments, als quals atribueixen justificacions o explicacions. Això es fa de diferent manera segons si afecten a un mateix o a la resta. Així, es tendeix a atribuir el comportament de la resta de persones a factors disposicionals o interns, sobre els quals es considera que tenen un control directe i dels quals en són plenament responsables. En canvi, el propi comportament tendeix a atribuir-se a factors situacionals o externs, sobre els quals no es té un control directe i, per tant, els actes derivats impliquen una menor responsabilitat. En una mateixa situació, per tant, l’actitud pot variar en funció del rol que es pren, ja sigui com a observador o com a actor directe. Aplicada al turisme aquesta teoria permet examinar les diferències en les respostes dels residents davant els impactes de la massificació turística en funció de com perceben i com jutgen el comportament dels turistes i la responsabilització que en fan dels seus actes. El comportament dels visitants externs a la comunitat es valora en funció del caràcter pretesament volgut dels seus actes i es relaciona essencialment amb els canvis en la qualitat de vida que aquests actes els ocasionen (Gössling, McCabe & Chen, 2020).

Des del punt de vista de les temàtiques analitzades en la perspectiva psicosocial en destaquen dues: el malestar sobre la manera de viure i relacionar-se amb l’entorn i els efectes sobre la salut. El malestar percebut acostuma a tenir un efecte directe sobre les emocions dels residents, especialment si treballen en el sector turístic (Hosany, Prayag, Deesilatham, Caušević & Odeh, 2015). Els estudis sobre els impactes del turisme en la salut dels residents apunten que poden ser a curt termini (Godovykh & Ridderstaat, 2020) i a llarg termini, essent en aquest període on s’accentuen els impactes negatius a nivell psicològic, social i emocional (Fredrickson & Joiner, 2018). Entre els impactes sobre la salut associats al turisme en destaquen l’estrès crònic i els derivats de les condicions laborals, entre ells la mala nutrició i descans deficient per horaris abusius i manca de conciliació entre les persones que treballen en el sector (Postma & Schmuecker, 2017). Aquests impactes es consideren suficientment significatius per establir mesures de gestió

Anna Soliguer Guix

similars als resultats d’altres tipus d’impactes derivats del turisme (Stoffelen & Ioannides, 2022).

Malgrat que els estudis empírics sobre l’aspecte emocional de l’actitud dels residents són escassos existeixen algunes iniciatives que l’han relacionat amb diferents aspectes de les emocions relacionades amb la problemàtica del sobreturisme. En el seu estudi González Reverté exposa, per al cas de Barcelona, l’existència d’una relació significativa entre els impactes percebuts i la resposta emocional dels residents (González-Reverté, 2022). Dels resultats es desprèn que les respostes, tant positives (de suport) com negatives (d’oposició), per part dels residents s’assimilen als factors suggerits en la Teoria de la Sobrecàrrega d’Estímuls i la Teoria de l’Atribució. En aquest cas d’estudi es demostra que l’estrès emocional té a veure amb la pressió del turisme i que la localització residencial influeix sobre la direcció d’aquesta actitud, més negativa quan més propera a l’aglomeració turística. L’existència d’aquest tipus de resultats fa suggerir, com apunten altres autors, la necessitat d’incloure la percepció psicosocial dels turistes per part dels residents com element crucial en l’agenda de debat sobre el model turístic i la gestió de destinacions amb forta pressió turística (Gössling , McCabe & Chen, 2020).

#### **2.1.2.6. Factors actitudinals i mètodes d’anàlisi en l’estudi de l’actitud dels residents davant del turisme**

És a partir dels anys 70 de l’anterior segle que els estudis de desenvolupament turístic inclouen la perspectiva dels residents, sobretot relacionada amb els impactes (Brougham & Butler, 1981; Allen, Hafer, Long & Perdue, 1993; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Sharma & Gursoy, 2015). Els factors intrínsecs han estat de gran rellevància per conèixer la dependència econòmica del mercat laboral, els vincles a la comunitat, els factors espacials, les interaccions entre amfitrions i turistes, els valors personals, la sensibilització mediambiental i les variables demogràfiques, entre les que destaquen l’edat, el gènere i l’educació que han derivat en estudis amb l’objectiu de conèixer el suport dels residents al desenvolupament turístic, la satisfacció, participació i qualitat de vida dels residents.

Anna Soliguer Guix

El coneixement dels impactes positius i negatius és important per establir una bona gestió del desenvolupament turístic de les destinacions turístiques (Stylidis, 2020) perquè la valoració per part dels residents és un factor determinant al suport o al rebuig al turisme (Rasoolimanesh & Seyfi, 2021). En paral·lel als impactes negatius existeix un corrent que estudia els impactes positius com poden ser el benestar, la qualitat de vida i la felicitat (Fakfare & Wattanacharoensil, 2021; Su & Swanson, 2020). Altres autors combinen els impactes negatius amb positius, com és el cas de la lleialtat i la felicitat (Sánchez-Teba, Benítez-Márquez & Romero-Navas, 2019). També s’ha estudiat l’empoderament dels residents a través del turisme (Aleshinloye, Woosnam, Tasci & Ramkissoon, 2022). Els factors actitudinals estudiats que influeixen en les percepcions del turisme són socioeconòmics, espacials i la dependència econòmica. Entre els autors que han abordat els factors socioeconòmics destaquen Brougham & Butler (1981), Sheldon & Var (1984), Liu & Var (1986), Um & Crompton (1987), Girard & Gartner (1993), Allen, Hafer, Long, & Perdue (1993), McCool & Martin (1994), Snaith & Haley (1999), Tomljenovic & Faulkner (1999), Mason & Cheyne (2000), Williams & Lawson (2001), Cavus & Tanrisevdi (2002) i Harrill & Potts (2003).

En paral·lel als impactes negatius, existeix teoria sobre els factors que incideixen positivament en l’actitud entre els que destaquen els impactes positius econòmics, els mediambientals i els culturals. En el camp de l’economia destaquen positivament l’augment d’ingressos, la creació de llocs de treball, el desenvolupament d’infraestructures i el compte satèl·lit del turisme (Vesey & Dimanche, 2000; Tyrrell & Johnston, 2006). Entre els factors mediambientals citen els relacionats amb l’ecoturisme en relació a la cura d’espècies en perill d’extinció i la millora dels ecosistemes (Pueyo-Ros, 2018). Els impactes positius culturals es refereixen a la perpetuació i millora del patrimoni artístic i històric (Deery, Jago & Fredline, 2012). Es comencen a manifestar excepcions (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2018; Godovykh & Ridderstaat, 2020) relacionades amb l’absència d’estudis dels impactes en la salut derivats de les malalties sexuals fora dels territoris en vies de desenvolupament.

Anna Soliguer Guix

La literatura acadèmica aborda les actituds dels residents a partir de variables demogràfiques, socioeconòmiques, espacials i històriques (Draper, Woosnam & Norman, 2011). Per exemple, les transformacions graduals dels llocs on viuen els residents (Stylidis & Quintero, 2022), la distància social (Thyne, Woosnam & Norman, 2022), la política (Litvin, Smith & McEwen, 2020), les tecnologies digitals (De Lucia, Paziienza, & Balena, 2021), el benestar (Nawjin & Mitas, 2012), la sostenibilitat turística (Yu, Chancellor & Shu, 2011) etc.

Els problemes i molèsties que pateixen els residents i condicionen la seva actitud davant del turisme han estat documentades des de fa dècades per diferents autors. Pizam (1978) aborda les molèsties ocasionades per el soroll i la brutícia; Milman & Pizam (1988) estudien les molèsties produïdes per l’alcoholisme; Belisle & Hoy (1980), el consum de drogues i la prostitució, a més de l’actitud arrogant i desagradable dels turistes envers els residents, els danys a la propietat privada, les destrosses en el mobiliari públic, batalles campals amb la policia, i d’altres. Alguns dels impactes negatius derivats de la criminalitat causada pel desenvolupament de l’activitat turística estan analitzats (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002) però, com afecta a les actituds dels residents envers el turisme, s’ha tractat de manera més generalitzada (Lankford, 1996) tot i trobar-se una relació entre la criminalitat i el turisme a nivell de percepcions relacionades amb el desenvolupament econòmic en general (Runyan & Wu, 1979; Senth, 1980; Ryan, 1993; Lankford, 1996).

La preocupació dels residents relacionada amb els impactes generats per l’activitat turística a nivell local (especialment els impactes socials) com per exemple la criminalitat i l’oferta d’oci i lleure, afecten la percepció econòmica i social del turisme. Existeix una relació en la preocupació dels residents que és més gran quan pitjor és la percepció sobre l’economia local (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002). L’acadèmia ha trobat causes amb resultats confusos (O’Leary, 1976; Mathieson & Wall, 1982; Ritchie, 1988; Keogh, 1990; Perdue, Long i Allen, 1990) però prou clars per saber que la preocupació pels impactes negatius del turisme empitjoren les actituds dels residents, a la vegada que els impactes econòmics milloren les actituds dels residents cap el turisme.

Anna Soliguer Guix

Un dels problemes més importants i encara poc estudiats són els xocs culturals. A partir de la globalització, les societats locals han perdut el seu caràcter homogeni i aquest fet provoca problemes derivats del desenvolupament de la indústria turística, les polítiques internacionals i els interessos privats, que es transformen en impactes negatius a la població, especialment la femenina.

El malestar emocional (i les actituds negatives) dels residents de les destinacions turístiques que treballen a la indústria turística (Dai, Zhuang, Lu & Huan, 2020) és una realitat insuficientment abordada (Ladkin, 2011) per l’acadèmia, que posa el focus dels seus estudis en la demanda sense ampliar la mirada a l’oferta (Zampoukos & Ioannides, 2011; Baum, 2018). Els estudis sobre recursos humans i relacions laborals (Jolliffe & Farnsworth, 2003) es caracteritzen per visibilitzar un dels principals problemes dintre dels impactes socials de les destinacions turístiques (Robinson, Martins, Solnet & Baum, 2019). Els problemes menys estudiats (Walsmley & Partington, 2014) són la conciliació laboral, els sous (Waddoups, 2001), els problemes que afecten a les emocions (Chappel, 2002; Ariza-Montes, Hernández-Perlines, Han & Law, 2019), i el caràcter de les treballadores i treballadors de la indústria turística (Burns, 1997; Sennet, 2000) tot i la manifestació del problema (Standing, 2013; Marco-Lajara & Úbeda-García, 2013).

Els resultats de les investigacions no sempre són concloents. Sovint es troben diferències entre estudis similars perquè cada destinació turística és diferent. A més de les diferències territorials, existeixen les temporals. El paper d’alguns factors en l’actitud com per exemple l’edat, el gènere i la freqüència de contacte poden ser positius o negatius, segons l’estudi. Per citar alguns exemples, l’edat incideix positivament en l’actitud dels residents. És a dir, la gent de més edat tenen actituds més positives (Tomljenovic & Faulkner, 1999). En canvi Cavus & Tanrisevdi (2002) detecten que les persones de més edat tenen actituds més negatives que les persones de menys edat. Harrill & Potts (2003), Sheldon & Var, (1984), Um & Crompton (1987) i Mason & Cheyne (2000) trobaren que les minories culturals i les dones tenen unes percepcions més negatives respecte al desenvolupament del turisme que la gran majoria dels homes. A nivell espacial de proximitat, en alguns

Anna Soliguer Guix

casos resulta en actituds positives (Korça, 1998) i d’altres, en negatives (Belisle & Hoy, 1980; Gursoy & Jurowski, 2002).

En relació al gènere molts estudis conclouen que les diferències en l’actitud davant del turisme per part d’homes i dones són importants i significatives. Mason & Cheyne (2000) afirmen que les dones s’oposen més al desenvolupament turístic que els homes i perceben més els impactes negatius que els homes, com per exemple, el soroll i la delinqüència. Harrill & Potts (2003) també conclouen que el gènere és un factor predictiu significatiu on les dones rebutgen més que els homes el desenvolupament turístic. L’enfocament de gènere és una llacuna en la recerca sobre l’actitud dels residents, tot i què pot tenir un important paper en la consideració del balanç personal del turisme, en especial des d’una visió del patriarcat.

Alguns dels autors que han contribuït a ampliar l’estudi dels factors espacials són Pizam (1978), Belisle & Hoy (1980), Pearce (1980), Tyrell & Spaulding (1984), Korça (1998), Gursoy & Jurowski (2002) i Harrill & Potts (2003). Algunes variables analitzades són la mida, la distància i el lloc i han vist que com més proper el resident viu del lloc turístic, més negativament percep el desenvolupament turístic. Hester (1993) va trobar que els residents anomenaven la seva comunitat com la “sagrada estructura”. Harrill & Potts centren les actituds en relació a la dependència econòmica manifestant que a més impactes i menys dependència, menys suport al desenvolupament turístic.

En el marc de la dependència econòmica destaquen estudis com els de Pizam (1978), Thomason, Crompton & Dan Kamp (1979), Jordan (1980), Cooke (1982), Haukeland (1984), Tyrell & Spaulding (1984), Pizam & Pokela (1985), Var, Kendall & Tarakcioglu (1985), Anderssen & Murphy (1986), Liu, Sheldon & Var (1987), Evans-Pritchard (1989), Husbands (1989), Caneday & Zeiger (1991), Ross (1992), Soutar & McLeod (1993), Prentice (1993), Lankford (1994), Akis, Peristianis & Warner (1996), Haralambopoulos & Pizam (1996), Long (1996), Lawson, Williams, Young & Cossens (1998), Martin, McGuire & Allen (1998). Per abordar la dependència econòmica els investigadors han utilitzat la Social Exchange Theory per explicar la influència dels canvis materials i psicosocials en les actituds dels residents, des del nivell individual fins

Anna Soliguer Guix

al comunitari. Els residents que no reben beneficis econòmics no donen suport al turisme però existeixen altres tipus de beneficis que contribueixen a donar suport com és el cas dels beneficis que rep el lloc a nivell d'infraestructures o animació.

Alguns autors que han analitzat el vincle amb la comunitat són Um & Crompton (1987), McCool i Martin (1994), Williams, McDonald, Riden & Uysal (1995), Jurowski, Uysal & Williams (1997), Jurowski (1998), Vesey & Dimanche (2000) i Harrill & Potts (2003). Alguns exemples d'autors que han aplicat la Teoria de l'Intercanvi Social són Perdue, Long & Allen (1990), Ap (1992), Madrigal (1995), Getz (1994), Jurowski, Uysal & Williams (1997), McGehee, Andereck & Vogt (2002). La Teoria de la Màquina del Creixement l'han utilitzada Canan & Hennessy (1989), Madrigal (1995) i Martin, McGuire & Allen (1998) entre d'altres.

Des del punt de vista dels mètodes d'anàlisi emprats en l'estudi de l'actitud dels residents combina estudis explicatius de percepcions de residents de caire més estadístics amb models lineals i no lineals (Rasoolimanesh, Ali & Jaafar, 2018), anàlisi de segmentació (Brougham & Butler, 1981), aplicacions pràctiques a diferents models teòrics (Gursoy & Nunkoo, 2019), estudis longitudinals (Nunkoo, Smith & Ramkissoon, 2013), creació d'escala (Lankford & Howard, 1994) i anàlisis comparatius (Garau-Vadell, Díaz-Armas, & Gutiérrez-Taño, 2014). També s'han testat models estructurals alternatius (Nunkoo & So, 2016) a més de revisions bibliogràfiques de tipus estructural com per exemple la realitzada per Nunkoo, Smith & Ramkissoon (2013) a partir de 140 articles publicats entre 1984 i 2010. Una de les consideracions analítiques a tenir en compte en l'estudi de l'actitud té a veure amb l'ús d'escala i la mesura de la mateixa. Per interpretar les actituds dels residents i els efectes de les percepcions sobre aspectes específics de la indústria, l'objectiu dels investigadors és crear instruments de mesura global rigorosos. Lankford & Howard (1994) van desenvolupar una escala actitudinal de múltiples ítems per mesurar les actituds dels residents. Per avaluar els efectes de determinades variables independents van utilitzar una escala per avaluar la influència de les variables seleccionades en les actituds dels residents envers el desenvolupament del turisme. És l'anomenada Escala d'Avaluació de l'Impacte del Turisme (TIAS) que consisteix en 28 ítems. La influència



Anna Soliguer Guix

de les variables es varen resumir en dos factors. El factor 1 era la Preocupació pel Turisme Local i el factor 2 eren els Beneficis Personals i Comunitaris. Kang, Long & Perdue (1996) presentaren una escala de dos factors que són les actituds i els beneficis similar a la de Lankford & Howard (1994). Ap & Crompton (1998) critiquen aquesta escala argumentant que no és prou consistent perquè els dominis de Lankford i Howard no semblaven coherents amb cap dels marcs taxonòmics de la bibliografia. Aquests debats demostren la dificultat inherent al desenvolupament de les mesures de mesurament, donat són massa àmplies per aportar informació específica per a cada destinació que pugui ajudar a una planificació turística eficaç a llarg termini.

#### **2.1.2.7. La caracterització tipològica de les actituds dels residents davant del turisme**

Els mètodes d’anàlisi en l’estudi de l’actitud més comuns passen per la confecció de qüestionaris i enquestes d’opinió, dels quals s’obtenen les tipologies de residents i la mesura de la seva actitud davant del turisme. Diversos autors han proposat tipologies de residents i comunitats sobre aquesta base conceptual: Rothman (1978), Davis, Allen & Cosenza (1988), Doágan (1989), Ap & Crompton (1993), Ryan & Montgomery (1994), Smith & Krannich (1998) i Williams & Lawson (2001). Aquesta segmentació dels residents en categories ha tingut sovint l’objecte de ser una eina que faciliti la planificació del turisme i l’acceptació o el rebuig dels plans de desenvolupament turístic per part d’una comunitat. Altres segmentacions deriven d’un dels models més utilitzats per conèixer les actituds dels residents, l’Irridex de Doxey (1975) que va descriure Fridgen (1991). En aquesta teoria, de caràcter dicotòmic, es posa de manifest sobretot l’existència de dues actituds oposades: l’acceptació i el rebuig. Tot i definir també una categoria neutral (indiferència) aquesta forma part d’una fase integrada en la tendència “natural” cap al rebuig. Rothman (1978) va definir tres grups de residents: els que pensen que la comunitat estaria millor sense turisme; els partidaris del turisme; i un grup majoritari que mostrava ambivalència cap el sector. Aquest model va ser ampliat per Davis, Allen & Cosenza (1988) que van segmentar els residents en cinc categories: els que odien el turisme (Tourism haters), els amants del turisme (lovers) amb posicions extremadament positives,

Anna Soliguer Guix

els romàntics previnguts (cautious romantics), els quals donen suport al turisme però també consideren necessari limitar-lo, els que estan al mig (in-betweeners) i tenen opinions moderades sobre els beneficis del turisme i el creixement de la indústria, i els utilitaristes o “que els volen per alguna cosa” (I love ‘em for a reason) com, per exemple, els residents que donen suport al turisme degut a la creació de llocs de treball que genera.

En el seu estudi sobre l’actitud de les comunitats de Texas, Ap & Crompton (1993), van definir quatre categories que estableixen les respostes als impactes per part dels residents: acceptació, tolerància, adaptació i retirada. L’acceptació està relacionada amb aquells que són favorables al turisme. En especial aquells que tenen beneficis directes com poden ser els derivats de la feina. La tolerància és una lleugera acceptació del turisme, però en la que ja es tenen en compte els inconvenients. En l’actitud d’acceptació el turisme passa a formar part de la realitat diària sense entrar en conflictes. Finalment, l’actitud de retirada és una acceptació silenciosa del turisme.

Altres classificacions similars tant a nivell individual com comunitaris són les de Smith & Krannich (1998) que suggereixen una tipologia amb tres ítems relacionats amb el creixement turístic. Aquesta classificació inclou les comunitats saturades de turisme (tourism-saturated), les turístiques (tourism-realized) i les desitjoses de tenir turisme (tourism-hungry). La comunitat saturada no vol més turisme ni creixement i tenen percepcions negatives de la indústria turística. En la comunitat realitzada existeix una ambivalència respecte a la conveniència de tenir més turisme en el futur. La comunitat desitjosa de turisme, en canvi, vol més turisme. Cardona (2012:149) divideix els grups de residents segons l’actitud cap el turisme en partidaris entusiastes, partidaris interessats, partidaris amb informació matisada, sense opinió formada i crítics. Una altra tipologia actitudinal de residents és l’elaborada per González Reverté en la que es diferencia als residents entre els partidaris del turisme (tourism supporters), els residents contraris al turisme (tourism-opposed residents) que mostren actituds de rebuig i turismefòbia, i els residents neutrals (neutral residents) que mostren ambigüïtat (González Reverté, 2022). Altres autors han elaborat diferents tipologies de residents com és el cas de Seraphin,

Anna Soliguer Guix

Gowreesunkar, Zaman & Bourliataux-Lajoinie (2019) al referir-se a l’ús dels festivals per millorar les relacions amb els residents.

## **2.2. La turismefòbia i la construcció social del discurs turístic**

### **2.2.1. El back-stage de la turismefòbia i les seves causes**

“És a través del turisme que els conflictes i contradiccions inserides en els àmbits social, polític, cultural, econòmic i mediambiental s’expressen a la nostra vida quotidiana” (Mantecón & Velasco, 2020:70).

Els orígens del neologisme turismefòbia estan als debats dels geògrafs i planificadors turístics catalans (González i Antón, 2008), l’aprofitament discursiu del concepte (Donarie, 2008) i el debat públic (Delgado, 2008) i acadèmic, com per exemple l’estudi dirigit per Jordi Tresserras<sup>1</sup>, l’any 2011, debats que han acabat per tenir un ressò mediàtic i social molt notable. Tot i així, el fenomen que origina la turismefòbia, la disconformitat amb el turisme i els turistes, no és nou i ha estat examinat prèviament en l’estudi de les actituds antiturístiques per part dels mateixos turistes (Bruckner & Finkielkraut, 1979) o com un element més de la crítica del turisme organitzat (Jacobsen, 2000). La turismefòbia es pot definir com un sentiment de rebuig cap al turisme que es manifesta en forma de reacció cap els interessos turístics i altres actes de protesta i vandalisme (Milano, 2018). Es tracta però, d’un terme adoptat de forma imprecisa i intensa per part dels mitjans de comunicació espanyols per descriure l’emergència del descontentament amb les pressions vinculades al creixement del turisme, així com per desacreditar i danyar la reputació dels moviments de base local i activisme de protesta turística (Milano, 2017). Aquesta dicotomia sobre el concepte és un indicador clar de la polisèmia i debat ideològic permanent que gira al voltant del terme turismefòbia. En aquest sentit, es pot distingir

---

<sup>1</sup> Es pot seguir l’explicació de Jordi Tresserras sobre el terme turismefòbia en l’entrevista de ràdio: [http://delsol.uy/notoquennada/entrevistas/por-que-no-quieren-a-los-turistas?fbclid=IwAR1TBgrju\\_lmcO5mMecqcHW-zzllLcI7\\_u0qj4W3yOqGslMFRykv77PcivU](http://delsol.uy/notoquennada/entrevistas/por-que-no-quieren-a-los-turistas?fbclid=IwAR1TBgrju_lmcO5mMecqcHW-zzllLcI7_u0qj4W3yOqGslMFRykv77PcivU)

Anna Soliguer Guix

entre els autors que opten per incorporar el terme turismefòbia en l'estudi de la problemàtica del turisme i que la consideren una perspectiva d'anàlisi (Gursoy, 2018; Koens, Postma & Papp, 2018) mentre que d'altres neguen la seva existència, més enllà del debat ideològic (Higgins-Desbiolles, Carnicelli, Krolikowski, Wijesinghe & Boluk, 2019). Entre aquests darrers, s'afirma que tot i que la turismefòbia s'ha venut com un tema de l'agenda setting del periodisme, és un tema polític i de planificació turística que obeeix al temor de la classe política a que la població no accepti el turisme perquè l'intercanvi social que ofereix amb els residents no els hi aporta beneficis superiors als costos (Rasoolimanesh, Jaafar, Kock, Ned & Ramayah, 2015) i que contraposa o ataca obertament la crítica social al turisme a través de la premsa.

L'aproximació a la turismefòbia realitzada en la nostra recerca, pren partit per la perspectiva crítica i es considera aquest concepte com el resultat de la inadequada gestió de l'activitat turística o d'aquella que va en contra dels residents (Milano, 2018), a la vegada que supera el problema turístic (Mansilla, 2018a) per esdevenir una confrontació de poder (Huete & Mantecón, 2018; Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell, & Fletcher, 2019; Zerva, Palou, Blasco & Donaire, 2019; González & Soliguer, 2022).

El malestar produït pel turisme ha estat un dels camps d'interès recent en la recerca en turisme. Aquest malestar s'ha analitzat tradicionalment en relació als impactes negatius del turisme (Young, 1973) i dels seus efectes sobre l'evolució de les destinacions (Butler, 1980). Però la coincidència de l'augment de les queixes amb l'increment del turisme urbà, ha provocat que actors amb interessos dispars expressin simultàniament les seves queixes contra el turisme. Les causes del malestar social que pot comportar el turisme i que poden derivar en turismefòbia han estat apuntades per Milano (2017), explicant que aquestes causes s'incrementen en un context de postmodernitat on el turisme pren rellevància social i on qualsevol format és vàlid per al lleure i la recreació turística.

Des d'una perspectiva similar, el sobreturisme és considerat també un dels factors impulsors de la turismefòbia. De fet, diversos autors identifiquen l'emergència d'aquesta problemàtica amb el sorgiment de moviments socials de protesta en ciutats com Barcelona, Venècia, Dubrovnik, Amsterdam, Reykjavik o Santorini (Hall, 2010; Boluk,

Anna Soliguer Guix

Cavaliere & Higgins-Desbiolles, 2019; Panzer-Krause, 2019). Els residents han perdut la seva qualitat de vida i es veuen obligats a interactuar amb els volums creixents de turistes fins el punt que fan campanyes per a que els turistes no hi vagin, demanar la reducció del nombre de turistes i exigir regulacions a la indústria turística en aquesta direcció (Seraphin, Ivanov, Dosquet & Bourliataux-Lajoinie, 2020).

La major part del conflicte amb el turisme aflora quan les comunitats locals responsabilitzen aquesta activitat de determinats impactes econòmics, tals com la pèrdua de poder adquisitiu, l'elevació dels preus i de l'habitatge i d'impactes socioculturals com l'increment de la pobresa, la gentrificació de zones urbanes, el soroll i l'incivisme, etc. (Verissimo, Moraes, Breda, Guizi & Costa, 2020).

Des d'una altra perspectiva complementària a l'anterior, la turismefòbia pot explicar-se també en el marc de la lluita pel dret a la ciutat. Huete i Mantecón (2018) exposen que aquest és un element central de la protesta i una peça que fa canviar l'actitud dels residents cap al turisme. Aspectes com la gentrificació i la turistificació (Novy, 2016), els apartaments turístics i Airbnb, els creuers i els creueristes (Vianello, 2016), la saturació turística, la privatització dels espais públics com les platges (Blázquez, Cañada i Murray, 2011), els excursionistes, les ampliacions de les infraestructures i equipaments d'ús turístic (com el cas de l'ampliació de l'aeroport del Prat a Barcelona), l'augment de preus de l'habitatge, l'encariment de la vida, la precarització i externalització de la feina turística, el canvi d'orientació del teixit comercial i impactes ambientals, o el lleure nocturn són alguns dels aspectes que, per alguns agents socials, s'han de vincular a la introducció del turisme en la dinàmica i els cicles econòmics de la ciutat contemporània (Álvarez-Sousa, 2018; Koens, Postma & Papp, 2018; Peeters, Gössling, Klijs, Milano, Novelli, Dijkmans, Eijgelaar, Hartman, Heslinga, Isaac, Mitas, Moretti, Nawijn, Papp & Postma, 2018; Perkumienė & Pranskūnienė, 2019; Pinke-Sziva, Smith, Olt & Berezvai, 2019; Smith, Sziva, & Olt, 2019 i Zerva, Palou, Blasco, & Donaire, 2019).

Anna Soliguer Guix

### **2.2.2. Perspectives analítiques i models d’anàlisi en l’estudi de la turismefòbia**

La perspectiva sociopolítica ha estat abordada per diferents autors i s’acostuma a incloure dintre dels estudis relacionats amb el desenvolupament del turisme sostenible. Existeixen antecedents en la percepció sociopolítica dels residents en l’estudi de les necessitats dels residents davant la imposició del discurs proturístic dels funcionaris en temes de governança (Madrigal, 1995), sobre els impactes dels canvis socials generats pel turisme (Monterrubio, 2011), l’adaptació de la comunitat al turisme (Horm & Simmons, 2002), participació política i polítiques públiques (Soares da Silva i Cabral Sánchez, 2012), la governança i el capital social (Presenza, Del Chiappa & Sheehan, 2013), l’anàlisi de l’opinió pública (Mantecón, 2012), o el suport comunitari al desenvolupament del turisme sostenible (Lee, 2013). A l’estat espanyol, la perspectiva sociopolítica dels residents, entesa com a presa de decisions en termes de governança i polítiques públiques, no va ser analitzada fins que el turisme va ser inclòs a l’agenda dels moviments socials a partir del cas de Barcelona (Milano, 2018).

La conceptualització i caracterització del fenomen de la turismefòbia ha donat peu a la confecció de diferents models conceptuals. Entre aquests intents en sobresurten dos: el model de Milano (Milano, 2018) i el de Mantecón i Velasco (Mantecón & Velasco, 2020). El primer posa l’èmfasi en els factors, especialment dels derivats del procés de turistificació de les ciutats, que determinen la seva aparició, mentre que el segon intenta establir un marc analític, des de la sociologia, per comprendre millor les actituds i proporcionar un marc de referència en les investigacions sobre aquest fenomen.

Milano enfoca el model del creixement de les 5D com un mite i el relaciona amb les declaracions del secretari de la Organització Mundial del Turisme, Taleb Rifai que destacava la gravetat de la turismefòbia, matisant que no es tractava d’un problema de número sinó de gestió de fluxos, manca de regulacions i deficiència en la gestió sostenible, motivats per la caòtica xarxa de relacions de poder entre turisme i política (Burns & Novelli, 2007). Milano destaca que “poques vegades aquestes estratègies han estat dirigides a millorar la qualitat de vida dels que resideixen en les àrees d’acollida i

Anna Soliguer Guix

no obtenen un benefici directe i tangible de les plusvàlues turístiques” (Milano, 2018:557).

El model criticat per Milano (2018) (model de les 5D) explica la turismefòbia com un efecte associat a la problemàtica del sobreturisme que es pot gestionar a partir de cinc elements: la desestacionalització, la descongestió, la descentralització, la diversificació i el turisme de qualitat (Deluxe Tourism). Segons aquest model, la turismefòbia es relaciona directament amb la pressió turística sobre les destinacions i, en conseqüència es plantegen estratègies de tipus reformista per tal de fer-hi front. El model pren un caràcter propositiu i vinculat a la planificació i gestió del turisme a les ciutats. En aquest sentit, la desestacionalització, la descongestió, la descentralització, la diversificació i l’estratègia de pujar els preus per segmentar, corresponen a estratègies de gestió de l’activitat turística vinculades al malestar produït pel sobreturisme, amb la darrera finalitat d’evitar l’aparició de situacions de turismefòbia entre la comunitat local.

Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell & Fletcher amplien el model de Milano amb una sisena D: desacreditar la contestació (Discredit contestation Tourism-phobia) i proposen un model de decreixement just (fair Degrowth) anomenat la alternativa D-D per fer front al sobreturisme. Aquesta alternativa que consisteix en la Descomodificació (Decommodification), la reducció de disparitats i col·lectivització (Disparity reduction & collectivization), dignificar les condicions de treball (Dignifying working conditions), la ordenació detallada del territori (Detailed Spatial Planning), el desconsumisme (Deconsumerism), la desturistificació i la returistificació (Detouristifications & Retouristification) que és una alternativa post capitalista i post neoliberal que mantenen els moviments socials i alguns acadèmics (Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell & Fletcher, 2019:20).

En el cas de Mantecón & Velasco (2020), els autors manifesten el desinterès dels investigadores per explicar la influència de les relacions de poder en la formació de l’opinió pública (Mantecón, 2016) i la dificultat que la politització i la ideologia afegeixen per entendre analíticament l’actitud anti turística (Huete & Mantecón, 2018). L’objectiu dels autors és aportar un model que permeti transcendir tant els enfocaments mediàtics

Anna Soliguer Guix

que incideixen en el caràcter antagònic dels discursos, com algunes perspectives de recerca articulades des d’enfocaments dicotòmics (2020).

El model de Mantecón i Velasco té arrels sociològiques i, més en concret, adopta de la Teoria Social de Merton (1938) per esclarir els trets definitoris de les diferents actituds envers el turisme, especialment aplicada als mitjans de comunicació, però també com un referent per analitzar la construcció de la mirada social cap al turisme. La Teoria de Merton sobre el qual es basa el model, estudia els modes d’adaptació dels individus dintre de la societat portadora de cultura que consisteix en cinc patrons distintius de relacions: conformitat, innovació, ritualisme, retratisme i rebel·lió. En funció d’aquestes variables és possible explicar com les persones gestionen la tensió davant les pressions socials. Aquest model fou adaptat per Mantecón & Velasco (2020) per analitzar la turismofòbia en el context de la cultura del capitalisme neoliberal, com un dels seus elements integrants. En aquest context, el turisme funciona com a mitjà de producció que genera diferents tensions entre els actors socials segons el seu posicionament. Aquesta tensió es gradua a partir d’una escala que inclou, de menys a més oposició, la legitimació, la crítica innovadora, la resignació, la crítica radical i la utopia subversiva.

Els posicionaments més permissius o favorables al turisme (legitimació i resignació) es sostenen sobre un context ideològic orientat al manteniment de l’statu quo (Mantecón & Huete, 2011) i com una forma de garantir la producció de riquesa i el progrés de l’activitat, evitant culpabilitzar el turisme dels problemes que afecten aquesta activitat. Contrasta amb aquests posicionaments la crítica innovadora, on es parteix d’una visió d’inspiració crítica, segons la qual malgrat es defensa el valor i l’aportació econòmica del turisme es qüestiona el seu valor com la pràctica més eficient per assolir el desenvolupament. La visió des de la crítica radical i la utopia subversiva, en canvi, defineixen posicionaments socials que visibilitzen els impactes negatius i els costos i els oposen als beneficis econòmics del turisme. En aquest sentit, l’aparició d’aquestes percepcions es vincula a l’augment dels moviments de protesta social i la comunicació crítica a la premsa. Finalment, les propostes basades en la utopia subversiva reclamen la necessitat de substituir l’ordre polític i econòmic en les ciutats turístiques afectades pel sobreturisme o



Anna Soliguer Guix

en el conjunt de la societat. Altres aspectes interessants que deriven d’aquest model tenen a veure amb com abordar l’anàlisi de la turismofòbia a partir dels diferents factors socials, culturals i polítics que la condicionen. Així, els autors suggereixen abordar la construcció social de la memòria col·lectiva en espais turístics i l’estudi de la instrumentalització política del malestar social en entorns on suposadament no existeix reivindicacions polítiques ni lluites socials (com en algunes destinacions de sol i platja).

L’estudi de casos sobre turismefòbia ha tingut especialment aplicació en l’anàlisi del paper dels mitjans de comunicació. No obstant, també existeixen anàlisis sobre el comportament dels residents i la comunitat local, vinculats amb l’actitud dels residents relacionades amb les molèsties que el turisme els ocasiona (González Reverté, 2022) o des d’una perspectiva més metodològica, s’han desenvolupat escales de turismefòbia aplicada als residents (Almeida-García, Cortés-Macías & Balbuena-Vázquez, 2019).

### **2.2.3. El discurs sobre turisme a la premsa escrita: ideologia i poder.**

Tradicionalment, la premsa espanyola ha actuat com un important generador d’opinió pública sobre el turisme. En aquest debat social, no s’ha mantingut al marge. Ben al contrari, ha utilitzat els seus canals de comunicació per influir en els lectors i l’opinió pública sobre la importància del turisme i, més recentment, oferint una visió crítica (Russo & Scarnato, 2018). En aquest context de repuntament del descontentament social amb el turisme, la turismefòbia ha sigut instrumentalitzada en funció d’interessos polítics, partidistes i institucionals (Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell & Fletcher, 2019; Milano, Novelli & Cheer, 2019b; Palou, 2019a; Pirillo & Mundet, 2021; González & Soliguer, 2022). Per tant, lluny de la pretesa neutralitat científica del terme, obeeix més a una visió ideològica que intenta desarticlar les actituds crítiques davant del desenvolupament turístic<sup>2</sup>. En relació a això, és fàcil entendre que sovint la turismefòbia

---

<sup>2</sup> Horacio Espinosa Zepeda, El Diario.es. Patologizar el malestar social. 03/07/2017.  
[https://www.eldiario.es/catalunya/opinions/turismofobia-patologizar-malestar-social\\_132\\_3302464.html](https://www.eldiario.es/catalunya/opinions/turismofobia-patologizar-malestar-social_132_3302464.html)

Anna Soliguer Guix

ha servit als mitjans de comunicació com a argumentari partidista per la lluita pel poder polític. La premsa té com estratègia generar discursos amb l'objectiu de formar i mantenir relacions de poder. En aquest àmbit el discurs de la turismefòbia és marcadament ideològic i es relaciona amb una tendència a la politització del turisme com a argument de poder (Milano, Novelli & Cheer, 2019b; Mantecón & Velasco, 2020; Velasco & Ruano, 2021). Malgrat que sovint s'ha identificat la turismefòbia amb un discurs o amb una contra narrativa organitzada des del poder i la indústria turística (Blàzquez-Salom, Morell, & Fletcher, 2019) cal tenir en compte que és molt més que un simple element discursiu i que inclou una multiplicitat de discursos en xarxa incorporats pels moviments socials, grups organitzats, partits polítics, la indústria turística, acadèmics, gestors públics, ONGs, l'Organització Mundial del Turisme i altres actors (Pirillo & Mundet, 2021). Segons Pirillo i Mundet, aquests discursos múltiples que construeixen la turismefòbia es caracteritzen per 1) ser recolzats pels mitjans de comunicació i d'altres instruments de transmissió de coneixement i opinió; 2) estar en permanent estat de construcció i readaptació com a conseqüència dels objectius estratègics i les relacions de poder que s'estableixen entre els actors socials; i 3) traduir-se en narratives que, especialment en els mitjans de comunicació, produeixen, reproduïxen, reforcen o silencien la xarxa de discursos mitjançant la introducció d'estratègies discursives a través de les quals destaquen alguns arguments i en silencien d'altres (Pirillo & Mundet, 2021).

Amb freqüència, la premsa utilitza la turismefòbia per legitimar o deslegitimar als actors socials en funció de si són favorables o contraris al model turístic del creixement. De fet, bona part dels estudis acadèmics sobre la turismefòbia conclouen que el tractament mediàtic respon a una instrumentalització política entre dos posicions antagòniques (Huete i Mantecón, 2018). Sanmartín (2019) afegeix que el neologisme turismefòbia pateix un biaix ideològic creat per la ideologia neoliberal. Un exemple d'aquesta situació es planteja després de que l'atac simbòlic al Bus Turístic de Barcelona fet per Arran es

Anna Soliguer Guix

convertís en trending topic a les xarxes socials i en titular de molts diaris, aprofitat per generar una narrativa de rebuig contra els moviments de protesta turística (Pérez-García, i García Abad, 2018).

El discurs del poder, a través de la premsa i altres mitjans de comunicació, pretén difondre missatges en l'opinió pública favorables a determinats interessos particulars i contraris a d'altres (Araya, 2021). El tractament mediàtic de la turismefòbia és un exemple de la construcció social dels problemes públics (Fischer & Gottweis, 2012) similar a d'altres on els grups d'interès intenten posicionar i imposar narratives polítiques amb l'objectiu de fer pressió en els processos de producció de polítiques públiques (Jones, McBeth & Shanahan, 2014).

La construcció de narratives és, precisament, l'instrument amb què es pretén controlar l'opinió pública i aconseguir amplies quotes de poder institucional. Aquest procés però, genera debat i visions alternatives, que, en forma de contra narratives assumeixen un caràcter relegitimitzador de determinats discursos criminalitzats que posen de manifest l'existència de discomfort entre la societat (Blanco, Blázquez & Fletcher, 2019). De forma similar, Zanardi parla de l'existència d'un paradigma teòric “estret” de la turismefòbia on s'hi oculta “el seu caràcter sistèmic, desplaçant la narració als turistes com individus singulars i als amfitrions com grups homogenis hostils” (Zanardi, 2021).

### **2.3. La repolització del turisme i els nous escenaris de desenvolupament. Una mirada des dels moviments socials i de l'activisme de protesta antiturística**

L'interès i l'entrada en escena dels moviments socials en l'àmbit del turisme no ha estat per casualitat sinó que respon a un procés de repolització on l'efecte característic de l'onada de crítica i dels moviments de protesta actuals es deu a la feina dels moviments socials, a la politització del debat i a la ressonància mediàtica (Milano, 2017). La mobilització d'aquesta “polització des de baix” (Colomb & Novy, 2016) al voltant de la crítica al desenvolupament turístic ha actuat com a efecte detonant i amplificador a nivell global” (2016:555). El seu paper ha estat fonamental en la proposta de noves alternatives

Anna Soliguer Guix

de desenvolupament i per repensar el paper que el turisme ha de tenir en aquest procés, guanyant un protagonisme diferent en el debat sobre el model de desenvolupament. Aquest nou interès social pel turisme ha estat fruit, en darrera conseqüència, d’una repolitització que ha permès activar estratègies de resposta política orientades a transformar el turisme (Castree, 2010; Monterrubio, 2017) cap el post capitalisme amb la cooperació de moviments socials i acadèmics (Fletcher, Murray, Blanco-Romero, Blázquez-Salom, 2019).

### **2.3.1. El gir crític en turisme**

El Critical Turn o gir crític en turisme és un corrent acadèmic crític amb la maximització del vessant econòmic del turisme, molt relacionat amb plantejaments marxistes i d’esquerra. Es basa en l’aplicació del pensament crític en la indústria turística, i l’ús de l’acció amb l’objectiu de produir un canvi social cap a la justícia social (Ateljevic, Morgan & Pritchard, 2012). Es tracta d’un moviment acadèmic de denúncia de les injustícies provocades per l’economia turística (Tribe, 2006) que persegueix donar una perspectiva més ampla i holística del turisme que vagi més enllà de l’extractivisme econòmic i passar a l’acció per provocar canvis per millorar la problemàtica (Tribe & Paddison, 2021). El Critical Turn és també una línia de recerca que no es queda només en la crítica ontològica o acadèmica del fenomen (Gascón, 2018) sinó que expressa explícitament un compromís polític en favor de la justícia social, l’equitat i la lluita contra l’opressió (Ateljevic, Morgan & Pritchard, 2007).

El gir crític en turisme, ja sigui expressat des de la visió ideològica (Higgins-Desbiolles & Whyte, 2013) o des de la crítica moral (Pritchard, Morgan & Ateljevic, 2011) imagina el turisme com una via d’esperança per la desglobalització i la tornada a un turisme socialment enriquidor (Brouder, 2020; Pernecky, 2020; Cañada & Murray, 2021). Tot i que el gir crític no constitueix per sí mateix una teoria unificada, inclou diferents elements conceptuals que interactuen entre sí, permetent parlar d’una tendència acadèmica o posicionament davant del turisme. És en aquest sentit que el gir crític en turisme resulta

Anna Soliguer Guix

atractiu i enllaça amb la visió del turisme que tenen part dels moviments socials urbans interessats en aquesta temàtica.

Aquesta visió s'ha fet particularment rellevant després de la pandèmia de COVID-19 entre els acadèmics crítics, on s'ha posat de manifest la necessitat de trobar camins imaginatius que aportin al turisme més equitat, justícia i respecte per les visions minoritàries o poc visibles públicament (Ateljevic, 2020; Pernecky, 2020). Els diferents postulats d'acció i aproximacions conceptuals al turisme que coexisteixen dins del gir crític del turisme mostren una pluralitat de visions sobre l'esperança i les esperances (radical, transformativa, crítica, utòpica, etc.) en la transformació del turisme, la qual adopta com a objectiu l'augment de la sostenibilitat (Galvani, Alan, Lew & Sotelo, 2020) i de la justícia social (Higgins-Desbiolles, 2020), la desmitificació de la globalització com a punt d'arribada social i econòmic (Ioannides & Gyimóthy, 2020) o la posada en valor de la proximitat i la petita escala per a la sostenibilitat del turisme (Romagosa, 2020). L'assoliment dels canvis plantejat pel gir crític en turisme, es preveu a partir de diferents vies. Entre les noves opcions de crear un nou turisme a partir de plantejaments conceptuals i intel·lectuals alternatius, destaquen propostes i perspectives com la del turisme regeneratiu (Cheer, 2020) i els camins transformatius (Hall, Scott & Gössling, 2020) el turisme socialitzador o social (Higgins-Desbiolles, 2018), el post humanisme en turisme i, especialment el decreixement turístic, adaptat d'un marc conceptual anterior procedent de la Teoria Ecològica i de Sistemes.

### **2.3.2. L'adopció del gir crític entre els moviments socials de protesta turística**

El gir crític en turisme ha tingut especial repercussió sobre els moviments socials i en l'activisme de protesta turística, focus d'interès de la nostra recerca. Per entendre-ho millor cal posar primer en context històric aquests moviments i el caràcter de la seva lluita. La construcció de la protesta turística entre els moviments socials i veïnals de base comunitària ha anat guanyant pes com a resposta a l'urbanisme neoliberal que expulsa als veïns de les ciutats (Sassen, 2015). L'activisme varia en el temps i encara que segueixen

Anna Soliguer Guix

actius els moviments de la modernitat en la seva versió actualitzada, altres temes varen entrar amb força, com la lluita per la justícia global, fent front comú a la globalització (Mayer, 2009). Les successives crisis a partir del 2008 i la pandèmia han contribuït a l’augment de les desigualtats socials i l’empobriment de les classes mitges. És en aquest context que els moviments socials han polititzat les crisis globals i han construït un discurs legitimador a través d’economies de creixement zero i la recuperació de la democràcia a les ciutats (Domaradzka, 2018). Els activistes han posat el focus de les seves reivindicacions en la problemàtica de l’accés a l’habitatge, la gentrificació i l’augment de preus del centre de les ciutats, a més de la precarització laboral i el treball decent (Mayer, 2013). En el camp del turisme, amb el temps, han emergit noves propostes de models alternatius al model turístic actual procedents dels moviments socials. Per exemple, a Catalunya, estan molt relacionades amb l’absència de desenvolupament sostenible i gestió socialment responsable del turisme (Soliguer, 2017). Existeix una gran varietat de plantejaments, més o menys radicals. Seguint amb l’exemple de Catalunya, els grups anti turisme independentistes com Arran proposen municipalitzar el turisme i reduir-lo a mínims. En canvi, els grups de base ideològica fonamentada en l’ecologia política, proposen que el decreixement no afecta només al volum que conté l’activitat sinó a la manera de fer (consumir) turisme, el qual s’ha de repensar i d’emmarcar en un nou model social i econòmic (Latouche, 2009) i polític (Hughes & Mansilla, 2021).

Des del punt de vista dels temes i interessos dels moviments de protesta, s’observa un gir evolutiu des d’allò social cap a allò urbà (Pickvance, 2003). Aquest fet està relacionat amb la professionalització de l’emprenedoria política de les organitzacions locals que han centrat els seus interessos en temes relacionats amb la denúncia de la comercialització de l’espai públic (Hamel, 2014), la promoció turística de la ciutat i la protecció dels drets dels treballadors i de les treballadores (Robinson, Martins, Solnet & Baum, 2019; Martínez-Gayo y Martínez Quintana, 2020; Alcalde-González, Gálvez Mozo, Valenzuela Bustos, 2021). També ha estat objecte de controvèrsia la privatització o inclusió de criteris privats en la gestió del turisme a diferents escales territorials, considerant que han tingut com a efecte la prioritització dels interessos privats i que han convertit el turisme en un competidor pels recursos públics (Garay, Morales & Wilson, 2020).

Anna Soliguer Guix

Des d’una perspectiva més genèrica les protestes anti turístiques s’han d’entendre “en el context més ampli de la transformació econòmica i física de les ciutats, i de les canviants formes de governança urbana en condicions de globalització, reestructuració econòmica, neoliberalisme i financiarització” (Novy & Colomb, 2019: 4). La protesta, globalment considerada, expressa el rebuig a la imposició de les pràctiques totalitaristes del neoliberalisme a través del turisme (Novy, 2016) i denuncia les repercussions globals ambientals, però també socials i culturals vinculades a la turistificació i sobrecreixement del turisme a les ciutats i destinacions (Dichter & Guevara, 2017; Milano, Novelli & Cheer, 2019).

Més en concret, la protesta s’expressa com una resposta davant l’evolució del capitalisme fordista cap a un capitalisme financer. Això es considera que va permetre integrar ciutats amb atractius històrics i culturals en la dinàmica substitutiva industrial per la preferència dels inversors globals pel turisme (Harvey, 2013), especialment en el sector immobiliari, o el perpètuament de pobres condicions laborals de les persones que no els hi quedava més remei que treballar al sector turístic per manca d’altres oportunitats (Servillo, Atkinson & Russo, 2012). Des d’un punt de vista urbà, l’expansió i creixement dels fluxos, ha fet que el turisme penetri en els espais privats dels residents, afectant negativament la seva vida quotidiana (Koens, Postma & Papp, 2018; Mansilla & Milano, 2019). En conjunt, l’expansió física del turisme urbà, l’augment dels fluxos turístics i l’emergència d’externalitats negatives, tals com la privatització de l’espai públic urbà, la pèrdua del comerç local, l’encariment del cost de la vida i l’habitatge, entre d’altres, han donat lloc a veus reclamant nous models urbans i una relació diferent amb el turisme.

### **2.3.3. Les arrels de la preocupació dels moviments de protesta antiturística: sobreturisme i el dret a la ciutat**

Entre els diferents àmbits de la protesta, el problema global de la reestructuració urbana és un dels punts de partida. Segons Hughes, les actuals mobilitzacions de la indústria contrària al turisme són la darrera manifestació d’una llarga trajectòria de protestes a la

Anna Soliguer Guix

dislocació social i cultural provocada per la remodelació urbana que va començar a principis de la dècada dels 90 (Hughes, 2018). No obstant, el debat públic sobre el paper del turisme a la ciutat forma part d’un debat més ampli sobre el dret a la ciutat (Lefebvre, 2017), on el posicionament contrari al turisme acostuma a vincular-se a les desigualtats generades en el procés de producció de l’espai urbà (Milano & Mansilla, 2019). En aquest debat sobre la responsabilitat del turisme en l’enfortiment de l’urbanisme neoliberal és habitual també incloure aspectes com l’expulsió dels residents de les classes mitjanes, la gentrificació i la turistificació dels barris, el problema de l’accés a l’habitatge, les plataformes d’economia col·laborativa, sense oblidar el tema del treball en el sector turístic (Cañada, 2018).

En especial, la vinculació de la protesta turística amb el dret a la ciutat està molt relacionada amb la percepció del problema del sobreturisme (overtourism en anglès) (Goodwin, 2017). El sobreturisme es ve estudiant des de fa quatre dècades sense una definició bibliogràficament concreta. Segons González-Reverté (2022), “el sobreturisme respon a un fenomen complex i amb múltiples capes que es manifesta de manera diferent a diferents llocs, fet que requereix un esforç multidimensional per a ser comprès” (2022:453). L’autor assenyala l’existència de diverses perspectives diferents sobre aquest element. La més habitual és la que relaciona el sobreturisme amb el volum de turistes (Cheung & Li, 2019), la massificació i la manca de planificació i gestió dels fluxos. En canvi, Milano, Novelli & Cheer (2019c) han focalitzat el problema en la concentració de la massificació a determinats llocs concrets però insisteixen en els impactes negatius en la vida quotidiana. Gössling, McCabe & Chen (2020) posen l’èmfasi en la velocitat de canvi de la densitat social i els efectes soci-psicològics entre els residents. Freytag & Bauder (2018) relacionen el sobreturisme amb el context urbà on es desenvolupa i els aspectes polítics de la massificació resultants del capitalisme neoliberal.

Altres aproximacions al sobreturisme (OMT, 2018) exposen la desconexió entre el sobreturisme i la manca de gestió turística, entenent el sobreturisme com una dimensió més del conflicte urbà global vinculat al debat sobre el dret a la ciutat i la lluita de classes (Harvey, 2013; Sassen, 2015; Cocola-Gant, 2016, Mansilla & Milano, 2019). En aquest



Anna Soliguer Guix

sentit la protesta expressa la preocupació per aspectes com la gentrificació de barris (Mansilla, 2018b), el monocultiu turístic (Milano Novelli & Chen, 2019), la influència del turisme en l’encariment de preus de l’habitatge, l’emergència de les noves formes d’allotjament comercial (Russo & Scarnato, 2018), la problemàtica associada als creuers (Brida & Zapata-Aguirre, 2009), el treball decent (Walsmley, 2017; Cañada, 2018) o les pràctiques insostenibles del turisme de masses (Dirksmeier & Helbrecht, 2015; Smith, Sziva & Olt, 2019).

Una altra dimensió analítica del sobreturisme pren en consideració els elements objectius i subjectius en el seu estudi. La dimensió objectiva del sobreturisme considera les manifestacions fàctiques i mesurables del fenomen, mentre que la dimensió subjectiva es relaciona amb les percepcions i els sentiments dels individus sobre com influeix el sobreturisme en la seva qualitat de vida actual (Kohl, 2019; Pasquinelli & Trunfio, 2020; Fontanari, Traskevich & Seraphin 2021) i passada com és el cas de la solastàlgia (Lalicic, 2020).

Les causes i justificacions del sobreturisme (overtourism) foren abordades per diferents autors (Milano, 2017; Moscardo, Konovalov, Murphy, McGehee & Schurmann, 2017; Koens, Postma & Papp, 2018; Jacobsen, Iversen & Hem, 2019). La massificació turística ha obligat als acadèmics amb enfocaments més sostenibles a pensar noves estratègies per fer front al creixement (Chassagne & Everingham, 2019), entre les quals destaca la visió des de l’adaptació i la resiliència sociocultural i sociopsicològica de la població local (Hassan, Ramkissoon & Shabnam, 2017; Innerhofer, Fontanari & Pechlaner, 2018; Traskevich & Fontanari, 2018; Fontanari, Traskevich & Seraphin, 2021).

#### **2.3.4. L’adopció del decreixement com a proposta de model social i turístic**

La idea principal del decreixement és la resistència a la homogeneïtzació de la globalització econòmica i cultural. L’agenda del decreixement existeix des de fa segles però és a partir de la turistificació urbana que els acadèmics comencen a incorporar aquest discurs integrant estudis sobre viatgers compromesos amb la maximització de

Anna Soliguer Guix

l’experiència turística basada en la tranquil·litat que manifestaren rebuig al llarg del temps als efectes de la massificació com per exemple hippies, drifters, neo-nòmades, wanderers, frontier travelers, lifestyle travelers i antinomians (Andriotis 2014).

La versió postmoderna del decreixement, la “décroissance” emergeix amb Latouche (2009) i actua com resposta política al creixement a través de la crítica a l’economia política (Marx, 1965) amb les eines de l’ecologia política i l’economia ecològica (Kallis, Kerschner & Martínez-Alier, 2012) i la sostenibilitat (Georgescu-Roegen, 1971; D’Alisa, Demaria y Cattaneo, 2013; D’Alisa, Demaria & Kallis, 2014). El decreixement proposa una transició socioecològica cap el comunitarisme ecosocial amb noves formes de democràcia radical sota els paràmetres de justícia mediambiental, solidaritat i autonomia (Cattaneo, D’Alisa, Kallis & Zografos, 2012). L’objectiu final del decreixement és sortir de la societat de consum capitalista mitjançant una transformació dràstica de la indústria turística i un canvi de paradigma que s’allunyi del model del creixement eurocèntric (Milano, Novelli & Cheer, 2019b). Boonstra & Joose (2013) senyalen que el decreixement no es pot dur a terme dins del capitalisme perquè la condició sine qua non del capitalisme és créixer. Per revertir aquesta desviació i reorientar les societats cap el decreixement, l’estratègia a seguir es produirà mitjançant una reorientació cultural a gran escala (de caire ideològic i recolzada en la situació d’emergència climàtica, l’ecologia política, els drets humans i els Objectiu del Desenvolupament Sostenible de la ONU). Segons Kallis, Kerschner & Martínez-Alier (2020), el decreixement és un projecte de viure amb sentit, gaudint dels plaers senzills, compartir i relacionar-se amb la resta, treballar menys, dintre de societats més igualitàries i sense condicions d’explotació ni privacions forçoses o restriccions. La pandèmia de COVID-19 ha contribuït a posar en dubte el model del creixement il·limitat però no ha servit per a que els governs hagin utilitzat aquesta oportunitat per fer reformes legals orientades a reduir el sobreconsum i la sobreproducció. Andriotis (2021) suggereix que les destinacions turístiques haurien d’alentir el seu creixement i dissenyar propostes regeneratives que permetin experiències positives, enlloc de limitar-se a explotar els recursos naturals i socioculturals de la comunitat amfitriona (2021:183).

Anna Soliguer Guix

El decreixement posa en valor l’economia circular i els valors més sòlids de la sostenibilitat a través de diferents polítiques i propostes entre les que destaquen la limitació del consum de recursos, la reducció de jornada laboral, la inserció de la renda bàsica, limitacions als ingressos, impostos al consum i el suport als models innovadors com les cooperatives de consum (Cosme, Santos & O’Neill, 2017) amb la finalitat de minimitzar els impactes negatius gràcies a l’autonomia productiva, la proximitat, la lentitud i el retorn a estils de vida anteriors a la globalització. És a dir, que el decreixement pot tenir també una lectura de tornada als valors d’etapes anteriors de desenvolupament caracteritzades per estadis de vida més relacionats amb la cooperació que amb la competència (Andriotis, 2014).

El decreixement es va convertir en un paradigma acadèmic que captivà als moviments activistes d’esquerres (Weiss & Cattaneo, 2017). De manera exploratòria va ser incorporat als anàlisis turístics per Bourdeau & Berthelot (2008) o per introduir-lo com a eina política en la lluita contra el capitalisme extractivista turístic a través del desenvolupament sostenible (Hall, 2009) mitjançant la posada en valor dels conceptes ideològics emergits en el cau del nou ordre mundial com és el cas del canvi climàtic (Hall, Scott & Gössling, 2013). Les aplicacions al camp del turisme impliquen una aposta pel turisme de proximitat, viatjar menys, amb estades més llargues, utilitzar mitjans de transport energèticament eficients, a més de reduir el consum turístic (Andriotis, 2018). El decreixement turístic té els seus orígens en els activistes dels moviments socials i els acadèmics crítics (Demaria, Schneider, Calsamiglia, Blanco & Domeneghini, 2011) contraris a la ideologia econòmica que ven experiències simulades a la vegada que explota els recursos ambientals i culturals de les comunitats locals (Smith, Sviza & Olt, 2019). Com reconeixen Fletcher, Murray, Blanco-Romero & Blázquez-Salom (2019) el decreixement no s’oposa al turisme sinó que proposa una nova manera d’organitzar-lo basada en el fet que no és possible continuar, en un planeta amb recursos finits, un creixement econòmic sense fi (Andriotis, 2002). Algunes de les polítiques econòmiques proposades en base al decreixement consisteixen en reduir la producció que genera més petjada ecològica (combustibles fòssils, producció massiva de carn i làctics, moda ràpida, publicitat, cotxes i aviació, a la vegada que acabar amb l’obsolescència programada dels

Anna Soliguer Guix

productes i sobretot, reduir el poder adquisitiu dels rics), millorar els serveis públics (accés universal a l’atenció sanitària, educació, habitatge, transport, internet, energies renovables i aliments), potenciar els llocs de treball vinculats amb l’economia verda i amb l’ús de recursos renovables, reduir el temps de treball (reducció de l’edat de jubilació, temps de treball parcial), i la governança sostenible (cancel·lar deutes injustos i impagables de països amb renda baixa i mitja i relacionar els objectius productius amb els socials) (Hickel, Kallis, Jackson, O’Neill, Schor, Steinberger, Victor & Ürge-Vorsatz, 2022).

El canvi cultural i social estructural que persegueixen els moviments socials, consistent en superar el capitalisme actuant com a catalitzadors de la transformació política els ha fet atractiu el concepte de decreixement. Ha estat així també en el cas dels moviments antiturisme que entenen el turisme com una força més del motor capitalista i que, per aquest motiu, s’ha convertit en el seu camp d’acció política (van Wijk, Stam, Elfring, Zietsma & den Hond, 2013). Els activistes anticapitalistes adopten el decreixement com a paradigma en consonància amb els seus objectius de superar la visió del creixement i repensar el benestar de les persones. El discurs dels moviments socials de protesta antiturística i l’adopció del decreixement en el seu discurs ha pres força des de la perspectiva vinculada a l’ecologia política que intenta superar els límits del desenvolupament sostenible. Des d’aquesta mirada es propugna que el decreixement es formalitzi en un nou paradigma econòmic i social amb l’objectiu de reduir l’entropia derivada del consum i la producció de masses (Andriotis, 2018). Així, el turisme ha de ser una peça més que contribueixi a una societat basada en el no creixement i que mantingui estable els seus recursos finits. Aquest punt de connexió s’estableix no només per consideració del dèficit de sostenibilitat en que es considera que es troba el model turístic actual, sinó especialment perquè el decreixement actua com un referent paradigmàtic per a les alternatives de turisme que persegueixen una major justícia social (Phi, 2020). De fet, per a molts autors la diversitat de lluites dels moviments socials de la modernitat i dels nous moviments socials ecologistes i per la justícia global conflueixen en el decreixement com a paràmetre bàsic de proposta social i no només econòmica (Andriotis, 2014, 2018). Per exemple, segons Mihalic (2020) malgrat que el turisme

Anna Soliguer Guix

sostenible i responsable han contribuït a fer front al creixement continuat, es consideren superats i es pretén, com a paradigma substitutiu, optar pel decreixement i l’ecologia política (Gascón, 2019). La voluntat de superar el desenvolupament sostenible com a paradigma es deu, en part, a la dificultat conceptual per definir-lo científicament i pels problemes operatius per traslladar-ho a la pràctica (Butler, 1999). Derivat d’aquesta problemàtica el desenvolupament sostenible es considera, des de l’òptica del decreixement, insuficient per implementar mesures que es deslliguin del tot d’una base de creixement econòmic (Hopwood, Mellor & O’Brien, 2005).

Un altre factor que influeix en l’adopció del decreixement en la protesta antiturística, és que es tracta essencialment d’un moviment social per ell mateix. En el context dels moviments antiturisme apareix amb la ràpida i desigual expansió del turisme, els episodis cíclics de crisi econòmica global des de l’any 2008 i l’augment del descontent i malestar social causat pel sobreturisme i que, en conjunt, sorgeix com a crítica al desenvolupament capitalista. Una de les crítiques principals dels moviments socials de protesta antiturística és que, pel seu caràcter dominant extractivista, costa molt integrar la indústria turística en les estratègies de transició ecològica (Asara, Otero, Demaria & Corbera, 2015; Valdivielso & Moranta, 2019) i que cal una transformació social i del model econòmic global que impulsi la transformació del turisme, i de la resta de sectors econòmics. En aquest sentit, el decreixement ofereix una via als moviments socials per defensar la transformació del turisme des de l’ecologia política (Murray, 2016) donat que la qüestió de la transformació socioecològica s’entén com una qüestió política (Peet, Robbins & Watts, 2011) i fins i tot de naturalesa decolonial (Hickel, 2021).

Segons Blázquez-Salom, Blanco-Romero, Vera-Rebollo & Ivars-Baidal (2019) els moviments socials promouen una nova “comunitat epistèmica” portant la lluita més enllà dels límits de la retòrica ecologista contra la turistificació (Valdivielso & Moranta, 2019) en la defensa dels més dèbils perquè els instruments de planificació territorial turística utilitzats per l’Estat són “dobles moviments de protecció socials més que un autèntic decreixement” (Fletcher, Murray, Blanco-Romero & Blázquez-Salom, 2019: 1767). Per la seva banda, Fletcher, Murray, Blanco-Romero & Blázquez-Salom (2019) exposen que

Anna Soliguer Guix

el decreixement no va contra el turisme sinó que demana una reorganització i disminució de la producció de la indústria turística per a que aquesta sigui més petita i tingui una entrada de recursos estable. El decreixement és una reacció a la gestió ineficient del desenvolupament sostenible resultant de la manca d'interès pel vessant social de la sostenibilitat manifestats en els conflictes socioecològics i la desigualtat mal gestionada que va acabar provocant més desigualtats (Reichel, 2015). Sharpley (2002) afirma que el veritable desenvolupament sostenible turístic és inabastable. El decreixement és una resposta al fracàs del desenvolupament sostenible que posa el focus en els límits del creixement i la distribució equitativa en un canvi orientat a minimitzar el consum, especialment els dels recursos locals a través de la reducció en la producció (Andriotis, 2018, 2021).

Un moment clau en la integració de la visió del decreixement amb l'activisme i els moviments socials de protesta antiturística va ser a partir de l'any 2020 amb l'arribada de la pandèmia de COVID-19 i la posterior recessió global (Fletcher, Mas, Blázquez-Salom & Blanco-Romero, 2020). La COVID va donar esperances (Jamal, 2019) als moviments socials en relació a una reorientació de les destinacions turístiques envers a minimitzar el monocultiu turístic i integrar polítiques més sostenibles de decreixement (Gössling, Scott & Hall, 2020). Malgrat un moment inicial d'esperança en un canvi global, els moviments denuncien la recuperació posterior del turisme i la tornada a models de creixement anterior a la pandèmia com un entrebanc a l'expansió del paradigma del decreixement (Lundmark, Zhang & Hall, 2021; Mansilla & Hughes, 2021; Butler & Dodds, 2022). Aquesta oportunitat perduda i la frustració que va generar (Boluk, Cavaliere & Higgins-Desbiolles, 2019) dóna més pes al discurs de la repolitització turística (Fletcher, Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Cañada, Murray & Sekulova, 2021). En aquesta mateixa línia de pensament, Fletcher, Murray, Blanco-Romero & Blázquez-Salom (2019) afirmen que “el debat sobre el sobreturisme ofereix així una valuosa oportunitat per repolititzar la discussió sobre el desenvolupament turístic en general” (2019: 1745). De forma similar, Swyngedouw (2010) afirma que el decreixement és una estratègia de repolitització del desenvolupament turístic i del turisme sostenible a través dels estudis d'un corrent d'anàlisi desenvolupat per activistes i acadèmics.

### **2.3.5. Les estratègies de posicionament i protesta dels moviments socials urbans**

En termes generals els moviments socials comparteixen la ideologia del decreixement com la alternativa al desenvolupament amb la pretensió de garantir una alta qualitat de vida a través de la reducció del treball, de la producció i del consum per acabar amb la insostenibilitat i les desigualtats del model capitalista com a solució davant la superació de la capacitat de càrrega i a través d’estratègies anticapitalistes (Andriotis, 2014). No obstant, i malgrat trobar aquest patró comú en la majoria dels casos, existeixen diferències en el tarannà i els objectius i formes d’assolir-los entre els moviments socials. La diferenciació social entre els moviments de protesta turística pot explicar-se a través de la Teoria dels Moviments Socials.

D’una banda cal tenir en compte que la protesta no és un fet estàtic sinó dinàmic i que, per tant, pot fer canviar les propostes i arguments interns en cada moviment social. La materialització de la protesta és dinàmica (Krinsky, 2021) i es desenvolupa en contextos polítics de baix a dalt (bottom-up) que evolucionen en el temps (Ancelovici, 2021). Per exemple, McAdam & Tarrow (2019) han investigat les aliances i vincles amb el poder i la constant reconfiguració de relacions que suposa l’evolució relacional en diferents contextos.

Per explicar tant l’estructura i el posicionament com la transformació dels moviments socials hi ha diferents perspectives analítiques. A més de la visió estructuralista institucional, han emergit perspectives diferents com les referides al context socioeconòmic, on entren en joc el capitalisme i les relacions de classe en la configuració, emergència, divisió i estratègia operativa dels moviments socials (Hetland & Goodwin, 2013). La perspectiva del context cultural explica les relacions de les creences compartides, els valors, els símbols i significats dels individus amb les motivacions, estratègies i tàctiques dels moviments socials (Jasper & Polletta, 2019). El context històric, entès com a perspectiva d’anàlisi, també ajuda a comprendre i explicar com els esdeveniments específics desenvolupats en un moment del temps a un lloc concret integrats en una conjuntura determinada, sedimenten processos geogràfics, socials i

Anna Soliguer Guix

polítics previs que obren pas a una path dependency de l’acció col·lectiva que dona continuïtat a unes condicions inicials diferents (Tilly, 2006).

Un segon element clau en l’anàlisi conceptual dels moviments socials és la temàtica de protesta i el camp d’acció on es duu a terme. El concepte de camp (field en la seva accepció anglesa) és fonamental per entendre l’àmbit on s’escenifica la protesta a més del lloc on els moviments s’estructuren i estableixen marcs relacionals, estratègies i aliances. És a dir, el field correspon a l’espai interrelacional físic, simbòlic i subjectiu (Krinsky, 2021) de la protesta. Com a exemple de la capacitat analítica del field en els estudis de moviments socials cal destacar la Teoria del Camp d’Acció Estratègica, introduïda en turisme per Paredes & Spierings (2020). Aquesta teoria provinent de la sociologia permet examinar les diferències internes dels moviments socials i la seva evolució, explicant els estadis d’emergència, estabilitat i declivi, a la vegada que es reconfiguren en noves relacions dintre de la macroestructura institucional on es solapen interessos i camps d’acció en la dinàmica interrelacional. Segons Fligstein & McAdam (2011) són les interaccions en un field de protesta les que determinen les posicions favorables i la capacitat d’influència en l’opinió pública dels moviments.

L’anàlisi del sistema relacional dels moviments de protesta és també un aspecte clau per conèixer l’abast de la seva protesta en termes de xarxa de relacions o d’influència. El desenvolupament de xarxes d’acció es fonamenta en la creació d’espais de connexió, diàleg, discussió i desacord caracteritzades a partir de quatre categories: la inspiració, la coalició, la competició i el conflicte (Mathieu, 2021). És a dir, es reconeix que no existeix una visió homogènia de l’acció en el field de la protesta sinó que aquesta pot incloure mirades tant convergents com divergents.

L’element evolutiu de la protesta i la seva transformació dels arguments i posicionaments amb el pas del temps és també un factor de diferenciació i caracterització dels moviments socials. La dimensió temporal modifica les relacions dels moviments amb la resta d’actors i entre sí, a partir de l’existència del que s’ha anomenat un “cicle dinàmic de contestació i consens” (Silver, Scott & Kazepov, 2010). La dimensió estructural de situacions anteriors dels moviments socials, juntament amb la dimensió específica i particular de



Anna Soliguer Guix

cada moviment concret impulsa de diferent manera cap a la protesta social (Mathieu, 2021). Els canvis inesperats resultants del dinamisme de forces legitimadores de protestes concretes i determinades, influeixen sobre algunes de les estratègies dels moviments socials i poden conduir a acostar posicions abans allunyades (Zerva, Palou, Blasco & Donaire, 2019). Des d’una perspectiva similar, l’evolució del posicionament dels moviments també pot obeir a l’adopció de nous elements a partir del lideratge. És a dir, quan un moviment assoleix l’èxit sobre una acció de protesta determinada, es pot produir un efecte imitatiu a altres moviments que, prèviament, podien no compartir ni els mateixos objectius ni la mateixa visió (Husu, 2013).

Des d’una perspectiva dinàmica i evolutiva la protesta antiturística s’ha de contemplar com una part integrant de les diferents fases de les polítiques públiques, que emergeix especialment quan predomina la manca de consens entre els interessos individuals i col·lectius. És el cas, per exemple, quan els moviments socials es neguen a ser manipulats pel poder i segueixen protestant al carrer per no perdre la seva autonomia (De Souza, 2006). Per analitzar aquests moments de protesta crítica resulta útil recórrer a dues tipologies d’actors: els poderosos (incumbents) i els no poderosos (challengers). La Teoria del Camp d’Acció Estratègica serveix per explicar com els actors sense poder poden arribar a influir en un camp amb actors poderosos, com per exemple, les protestes causades per la discriminació positiva turística.

En resum, per analitzar i interpretar correctament les diferències existents entre moviments s’ha de tenir en compte tant l’estudi de l’acció de la protesta i les condicions estructurals que l’originen, com l’evolució per motius interns o externs vinculats amb el context històric, els factors conjunturals i la dinàmica relacional i d’interdependència entre els diferents actors que configuren el microcosmos d’un field de protesta, on hi intervenen i interrelacionen els poderosos i els no poderosos. L’anàlisi d’aquestes diferències permeten visualitzar l’heterogeneïtat de moviments socials i les influències mútues. No obstant, cada moviment és únic i genuí en base a la seva comunitat integrada per subcultures i agrupacions, la jerarquia entesa com a rellevància social i lideratge del discurs entre l’opinió pública, les formes de capital específiques (en el sentit dels recursos

Anna Soliguer Guix

econòmics, volum de membres, legitimació històrica, ideologia o inspiració filosòfica-religiosa) i la seva contribució a captar membres (especificat en el capital humà dels membres, gènere i ètnia), juntament a la capacitat dels membres per exercir de ponts i teixir aliances externes, a més de la seva capacitat per desenvolupar les habilitats cognitives i pràctiques necessàries per fer eficient l’acció de protesta (McAdam, Tarrow & Tilly, 2001; McGehee, 2001; Mauger, 2003; McGehee, Kline & Knollenberg, 2014; Mathieu, 2021). Un altre element de debat té a veure amb la capacitat real dels moviments socials per generar canvis i transformacions socials i econòmiques. Des del punt de vista del turisme la capacitat d’influència social dels moviments de protesta s’ha examinat des de l’òptica de la governança, un dels elements del turisme que requereix més esforç per ser integrador i cohesionador a partir de la participació i inclusió dels agents i actors implicats (Conceicao, Dos Anjos & Gadotti dos Anjos, 2019; Sequera & Nofre, 2019).

Paredes i Spierings (2020) han analitzat el marc de l’ *strategic action field* per explicar la protesta turística a Barcelona des de la participació dels moviments socials en un entorn de governança, explicant la lluita per ser reconeguts com a actors amb capacitat d’influir en l’àmbit del turisme urbà. Els autors suggereixen que els residents segueixen amb les protestes, malgrat haver entrat en els canals de la governança turística perquè perceben el turisme de masses com una amenaça, un biaix en l’agenda política i un risc en la pèrdua de la seva autonomia. No obstant, aquesta protesta pot veure’s minimitzada i simbòlicament transformada a partir de l’arribada al poder municipal dels propis activistes. Les temàtiques i elements analitzats al voltant de la governança i els moviments socials inclouen tant les relacions de confiança entre actors i la seva afinitat (González-Morales, Álvarez-González, Sanfiel-Fumero & Armas-Cruz, 2016; Damayanti, Scott & Ruhanen, 2019), les relacions de poder per entendre els processos de governança del turisme (Beaumont & Dredge, 2010; Bramwell & Lane, 2011) i l’agència local (Moscardo, 2011; Presenza, Del Chiappa & Sheehan, 2013).

Anna Soliguer Guix

### 3. Metodologia

En aquest capítol es presenten les fonts d'informació usades en la recerca, el tractament de les dades prèvia a la seva anàlisi i les tècniques utilitzades per obtenir els resultats per poder donar resposta a la pregunta de recerca: Existeix una base cultural i psicosocial que permet explicar el posicionament i l'actitud de la comunitat local davant del turisme?

#### 3.1. Fonts d'informació, obtenció i organització de les dades

##### 3.1.1. L'anàlisi de la premsa escrita

Per a l'anàlisi del discurs de la premsa escrita es van seleccionar notícies relacionades amb la turismefòbia a partir de diferents diaris d'abast nacional i local i, a partir de les quals es van confeccionar indicadors analítics mitjançant una anàlisi mètrica. Els criteris de selecció van ser la proximitat territorial, és a dir que incloguin notícies sobre Barcelona de manera habitual, i temàtica (que es publiquin notícies sobre turisme de forma recurrent). En funció d'aquest criteri es van seleccionar diaris generalistes o especialitzats en notícies econòmiques publicats a Catalunya. A més es van seleccionar altres diaris d'abast nacional per comparar les notícies sobre turismefòbia des d'altres perspectives territorials i per poder mesurar l'evolució i expansió del fenomen social entre els diferents mitjans de comunicació escrita nacionals. La base de dades emprada per a l'extracció de notícies ha estat FACTIVA, la base de dades de premsa agregades més completa i amb major cobertura de mitjans i a l'estat espanyol.

Taula 3.1 Fonts de premsa escrita per àmbit territorial

Àmbit nacional	Àmbit català	Àmbit local i regional	Especialització econòmica
Diario SUR La Voz de Cádiz ABC	Ara El Punt Avui	Crónica Global Empordà Empordà (en línia)	Expansión El Economista El Comercio

Anna Soliguer Guix

	Agència Catalana de Notícies	Diari de Terrassa	Intereconomía
Diario Información	Nació Digital	El Punt Avui	Cinco Días
El País		Comarques	Actualidad Económica
El Mundo		Regió 7	CE Noticias
Europa Press		El Periódico de Aragón	Financieras
El Confidencial		La Gaceta	Negocios.com
Última Hora			La Gaceta
		El Periódico de Extremadura	Economía Digital
La Nueva España		La Opinión de Murcia	Negocios.com
Colpisa News Feed		La Opinión de Tenerife	El Blog Salmón
Huffpost		La Rioja Hoy	O2B
		Valencia Plaza	
		El Faro de Vigo	
		Ideal	
		Agencia Efe Andalucía	
		Diario Deia	
		La Provincia de Canarias	
El Independiente		Diario Córdoba	
Agencia Lusa		Diario Noticias de Gipuzkoa	
Estrella Digital		La Opinión A Coruña	
La Vanguardia		La Verdad	
El Periódico de Catalunya			
		El Norte de Castilla	
		Diario Montañés	
		La Opinión de Zamora	
El Español		Diario de Ibiza	
		El Imparcial	
		El Periódico Mediterráneo	
		Diario Noticias de Navarra	
		Andalucía Información	
		El Diario de León	
		Diario de Pontevedra	
El Nacional		Diario de Noticias de Álava	
		El Progreso de Lugo	
Agencia Efe		El Diario Vasco	
		La Opinión de Málaga	
		El Heraldo de Aragón	
		El Correo Gallego	
		Diario de Mallorca	
		Diari de Girona	
Infolibre			
e-noticias			
Agence France Presse			

Anna Soliguer Guix

Durant els mesos de gener i maig de l’any 2020 es va dur a terme la construcció de la base de dades i el tractament estadístic de la informació obtinguda, a més de l’anàlisi de continguts. El període analitzat (2008 a 2019) correspon al moment en què la turismefòbia pren interès social i de debat, fet que repercuteix en l’interès que la premsa escrita, i d’altres mitjans de comunicació, donen al fenomen i en la proliferació de notícies d’actualitat i d’opinió sobre aquesta temàtica. Els criteris de cerca van ser les paraules clau turismefòbia (en català o espanyol), i es van seleccionar totes les notícies publicades que contenien aquestes paraules en el títol de l'article o en el cos del text de la mateixa. Es va tenir en compte també el tipus d’aportació (distingint entre el que és un comentari en profunditat o una notícia d’elaboració més simple, d’actualitat), la ubicació de la notícia en el diari, la data de publicació, el número de total de paraules i el lloc que ocupava la paraula clau (turismefòbia) dins la notícia (destacat com a titular o en el text de la notícia). La cerca es va fer sobre les versions en paper i en línia dels diaris que les oferien en aquest format. Donat que en molts casos existien coincidències de notícia en ambdós formats, es va procedir a eliminar les notícies repetides. Després de filtrar les notícies es van obtenir un total de 2.742 notícies extretes de 82 diaris, 328 de les quals feien referència al fenomen de la turismefòbia a Barcelona ciutat. Per fer la comparació entre la visió de la turismefòbia entre els diferents mitjans de comunicació, es varen seleccionar sis diaris (La Vanguardia, Expansión, Ara, El País, El Periódico i Crónica Global). Com a criteri de selecció dels diaris es va tenir en compte tant la diversitat en el seu abast (nacional, regional, i local) com que la mostra permetés comparar entre mitjans de caràcter, el caràcter generalista i especialitzat (economia).

Adicionalment, les notícies de premsa van ser organitzades i classificades a partir d’indicadors referits a la cobertura mediàtica, la cobertura geogràfica, la llargada de les notícies en paraules, els temes principals abordats. Finalment, la informació es va organitzar en taules descriptives referents a les notícies publicades a la premsa espanyola durant el període 2008-2019 que inclogueren la paraula turismefòbia, la correlació entre places turístiques de les regions d’origen dels diaris, les notícies segons la llargada i per cada diari, la classificació dels diaris segons la llargada mitjana de les notícies publicades

Anna Soliguer Guix

sobre turismefòbia i la importància i significat de la turismefòbia a la premsa espanyola (2008-2019).

Els problemes principals en l'obtenció de dades foren la duplicitat de notícies entre les edicions en paper i en línia, a més de la duplicitat per part dels grups editorials a diaris regionals. Cal tenir en compte també que, malgrat ser la font documental més extensa disponible, la base de dades Factiva no conté tots els grups editorials existents, impeding la cerca a diaris d'abast nacional com per exemple el diari La Razón.

### **3.1.2. L'elaboració d'un arbre de codis**

Per la codificació es va desenvolupar un arbre de codis a partir de la bibliografia existent sobre turismefòbia a les principals revistes acadèmiques internacionals i nacionals. Com a resultat, l'arbre es va organitzar en cinc blocs els quals inclouen 32 codis i 20 subcodis (vegeu la taula 3.2). Els problemes procedimentals més importants durant la codificació responen a l'aparició de nova informació que no reflectia clarament el significat dels codis i que, per tant, podia generar errors d'interpretació en la seva classificació (cross coding). Per minimitzar el problema es va optar per treballar segons el mètode de revisió per parells amb el director de tesi. Per minimitzar les codificacions errònies, es varen realitzar reunions periòdiques per revisar les codificacions i, si calia, reorganitzar l'arbre de codis amb la incorporació i/o eliminació de codis i subcodis.

Per mesurar el pes de cada codi, es va comptabilitzar l'aparició de cada codi en el text i es varen crear taules de resum. Amb l'objectiu d'identificar una narrativa de cada diari en funció dels temes que van anar sortint i del tractament que cada mitjà donava al turisme i la turismefòbia, es va fer una exposició per a cada diari.

Anna Soliguer Guix

Taula 3.2 Arbre de codificació de les notícies publicades sobre turismefòbia

---

**Elements identificatius de la turismefòbia**

---

**BLOC 1 conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme**

Codi 1.1	Gentrificació
Codi 1.2	Bombolla turística
Codi 1.3	Precarietat laboral
Codi 1.4	Desigualtat de gènere
Codi 1.5	Problemes d'habitatge
Codi 1.6	Comercialització (comodificació) dels centres urbans
Codi 1.7	Desaparició del teixit comercial tradicional
Codi 1.8	Pèrdua de població resident
Codi 1.9	Encariment del cost de la vida
Codi 1.10	Monocultiu turístic

**BLOC 2 Percepció d'excés de turistes (overtourism)**

Codi 2.1	Impactes ambientals i contaminació
Codi 2.2	Molèsties i comportaments inadequats
Codi 2.3	Capacitat de càrrega
Codi 2.4	Problemes de mobilitat
Codi 2.5	Visibilitat dels turistes
Codi 2.6	Problemes de salut dels residents

**BLOC 3 Propostes i accions**

3.1 Desigualtats creades pel turisme

Codi 3.1.1	Gènere
Codi 3.1.2	Protecció dels treballadors
Codi 3.1.3	Millores laborals
Codi 3.1.4	Polítiques socials

3.2 Gestió de l'activitat turística

Codi 3.2.1	Limitació
Codi 3.2.2	Desconcentració
Codi 3.2.3	Mediació
Codi 3.2.4	Regulació
Codi 3.2.5	Desestacionalització
Codi 3.2.6	Diversificació
Codi 3.2.7	Taxació i imposició
Codi 3.2.8	Decreixement

**BLOC 4 Protesta ciutadana**

---

Anna Soliguer Guix

Codi 4.1	Acció ciutadana al carrer
Codi 4.2	Acció de resistència directa
<b>BLOC 5 Aspectes ideològics</b>	
Codi 5.1	Ús partidista del concepte turismefòbia
Codi 5.2	Efectes negatius de l'ús de la TFB sobre la imatge de la destinació

A l'annex 3 es pot revisar tot el llibre de codis sencer, on s'explica en detall el procediment seguit per codificar cada variable.

### 3.1.3. Les entrevistes en profunditat

L'anàlisi dels moviments socials i de l'activisme urbà a Barcelona va donar peu a una metodologia de treball per donar resposta als objectius 3 i 4 de recerca: Com s'està desenvolupant el procés de repolitització del turisme des del punt de vista de la protesta activista? Quines són les característiques de la protesta actual i quines diferències i similituds existeixen entre l'activisme de protesta?

Aquesta part de la recerca contempla dos altres objectius, descriure la politització del turisme en el marc del dret a la ciutat (3) i diferenciar els moviments socials i l'activisme de protesta turística que operen a Barcelona en funció de la seva visió de la protesta turística i el model turístic proposat (4). Els objectius operatius han servit per arribar a les fites establertes. Per tal de donar resposta a tots aquests objectius es varen dissenyar dos qüestionaris semiestructurats aplicats a representants de moviments socials, associacions de veïns de Barcelona i experts en turisme.

Taula 3.3 Organitzacions i experts entrevistats

<b>Moviments socials i associacions de veïns</b>
FAVB
ABDT
ODG
Sindicat de Llogateres
CNT



Anna Soliguer Guix

AGUICAT

Coordinadora Obrera Sindical COS  
Sindicat d'Habitatge d'Horta Guinardó  
Kellys Catalunya  
Sindicat Les Kellys Cataluña  
Endavant  
UGT

Associació de Veïns de la Sagrada Família  
Associació de Veïns de la Barceloneta i Tsunami Veïnal  
Associació d'Amics i Veïns de La Rambla  
Associació de Veïns de la Dreta de l'Eixample  
Associació de Veïns de La Salut-Sanllehy  
Associació de Veïns del Gòtic  
Plataforma Riders X Derechos Barcelona  
Associació de Veïns del Raval  
Apartur  
Associació de Veïns de Sant Antoni (Fem Sant Antoni)  
Acció Raval  
Associació de Veïns de la Vila Olímpica  
CCOO

Intersindical Alternativa de Catalunya  
AmfiCat (Associació d'Amfitrions de Llars Compartides)  
Pastoral Obrera de Barcelona

Critic.cat

Periodista

EXPERTS

Antropòleg, professor, investigador  
Historiador, periodista  
Doctor en Història  
Doctor en Geografia  
Doctor en Antropologia  
Doctor en Economia  
Doctora en Filosofia  
Doctora en Antropologia  
Doctor en Geografia  
Doctor en Geografia  
Doctor en Economia  
Doctor en Antropologia  
Doctor en Economia

---

Les entrevistes es varen fer a un grup de 13 experts i 30 representants dels moviments socials urbans. Amb aquest objectiu es va crear un qüestionari de preguntes per experts i un per moviments socials urbans. Després de la transcripció manual de les entrevistes, els resultats es varen entrar a NVIVO on es varen crear codis, es varen codificar, es crearen categories i es sintetitzaren els temes principals.

Els criteris de selecció dels experts va ser que fossin reconeguts especialistes, gestors, tècnics o acadèmics coneixedors de la problemàtica de la turismefòbia o que tenien un

Anna Soliguer Guix

discurs rellevant sobre el turisme a la ciutat de Barcelona. En el cas de les associacions de veïns i moviments socials l'autora es va posar en contacte amb aquestes entitats, des de les quals es va oferir un interlocutor. En alguns casos, en els quals es tenia un contacte personal o proper, es va poder accedir directament a la persona a entrevistar. En tots els casos, les persones entrevistades tenen un càrrec o ocupen una posició destacada dins de l'associació i/o disposen d'experiència dins de l'activisme a la ciutat. La inclusió d'experts obeeix al fet que es volia copsar una visió des de fora, amb coneixement acadèmic, sobre la temàtica per tal de contrastar i poder comparar entre les visions emic proporcionades pels activistes i membres d'associacions.

Les entrevistes es van realitzar a partir de dos qüestionaris semiestructurats. El primer anava dirigit a les entrevistes amb els experts (vegeu annex 4). Aquest qüestionari contenia tres blocs de preguntes. En el primer bloc es preguntava sobre l'entrevistat, el càrrec o posició que ocupava a l'entitat i la relació personal que tenia amb el turisme. El segon bloc estava centrat en la politització del turisme i els moviments socials urbans i la manera com han influït i s'interrelacionen amb la dinàmica del turisme urbà contemporani. El tercer bloc comprenia preguntes referides a la valoració sobre la capacitat de mobilització i d'acció real dels moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona. El tercer bloc girava sobre la valoració de la representativitat, rellevància i abast social dels moviments socials de protesta turística de la ciutat. També s'inclouen diferents preguntes sobre el seu posicionament, estratègia i capacitat de transformació dels moviments socials, així sobre com els efectes de la pandèmia de COVID-19 poden influir sobre la seva dinàmica de protesta. Finalment es deixa espai per a que els experts afegixin qualsevol cosa que vulguin remarcar o que no se'ls hagi preguntat anteriorment.

El segon qüestionari, adreçat als representants dels moviments socials urbans i associacions de veïns està constituït per quatre blocs de preguntes i una pregunta final oberta. El primer bloc fa referència a les característiques de l'entitat entrevistada, per tal de conèixer quina és la seva missió, els valors que defensen i la composició dels membres. En el segon bloc de preguntes es pregunta sobre la valoració del turisme i quina relació

Anna Soliguer Guix

ha de tenir aquesta activitat en el marc del model de desenvolupament urbà a la ciutat de Barcelona. El bloc tres es centra en la lectura que els moviments socials i associacions de veïns fan del turisme, i de l'espai que aquesta activitat ha de tenir en funció d'aspectes com el dret a la ciutat i el dret al lleure. En el bloc quatre es demana una valoració sobre el model de gestió del turisme a la ciutat, el seu caràcter transformador i es pregunta sobre les accions de protesta que realitzen i el sentit de les mateixes. Finalment, es recull un apartat final on l'entrevistat/da podia dir el que consideraven important i no s'havia preguntat. Les entrevistes als moviments socials i associacions veïnals tingueren lloc durant els mesos d'octubre a desembre de l'any 2020. Les entrevistes a expertes es varen realitzar durant els mesos de gener a març de l'any 2021.

Cap dels entrevistats ha denegat la petició d'entrevista. Els problemes i limitacions més destacables varen aparèixer amb l'accés a l'agenda d'alguns dels entrevistats i la seva realització presencial. Cal tenir en compte que les entrevistes coincidiren amb una de les onades més dures de la COVID-19, i això va fer que algunes de les persones a qui es va sol·licitar, finalment no poguessin realitzar l'entrevista. La major part de les entrevistes, realitzades en línia mitjançant Skype i Meet, tenen una durada d'entre 60 i 90 minuts, i degut a la pandèmia, van ser realitzades en línia i enregistrades a través d'una gravadora de veu.

### **3.1.4. L'enquesta a la població resident**

Per donar resposta als objectius sobre quina és la base psicosocial de l'actitud dels residents davant del turisme, quins perfils de residents existeixen segons la seva actitud cap el turisme i els turistes i amb l'objectiu d'aprofundir en el coneixement de la resposta emocional de la comunitat local davant del turisme i la presència de turistes, es va crear una enquesta adreçada als residents de Lloret de Mar i de Barcelona: *El Turisme i el seu impacte emocional en els residents de Lloret de Mar i de Barcelona ciutat* que es va enviar als residents de Lloret de Mar i de Barcelona (vegeu el model d'enquesta a l'annex 6).

Anna Soliguer Guix

El procés de creació de l’enquesta va consistir en recórrer a la literatura per contestar altres treballs relacionats amb els impactes de la massificació, les emocions, l’estrès i el model de desenvolupament futur. Una vegada creades les preguntes, els investigadors varen afegir preguntes de creació pròpia i les corresponents a les variables sociodemogràfiques.

En el bloc sobre els impactes de la massificació, les preguntes estaven relacionades amb el lloc (place attachment) i s’agruparen en base a variables relacionades amb la identitat del lloc (place identity), la dependència del lloc (place dependence), els lligams socials (social bonding), així com sobre els efectes de la massificació (crowding). Les variables són adaptades dels estudis de diferents autors Vaske & Kobrin (2001), Jacobsen, Iversen & Hem (2019) i González Reverté (2022). L’apartat de preguntes sobre les emocions, es divideix en preguntes positives i negatives sobre el turisme adaptades de Jordan, Spencer & Prayag (2019). Les preguntes sobre emocions provocades pels turistes s’han adaptat de González Reverté (2022). Les preguntes sobre la connexió emocional amb els turistes corresponen a la Teoria Emocional i es basen en el treball de Woosnam (2012). En relació a l’estrès causat pel turisme, les preguntes s’adapten a partir del treball de Jordan, Spencer & Prayag (2019) i se n’afegeixen de pròpies. Respecte al model de desenvolupament futur del model turístic, les preguntes es varen dividir en un grup relacionat amb el model de desenvolupament desitjat que eren majoritàriament pròpies i algunes de González Reverté (2022) juntament amb altres de pròpies adaptades a partir dels conceptes de la solastalgia i la retropia (Lalicic, 2020).

Finalment, i per tal de caracteritzar i poder comparar millor entre segments de residents, es va incloure un bloc de preguntes amb variables sociodemogràfiques (gènere, any de naixement, anys de residència al municipi, nivell educatiu, professió, coneixença i participació en moviments socials, proximitat amb les zones turístiques, nivell de contacte diari amb turistes, relació del lloc de treball amb el sector turístic, i un bloc de preguntes relacionades amb la satisfacció en el lloc de treball). Les variables sociodemogràfiques incloses a l’enquesta corresponen a les que s’usen habitualment en els estudis emmarcats en la Social Exchange Theory (Madrigal, 1993; Getz, 1994; Kayat, 2002; Ritchie &

Anna Soliguer Guix

Inkari, 2006; Wang & Pfister, 2008). En conjunt, l’enquesta es va dividir en vuit blocs temàtics amb un total de 88 preguntes.

Com a estratègia per a difondre i fer arribar l’enquesta es va crear un vídeo que va publicar la publicació local Lloret Gaceta a Facebook, on es demanava la col·laboració dels residents locals. L’enviament es va fer a partir de llistats de grups de xarxes socials i seguint la metodologia de la bola de neu entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona. L’enquesta es va redactar en castellà a Google Forms i es va enviar principalment a través de Facebook i en menor grau a correus electrònics de contactes i de WhatsApp, a fòrums de la UOC i a LinkedIn durant el període temporal corresponent al 20 de novembre de l’any 2021 fins al 20 de febrer del 2022. En total, s’obtingueren 467 respostes, cinc de les quals foren eliminades per no ser vàlides, restant finalment 462 respostes vàlides. Del total de respostes vàlides, 229 pertanyien als residents a Barcelona i 233 als residents a Lloret de Mar.

L’enquesta es va redactar inicialment tant en català com en castellà, però per tal d’arribar al major nombre de persones possible i no excloure les que tenen dificultats de comprensió del primer idioma, es va decidir enviar-la finalment només en castellà. Això va fer, però, rebre algunes queixes per part d’algunes persones de parla catalana, tot i que van contestar-la. Es van fer dues rondes d’enquesta que van haver de ser ampliades posteriorment a una tercera. Tot i així, en determinats casos, especialment a la ciutat de Barcelona, l’autora va haver d’insistir en la petició més d’un cop posant-se en contacte individualment, a través de les xarxes socials, amb les persones que responen. En molts casos es va desestimar respondre l’enquesta per desinterès o per associar l’enquesta a una activitat de màrqueting o una estafa, tot i estar clarament identificat en l’enunciat inicial que es tractava d’una recerca acadèmica. A Lloret fou més fàcil obtenir resposta, en part per la contribució d’una revista local a donar a conèixer l’enquesta entre la ciutadania. Un possible element de biaix en les respostes té a veure amb el fet que, en el moment de realitzar-se l’enquesta, la recuperació del turisme encara era escassa en els dos municipis estudiats. La immediatesa del fet pot haver incidit en la direcció de les respostes emocionals de caire psicosocial, especialment en la consideració a la baixa de les

Anna Soliguer Guix

respostes relacionades amb la percepció de la massificació i de l'estrès. No obstant, es parteix de la base que l'actitud dels residents envers del turisme i dels turistes té un fort component estructural arrelat entre els individus i que, a grans trets, no canvia conjunturalment, tot i les circumstàncies esmentades.

Una altra limitació de l'enquesta deriva de la dificultat cognitiva afegida de fer enquestes en línia. En aquest sentit, algunes persones feien consultes sobre preguntes que no acabaven d'entendre i que la investigadora va anar resolent. No obstant, és possible que altres persones no realitzessin consultes tot i dubtar sobre el contingut de la pregunta, amb el possible biaix que això representa. Una altra limitació, té a veure amb el biaix que Facebook ofereix actualment per a mostres realitzades que inclouen gent jove per sota dels 25 anys, ja que el seu ús entre aquest grup d'edat es limita força davant la preferència d'altres xarxes socials. Finalment, s'ha detectat un problema derivat de l'obligatorietat de respondre totes les preguntes. Cal destacar que, tot i que de forma minoritària, algunes de les persones que responien van tendir a la resposta neutral, en casos que no van entendre el context d'una pregunta en concret, especialment les referides a la valoració dels turistes, o de la finalitat de l'enquesta en conjunt. Aquestes persones van ser incloses en el tractament de les dades com a respostes vàlides ja que mostraven una opinió personal i van finalitzar l'enquesta, però poden haver esbiaixat lleugerament la mostra. En l'apartat d'observacions de l'enquesta o en valoracions posteriors a través del xat de Facebook de l'autora es van rebre alguns comentaris, relacionats amb el grau de comprensió d'algunes preguntes o la dificultat per respondre-les que poden haver condicionat la resposta d'alguns residents. Reproduïm a continuació un comentari que sintetitza el problema més significatiu a l'hora de respondre algunes preguntes: “No puc contestar res més que la resposta suposadament neutral perquè no tots els turistes són iguals i no heu especificat les diferències perquè hi ha turistes bons i turistes dolents. No tots són iguals i la resposta pot canviar molt” (usuari de Facebook). Aquest aspecte va ser debatut prèviament en la fase del disseny de qüestionari, però la inclusió de tipologies de turistes implicava allargar l'enquesta d'una manera inassumible i que s'allunyava de la finalitat d'aquesta recerca (identificar respostes emocionals genèriques de la comunitat local).

## **3.2. Instruments i tècniques d'anàlisi de les dades**

### **3.2.1. Anàlisi mètrica de les notícies publicades en la premsa**

A partir de la informació obtinguda en la recollida de notícies de premsa es va realitzar una anàlisi mètrica per donar resposta al objectiu 1 consistent en conèixer l'abast del debat sobre el turisme i el model de turisme a Barcelona com expressió de la importància social d'aquesta activitat, prenent com a indicador el debat sobre turismefòbia desenvolupat a la premsa escrita. Per analitzar la construcció social del discurs sobre turismefòbia i turisme a Barcelona a partir de la identificació de narratives (objectiu 2), es va analitzar la informació a través de la definició de codis. Per a aquesta tasca es va crear un arbre de codificació de les notícies publicades sobre turismefòbia. Com a resultat es van identificar cinc blocs amb 32 codis i 20 subcodis relacionats amb la valoració social del turisme i la turismefòbia. Posteriorment es codificaren i crearen categories a partir de les quals permeteren identificar les narratives que es varen classificar a partir de la tipologia proposada per Mantecón i Velasco (2020) seguint les directrius de l'objectiu operatiu 2.

### **3.2.2. Anàlisi de les entrevistes en profunditat**

Les transcripcions es realitzaren de manera manual, amb el processador de textos Microsoft Word, afegint el text de totes les preguntes. Un cop realitzada la transcripció es pujaren els documents de les transcripcions al software NVIVO per la seva posterior codificació. A partir dels resultats es va fer servir el mètode de l'anàlisi temàtica per identificar els elements fonamentals del discurs de cada actor. Aquest procediment va servir per identificar els atributs que intervenen en la construcció del discurs sobre turisme entre els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona. Posteriorment es varen agrupar els diferents discursos particulars en visions o narratives compartides, a partir de les quals es va elaborar una tipologia.

Les diferents entrevistes foren enregistrades, transcrites textualment i analitzades mitjançant el recolzament del programari NVIVO, amb una durada mitjana d'una hora en

Anna Soliguer Guix

el cas dels experts i una hora i mitja en el cas dels moviments socials, associacions de veïns i sindicats. La recollida i anàlisi de dades es va entrellçar en el temps per enriquir el procés, per tal de poder explorar amb noves dades totes dels dimensions detectades en el treball de camp (Corbin & Strauss, 2008). Les entrevistes es van donar per finalitzades per dos motius. En primer lloc es va considerar que ja s'havia arribat a un màxim de representació entre els entrevistats (especialment en el cas dels moviments socials i associacions de veïns). En segon lloc perquè es va detectar que, per saturació d'informació, tots els conceptes estaven ja ben definits i elaborats a partir de les declaracions dels entrevistats.

Per analitzar les dades es va realitzar una anàlisi temàtica inductiva seguint els procediments suggerits per Miles & Huberman (1994) i Corbin & Strauss (2008). En primer lloc, es varen llegir i rellegir les transcripcions. En segon lloc, el text fou sotmès a una codificació oberta, línia per línia, a la cerca de codis preliminars de nivell inferior, donant temps a una reflexió més profunda. Aquest procés interactuava amb una constant creació de memos i diagrames amb l’objectiu de relacionar dades i conceptes, mentre que els codis es denominaven segons la seva significació. Els memos foren de gran ajut per la reflexió i el plantejament de preguntes relacionades amb les dades, que permeteren explicar i desenvolupar conceptes mitjançant l’anàlisi crítica de sentiments, i preguntes que s’amagaven darrera les paraules dels entrevistats. Seguidament, els codis es varen agrupar en categories més àmplies seguint el procediment de codificació axial i es varen identificar els patrons a la vegada que es relacionaven amb altres conceptes. Per al procés de codificació es va elaborar, discutir i redactar un arbre de codis, el qual va servir com a referència per identificar els conceptes i elements que calia codificar, indicant els diferents paràmetres d'inclusió o exclusió, i estipulant possibles situacions de confusió amb conceptes similars.

Posteriorment, es va repetir el procés de codificació amb noves dades i es van comparar amb els codis inicials. Com a resultat emergiren nous codis i desaparegueren altres fins crear les categories i temes finals. La constant comparació d’anàlisi de dades facilita la recodificació (Glaser & Strauss, 1967) la qual va associada a un grau elevat de fiabilitat.



Anna Soliguer Guix

Les notes de camp i memos foren decisives per interpretar les narracions dels entrevistats a partir de les codificacions efectuades, així com per buscar significats velats.

Les narratives es varen construir sobre la creació de categories i atributs que emergiren de les transcripcions de les entrevistes codificades. Es varen identificar tres narratives (territorialització, globalització i nou imaginari del turisme). A més es va realitzar una anàlisi de freqüències de paraules per saber més sobre la incidència i intensitat de les diferents temàtiques de cada categoria principal.

A banda de la construcció de narratives i discursos dels agents socials analitzats, es va dur a terme una anàlisi mètrica comparada a partir de l'estudi de la freqüència de paraules. Les diferències observades s'expressaren en diferents taules on s'observa les diferents estratègies que els moviments socials urbans de protesta turística tenen quant a la seva forma d'organització, composició i representació social, les diferències en el posicionament davant del turisme, la missió i els objectius, les diferències en les estratègies de relació i negociació amb el poder polític, els mitjans de comunicació, les diferències en la proposta d'accions i de formes de protesta. A més de les diferències, es va mirar la freqüència total de paraules en relació a les categories i atributs del discurs sobre turisme dels moviments socials urbans de Barcelona, juntament a un estudi de cas del Sindicat Kellys Barcelona i Kellys Unió Catalunya. Finalment, i per sintetitzar els resultats, es va construir una tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre turisme de Barcelona. Per construir aquesta tipologia final es va fer una adaptació de l'emprada per Colomb & Novy en el seu assaig sobre protestes socials en turisme urbà (Colomb & Novy, 2016). En aquest estudi es destaca l'existència d'una diversitat de moviments socials vinculats al turisme en funció del seu caràcter i funció. Així, es detecten moviments i entitats que es centren en una problemàtica concreta particular, moviments amb visió més global o de ciutat, moviments oposats al turisme, moviments que, sense estar radicalment oposats, consideren que el turisme fa empitjorar alguna circumstància urbana, moviments que protesten per aspectes molt concrets derivats d'impactes turístics i desigualtats, i associacions vinculades al sector turístic però que tenen una visió crítica sobre el model turístic. La tipologia de moviments socials urbans

Anna Soliguer Guix

proposades per Colomb & Novy, es va adaptar per a construir una proposta de tipus de moviments socials urbans amb discurs sobre turisme específica per al cas de Barcelona. La proposta inicial dels autors inclou una gradació de moviments segons la seva orientació i relació amb el turisme, la qual es va adaptar per obtenir, per al cas de Barcelona, una divisió de moviments caracteritzats com urbans, antisistema, sindicats, protesta local i específica o temàtica i associacions turístiques crítiques amb el model actual. Aquesta divisió, tot i que no és equivalent a l’expressada per aquests autors, pretén donar cabuda, tal i com exposen Colomb & Novy a la diversitat de moviments expressada en el seu estudi.

### **3.2.3. Tècniques d’anàlisi estadística**

La resposta a l’objectiu 5, consistent en identificar les característiques de l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes en base a la seva resposta emocional, es va materialitzar mitjançant l’objectiu operatiu 5 consistent en la realització de l’enquesta en línia als residents de Lloret de Mar i de Barcelona i la construcció de la base de dades sobre la seva actitud davant del turisme. Per donar resposta a l’objectiu 6, referit a la realització d’una anàlisi comparada dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona, explorant les seves diferències en la seva actitud davant del turisme i dels turistes en funció de la resposta emocional, s’ha aplicat l’objectiu operatiu 6 amb els mètodes d’estadística descriptiva, d’anàlisi de variància (ANOVA) i clúster. Per cobrir l’objectiu 7 amb la pretensió d’identificar les diferències d’actitud davant del turisme a partir de la resposta emocional de diferents segments de residents i interpretar-les en funció de la Teoria de l’Intercanvi Social i de la Teoria de la Solidaritat Emocional, s’ha aplicat l’objectiu operatiu 7 amb una anàlisi comparada per avaluar el pes específic de cada factor sobre els residents de cada municipi. Pel tractament estadístic, el qual es detalla a continuació, es va utilitzar el programa estadístic SPSS v.22

Anna Soliguer Guix

### **3.2.4. Anàlisi descriptiva**

Per dur a terme l'anàlisi descriptiva sobre les emocions (positives i negatives) dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre el turisme i els turistes, es van identificar les diferències entre les valoracions dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre el volum de turisme, les emocions provocades per l'activitat turística als seus municipis, la visibilitat dels turistes als municipis, la manera de relacionar-se amb els turistes, l'estrès emocional provocat pel turisme, la identificació amb el municipi de residència, la futura gestió del turisme i el model desitjat i la satisfacció laboral. Les tècniques d'estadística descriptiva utilitzades per a l'anàlisi dels resultats han estat les pròpies de mesura de la tendència central i la seva dispersió. Per a tal finalitat s'ha usat la mitjana aritmètica per conèixer el valor central de cada resposta i la desviació estàndard per observar la dispersió de la tendència central.

### **3.2.5. Anàlisi clúster**

Amb l'objectiu de classificar una sèrie d'individus amb una resposta emocional homogènia sobre turisme i els turistes es va usar una metodologia de clúster. El procediment emprat va consistir en l'aplicació d'un clúster jeràrquic a una mostra de 462 individus residents a Lloret de Mar i a Barcelona, sobre els quals es disposa d'informació recollida en una matriu de dades per a un conjunt de variables referents a la seva resposta emocional davant del turisme i dels turistes. Les variables emprades per mesurar les característiques dels clústers de residents han estat una barreja de variables sociodemogràfiques (gènere, edat i nivell d'estudis) i de la resposta emocional generada pel turisme (“l'existència de turisme a la meua ciutat fa empitjorar la meua salut física” i “el turisme ha portat més coses positives que negatives a la meua ciutat”) i pels turistes (“els turistes beneficien la meua ciutat” i “els turistes són desagradables”).

El criteri de similitud s'ha obtingut a partir d'una matriu de correlacions entre les variables per tal d'observar la relació de similitud entre els individus entre sí. En concret, i tenint

Anna Soliguer Guix

en compte el caràcter exploratori de la recerca, es va optar per utilitzar la tècnica del clúster jeràrquic, amb la finalitat d'identificar grups relativament homogenis de casos en base a les característiques seleccionades. La mesura de distància emprada per fer el clúster va ser la distància Euclidiana, la recomanada a l'hora d'emprar el mètode d'agrupació de Ward (Everitt, 2001) i la mesura del centroide com a mètode de connexió. En aquest mètode aglomeratiu la distància entre dos clústers correspon a la distància (distància Euclidiana) entre els seus centroides, els valors mitjans de les observacions de les variables del clúster. Segons aquest mètode, cada cop que els individus són agrupats un nou centroide apareix, és a dir, a mesura que un nou individu o grup d'individus s'afegeix a un clúster. El principal avantatge d'aquest mètode és que té menys afectació de les observacions anormals detectades en relació a d'altres mètodes jeràrquics (Everitt, 2001).

De l'anàlisi realitzat en resultaren 3 clústers de residents: C1 (Favorables al turisme sense afectació emocional), C2 (Favorables al turisme amb afectació emocional) i C3 (Oposats al turisme amb afectació emocional). Posteriorment els clústers van ser caracteritzats i diferenciats entre sí, en funció de la diferent resposta emocional i tenint en compte els criteris de diferenciació social expressats per la Teoria de l'Intercanvi Social.

### **3.2.6. Anàlisi de la variància**

Per avaluar la diferència en la resposta emocional dels tres clústers identificats es va emprar la tècnica de l'anàlisi de la variància (ANOVA). Aquesta tècnica és habitualment usada per comparar la diferència existent entre les mitjanes de diferents grups de població, examinant si existeixen diferències significatives entre les mitjanes dels diferents grups. L'estadístic F resultat de l'ANOVA mostra la variància dins del grup i entre grups, obtenint un valor que permet recolzar o rebutjar una hipòtesi nul·la. Si existeix una diferència significativa entre els grups, la hipòtesi nul·la no és compatible i el valor de F augmenta.

Per al nostre estudi es va considerar com a variables dependents la resposta emocional davant del turisme i els turistes, i com a variables independents es van considerar les

Anna Soliguer Guix

variables sociodemogràfiques i de relació amb el turisme (dependència econòmica, proximitat al turisme, freqüència de contacte), d'acord amb el que proposa la Teoria de l'Intercanvi Social i afegint una nova variable, la consideració de les condicions laborals dels treballadors en el sector turístic. L'anàlisi de l'ANOVA es va aplicar als tres segments de residents que van ser identificats a partir de l'anàlisi clúster. L'anàlisi de la variància es va aplicar per veure les diferències que cada segment té en la seva resposta emocional generades pel turisme i els turistes.

### **3.2.7. Anàlisi de correlacions**

Amb l'objectiu d'analitzar l'existència d'associacions no causals entre les variables corresponents a les emocions positives i negatives davant del turisme i dels turistes expressades pels residents de Lloret de Mar i de Barcelona s'ha establert una anàlisi de correlació. En aquest sentit, s'han mesurat les correlacions existents entre les diferents variables corresponents a les emocions positives, la correlació entre les diferents variables corresponents a les emocions negatives i les correlacions entre les emocions positives i negatives.

El coeficient de correlació emprat, el de Pearson o de producte-moment, indica el nivell de correlació no causal entre dues variables, per a variables numèriques. L'associació entre dues variables s'observa si els canvis en una d'elles incideixen sobre els canvis en l'altra variable. L'associació resultant pot anar en la mateixa direcció: quan una augmenta l'altra també augmenta (correlació positiva) o en direcció contrària: quan una augmenta l'altra disminueix (correlació negativa); o bé poden no relacionar-se: quan una augmenta, l'altra de vegades també o de vegades disminueix o segueix igual (correlació nul·la). El coeficient que expressa la correlació és  $r$ , el qual pot anar des de una associació perfecta (-1 o 1) fins a valor nul (0). S'accepta que el quadrat del coeficient de correlació ( $r^2$ ) indica quanta variació d'una variable pot ser explicada per la variació de l'altra variable relacionada. És a dir, si la correlació entre l'hostilitat i l'angoixa pel fet de tenir turistes té

Anna Soliguer Guix

una  $r$  de 0.8 implica que un 64% de la variació de l'hostilitat pot explicar-se per l'angoixa que produeix, i el 36% per altres motius.

A la matriu de correlació resultant s'ha aplicat una prova de significació estadística (t-Student) per tenir seguretat que les relacions trobades són reals i no degudes a l'atzar, amb valors de significació satisfactoris. En el context de l'estudi s'ha considerat que les correlacions inferiors a 0,65 són baixes, les que estan entre 0,65 i 0,8 responen a una associació moderada i superiors a 0,8 són elevades.

## **4. Justificació**

Els casos escollits per desenvolupar aquesta tesi doctoral han estat Lloret de Mar i Barcelona. L’interès de la investigadora es focalitza en estudiar dos dels municipis turístics més significatius de Catalunya que estan immersos en el debat sobre la influència de l’impacte de l’activitat turística en la qualitat de vida de la comunitat local. En tots dos municipis i durant les darreres dècades, els impactes del turisme han generat un intens debat social el qual guarda relació amb l’actitud dels residents davant del turisme. L’aparició de diverses situacions i elements de polèmica relacionades amb el turisme, sovint recollides pels mitjans de comunicació, han generat opinió pública, debat i reflexions, tant a favor com en contra del turisme, per part dels actors socials. Es tracta, per tant de dos casos que recullen els ingredients que influeixen sobre l’actitud dels actors socials objecte d’investigació en aquesta tesi doctoral, mitjans de comunicació, moviments socials i residents.

### **4.1. Lloret de Mar**

#### **4.1.1. Orígens del turisme a Lloret de Mar**

Lloret de Mar és un municipi que pertany a la província de Girona i a la comarca de La Selva. Prenent com a font les dades de l’IDESCAT referides a l’any 2021, Lloret de Mar té una superfície de 48,71 Km<sup>2</sup>, una densitat de 788,4 habitants per km<sup>2</sup> i 38.402 habitants. Es tracta d’una localitat costanera de la Mediterrània, propera a la frontera francesa i als Pirineus, aspectes que sens dubte han condicionat el seu caràcter turístic i l’arribada de fluxos de visitants regionals. Malgrat que el seu producte turístic principal és la platja i el lleure nocturn, disposa de diferents atributs patrimonials d’interès vinculats amb la seva història. Els orígens es remunten als indigets, una tribu ibera i posteriorment als temps dels romans quan el municipi s’anomenava Lauretum en honor a l’abundància de llorers. Es té constància que l’any 966 apareix citat el municipi en un text com a Lauredo, quan

Anna Soliguer Guix

els territoris canviaven de mans entre el clerc (Monestir de Ripoll) i la noblesa feudal (Comtat de Girona, baronia de Llagostera, etc.). Els orígens de l’església de Sant Romà a l’àrea de Les Alegries que va fer construir Sicardis, senyora de Lloret, situava el centre religiós lluny de la platja. La construcció de l’església parroquial de Sant Romà al segle XV va donar forma al desenvolupament humà i urbanístic al voltant de la platja. La vila va evolucionar en mig de crisis i conflictes com la Revolta dels Joseps fins que el port i el comerç activaren l’economia. Els indians contribuïren als inicis del municipi com a destinació turística amb l’arribada dels primers estiuejants a principis del segle XX.

El desenvolupament turístic del municipi ha seguit una via evolutiva similar a d’altres indrets costaners, amb una fase inicial d’estiueig, un desenvolupament posterior caracteritzat pel ràpid creixement i l’ocupació de sòl que condueix cap a l’obsolescència del producte principal i una etapa final de revisió d’aquest creixement i replantejament de l’activitat turística. Entre les principals fites turístiques cal destacar que l’any 1920 es va obrir el primer hotel amb clients que procedien dels voltants de Barcelona, sobretot relacionats amb la indústria tèxtil. Als anys 60, i recolzant-se en els plans de desenvolupament franquistes es va donar ple suport al desenvolupament turístic com a política aperturista a la vegada que s’anava destruint el territori i el paisatge s’anava transformant, unificant l’economia turística i desapareixent altres alternatives econòmiques. Amb l’obertura europea, el municipi es va convertir en destinació turística internacional, contribuint així a la construcció simbòlica i econòmica de la Costa Brava Sud. El turisme va suposar aviat la primera activitat econòmica a la localitat, fet que va modificar els costums, la cultura i la societat local. Entre aquests canvis en l’estil de vida destaca l’adaptació als costums anglosaxons, un dels principals mercats de la destinació, introduint per exemple el lleure nocturn de discoteques i la presència de joves relacionat amb el consum d’alcohol fomentat per l’acció dels touroperadors que operaven a la destinació. També durant els anys 60-70 el turisme residencial fou molt present com a conseqüència de la dinàmica immobiliària. Com a conseqüència es massificaren les urbanitzacions i el municipi augmentà notablement la seva densitat urbana, esdevenint un exemple més d’exportació de la dinàmica de difusió urbana pel litoral català.



Anna Soliguer Guix

#### 4.1.2. Evolució recent de la oferta i la demanda turística

A continuació presentem algunes dades bàsiques sobre l’oferta i la demanda turística de Lloret de Mar (vegeu la taula 4.1). La informació d’IDESCAT s’ha completat amb informació de l’INE<sup>3</sup> relacionada amb l’ocupació hotelera i concretament per viatgers i pernoctacions.

Taula 4.1 Evolució turística de la ciutat

Any	Establiments hotelers	Places hoteleres	Viatgers	Pernoctacions
2021	123	29.869	565.783	2.042.036
2020	122	29.837	267.077	874.843
2019	122	29.832	1.303.651	5.801.478
2018	123	29.152	1.165.841	4.839.432
2017	121	29.636	1.021.143	4.880.993
2016	120	29.401	1.216.418	5.608.848
2015	120	29.147	1.479.744	5.248.583
2014	121	29.591	935.078	5.023.666
2013	121	29.484	1.034.191	5.079.436
2012	125	29.931	960.825	4.812.099
2011	127	29.947	990.284	4.948.012
2010	128	29.443	1.013.835	5.049.321
2009	131	29.780	973.104	4.990.052
2008	133	30.004	995.374	5.545.230
2007	135	30.143	1.087.773	5.551.365
2006	140	30.723	1.138.562	5.756.582
2005	143	31.235	907.277	5.185.880

Les dades sobre oferta hotelera s’han elaborat a partir de dades del IDESCAT i inclou els totals dels hotels de 1 a 5 estrelles, gran luxe i hostals i pensions<sup>4</sup>. No estan inclosos ni els apartaments turístics ni els càmpings. Les dades de les places hoteleres també provenen de l’IDESCAT<sup>5</sup>. Les dades de viatgers (espanyols i estrangers) s’han extret de l’Institut Nacional d’Estadística i s’han obtingut a través de la web del municipi a la secció

<sup>3</sup> <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2078&L=0>

<sup>4</sup> <https://www.idescat.cat/p4ub/?geo=mun%3A170950&id=turall&n=6030#Plegable=geo>

<sup>5</sup> <https://www.idescat.cat/pub/?id=turall&n=6031&geo=mun:170950#Plegable=geo>

Anna Soliguer Guix

d’informació per a professionals<sup>6</sup>. Finalment, les dades de les places dels càmpings i d’establiments campistes de Lloret de Mar, han estat extretes d’IDESCAT<sup>78</sup>.

L’oferta actual de places de càmpings a Lloret de Mar és de 3786 i tenen 4 establiments de càmpings. L’oferta ha crescut lleugerament respecte a la de l’any 2003 (3420 places de càmpings a quatre establiments).

En conjunt, l’evolució del nombre de visitants des del l’any 2005 ha estat marcada per un creixement continuat, només aturat per la COVID-19. Aquest creixement ha anat acompanyat per una reducció considerable de la planta hotelera i un descens més moderat del nombre de places d’allotjament hoteler. Aquest fet, en un context d’increment de visitants, s’atribueix als processos de reestructuració del sector hoteler.

Del punt de vista de la demanda, la freqüència de visitants manté un patró irregular, amb tendència al creixement, truncat el 2020 per la pandèmia de COVID-19. L’increment dels visitants s’explica, en primer lloc, per l’aposta política i econòmica pel turisme com a activitat principal del municipi. En segon lloc cal tenir en compte l’existència de diferents atractius per als principals mercats de la destinació, els joves, les famílies i els propietaris de segones residències. El segment dels joves s’ha vist especialment beneficiat per l’existència de molta oferta de lleure nocturn, per la proliferació d’oferta de pisos turístics en plataformes de lloguer compartit i per la consolidació d’oferta de lleure atractives per a aquest segment (quedades internacionals per internet per celebrar festes a discoteques, platges, vaixells, parcs aquàtics i clubs de cànnabis). La tendència general de l’oferta al municipi ha estat la reducció d’allotjaments hotelers, mentre que guanyen pes els pisos turístics<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=49370>

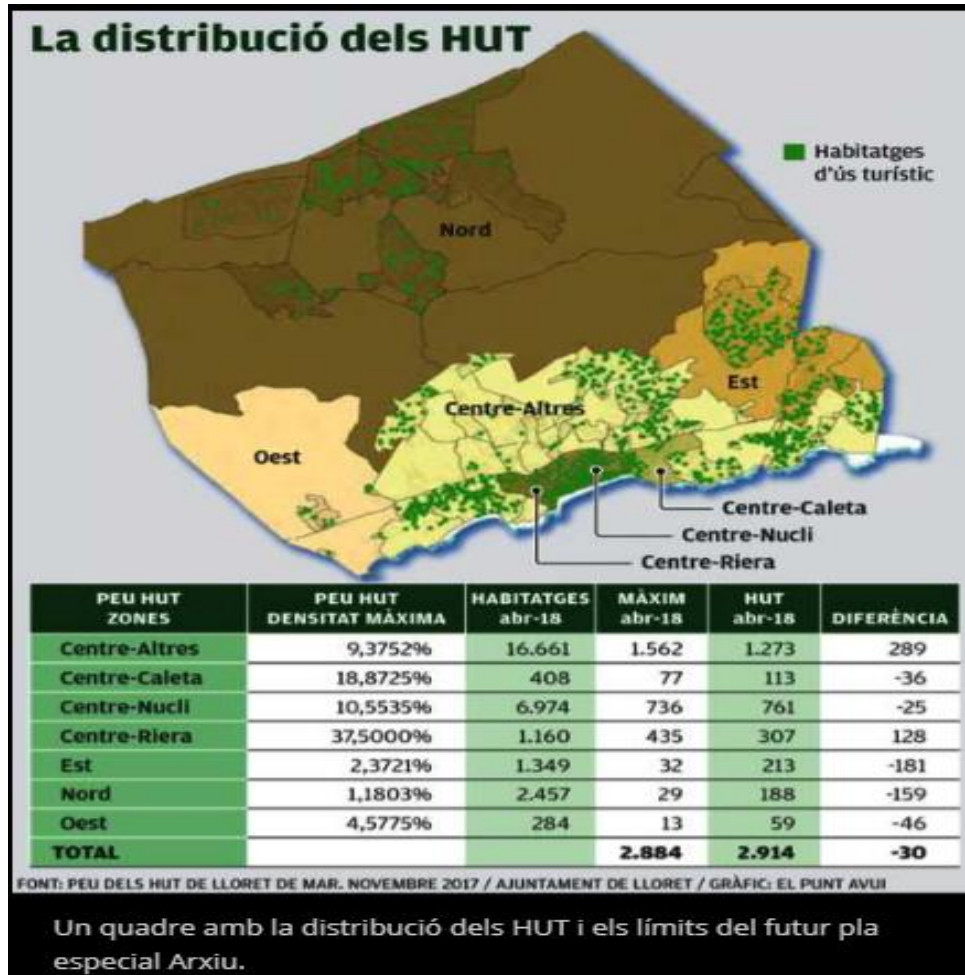
<sup>7</sup> <https://www.idescat.cat/pub/?id=turall&n=6036&geo=mun:170950#Plegable=geo>

<sup>8</sup> <https://www.idescat.cat/pub/?id=turall&n=6035&geo=mun:170950#Plegable=geo>

<sup>9</sup> <https://www.novaradiollloret.org/lloret-es-el-municipi-amb-mes-habitatges-dus-turistic-registrats/>

Anna Soliguer Guix

Figura 4.1. La distribució dels habitatges d’ús turístic a Lloret de Mar, 2017



Font: Punt Diari

<https://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/1436550-equilibris-amb-els-pisos-turistics-a-lloret-de-mar.html>

Aquest fet s'ha de posar en relació a la reestructuració del parc d'hotels de la destinació, però també als canvis en la tendència de consum i preferències dels visitants en la tria d'allotjaments. Pel que fa a l'evolució de la demanda, Lloret de Mar es situa com una de les destinacions de més freqüentació de la costa catalana. La tendència creixent secular s'ha vist estroncada, en els darrers anys, per la pandèmia de la COVID-19. No obstant, ni el nombre d'establiments ni de places hoteleres s'han vist afectades per la situació de crisi, mentre que les pernотacions s'han reajustat a la situació i iniciat una lenta recuperació el 2021 i, malgrat no disposar encara de dades oficials, reactivació el 2022.

Anna Soliguer Guix

Més en detall, i pel que fa a l'evolució de la demanda es pot observar una fase inicial que es va produir amb l'arribada de famílies benestants catalanes de l'etapa industrial anterior a la Guerra Civil espanyola posseïdores de xalets, els anomenats estiuejants (els quals rebien una mirada social i una consideració molt diferent dels actuals turistes)<sup>10</sup>. Posteriorment, el turisme europeu dels anys 50 s'instal·lava a les cases dels lloretencs que llogaven habitacions a famílies de classe mitjana, especialment de procedència alemanya. L'interès dels primers TTOO i els acords per construir hotels, van fer multiplicar l'arribada de turistes anglesos, alemanys i d'altres països europeus produint un gran esplendor a la vila, a la vegada que el municipi també s'obrí per a les seves vacances dels catalans i espanyols. Amb l'arribada de capital estranger s'obren molts negocis d'oci nocturn que modifiquen el turisme familiar i la massificació transforma el paisatge turístic inicial incorporant la festa, el lleure nocturn i el turisme de borratxera. Amb la caiguda del mur de Berlín i l'occidentalització dels costums i obertura dels països de l'est europeu s'amplia la base de la demanda al municipi. El panorama va canviar encara més amb la introducció de l'euro. Lloret anava creixent territorialment amb expansió immobiliària i la gran arribada de noves nacionalitats, que generen un creixement demogràfic exponencial, fent augmentar la centralitat urbana del municipi.

Un dels puntals del turisme a la localitat ha tingut a veure amb els ajuts derivats del programa IMSERSO, amb beneficis econòmics directes i que ha permès desestacionalitzar part de l'oferta hotelera. No obstant, alguns hotels han considerat inviable aquest programa degut a l'escassa aportació de fons que actualment reben i la reducció dràstica durant la pandèmia de COVID-19. Una altra problemàtica recent té a veure amb la redistribució de grups de turistes que venien anteriorment amb autocar durant la temporada mitja, cap a Santa Susanna, on part dels hotelers de Lloret tenen capital invertit en hotels. Aquesta solució empresarial els permet evitar les externalitats derivades de la mala imatge i els problemes de inseguretat de Lloret de Mar. La deslocalització territorial dels grups ha permès continuar operant a hotels i agències de

---

<sup>10</sup> El Lloret d'abans. D'estiuejants a turistes: Projecte de museologia per al Castell d'en Playa de Lloret de Mar. Treball final de grau en Comunicació Cultural. Anna Maria Peña Rovira (2020). Universitat de Girona.

Anna Soliguer Guix

viatges però ha empobrit al municipi, especialment al comerç i als empleats del sector hotelier i la restauració, agreujant el problema de l’estacionalitat.

L’any 2012 es va produir una altra situació d’afectació de la demanda consistent en la segona fase de la crisi econòmica de desacceleració del creixement mundial. Una de les conseqüències va ser que els negocis turístics minvaven, canviaven de mans, i els locals comercials quedaven tancats. El model d’oferta i demanda ha crescut en paral·lel en funció dels canvis globals. Durant anys foren els TTOO els que marcaren les condicions però amb l’arribada de les webs de reserves en línia (i les facilitats per la mobilització del transport aeri), tot i generar comissions altes, permetien als hotelers disposar dels diners al moment i no quedar-se penjats per les possibles fallides de les agències de viatges.

Amb el temps els TTOO es varen reinventar i els hotelers es veieren condicionats tant pels comentaris en línia com per les comissions a les webs, que va afectar la seva política de preus i endurir les condicions de competència. Darrerament, l’encariment del preu de la llum, la calefacció i els aliments, ha contribuït a que moltes empreses turístiques tanquin abans, afectant a la temporada mitja. L’encariment del transport aeri està reactivant la tornada d’autobusos i transport en cotxe. El comerç ha remuntat amb les compres en línia i el lliurament als domicilis, ajudats per una política post pandèmica d’obertura de terrasses que ha contribuït a retornar la vida al carrer. Els bars i restaurants, gràcies al bon temps, tenen molt moviment durant la temporada mitja, fins i tot la baixa, especialment els de la façana marítima. L’oci nocturn s’ha reinventat amb un mix d’oci diürn amb festes matinals multitudinàries a llocs amb piscina i música que atrauen al jovent d’arreu, que encara que vinguin a través d’agències, troben una oferta lúdica que es aprofitada per indústries paral·leles<sup>11</sup>. De forma anecdòtica però significativa les entrades les venen jovent amb bicicleta i s’han trobat casos de clients que mentre esperen fer el check-in als hotels respectius, deixaven les maletes i anaven a la festa.

D’altra banda, l’escenari turístic actual es caracteritza per: 1) la implantació i èxit de les webs de reserves en línia, i especialment de Booking.com, que modificaren la manera de fer dels hotelers. La “lluïta” per la reputació va obligar als hotelers a apostar per la qualitat

---

<sup>11</sup> <https://www.facebook.com/sanddanceclub/>

Anna Soliguer Guix

i reconfigurar l’estructura laboral, augmentant la precarització dels treballadors i treballadores de les empreses turístiques; 2) la introducció de les plataformes de lloguer compartit; 3) la modificació del mercat del lloguer i les cases de les urbanitzacions, antics llocs de descans, que estan orientades a les festes gràcies a l’atractiu de les piscines i l’absència de personal de seguretat, i 4) els efectes de la pandèmia de COVID-19 i de la post pandèmia sobre el conjunt del sector turístic local, fent augmentar la necessitat d’adaptació i de resiliència davant de l’augment de la incertesa. Com a exemple d’això, les empreses turístiques locals s’han trobat que faltava personal que havia fugit a altres sectors, sense intenció de tornar degut a les condicions laborals precàries, la manca de conciliació, l’augment de l’estacionalitat, els sous baixos, la manca de qualitat de l’entorn laboral i posteriorment, el declivi dels ajuts estatals que contribuïen al manteniment de les plantilles.

#### **4.1.3. Model de turisme, impactes i repercussions socials dels impactes del turisme a Lloret de Mar**

El qüestionament del model turístic local té diferents arrels socials, polítiques, econòmiques i ambientals. Des del punt de vista polític han aparegut veus a l’interior dels partits locals que critiquen el monocultiu turístic com a model de desenvolupament del municipi. Assenyalen que comporta empobriment de la població i, especialment per la pèrdua d’imatge que resulta de la sensació d’inseguretat i d’incivisme per part de determinats visitants, així com per la transformació paisatgística i urbanística del terme municipal i la destrucció del territori. Tot i la manca d’estudis sobre el malestar pel turisme, les fonts consultades apunten a que l’incivisme derivat de l’oci nocturn és el que desperta més rezels entre la societat local. Per exemple, a la revista local Lloret Gaceta existeixen columnes d’opinió dels veïns que es queixen per aquest problema. També en les xarxes socials com Facebook, es poden llegir crítiques procedents de residents sobre la tipologia d’oferta turística, la tipologia de turista i la gestió municipal. La premsa també deixa constància d’algunes accions que generen malestar.

Anna Soliguer Guix

La pèrdua d’identitat derivada del turisme és una altra preocupació social. Malgrat els intents de recuperar les tradicions i la cultura catalana, entre les que destaca el Ball de Plaça, activitat integrada en el folklore popular, alguns agents socials consideren que el turisme ha portat un balanç negatiu i que converteix el patrimoni en un atractiu turístic. És a dir, entenen que si bé el manteniment dels interessos de la identitat catalana a través de la cultura i el turisme es manifesta en la recuperació de tradicions, festes i activitats culturals, en el fons es tracta d’estratègies de màrqueting turístic.

Des del punt de vista econòmic, malgrat que la percepció de la capacitat del turisme per arrossegar l’economia s’ha anat erosionant, existeix consens social generalitzat de que el turisme és necessari. Això té a veure en bona mesura amb la important implantació de l’activitat en el municipi i el gran nombre de persones que hi depenen. Un dels impactes negatius més importants en l’esfera pública han estat els canvis en la vida quotidiana. Algunes fonts documentals de periodistes i historiadors lloretencs com són Jordi Draper i Joan Domènech<sup>12</sup> il·lustren la transformació total de la manera de viure<sup>1314</sup>. Com a exemple de la contradicció d’interessos a l’interior de la societat local lloretenca, aquest darrer autor, explica que ell mateix, essent el primer alcalde democràtic de Lloret, va rebre amenaces de mort si modificava el model turístic.

En contrast amb els primers estudis favorables al turisme a la Costa Brava (Barbaza, 1966) i a Catalunya (Farreras, 1993) des de ben aviat apareixen també opinions crítiques derivades de la “imposició del turisme”. Per exemple, Jordi Estivill (1979) exposa la idea que el turisme, i les migracions que impulsa, és agent destructor de la identitat del seu poble i de l’existència de resistències locals, exposant els arguments en termes de “colonialisme turístic” (o “d’imperialisme”), de “caciquisme partidista” i “d’interessos econòmics locals”. Des d’aquest posicionament crític es responsabilitza directament dels

---

<sup>12</sup> Domènech i Moner, J. (2014). La premsa a Lloret de Mar (1885-2014). Quaderns de la Selva, 26,121-155.

<sup>13</sup> Jordi Draper (2006) L’Abans de Lloret de Mar. Recull gràfic 1885-1965. Editorial Efadós.

<sup>14</sup> Jordi Draper (2017) Lloret de Mar desaparegut: carrers i paisatges. Editorial Efadós.

Anna Soliguer Guix

impactes negatius del turisme a les persones amb influència política i als propietaris de negocis turístics, especialment els de l’oci nocturn<sup>15</sup>.

Fruit del descontentament amb el model turístic, però també en una lògica de partits polítics locals, es va crear la plataforma “Estimem Lloret”, l’any 2011, formada per veïns i el sector del comerç. Com a acció més representativa la plataforma va organitzar una manifestació on “més de 1.500 veïns sortiren al carrer per reclamar un canvi de model turístic” (Gómez, 2012: 54) i millorar la imatge del municipi, la qual es considerava que havia quedat fora de l’abast de la gestió pública-privada de Lloret Turisme. La plataforma es manté activa<sup>16</sup>. Les publicacions en xarxes socials i mitjans de comunicació alemanys en un reality-show a la televisió alemanya i a Internet van contribuir a aquesta sensació de pèrdua de control públic de la imatge local<sup>17</sup>. De forma similar, la plataforma “Tips de Soroll i Brutícia” (Tips) formada per veïns de diferents procedències polítiques, han sortit diverses vegades al carrer a protestar per la presència de pisos turístics il·legals<sup>18</sup>.

Una de les accions de rèplica a les crítiques del turisme passen per la confecció de l’Agenda XXI, pensada essencialment com un fòrum de debat i per a la reestructuració del turisme local. Algunes de les accions remarcables són per exemple, les “xerrades d’entesos” (acadèmics) i accions com la de l’any 2016 dels experts mundials d’urbanisme que estudiaven el model turístic de Lloret per plantejar millores de sostenibilitat donat el seu dèficit actual. Entre els temes debatuts que posteriorment poden haver influït sobre la denúncia social del turisme apareixen els problemes de convivència i la incompatibilitat del turisme amb la vida quotidiana de la població local, la pèrdua de la identitat local o l’excessiva especialització de la base econòmica en turisme<sup>19</sup>.

---

<sup>15</sup> Fàbregas i Barri, E., *Lloret de Mar* (Barcelona: Selecta, 1959) i *Vint anys de turisme a la Costa Brava* (Barcelona: Selecta, 1970).

<sup>16</sup> [\(1\) Estimem Lloret | Facebook](#)

<sup>17</sup> <https://www.lavanguardia.com/local/girona/20120810/54335503660/lloret-de-mar-persona-non-grata-don-francis-prosieben-we-love.html>

<sup>18</sup> <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/1178003-demanen-ma-de-ferro-a-lloret-contra-l-incivisme-dels-turistes.html>

<sup>19</sup> <https://www.diaridegirona.cat/selva/2016/06/07/urbanistes-asseguen-model-turistic-actual-49125428.html>



Anna Soliguer Guix

Alguns actors locals han intervingut també en el debat públic sobre turisme a la localitat. L’any 2016 Comissions Obreres (CCOO) també es va manifestar per un model turístic que respectés els drets laborals. Anteriorment, l’any 2011 ja va manifestar que el model turístic de Lloret era erroni<sup>20</sup>. Des del món acadèmic també han aparegut articles crítics amb la dinàmica turística de Lloret “per representar el paradigma dels errors del creixement urbanístic tradicional” (Donaire, Fraguell & Mundet, 1997: 87) i que exposen la dificultat de revertir la problemàtica de la imatge malgrat els diferents plans estratègics elaborats (Marín, Grijalvo i Mundet, 2021). L’any 2018, el grup municipal En Lloret Sí Se Puede va criticar la gestió de l’equip de govern en matèria turística. “El partit polític, a l’oposició a través d’un comunicat, ha explicat que aquest estiu s’han tornat a produir revoltes i apunyalaments al carrer i també brossa al carrer, criticant que les despeses dirigides a promocionar el turisme no es veuen traduïdes en turisme de qualitat”<sup>21</sup>. Més recentment s’ha obert al debat relacionat amb les punxades de submissió química a les dones a les discoteques<sup>22</sup>.

Malgrat la publicació de notícies relacionades amb el turisme, en el debat públic hi ha temes relacionats amb el lleure nocturn que han estat poc o gens publicitats. L’aparició d’economia submergida d’origen criminal<sup>23</sup>, el blanqueig de diners, drogues o la prostitució han estat temes també poc abordats. Aquestes llacunes sobre situacions socialment conegudes són potencialment aspectes que generen rezel i sensació de desconfiança entre part de la població. De forma similar altres temes d’interès social relacionats amb el turisme com la immigració, el xoc cultural i la inseguretat, no han estat prou debatuts en general (Valenzuela-García, Molina, Lubbers, García-Macías, Pampalona & Lerner, 2014; Lever, 1987) ni a Lloret de Mar en particular. Les acusacions de males pràctiques en la gestió pública, especialment les contractacions fraudulentas

---

<sup>20</sup> <https://www.gerio.cat/noticia/83817/ccoo-dispara-contra-el-model-turistic-de-lloret-i-diu-que-es-erroni>

<sup>21</sup> <https://www.novaradiollloret.org/en-lloret-si-se-puede-critica-el-model-turistic-de-la-destinacio/>

<sup>22</sup> <https://www.social.cat/noticia/17240/ja-son-17-les-denuncies-per-punxades-a-loci-nocturn-que-investiguen-els-mossos>

<sup>23</sup> <https://www.diaridegirona.cat/selva/2022/05/16/carnisser-lloret-cap-duna-xarxa-66148090.html>

Anna Soliguer Guix

relacionades amb el finançament polític municipal<sup>24</sup> i l’augment de la criminalitat<sup>2526</sup> o les presumptes relacions entre representants de partits polítics i la màfia russa en la figura de l’alcalde de Lloret, Xavier Crespo<sup>27</sup> i la seva dona en la captació de fons a través del club de hockey<sup>28</sup>, són elements que, en potència, poden posar socialment el turisme enmig de polèmiques.

Malgrat tot, l’administració local ha identificat i analitzat alguns dels problemes del turisme i els ha tractat de forma estratègica. L’any 2011, l’alcalde de Lloret va proclamar públicament el canvi de model turístic contra el turisme de borratxera:

*“En este contexto, que se viene repitiendo año tras año, el alcalde de Lloret, Romà Codina (CiU), anunció ayer que ha llegado el momento de reorganizar el ocio nocturno de la localidad para evitar el "turismo de borrachera". "Estamos indignados y muy molestos. La situación no puede continuar así y a partir de hoy las cosas cambiarán. Todos los grupos municipales buscaremos la fórmula para que no vuelvan a suceder actos de este tipo nunca más", declaró el edil. El alcalde se refirió a varios cambios en las ordenanzas municipales. Así, se tratará de evitar la oferta de alcohol barato y de mala calidad y la venta de bebidas a menores, realizando inspecciones en los puntos de venta. También se estudiará anticipar el cierre de las discotecas y se luchará contra la prostitución callejera.”<sup>29</sup>*

En la mateixa línia, el regidor de Seguretat de Lloret de Mar, va declarar que el sector de l’oci nocturn no ajudava a millorar la situació de la imatge derivada del turisme de borratxera:

*“El concejal de Seguridad de Lloret de Mar (Gerona), Jordi Martínez, declaró el viernes que el sector del ocio nocturno no está ayudando a que el municipio pueda dar carpetazo a un turismo de borrachera que tiene el peligro de acabar derivando en altercados como los de la madrugada del jueves. En declaraciones a RAC 1, Martínez explicó que hay una parte del sector que va "en paralelo" a lo que intenta*

<sup>24</sup> <https://www.catalunyapress.es/texto-diario/mostrar/470290/registran-ayuntamiento-lloret-mar-ci-u-presuntos-contratos-fraudulentos-basuras>

<sup>25</sup> <https://www.epdata.es/datos/crimen-asesinatos-robos-secuestros-otros-delitos-registrados-cada-municipio/6/lloret-mar/4148>

<sup>26</sup> <https://lloretgaceta.com/lloret-de-mar-suspensio-en-criminalidad/>

<sup>27</sup> <https://www.publico.es/actualidad/xavier-crespo-reconoce-jefe-mafia.html>

<sup>28</sup> [https://elpais.com/ccaa/2013/01/31/catalunya/1359664143\\_437922.html](https://elpais.com/ccaa/2013/01/31/catalunya/1359664143_437922.html)

<sup>29</sup> Pcuat, M. G. (2011, Aug 12). El cambio de modelo turístico tensiona Lloret de mar. *Cinco Dias* <https://www.proquest.com/newspapers/el-cambio-de-modelo-turistico-tensiona-lloret-mar/docview/883118587/se-2>

Anna Soliguer Guix

*hacer el consistorio, atrayendo esta clientela de baja calidad que solo busca fiesta y alcohol. Para ello, ha abogado por "hacerse fuertes" ante este sector y ha anunciado más controles e inspecciones”<sup>30</sup>.*

També guarda relació amb aquest posicionament la campanya municipal per posar-se la samarreta al carrer<sup>31</sup>, o els acords de la Mesa de Turisme<sup>32</sup>. Fins i tot altres agents econòmics i polítics locals, representats pel Club d’Economia de Lloret que s’oposen al canvi de model turístic radical també aposten per “eliminar determinades ofertes minoritàries d’oci nocturn”<sup>33</sup>. Aquestes actituds s’entenen millor en el context micro local de l’oci nocturn i com una estratègia per reduir els competidors. Cal tenir en compte que, en aquest sector, i especialment a l’avinguda Just Marlès, existeix una forta competència pel lideratge del carrer que es desenvolupa a diferents escenaris en l’àmbit de la gestió pública<sup>34</sup>. El lleure nocturn i l’incivisme a l’avinguda Just Marlès han estat també sovint l’objecte de crítiques socials entre els residents<sup>35</sup>.

Algunes veus assenyalen que:

*“La solució, per descomptat, no passa per allargar els horaris de les discoteques com reclama la patronal de l’oci nocturn. I la prova és que els municipis de la Costa Brava que no autoritzen la gresca nocturna no tenen incidents d’aquesta naturalesa. La solució passa per canviar el model o per incrementar les dotacions policials en aquestes zones de bars i discoteques. La imatge és un element indestruïble del negoci turístic i incidents com el de dilluns passat enguany a rodar el treball de molta gent, a Lloret i a tota la Costa Brava”<sup>36</sup>.*

---

<sup>30</sup> Lloret de mar denuncia la resistència del sector del oci al canvi. (2011, Aug 13). *Cinco Dias* <https://www.proquest.com/newspapers/lloret-de-mar-denuncia-la-resistencia-del-sector/docview/883246595/se-2>

<sup>31</sup> [https://www.ara.cat/comarquesgironines/lloret-posar-se-samarreta-residents-turistes\\_1\\_1333602.html](https://www.ara.cat/comarquesgironines/lloret-posar-se-samarreta-residents-turistes_1_1333602.html)

<sup>32</sup> <https://www.gerio.cat/noticia/339312/lloret-de-mar-vol-combatre-els-sorolls-i-la-prostitucio-al-carrer>

<sup>33</sup> Yanes, S. (2016). Abierto por Vacaciones. Una etnografía de la apropiación turística en Lloret de Mar. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Geografia i Història.

<sup>34</sup> <https://www.elpuntavui.cat/societat/article/1960331-tres-locales-d-oci-nocturn-de-lloret-tenen-licencia-de-bar.html?ItemId=2784&vermobil=0>

<sup>35</sup> <https://www.diaridegirona.cat/selva/2021/08/18/indignacio-dels-veins-lloret-pel-56316432.html>

<sup>36</sup> [http://www.diaridegirona.cat/opinio/2011/08/10/incivisme-fruit-model-turistic/507183.html?utm\\_source=rss](http://www.diaridegirona.cat/opinio/2011/08/10/incivisme-fruit-model-turistic/507183.html?utm_source=rss)

Anna Soliguer Guix

Els darrers temps han aparegut noves polèmiques que alimenten el debat social sobre el turisme al municipi. N’és un exemple el llançament d’una cançó del cantant local Samuel SLZR<sup>37</sup> on es narra el model de turisme de Lloret del Mal i la corrupció política. El cantant es refereix a l’augment de la prostitució infantil i l’atracció de pederastes gràcies a l’estratègia turística del gay friendly. La resposta de l’ajuntament ha estat obrir un expedient sancionador al cantant per considerar que perjudica la imatge del municipi, evadint la responsabilitat que li pertoca davant d’un tipus de denúncia social d’aquesta magnitud. Cal afegir els greus problemes de precarietat laboral en el sector turístic que contribueixen a desestabilitzar i reconfigurar el concepte de comunitat local<sup>3839</sup>

En resum, l’evolució del descontentament amb el turisme a Lloret de Mar està molt relacionat amb la polèmica derivada de les contradiccions entre els interessos del sector i representants polítics i els interessos de la resta de residents, ja siguin dependents o no del turisme, així com de la dificultat per establir accions de resiliència i adaptació a forces globals i externes que condicionen el model turístic actual. Els problemes de governança, malgrat no estar plenament expressats en el debat públic, deriven de la dificultat de participar i, sobretot de decidir el rumb del model turístic per part dels residents, també suposen arguments potencials per al descontentament local. No obstant, la dependència del turisme, l’existència de clientelisme polític i la tradició cultural històrica són elements que fan de contrapès a la visió crítica sobre el turisme i que també cal tenir en compte a l’hora d’analitzar les actituds i resposta emocional dels residents.

---

<sup>37</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=GKdwyWJtFko>

<sup>38</sup> [https://www.ara.cat/societat/precarietat-sector-turistic-lloret\\_1\\_2679902.html](https://www.ara.cat/societat/precarietat-sector-turistic-lloret_1_2679902.html)

<sup>39</sup> [https://elpais.com/cat/2019/05/05/catalunya/1557078318\\_085278.html](https://elpais.com/cat/2019/05/05/catalunya/1557078318_085278.html)

Anna Soliguer Guix

## **4.2. Barcelona**

### **4.2.1. Introducció al municipi**

Segons l’ Institut d’Estadística de Catalunya, l’ IDESCAT, Barcelona és un municipi que pertany a la comarca del Barcelonès, amb una població censada l’any 2021 de 1.636.732 habitants que viuen en una superfície de 101,35 Km<sup>2</sup>, una densitat de 16.149,3 habitants /km<sup>2</sup> sobre una altitud de 13 metres<sup>40</sup>. El territori de Barcelona pertany a l’Estat Espanyol, i és la capital de la comunitat autònoma de Catalunya. Barcelona està situada al litoral de la mediterrània, està assentada entre els deltes dels rius Llobregat i Besòs, la serralada de Collserola i la muntanya de Montjuïc. La ciutat comtal gaudeix d’un clima mediterrani, que afavoreix la vida al carrer i el lleure en l’espai públic.

### **4.2.2. Evolució de la dinàmica turística a la ciutat**

L’oferta i la demanda de Barcelona ha sofert importants transformacions des de l’any 1992 fins el 2022 (vegeu la taula 4.2). Les dades sobre l’oferta d’establiments hotelers per tipus s’han extret de l’IDESCAT, en la sèrie temporal des de l’any 2003 al 2021<sup>41</sup>.

Les dades de visitants (viatgers i pernотacions totals anuals) també s’han extret d’IDESCAT per al període 2005-2021<sup>42</sup>. La informació sobre visitants, dels anys 1999 al 2004 inclosos, i també la de les pernотacions s’han extret de l’INE<sup>43</sup> de l’enquesta d’ocupació hotelera de viatgers i pernотacions per zones turístiques. Les dades d’oferta hotelera i places dels anys 1995-1999 s’han obtingut a partir de les dades de l’ajuntament de Barcelona, concretament de la taula d’Equipament turístic de Barcelona dels anys 1995-1999, prenent dades només dels hotels<sup>44</sup>. Les columnes de demanda dels anys 1995-

---

<sup>40</sup> <https://www.idescat.cat/emex/?id=080193&lang=es>

<sup>41</sup> <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15517&t=200300&tema=turis&lang=es>

<sup>42</sup> <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15530&lang=es&tema=turis&t=200500>

<sup>43</sup> <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2039&L=0>

<sup>44</sup> <https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Anuaris/Anuaris/anuari00/cap13/C1301020.htm>

Anna Soliguer Guix

1998 s’han creat també a partir de dades de l’ajuntament de Barcelona, en concret de la taula de les pernотacions i perfil dels turistes<sup>45</sup>. El mateix s’ha fet amb els anys 1992-1996<sup>46</sup> amb dades extretes de la taula de les pernотacions i el perfil dels visitants. La informació de l’oferta dels anys 1993-1994 prové de l’estadística sobre equipaments turístics, prenent dades només dels hotels<sup>47</sup>. Les dades anteriors al 1992 s’han obtingut a partir de fonts indirectes <sup>4849</sup>.

Taula 4. 2 Evolució de l’oferta i la demanda turística a Barcelona

Any	Establiments hotelers	Places hoteleres	Viatgers espanyols i estrangers (milers)	Pernотacions (milers)
1992	n.d.	25.055	1.874,7	4.333,4
1993	144	25.002	2.455,2	4.256,5
1994	146	25.635	2.663,8	4.704,6
1995	149	26.096	3.089,9	5.674,5
1996	151	26.293	3.061,9	6.341,3
1997	152	26.447	2.823,3	6.965,3
1998	153	26.772	2.969,4	7.400,3
1999	155	26.763	3.347,6	7.957,1
2000	n.d.	n.d.	3.459,7	8.477,0
2001	n.d.	n.d.	3.429,7	8.335,9
2002	n.d.	n.d.	3.649,0	8.713,3
2003	450	37.917	3.690,7	8.983,2
2004	433	39.253	4.040,5	9.377,9
2005	453	43.663	4.257,5	10.471,4
2006	464	47.813	5.255,5	11.383,4
2007	476	49.084	5.569,1	11.755,9
2008	505	54.455	5.696,8	11.724,8
2009	536	61.210	5.597,5	12.536,4
2010	548	63.991	6.630,7	15.616,8
2011	565	65.562	7.081,0	16.815,1
2012	580	69.007	6.813,5	16.855,8
2013	629	73.690	6.862,4	17.352,7
2014	660	75.592	7.084,7	18.389,4
2015	704	77.525	7.461,1	19.478,8
2016	728	79.455	7.880,2	20.511,0
2017	743	81.768	8.041,3	20.594,7
2018	755	83.071	8.484,4	21.141,1
2019	765	84.932	8.992,8	22.353,5

<sup>45</sup> <https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Anuaris/Anuaris/anuari00/cap13/C1302010.htm>

<sup>46</sup> <https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Anuaris/Anuaris/anuari96/cap13/A1302016.htm>

<sup>47</sup> <https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Anuaris/Anuaris/anuari96/cap13/A1301026.htm>

<sup>48</sup> <https://www.larazon.es/cataluna/20220723/josdbbrufaqbpgghkqmmzbc3ly.html>

<sup>49</sup> <https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Anuaris/Anuaris/anuari96/cap13/A1301016.htm>

Anna Soliguer Guix

2020	772	85.941	2.024,4	4.609,6
2021	779	86.617	3.474,9	8.757,1

### 4.2.3. Model de turisme, impactes i repercussions socials dels impactes del turisme a Barcelona

L’Exposició Universal de Barcelona de 1888 va servir per impulsar la imatge de Barcelona i fou un referent per promoure la ciutat. La següent exposició es va celebrar l’any 1929 i com a resultat va augmentar la dotació d’espais monumentals i infraestructures que adaptaven la ciutat a l’òrbita de les ciutats europees. Ambdues exposicions significaren la implicació de l’ajuntament i l’augment de pressupostos públics destinats als esdeveniments turístics (Garay, 2007). Saida Palou i Agustí Cocola-Gant afirmen que, a més de les dues exposicions universals que obriren Barcelona al món, l’any 1908, Gonçal Arnús va donar la idea de convertir Barcelona en una ciutat turística i moderna a través d’un llibre, *Barcelona Cosmopolita*. Juntament amb Francesc Cambó, construïren l’Hotel Palace, que fou considerat el primer allotjament de luxe de Barcelona. Ja en aquells moments es promocionava la ciutat a través de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona (SAF) liderada per les elits econòmiques propietàries dels interessos turístics. La SAF es va finançar amb diners públics provinents de l’Ajuntament i la Diputació de Barcelona. A més de diners dels interessos privats de l’alta burgesia. “Mitjançant la revaloració i exhibició del patrimoni cultural, la capitalització de la ciutat i la construcció d’un nou relat urbà d’aire nacionalista, el turisme seria utilitzat com la nova estructura de poder de les elits barcelonines” (Palou i Cocola-Gant, 2018:10).

Els autors ens expliquen que el pensament ideològic de grandesa de les elits a través del turisme xocava amb la vida quotidiana dels locals. Es tractava d’un pensament hegemònic destinat a promoure i justificar el turisme, ideat per l’administració i els interessos turístics que reflectit en el llibre d’Arnús, és el primer text conegut del lobby turístic, amb la missió d’influir en les decisions polítiques de Barcelona. Aquesta aposta pel turisme estava relacionada amb la pèrdua de les colònies, que eren el principal mercat exterior de

Anna Soliguer Guix

la ciutat i tenia com a impulsors a la Lliga Regionalista (catalanisme conservador) i els preceptes regeneracionistes expansius en el terreny cultural, territorial i econòmic que, a la vegada que actors econòmics i polítics, estaven a la SAF. Palou i Cocola-Gant suggereixen que “el turisme va ser, abans que res, imaginat i induït políticament” (Palou i Cocola-Gant, 2018: 26).

El gran punt d’inflexió del turisme de la ciutat va esdevenir a partir dels anys noranta del passat segle. La celebració dels Jocs Olímpics de l’any 1992 va servir per impulsar Barcelona com a ciutat turística global. L’aposta pels turistes anava més enllà dels fluxos temporals d’individus i estava orientada a la captació de nous residents. Amb l’objectiu d’assolir aquesta doble fita, Barcelona havia d’esdevenir cosmopolita. Barcelona va modificar la seva fisonomia urbana i es va obrir al mar i al turisme. L’any 1993 es creà el Consorci de Turisme de Barcelona i en endavant, el creixement del turisme fou exponencial, només aturat dràsticament per la pandèmia de la COVID-19. Els atractius turístics del turisme cultural, especialment la figura de Gaudí i la seva obra, juntament a les compres i la gastronomia i l’enfocament de la ciutat com a node de la xarxa de les principals ciutats del món del turisme urbà, han contribuït a fer de Barcelona, una icona turística. Posteriorment, esdeveniments i congressos del sector MICE i els creuers, han aportat al creixement d’estades curtes i excursionistes. A més de les excursions dels altres indrets costaners com Lloret de Mar o Salou, els viatges per estudis, les estades per estudis i recerca i l’increment dels anomenats nòmades digitals, han caracteritzat la dinàmica de la mobilitat turística recent a la ciutat. L’aparició i consolidació del turisme low cost relacionat amb l’abaratiment del transport aeri, l’aposta per l’oci nocturn i el lloguer d’habitatges turístics, i una imatge de marca de la ciutat cada cop més dependent del turisme, han constituït els fonaments d’un nou model turístic.

El creixement turístic va ser continu a partir dels Jocs Olímpics de l’any 1992, tendència que només es va aturar durant els dos anys pandèmics de la COVID-19. Així, dels quatre milions de pernoctacions de l’any 1992 es va passar als 22 milions de pernoctacions l’any 2019. Aquest creixement va anar acompanyat de l’increment de places d’allotjament. És remarcable que, degut a l’aplicació de polítiques de limitació de l’oferta aplicades els



Anna Soliguer Guix

darrers anys, el volum d’allotjament hoteler ha augmentat de forma molt més moderada i tendint cap a la seva estabilització. Aquesta situació actual contrasta amb la dels anys inicials de la sèrie temporal analitzada on el nombre d’establiments i places hoteleres pràcticament es dupliquen cada dècada (25.055 places, el 1992, 49.084 el 2007 i 86.617 el 2021). Els efectes immediats d’aquest creixement han estat un increment dels beneficis econòmics, però també la complexitat de la planificació i la urgent necessitat de gestionar les externalitats negatives creixents (Donaire i Duro, 2014). El creixement de pisos turístics durant la darrera dècada ha tingut caràcter exponencial degut a la introducció de l’economia de plataforma a la ciutat, especialment impulsada per Airbnb. El ràpid creixement, sovint en formats de ‘homotel’ on els propietaris no viuen en la residència, i els seus efectes afegits en la turistificació de la ciutat (encariment i manca d’habitatge) ha generat gran controvèrsia social i oposició (Blanco-Romero, Blázquez-Salom & Cànoves, 2018). Els hotelers de Barcelona han denunciat sovint el caràcter deslleial per quedar fora de la regulació i normatives referents a l’allotjament que sí afecten el sector hoteler. En aquest sentit “alguns hotelers perceben Airbnb com una amenaça que requereix una resposta proactiva i unificada per part dels hotelers, tenint en compte l’entorn urbà i el barri en el qual es troben” (González, Gomis-López & Díaz-Luque, 2022:2).

Alguns actors socials s’oposen frontalment al model de creixement turístic continuat, tal i com s’ha posat de manifest en diferents estudis sobre l’augment de la protesta a la ciutat (Milano, 2018; Milano & Mansilla, 2018b; Cantero-Exojo, 2020). Aquesta oposició està relacionada amb la consideració que l’absència de gestió socialment sostenible del turisme té com a resultat la formació de desequilibris en les relacions entre residents i turistes (Abril-Sellares, Azpelicueta i Sánchez-Fernández, 2015), amb l’aparició d’efectes negatius sobre la dinàmica urbana i la convivència social (Romagnoli, 2021) i la transformació cultural del model Barcelona (Degen & Garcia, 2012). En l’argumentari de l’oposició social al turisme s’expressa que és un model culturalment banal i centrat en el creixement, inspirat en una forta marca i un entramat institucional i econòmic que domina la vida econòmica i política de la ciutat (Capel, 2005; Delgado, 2007; Garcés, 2014). A més, es posa èmfasi en què el turisme és un vector que impulsa el sector immobiliari i financer a partir de connexions històriques municipals i centralistes (Delgado, 2007).

Anna Soliguer Guix

L’oposició social al turisme es centra en el fet que es considera al turisme com un factor que causa o amplifica problemes urbans tals com l’habitatge, la desaparició del teixit comercial, el desplaçament de residents, la turistificació, la gentrificació i la massificació (Saarinen, 2013; Goodwin, 2017; Tsaur, Yen & Teng, 2018; Milano, Cheer & Novelli, 2019), a més d’altres impactes negatius com per exemple els relacionats amb l’incivisme i la inseguretat que no són tant tinguts en compte pels autors afins als moviments socials, tot i que aquests manifesten un gran rebuig als sorolls (sobretot els associats a l’oci nocturn i al turisme de borratxera<sup>505152</sup>) i la contaminació ambiental (Fernández & Morata, 2011). Aquesta protesta ha estat interpretada per alguns autors en clau evolutiva, com una evidència de declivi turístic (Diedrich & García-Buades, 2009) en contrast amb les mirades optimistes davant del creixement anterior.

La major part de temes de rebuig ciutadà vinculats amb el turisme tenen com a punt de partida una visió local, en que es modifica la quotidianitat i la identitat. La crítica sovint emergeix quan es relaciona el turisme amb l’aparició de situacions que tenen afectació sobre determinats àmbits de la localitat i sobre la manera de viure dels residents. Un cas concret, és la desaparició o transformació del teixit comercial, com per exemple, el cas del mercat de La Boqueria i la seva transició d’espai marcadament d’ús local cap a un ús mixt amb el turisme (Hernández -Cordero, 2017). La transformació de mercats i indrets del teixit comercial en indrets d’especial simbologia urbana i identitat local contribueix a accentuar aquests efectes. Per exemple, La Boqueria està al cor de La Rambla, la principal arteria turística de Barcelona i aquest fet, contribueix a la transformació del comerç al

---

<sup>50</sup> [https://www.ara.cat/societat/barcelona/barcelona-no-pot-dormir-surt-carrer-soroll-mata\\_1\\_4403787.html](https://www.ara.cat/societat/barcelona/barcelona-no-pot-dormir-surt-carrer-soroll-mata_1_4403787.html)

<sup>51</sup> La problemàtica del soroll es materialitza també en la queixa per les “terrasses” i l’activitat de lleure nocturn, tot i que sovint correspon a una protesta per l’ocupació de l’espai públic, com per exemple posa de manifest el col·lectiu ‘Fem Plaça’. Altres manifestacions de queixes per soroll, expressades especialment per algunes associacions veïnals, tenen ramificacions que denuncien el turisme de borratxera i l’incivisme, així com també l’activitat en els pisos turístics.

<sup>52</sup> Experts com l’antropòleg José Mansilla manifesten que la denúncia de la problemàtica dels sorolls té també un component marcadament ideològic i de classe, que demonitza determinades pràctiques com el botellot i l’ús de l’espai públic pels jovent, mentre que no s’aplica la mateixa intensitat crítica als hotels i altres allotjaments turístics que, directament o indirectament també hi contribueixen.

<https://twitter.com/antroperplejo/status/1557251721436463109>

Anna Soliguer Guix

convertir-lo en un recurs turístic gràcies al seu atractiu turístic (Gutiérrez-Aragón, Alcaraz-Espriu & Solano-Tatché, 2022). Un exemple diferent de transformació té a veure amb l’actual escenari de lleure nocturn, font de problemes de convivència als barris on aquesta activitat es veu amplificada per la freqüentació de turistes (Nofre, Giordano, Eldridge, Martins & Sequera, 2018). Un altre exemple d’espai urbà, la turistificació del qual genera resistències entre els residents, és el barri del Raval. Aquest barri és un dels epicentres del malestar social del centre de la ciutat<sup>53</sup>, on recentment han augmentant el nombre de plataformes veïnals de protesta contra el turisme (Quagliari, 2017). Des del punt de vista de l’autenticitat dels llocs, la capacitat invasiva i de transformació del turisme també ha rebut crítiques, sobretot des del vessant acadèmic. En aquesta línia, Palou suggereix que “els impactes i transformacions que actualment experimenta el paisatge i el patrimoni són conseqüència, en part, de la promoció que se n’ha realitzat al llarg de les dècades i de l’absència d’eines de gestió destinades a prevenir, minimitzar, frenar o corregir les problemàtiques derivades de la seva explotació turística” (Palou, 2019b: 49).

Aquesta crítica a l’autenticitat imaginada de la ciutat va lligada també a la creació d’una imatge de ciutat parcial i poc coherent amb la visió i valors de la comunitat local. La crítica incideix en la consideració que la imatge es va construir en funció de les necessitats de les mirades i els usos dels visitants dels mercats emissors (Morgan & Pritchard, 1998) en la fase de creació i desenvolupament d’escenaris turístics (MacCannell, 2003). En paraules de Palou, “la presència de visitants ha canviat la forma, la funció i el concepte de ciutat, així com la seva representació (adaptant-se i construint-se a partir dels valors, les expectatives i les necessitats dels seus visitants)” (Palou, 2019b:50). D’aquesta manera, per alguns actors socials, el turisme contribueix a transformar la identitat del territori i la dels residents. Aquesta situació genera malestar i per tant, impactes negatius

---

<sup>53</sup> [https://www.metropoliabierta.com/distritos/ciutat-vella/centenar-vecinos-ral-claman-contra-suciedad-delincuencia\\_62859\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/distritos/ciutat-vella/centenar-vecinos-ral-claman-contra-suciedad-delincuencia_62859_102.html)

Anna Soliguer Guix

perquè es percep com una colonització, o com un atac a la vida quotidiana dels residents, d’acord amb l’ideari neoliberal.

Altres focus de malestar cap al turisme tenen a veure amb el xoc cultural que provoca la visibilitat i el comportament dels turistes. L’incivisme dels turistes és una de les queixes que generen més unanimitat entre les residents (González, 2022). Un altre element que es recull en determinades visions de l’oposició social al turisme té a veure amb el seu caràcter desestructurador de la política social i del marc de convivència urbà (Sennet i Sendra, 2021). Des d’aquest posicionament s’atribueix al turisme l’empobriment polític i social derivats del seu recolzament als formats d’organització social i econòmica globals, que acaben per desplaçar les classes socials i les estructures socials autòctones.

Un altre dels eixos d’oposició social al turisme té a veure amb la percepció de sobreturisme, la congestió i la percepció de massificació turística. Des d’aquest punt de vista es vincula el turisme a la congestió del tràfic, el deteriorament dels espais públics, a la banalització, privatització i mercantilització de l’espai públic per la presència de turistes (Bruttomesso, 2018), l’alteració estètica dels barris, la propagació de la “uniformitat” normalitzadora del turisme a través de la marca, els impactes ambientals (residus, escombraries, augment de la demanda d’aigua) i els problemes de brutícia urbana (Alamilla, 2016; Crespi – Vallbona i Mascarilla-Miró, 2018; Novy & Colomb, 2019; Álvarez Sousa, 2020).

Un altre factor d’oposició social guarda relació amb la mirada crítica al turisme com un element que genera hàndicaps en el dret a la ciutat dels residents. Des d’aquesta perspectiva l’oposició sorgeix quan s’assimila el turisme a problemes que afecten els processos socials i les dinàmiques urbanes de fons. Els temes vinculats a aquestes dinàmiques tenen a veure amb els canvis bruscos en la composició demogràfica dels barris (López-Gay, 2007), l’existència de fenòmens de tensió entre comunitats (forasters i locals), els efectes de la presència d’enclavaments internacionals, o el desplaçament de residents per l’encariment de l’habitatge i la gentrificació (Gomà, 2018; Cocola-Gant i López-Gay, 2020; López-Gay, Cocola-Gant & Russo, 2020; López-Gay, Sales-Favà, Solana-Solana, Fernández & Peralta, 2021).

Anna Soliguer Guix

Els aspectes d’oposició psicosocial al turisme han començat a produir-se més recentment i, tot i que no formen part del discurs més habitual, guanyen pes (González, 2022). Els sentiments d’alienació i solastàlgia, el desplaçament físic i psicològic dels llocs familiars reals o percebuts, els sentiments de pèrdua de control sobre el futur de la comunitat, la pèrdua d’un sentit de pertinença a la comunitat, el sentiment de frustració i el ressentiment entre la publicació local cap als visitants són elements que poden ser associats al turisme i la seva presència i visibilitat, però també amb les condicions laborals i de l’entorn social dels treballadors i treballadores del sector.

També en els darrers anys l’oposició social al turisme s’ha vist retroalimentada a través del debat acadèmic al voltant del decreixement. La demanda de sostenibilitat i els dèficits en la gestió del turisme sostenible han estat fortament reivindicats per diferents actors socials (Soliguer, 2017). Des d’aquest punt de vista s’equipara el turisme a una anomalia més en la dinàmica de producció capitalista que incrementa el consum de recursos globals i fa augmentar la petjada ecològica del conjunt del territori.

#### **4.2.4. Polítiques públiques de gestió del turisme**

Segons López Palomeque, el procés de conversió de Barcelona en ciutat turística es va produir gràcies a l’enfocament de la gestió pública del turisme cap a la promoció i el suport econòmic (foment) del turisme (López Palomeque, 2015). L’evolució de la “Barcelona amb turisme” cap a la Barcelona turística va donar com a resultat un model d’èxit basat en la imatge i la marca (Palou, 2012). Cal destacar el paper de Turisme de Barcelona<sup>54</sup> com a instigador de l’èxit del model de turisme i ciutat a partir de les estratègies desenvolupades durant els Jocs Olímpics de l’any 1992 en la promoció de la ciutat com a element de competitivitat urbana. En paral·lel a l’escenari de creixement, la ciutat s’acaba convertint en una icona turística internacional, es desenvolupa la marca i es

---

<sup>54</sup> Turisme de Barcelona és un consorci públic-privat participat per l’Ajuntament de Barcelona, la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona i la Fundació Barcelona Promoció).

Anna Soliguer Guix

consolida una política de producció d’acord amb les estratègies de competitivitat interurbana i dins la lògica del capitalisme neoliberal (Russo & Scarnato, 2018; Zerva, Palou, Blasco & Donaire, 2019).

Aquest model inicial de gestió del turisme comença a canviar quan apareixen dinàmiques socials contràries o que pretenen revisar-lo. “Els primers símptomes de problemes associats a l’adaptació de l’actual model turístic es varen detectar després del fòrum Universal de les Cultures de 2004 i la crisi econòmica de 2007” (Donaire, Zerva, Palou & Blasco, 2019:3). A més, la incorporació del turisme com a tema d’interès social entre nous agents locals, com els moviments socials, o determinats mitjans de comunicació i les enquestes de qualitat de vida en els residents, va impulsar una nova mirada estratègica cap al turisme a la ciutat. Aquesta nova sensibilitat es manifestà en mesures concretes amb l’arribada al poder de la coalició d’esquerres, l’any 2015, sota el paraigua del grup Barcelona en Comú.

Les polítiques públiques revisionistes en l’àmbit del turisme es materialitzen a través de diferents vies. En primer lloc trobem plans estratègics a diferents escales, interessats en el desenvolupament del turisme però des de diferents posicionaments estratègics que intenten evitar la lògica anterior d’increment acrític i les propostes basades únicament en la captació de visitants i els increments dels nivells d’activitat. En paraules de J.A. Donaire: “en essència, els plans han estat instruments al servei de l’activitat turística, en els que l’administració pública s’ha proposat una optimització dels beneficis del turisme i ha tractat de prevenir els problemes creats per el turisme en els àmbits mediambiental, econòmic i social” (Donaire, Zerva, Palou & Blasco, 2019:4). Una de les accions de major magnitud ha estat el desenvolupament del PEUAT (Pla Especial Urbanístic d’Establiments Turístics), que limita i zonifica l’oferta d’allotjament hotel·ler de la ciutat (Porfido, Pérez & Pessoa, 2019), o la confecció d’un nou pla estratègic de turisme 2020<sup>55</sup>, amb el repte de gestionar el turisme amb una mirada especialment posada en els residents,

---

<sup>55</sup> Ajuntament de Barcelona (2010). Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015. Barcelona: Ajuntament de Barcelona-Turisme de Barcelona. <http://www.turismebcn2015.cat>

Anna Soliguer Guix

i en fer compatible l’activitat turística sense perjudici de la resta d’activitats econòmiques de la ciutat. També participen d’aquesta visió estratègica les moratòries a la construcció de nous establiments hotelers i diverses accions vinculades a la limitació, la descentralització, la regulació d’entorns (Arias-Sans & Russo, 2016), i la distribució del turisme en l’entorn metropolità (Pié i Vilanova, 2019; Arias-Sans, 2019; López Palomeque i Torres-Delgado, 2019).

D’altra banda, i com a efecte de la incorporació i repolitització del turisme en l’esfera urbana, i per donar cobertura a les noves veus i sensibilitats, un altre tipus d’accions té a veure amb la millora del model de governança turístic a la ciutat. Un exemple d’això és la constitució del Consell de Turisme i Ciutat, el qual té l’objectiu de promoure la col·laboració entre agents locals. No obstant alguns moviments socials han mostrat desencís per una mesura que consideren més cosmètica que efectiva.

Malgrat els esforços de planificació que intenten incorporar nous plantejaments estratègics, recentment a la ciutat apareix el fenomen de les plataformes de lloguer d’allotjament turístic, les quals reclamen l’atenció dels planificadors i nous plantejaments estratègics, aspectes que no estan resolts a nivell internacional i que requereixen d’una mirada ad hoc per a cada ciutat. En aquest tema l’accent no només recau en la limitació, sinó també en la regulació d’una activitat que és nova i requereix d’un esforç de “comprensió” inicial per part de les administracions, al mateix temps que té efectes potents sobre els barris i la localitat urbana (Cocola-Gant, 2016a, Cocola-Gant, 2016b; Arias-Sans, Quagliari-Domínguez & Russo, 2022). En els darrers anys, les polítiques i la planificació del turisme han tingut un component marcadament diferent de les realitzades en la fase del desenvolupament inicial post olímpic. No obstant, encara queden llacunes i camins per recórrer per fer-les més efectives des del punt de vista de la controvèrsia social que genera el turisme. Entre els aspectes que impedeixen una major efectivitat social alguns autors destaquen que encara no existeix un discurs unitari al voltant dels reptes i els programes d’actuació i que els reptes queden dispersos entre una miríada de plans i documents estratègics (Arias-Sans, 2019). També es recull la necessitat d’abandonar una òptica exclusivament local i d’abordar les polítiques turístiques des de

Anna Soliguer Guix

l’òptica metropolitana (Donaire i Duro, 2014; Arias-Sans, 2019) integrant les qüestions referents al turisme en un debat més ampli tenint en compte les oportunitats i reptes per a la ciutat i el territori (López Palomeque, 2017). Finalment, és precís repensar la governança del turisme des d’un plantejament inclusiu, assolint el repte de la participació realment paritària, i on s’eviti que els espais de presa de decisió responguin als interessos molt concrets i parcials.



## **5. El debat sobre la turismefòbia en els mitjans de comunicació escrita. Una anàlisi del període 2008 a 2019**

### **5.1.Introducció**

El contingut i resultats d'aquest capítol pretenen donar resposta a les diferents preguntes de recerca i objectius específics 01 i 02, que a continuació es detallen.

O1. Conèixer la reacció social davant del model de turisme a Barcelona com a expressió de la importància social d'aquesta activitat i prenent com a indicador el debat sobre turismefòbia desenvolupat a la premsa escrita.

O2. Analitzar la construcció social del discurs sobre turismefòbia i turisme a Barcelona, a partir de la identificació i l'anàlisi de narratives.

Bona part dels estudis acadèmics sobre la turismefòbia conclouen que el tractament mediàtic respon a una instrumentalització política entre dos posicions antagòniques (Huete i Mantecón, 2018). Sanmartín (2019) afegeix que el neologisme turismefòbia pateix un biaix ideològic creat per una determinada ideologia (la neoliberal). Per contrastar aquest supòsit volem saber si el recull de notícies sobre turismefòbia té, a més d'un recorregut informatiu, una instrumentalització política. L'anàlisi es centrarà en el discurs generat per la premsa sobre turismefòbia. Interessa, per tant, analitzar si es tracta d'un discurs unitari o de varis discursos que es solapen en representació d'interessos diversos. Finalment, també volem saber si existeixen diferències entre els mitjans seleccionats en el seu tractament del fenomen.

Anna Soliguer Guix

En el nostre estudi, per tant, es pretén donar resposta a la pregunta de fins quin punt el desenvolupament del discurs sobre la turismefòbia està relacionat amb la creació i transmissió de poder. En darrer terme volem saber si la turismefòbia respon a un debat tècnic sobre el model de turisme més adient o si pel contrari, es tracta d’una instrumentalització política creada per defensar posicionaments ideològics concrets.

## **5.2. La Turismefòbia com a objecte del discurs turístic a la premsa escrita**

### **5.2.1. L’anàlisi mètrica de les notícies sobre la turismefòbia a la premsa espanyola, 2008-2019**

Entre les notícies obtingudes s’han diferenciat les que es referien a Barcelona ciutat de les corresponents a la resta de l’Estat espanyol. La informació extreta de les notícies va ser la següent: el títol del diari, un resum de la notícia, la seva ubicació en el diari, la data de publicació, el número de paraules totals i el lloc que ocupava la paraula turismefòbia dins la notícia (destacat com a titular o bé en el text la notícia).

El número de paraules per notícia es va emprar com a indicador de la importància que un mitjà dona a la notícia. Per entendre la dinàmica i l’abast de l’interès mediàtic de la turismefòbia, s’ha ampliat la cerca als mitjans de comunicació de tota Espanya perquè l’interès principal escau en saber si Barcelona és un referent de la turismefòbia a la resta de llocs i si el debat apareix de forma simultània o posteriorment al desplegament informatiu donat al cas de Barcelona. Tot i que les primeres notícies sobre turismefòbia són de l’any 2008 i es publiquen en diaris amb seu a Catalunya, no és fins el 2017 que (degut a l’impacte mediàtic dels atacs contra interessos turístics a Barcelona i el seu ressò mediàtic i polític) apareix com un tema recurrent als diaris. La cerca es va realitzar filtrant la paraula turismefòbia en català i castellà (turismofobia) sobre tots els diaris publicats a Espanya (entre ells algunes agències de premsa i algun diari que limita amb el territori nacional). Es varen fer servir edicions en paper i en línia i també en les edicions en català

Anna Soliguer Guix

i castellà. El resultat final va ser una base de dades amb 2742 notícies, pertanyents a 82 diaris (vegeu la taula 5.1).

Taula 5.1 Notícies publicades a la premsa espanyola que inclouen la paraula clau “turismefòbia”, 2008 a 2019

<b>Nom del diari</b>	<b>Total de notícies publicades</b>	<b>% respecte el total de notícies publicades en el diari</b>
La Vanguardia	117	4,3
Expansión	93	3,4
Ara	93	3,4
El Economista	91	3,3
Diario SUR	85	3,1
La Voz de Cádiz	81	3,0
ABC	81	3,0
Diario de Mallorca	80	2,9
Diario Información	79	2,9
El País	79	2,9
El Mundo	77	2,8
Crónica Global	77	2,8
El Periódico de Catalunya	70	2,6
Europa Press	59	2,2
El Confidencial	56	2,0
Ultima Hora	55	2,0
El Correo Bizkaia	51	1,9
La Voz de Galicia	50	1,8
La Nueva España	46	1,7
El Punt Avui	45	1,6
El Español	45	1,6
El Punt Avui Comarques	42	1,5
La Rioja	41	1,5
Hoy	38	1,4
Valencia Plaza	38	1,4
El Faro de Vigo	37	1,3
Ideal	37	1,3
Agencia Efe Andalucía	37	1,3
El Comercio	36	1,3
El Nacional	35	1,3
Diario Deia	33	1,2
Diari de Girona	33	1,2
Agencia Efe	33	1,2
La Provincia de Canarias	31	1,1
Diario Córdoba	30	1,1
Diario Noticias de Gipuzkoa	30	1,1
La Opinión A Coruña	30	1,1
La Verdad	29	1,1
El Norte de Castilla	27	1,0
Diario Montañés	26	,9
La Opinión de Zamora	25	,9
Diario de Ibiza	25	,9
El Imparcial	24	,9

Anna Soliguer Guix

El Periódico Mediterráneo	24	,9
Diario Noticias de Navarra	22	,8
Andalucía Información	22	,8
El Diario de León	21	,8
Intereconomía	21	,8
Diario de Pontevedra	20	,7
Diario de Noticias de Álava	20	,7
O2B	20	,7
El Mercantil Valenciano	19	,7
Agència Catalana de Notícies	19	,7
Cinco Días	19	,7
El Progreso de Lugo	18	,7
Infolibre	18	,7
El Diario Vasco	18	,7
La Opinión de Málaga	18	,7
El Heraldo de Aragón	17	,6
Empordà	17	,6
El Correo Gallego	16	,6
Actualidad Económica	16	,6
CE Noticias Financieras	15	,5
El Periódico de Aragón	15	,5
Colpisa News Feed	14	,5
Huffpost	14	,5
El Periódico de Extremadura	14	,5
La Opinión de Murcia	14	,5
La Opinión de Tenerife	13	,5
El Independiente	12	,4
Agencia Lusa	9	,3
Estrella Digital	9	,3
Diari de Terrassa	4	,1
E-Noticias	4	,1
El Blog Salmón	4	,1
Nació Digital	2	,1
Regió 7	2	,1
Negocios.com	1	,1
La Gaceta	1	,1
Empordà Online	1	,1
Economía Digital	1	,1
Agence France Presse	1	,1

En un primer moment, varen ser els mitjans catalans els que començaren a tractar el tema de la turismefòbia. En concret, La Vanguardia i El Periódico van obrir el debat sobre el turisme a Barcelona a la premsa l’any 2008. Posteriorment, el debat es va incorporar a la

Anna Soliguer Guix

resta de l’Estat espanyol, tant per parlar del cas de Barcelona i posicionar-se a favor o en contra del seu model turístic, com per aportar les particularitats d’altres llocs turístics.

Un aspecte interessant que s’ha tingut en compte és l’existència d’associació entre la pressió exercida per l’activitat turística (expressada a partir del nombre de places totals) i la publicació de notícies sobre la turismefòbia. Per saber si existeix relació entre el total de notícies publicades a cada comunitat autònoma i l’especialització turística dels llocs, s’ha correlacionat el número total de places turístiques per comunitat amb el número de notícies totals publicades en els diaris pertanyents a cada comunitat (vegeu la taula 5.2). La correlació de Pearson resultant és negativa (-0.40). Això s’interpreta com que a les CCAA que tenen més places d’allotjament turístic es tendeix a publicar menys notícies sobre turismefòbia que en les que tenen menys places. Una excepció és Catalunya, la qual està entre les CCAA que més places turístiques tenen però també és la CCAA en la que es publiquen més notícies sobre turismefòbia per cada 1000 places turístiques. La premsa catalana ha tingut en el focus de mira el tema de la turismefòbia molt més que en d’altres CCAA amb un nombre similar de places turístiques. A banda del propi interès mediàtic de la turismefòbia el protagonisme de Barcelona com referent geogràfic d’aquest fenomen es pot explicar parcialment per la deriva política que va prendre el debat i per la importància social que la ciutat dona al turisme com a problema, tal i com es recollia en les enquestes d’opinió d’aquell moment. Els resultats del Baròmetre semestral de Barcelona del mes de juny de l’any 2017 reflecteixen la preocupació dels barcelonins al situar al turisme com el problema més greu a Barcelona (19 %) seguit de l’atur i les condicions laborals (12,4 %). La segona posició en les preocupacions dels barcelonins per l’atur i les condicions laborals, coincideix amb les de la resta de Catalunya (15,4%) i les d’Espanya (19,5%)<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> Baròmetre semestral de Barcelona (juny 2017)  
[https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/103399/1/r\\_17009\\_Resum%20de%20resultats.pdf](https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/103399/1/r_17009_Resum%20de%20resultats.pdf)

Anna Soliguer Guix

Taula 5.2 Correlació entre places turístiques de les regions d’origen dels diaris i les notícies publicades sobre turismefòbia

Comunitat Autònoma	Places turístiques	Notícies x 1000 places turístiques
Catalunya	765.422	0,73
Andalusia	506.816	0,61
Illes Balears	455.022	0,23
País Basc	51.928	2,93
Comunitat de Madrid	142.101	0,25
Castella i Lleó	138.035	0,53
Canàries	402.536	0,11
Principat d’Astúries	77.271	1,06
Extremadura	39.900	1,30
Aragó	93.460	0,34
Regió de Múrcia	46.730	0,92
Comunitat Valenciana	388.487	0,41
Galícia	123.995	1,38
Comunitat Foral de Navarra	36.721	0,60
Cantabria	73.356	0,35
La Rioja	17.918	2,29
Castella – La Manxa	64.388	*
Total Nacional	3.425.737	0,79
Coefficient de correlació		-0,40

\* No s’han trobat dades de diaris pertanyents a aquesta CCAA a la base Factiva

Les Balears reproduïx un model similar al de Catalunya, ja que la turismefòbia també va incorporar-se amb força com a tema integrant del debat polític als mitjans de comunicació. En general però, la major part de la premsa de les zones turístiques va dedicar poques notícies a parlar sobre la turismefòbia. Per exemple, a Canàries o Madrid els indicadors són més baixos que a la resta.

En definitiva, en el conjunt de les destinacions espanyoles no existeix una relació estadísticament significativa entre l’especialització turística i la pressió del turisme a nivell local i la publicació de notícies sobre la turismefòbia. Això és interpretat com un indicador de què la rellevància del debat sobre la turismefòbia a cada regió depèn de la lectura d’oportunitat política que cada mitjà de comunicació en fa, així com del diferent protagonisme, i per tant capacitat d’influir socialment, que l’oposició turística dels residents pot tenir a cada lloc.

Anna Soliguer Guix

Per exemple, el canvi de govern a la ciutat de Barcelona l’any 2015 és un factor que pot haver contribuït a amplificar el debat sobre la turismefòbia a la premsa, mentre que a les comunitats o regions on no hi ha moviments socials oposats al turisme o tenen molta menys rellevància, com a la Costa Daurada o la Costa Brava, i sí més dependència econòmica del turisme i menys pressió social contrària al turisme les notícies sobre turismefòbia també son menys abundants.

De les 2742 notícies recopilades, 1157 (un 42,5 %) són notícies exclusives al voltant de la turismefòbia a la ciutat de Barcelona (vegeu la taula 5.3). Barcelona és el lloc sobre el qual s’han publicat més notícies referents a la turismefòbia i queda com a referent de la turismefòbia a les notícies de premsa tant catalanes com espanyoles i a partir del qual el debat sobre la turismefòbia s’ha estès a altres territoris. Barcelona ha esdevingut un referent ja sigui perquè les notícies hi fan referència explícitament o perquè usen un marc d’anàlisi similar. En conclusió, la rellevància de les referències a Barcelona en les mètriques sobre les notícies de turismefòbia justifica l’anàlisi com a cas d’estudi d’aquesta ciutat, el qual es desenvoluparà més endavant i mitjançant l’anàlisi de continguts temàtics.

Taula 5.3 Total de notícies publicades sobre turismefòbia que fan referència a Barcelona (2008-2019)

Àmbit territorial de la notícia	Notícies	% respecte a total de notícies
Barcelona	1157	42,5
Altres llocs	1482	54,4
No identificades	85	3,1
Total	2724	100,0

### 5.2.2. Caracterització de les notícies a partir de l’anàlisi mètrica

La tria dels diaris on s’ha fet l’anàlisi s’ha realitzat a partir del criteri de volum de notícies publicades en cada mitjà. En el període 2008-2019 el diari amb més notícies publicades sobre turismefòbia és La Vanguardia amb 117 notícies, seguit d’Expansión (93), el Diari

Anna Soliguer Guix

Ara (93), El País (79) i El Periódico (70). Aquest resultat determina parcialment la inclusió de La Vanguardia, Expansión, Diari Ara, El País i El Periódico a l'anàlisi de contingut, però també s'ha tingut en compte l'àmbit de procedència dels diaris (per tal de poder incorporar diaris tant de Catalunya com de la resta d'Espanya) i l'especialització (per tal de poder posar diaris d'economia). Finalment, tot i què el nombre de notícies publicades no està entre els primers llocs, s'ha pres la decisió d'afegir Crónica Global donat que es tracta d'un diari de caràcter local sobre Barcelona ciutat.

Del total de notícies publicades anualment sobre turismefòbia que fan referència a Barcelona en el període 2008-2019, entre el 2008 i el 2016 el volum de notícies és mínim (2,3% del total de notícies) i l'any 2017 màxim (60,20% del total de notícies). A partir del 2018 i del 2019 disminueixen les notícies publicades (22,6% i 13,3% respectivament). En el mateix període, La Vanguardia segueix sent el diari amb més volum de publicacions (117), també especialment l'any 2017 (61,30%) (vegeu la taula 5.4).

Taula 5.4 Notícies publicades sobre turismefòbia per any (2008 a 2019)

Any	Notícies	% respecte al total de notícies publicades en el conjunt del període
2008	5	0,2
2009	5	0,2
2010	1	0
2011	1	0
2012	1	0
2013	3	0,1
2014	13	0,5
2015	12	0,4
2016	29	1,1
2017	1677	61,2
2018	621	22,6
2019	364	13,3
Total	2732	100

Les primeres notícies referents a la turismefòbia van publicar-se per primera vegada l'any 2008. Seguidament, les notícies es publicaven amb comptagotes. Però no va ser fins el 2016 (29) que va començar a prendre força. El pic es va produir al 2017 (1677) i



Anna Soliguer Guix

posteriorment al 2018 (621), cauen (364 el 2019), tot i que el format de les notícies canvia i es redacten textos més llargs. El fet que hi hagi notícies més llargues respon al fet que el tractament informatiu deixa pas a la notícia d'opinió i de debat més que no pas a la descripció dels fets o de titulars. Es tracta d'un indicador de que la turismefòbia es va consolidant com a tema de debat públic que contribueix a generar un discurs construït socialment per part de la premsa. De fet, malgrat que els fets noticiables d'actualitat (com per exemple els atacs als interessos turístics) disminueixen a partir del 2017, el debat sobre la turismefòbia continua vigent en la premsa escrita, ubicant-lo en el debat sobre el model turístic, com a tema de fons.

Les notícies s'han analitzat i classificat des del punt de vista del contingut textual. Les notícies es mesuren en funció de tres paràmetres referents a la seva llargada que representen un indicador de la importància social que els mitjans de comunicació donen a la turismefòbia. Es parteix del supòsit que quant més text dedica cada diari a explicar una notícia, major importància social li dóna com a tema de debat. Les notícies de baixa llargada textual s'assignen a les que tenen menys de 300 paraules en el cos del text. Les notícies amb una llargada mitjana tenen un interval de 301 a 1000 paraules. Per finalitzar, el grup de notícies de llargada alta fa referència a aquelles notícies amb més de 1000 paraules (vegeu la taula 5.5).

Taula 5.5 Notícies publicades sobre turismefòbia segons la llargada de la notícia (2008 a 2019)

<b>Llargada de la notícia</b>	<b>Notícies</b>	<b>% sobre el total de notícies</b>
Baixa (< 300)	417	15,5
Mitja (301 a 1000)	1852	67,5
Alta (>1000)	470	17,1
Total	2739	100

El predomini de notícies de llargada mitjana (67,5%) és un indicador de l'augment del pes de la turismefòbia com a element d'actualitat que obre les portes al debat d'opinió a la premsa espanyola.

Anna Soliguer Guix

Taula 5.6 Notícies totals publicades sobre turismefòbia segons la seva llargada per diari (i en % del total de cada diari) (2008-2019)

<b>Diari</b>	<b>Baixa</b>	<b>Mitja</b>	<b>Llarga</b>	<b>Total</b>
02B	0 (0%)	18 (90%)	2 (10%)	20 (100%)
ABC	9 (11,10%)	59 (72,80%)	13 (16%)	81 (100%)
Actualidad Económica	1 (6,30%)	6 (37,50%)	9 (56,30%)	16 (100%)
Agence France Presse	0 (0,00%)	1 (100%)	0 (0,00%)	1 (100%)
Agència Catalana de Notícies	6 (31,60%)	11 (57,90%)	2 (10,50%)	19 (100%)
Agencia Efe	9 (27,30%)	23 (69,70%)	1 (3%)	33 (100%)
Agencia Efe Andalucía	7 (18,90%)	30 (81,10%)	0 (0%)	37 (100%)
Agencia Lusa	1 (11,10%)	8 (88,90%)	0 (0%)	9 (100%)
Andalucía Información	2 (9,10%)	17 (77,30%)	3 (13,60%)	22 (100%)
Noticias Financieras	0 (0%)	11 (73,30%)	4 (26,70%)	15 (100%)
Cinco Días	7 (26,80%)	8 (42,10%)	4 (21,10%)	19 (100%)
Colpisa News Feed	0 (0%)	11 (78,60%)	3 (21,40%)	14 (100%)
Diario Córdoba	4 (13,30%)	23 (76,70%)	3 (10%)	30 (100%)
Crónica Global	10 (13%)	59 (76,70%)	8 (10%)	77 (100%)
Ara	18 (19,40%)	65 (69,90%)	10 (10,80%)	93 (100%)
Diari de Girona	3 (9,10%)	27 (81,80%)	3 (9,10%)	33 (100%)
Diari de Terrassa	0 (0%)	3 (75%)	1 (25%)	4 (100%)
Diario de Ibiza	4 (16%)	17 (68%)	4 (16%)	25 (100%)
Diario de Mallorca	12 (15,60%)	53 (68,80%)	12 (15,60%)	77 (100%)
Diario de Pontevedra	1 (5%)	10 (50%)	9 (45%)	20 (100%)
Diario Deia	4 (12,10%)	20 (60,60%)	9 (27,30%)	33 (100%)
Diario Montañés	3 (11,50%)	15 (57,70%)	8 (30,80%)	26(100%)
Noticias de Álava	2 (10%)	11 (55%)	7 (35%)	20 (100%)
Noticias de Gipuzkoa	4 (13,30%)	15 (50%)	11 (36,70%)	30 (100%)
Noticias de Navarra	3 (13,60%)	15 (68,20%)	4 (18,20%)	22 (100%)
E-Noticias	1 (25%)	3 (75%)	0 (0%)	4 (100%)
Economía Digital	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	1 (100%)
El Blog Salmon	0 (0%)	1 (25%)	3 (75%)	4 (100%)
El Comercio	10 (27,80%)	23 (63,90%)	3 (8,30%)	36 (100%)
El Confidencial	2 (3,60%)	24 (42,90%)	30 (53,60%)	56 (100%)
El Correo de Bizkaia	6 (11,80%)	37 (72,50%)	8 (15,70%)	51 (100%)
El Correo Gallego	3 (18,80%)	11 (68,80%)	2 (12,50%)	16 (100%)
El Diario de León	5 (23,80%)	16 (76,20%)	0 (0%)	100 (100%)
El Diario Vasco	5 (27,80%)	13 (72,20%)	0 (0%)	18 (100%)
El Economista	4 (4,40%)	68 (74,70%)	19 (20,90%)	91 (100%)
El Español	2 (4,40%)	31 (68,90%)	12 (26,70%)	45 (100%)
El Faro de Vigo	8 (21,60%)	26 (70,30%)	3 (8,10%)	37 (100%)
El Heraldo de Aragón	1 (5,90%)	16 (94,10%)	0 (0%)	17 (100%)
El Imparcial	4 (16,70%)	17 (70,80%)	3 (12,50%)	24 (100%)
El Independiente	3 (25%)	7 (58,30%)	2 (16,70%)	12 (100%)
Mercantil Valenciano	1 (5,30%)	11 (57,90%)	7 (36,80%)	19 (100%)
El Mundo	6 (7,80%)	59 (76,60%)	12 (15,60%)	77 (100%)
El Nacional	6 (17,10%)	24 (68,60%)	5 (14,30%)	35 (100%)
El Norte de Castilla	6 (22,20%)	17 (63%)	4 (14,80%)	27 (100%)
El País	30 (38%)	46 (58,20%)	3 (3,80%)	79 (100%)
El Periódico Catalunya	7 (10%)	47 (67,10%)	16 (22,90%)	70 (100%)
El Periódico de Aragón	4 (26,70%)	10 (66,70%)	1 (6,70%)	15 (100%)
Periódico Extremadura	3 (21,40%)	10 (71,40%)	1 (7,10%)	14 (100%)

Anna Soliguer Guix

Periódico	5 (20,80%)	18 (75%)	1 (4,20%)	24 (100%)
Mediterráneo				
El Progreso de Lugo	1 (5,60%)	6 (33,30%)	11 (61,10%)	18 (100%)
El Punt Avui	7 (15,60%)	32 (71,10%)	6 (13,30%)	45 (100%)
El Punt Comarques	7 (16,70%)	28 (66,70%)	7 (16,70%)	42 (100%)
Empordà	2 (11,80%)	11 (64,70%)	4 (23,50%)	17 (100%)
Empordà online	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
Estrella Digital	1 (11,10%)	6 (66,70%)	2 (22,20%)	9 (100%)
Europa Press	13 (22%)	45 (76,30%)	1 (1,70%)	59 (100%)
Expansión	14 (15,10%)	66 (71%)	13(14%)	93 100%
HuffPost	2 (14,30%)	7 (50%)	5 (35,70%)	14 (100%)
Hoy	7 (18,40%)	25 (65,80%)	6 (15,80%)	38 (100%)
Ideal	6 (16,20%)	21 (56,80%)	10 (27%)	37 (100%)
Infolibre	2 (11,10%)	8 (44,40%)	8 (44,40%)	18 (100%)
Información	12 (15,20%)	58 (73,40%)	9 (11,40%)	79(100%)
Intereconomía	1 (4,80%)	20 (95,20%)	0 (0%)	21 (100%)
La Gaceta	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
La Nueva España	7 (15,20%)	30 (65,20%)	9 (19,60%)	46 (100%)
La Opinión A Coruña	6 (20%)	19 (63,30%)	5 (16,70%)	30 (100%)
La Opinión de Málaga	0 (0%)	8 (44,40%)	10 (55,60%)	18 (100%)
La Opinión de Murcia	9 (64,30%)	5 (35,70%)	0(0%)	14 (100%)
La Opinión de Tenerife	0 (0%)	7 (53,80%)	6 (3,00%)	13 (100%)
La Opinión de Zamora	5 (20%)	17 (68%)	3 (12%)	25 (100%)
La Provincia Canarias	0 (0%)	16 (51,60%)	15(48,40%)	31 (100%)
La Rioja	5 (12,20%)	31 (75,60%)	5 (12,20%)	41 (100%)
La Vanguardia	36 (30,80%)	73 (62,40%)	8 (6,80%)	117 (100%)
La Verdad	3 (10,30%)	19 (65,50%)	7 (24,10%)	29 (100%)
La Voz de Cádiz	6 (7,40%)	62 (76,50%)	13 (16%)	81 (100%)
La Voz de Galicia	14 (28%)	31 (62%)	5 (10%)	50 (100%)
Nació Digital	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	2 (100%)
Negocios	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
Regió 7	0 (0%)	1 (50%)	1 (50%)	2 (100%)
SUR	9 (10,60%)	70 (82,40%)	6 (7,10%)	85 (100%)
Última Hora	5 (9,10%)	29 (52,70%)	21 (38,20%)	55 (100%)
Valencia Plaza	5 (13,20%)	25 (65,80%)	8 (21,10%)	38 (100%)
Total	417(15,20%)	1852 (67,60%)	470 (17,20%)	2739 (100%)

A les taules 5.6 i 5.7 s'aprecia que la gran majoria de diaris destina una llargada mitjana o llarga a l'elaboració de les notícies sobre turismefòbia. Tot i que els percentatges varien força entre els diferents mitjans, es pot afirmar que entre el 60 % i el 75% de les notícies publicades tenen un desenvolupament mitjà, mentre que només entre un 10 % i un 20% de les notícies publicades tenen un format breu.

Anna Soliguer Guix

Taula 5.7 Classificació dels diaris segons la llargada mitjana de les notícies publicades sobre turismefòbia

Baixa	Mitja	Llarga
	02B ABC	
	Agence France Presse Agència Catalana de Notícies Agencia Efe Agencia Efe Andalucía Agencia Lusa Andalucía Información CE Noticias Financieras Cinco Días Colpisa News Feed Diario de Córdoba Crónica Global Ara Diari de Girona Diari de Terrassa Diario de Ibiza Diario de Mallorca Diario de Pontevedra Diario Deia Diario Montañés Diario Noticias de Álava Diario Noticias de Gipuzkoa Diario Noticias de Navarra E-Notícies	Actualidad Económica
		Economía Digital El Blog Salmon
	El Comercio	El Confidencial
	El Correo de Bizkaia El Correo Gallego El Diario de León El Diario Vasco El Economista El Español El Faro de Vigo El Heraldo de Aragón El Imparcial El Independiente El Mercantil Valenciano El Mundo El Nacional El Norte de Castilla El País El Periódico de Catalunya El Periódico de Aragón El Periódico de Extremadura El Periódico Mediterráneo	

Anna Soliguer Guix

---

		El Progreso de Lugo
	El Punt Avui	
	El Punt Avui Comarques	
	Empordà	
	Empordà online	
	Estrella Digital	
	Europa Press	
	Expansión	
	HuffPost	
	Hoy	
	Ideal	
	Infolibre	Infolibre
	Información	
	Intereconomía	
	La Gaceta	
	La Nueva España	
	La Opinión de A Coruña	
		La Opinión de Málaga
La Opinión de Murcia		
	La Opinión de Tenerife	
	La Opinión de Zamora	
	La Provincia de Canarias	
	La Rioja	
	La Vanguardia	
	La Verdad	
	La Voz de Cádiz	
	La Voz de Galicia	
	Nació Digital	
	Negocios	
	Regió 7	Regió 7
	SUR	
	Última Hora	
	Valencia Plaza	

---

La classificació de diaris que es representa en la taula 5.7 s'ha realitzat a partir de la franja de notícies segons el paràmetre de llargada més present (en percentatge total de notícies) a cada diari. S'aprecia que la majoria de diaris publiquen notícies de llargada mitjana fet que expressa el seu interès social per la temàtica. Alguns diaris econòmics destaquen per incloure notícies més llargues i només un diari, La Opinión de Murcia, publica únicament notícies sobre turismefòbia de llargada curta. Es pot afirmar, per tant, que la premsa espanyola presta una especial atenció al tema de la turismefòbia entre 2008 i 2019, no només recollint els fets i esdeveniments noticiables, sinó també dedicant notícies de fons i de debat a aquesta temàtica.

Anna Soliguer Guix

Per concloure, es pot dir que les notícies publicades sobre turismefòbia entre 2008 i 2019 es caracteritzen per evolucionar des d'un pic inicial a una reducció de les notícies publicades, però on aquestes són més llargues i, més enllà dels actes contra el turisme que acostumen a tenir un tractament d'immediatesa i de titular, inclouen temes que es relacionen amb el model turístic de la ciutat i la lluita pel poder. Tenint en compte aquestes característiques l'evolució de la publicació de notícies sobre turismefòbia a la premsa espanyola admet una doble interpretació. D'una banda indica que la turismefòbia és un nou concepte que, tot i ser incorporat fa poc, ja forma part d'un discurs social arrelat a la premsa. Això és equiparable al guany de protagonisme que ha obtingut el turisme en la nostra societat. En segon lloc, el trànsit del tractament periodístic de la turismefòbia des d'un punt de vista merament descriptiu d'uns fets cap al debat més ampli de com ha de ser el model turístic també palesa la importància social que el turisme té en els nostres dies i com afecta de manera transversal tota la societat. La premsa elabora un discurs sobre la turismefòbia que va més enllà de referir-se a uns fets o titulars i genera un debat de fons sobre com ha de ser el turisme a la ciutat. A continuació ens aturarem a analitzar aquest aspecte amb més detall a partir d'una sèrie d'indicadors (vegeu la taula 5.8).

Taula 5.8 Importància i significat de la turismefòbia a la premsa espanyola, 2008-2019

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>
Cobertura dels mitjans	
Notícies publicades sobre turismificació (2008 to 2016) (%)	3.7
Notícies publicades sobre turismificació (2017 to 2019) (%)	96.3
Cobertura geogràfica	
Notícies publicades sobre turismificació referents a Barcelona (2008 to 2015) (% de notícies en tot el període)	91.02
Notícies publicades sobre turismificació referents a Barcelona (2015 to 2019) (% de notícies en tot el període)	44.03
Notícies publicades sobre turismificació referents a Barcelona (2008 to 2019) (% de notícies en tot el període)	42.56
Llargada de les notícies en paraules	
Mitjana de paraules publicades a les notícies sobre turismificació (2008)	607.3
Mitjana de paraules publicades a les notícies sobre turismificació (2019)	2019.1
Tema principal (tema [% del total de notícies publicades per diari])	
La Vanguardia	Sobreturisme [29.52]
El Periódico de Catalunya	Sobreturisme [32.52]
El País	Sobreturisme [26.62]
Diari Ara	Governança i gestió [30.09]

Anna Soliguer Guix

Crónica Global	Ús ideològic [33.04]
Expansión	Governança i gestió [42.93]
Visió general del model turístic per diari (visió general [% del total de notícies publicades per diari].	
La Vanguardia	Favorable [55.32]
El Periódico de Catalunya	Crític [50.82]
El País	Crític [63.83]
Diari Ara	Crític [34.86]
Crónica Global	Favorable [60.78]
Expansión	Favorable [93.94]

En referència a la Cobertura de mitjans el gruix de les notícies publicades corresponen als anys 2017-2019 (96,3%) coincidint amb l’atac al Bus Turístic d’Arran i l’aprofitament polític de l’oposició als governs al poder a Barcelona, Catalunya i Espanya. La Cobertura geogràfica de les notícies publicades durant els primers anys (2008-2015) corresponen gairebé totes a Barcelona (91,02 %), i posteriorment es va anar introduint el tema de la turismefòbia a la resta d’Espanya, tot i que no es dilueix l’interès per Barcelona, el qual encara continua sent molt elevat. A mesura que passen els anys, la Llargada de les notícies es fa més extensa. Així, l’any 2019 es publiquen les notícies amb una llargada mitjana més gran, i amb més paraules (2.019,1) fet que demostra el creixent interès pel tema, en contraposició a l’any inicial 2008 (607,3). Des del punt de vista temàtic el tema més associat a la turismefòbia ha estat el sobreturisme (overtourism) (88,66 %): El Periódico (32,52 %), La Vanguardia (29,52 %) i El País (26,62). En canvi, Expansión (42,93 %) i el Diari Ara (30,09 %) es decanten pel tema de la governança i la gestió. Crónica Global va fer de l’ús ideològic del terme (33,04 %) el centre de les seves notícies. Finalment, la visió general del model turístic per diari va posicionar als diaris de perfil més conservador (Expansión 93,94 %; Crónica Global 60,78 %; La Vanguardia 55,32 %) com a favorables al model turístic de creixement. En contraposició, d’altres diaris (El País, 63,83%, El Periódico de Catalunya 50,82% i Diari Ara 34,86 %) prenen un posicionament més crític. Globalment, i tenint en compte el nombre de notícies publicades en tots els diaris segons un tractament propens o contrari al model turístic actual, el posicionament favorable al model turístic actual predomina sobre el posicionament crític. És a dir, només en una part de la premsa, quan es publica sobre turismefòbia es vincula a donar una mirada crítica al model turístic actual.

Anna Soliguer Guix

### **5.3. Anàlisi de contingut de les notícies publicades sobre turismefòbia a la premsa escrita, 2008-2019**

#### **5.3.1. Breu cronologia sobre l'aparició i desenvolupament de la turismefòbia com a notícia d'interès en la premsa escrita**

La Vanguardia va ser la pionera en tractar el tema de la turismefòbia a Barcelona, amb una notícia de Quim Monzó el 19 de setembre de l’any 2008<sup>57</sup>. El 13 d’octubre del 2008, El Periódico publicava “Turismofobia en auge”<sup>58</sup>, referint-se als excessos provocats als barris turismificats”. Poc abans, a El País, Manuel Delgado va escriure “Turistofobia”, el 12 de juliol del 2008<sup>59</sup>, al·ludint a la relació de xenofòbia establerta amb la figura del turista. Prèviament a la seva aparició a la premsa, el geògraf José Antonio Donaire va publicar un post<sup>60</sup> sobre turismefòbia el 19 de juny del 2007 on s’analitza el sorgiment del fenomen de l’anti-turisme. Posteriorment, l’any 2008 aprofundia el tema en un article a *Metrópolis Abierta*<sup>61</sup>:

*“La “turismofobia” forma parte de los mecanismos propios del turismo. Un autor norteamericano ya propuso muy precozmente una teoría (Irridex), según la cual la relación entre huéspedes y anfitriones, entre turistas y residentes, pasa inexorablemente por cuatro etapas: euforia, apatía, irritación y antagonismo. Según G. Doxey, la “turismofobia” forma parte del ADN del proceso turístico que acaba inevitablemente con el antagonismo. Y, de este modo, hemos vuelto de nuevo al debate de García Canclini entre utilitaristas y paranoicos. El turismo es un factor de deformación urbana y cultural versus el turismo es una fuente de ingresos y de*

<sup>57</sup> La Vanguardia – 84: ”Hace unos días, en Guillem Carbonell.cat apareció la foto del letrero que han puesto en una pajarería de la Rambla”.

<sup>58</sup> El Periódico – 55:” Turismofobia en auge”.

<sup>59</sup> El País “Turistofobia”, 12/07/2008:

[https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html)

<sup>60</sup> Donaire, J.A., “Kill a tourist”, 2007: <http://don-aire.blogspot.com/2007/06/kill-tourist.html>

<sup>61</sup> Donaire, J.A., “La efervescencia de la turismofobia, . Barcelona *Metrópolis*. Revista de información y pensamiento urbanos, 2008 junio-septiembre,72, 70-75. <https://www.barcelona.cat/metropolis/sites/default/files/revistes/bm72baixa-cat.pdf>



Anna Soliguer Guix

*rehabilitación urbana. Es un debate sin puentes”. “Un diálogo de sordos. El turismo no precisa de debates existenciales, sino de instrumentos de gestión. Puede tener efectos demoledores sobre el espacio de acogida de la misma forma que favorecer los procesos de reactivación económica o remodelación urbana. Todo depende de la gestión. Por eso conviene actuar en cinco ámbitos complementarios: los estudios de capacidad de acogida, especialmente en los recintos privados, que fijen umbrales máximos de afluencia y restrinjan (directa o indirectamente) su acceso; una eficiente gestión de la información, orientada a la ampliación del espacio visitable, incluso más allá de los límites del área metropolitana; el incremento de los nodos (sights) visitables, preferentemente en nuevas áreas urbanas, que sean capaces de romper la frontera entre espacios escenario y espacios bastidor; la limitación de la actividad turística en las zonas urbanas de máxima concentración (como los apartamentos turísticos de Ciutat Vella); y la aplicación del know-how en gestión de la movilidad a los flujos turísticos”.*

El discurs de José Antonio Donaire referent al debat de García Canclini entre els individus que qualificava com a “utilitaristes” i “paranoics” el reprengueren alguns articulistes. Màrius Carol de La Vanguardia<sup>63</sup> relacionava als turismefòbics amb els paranoics i als utilitaristes amb els turismefílics. En un altre post publicat el 23 de juliol de l’any 2007 titulat “Turismofobia”, José Antonio Donaire es referia a la turismefòbia com “la nueva moda snob del momento<sup>64</sup>”, a la vegada que atacava les iniciatives que anaven contra els privilegis turístics. Concretament, es referia al Simposi Internacional de Turisme organitzat pel CCCB que va qualificar com a “enèsima epifania anti-turística”<sup>65</sup>. Des d’una perspectiva molt diferent, Sebastià Alzamora<sup>66</sup> del Diari Ara, va escriure que la turismefòbia no existeix, en canvi, la turismefília, sí. Segons aquest autor, la turismefília consisteix en un comportament polític i empresarial aberrant que acusa la ciutadania de ser turismefòbica per mirar de dissimular la manca de control que tenen sobre la indústria del turisme aquells que se suposa que en són experts i dirigents. Aquest aspecte és sociològicament interessant atès que ha donat peu a discutir la intencionalitat en l’acusació de turismefòbia, element que habitualment és rebutjat per part dels opositors

---

<sup>63</sup> La Vanguardia – 82:”Marius Carol”.

<sup>64</sup> Donaire, J.A., “Turismofobia”, 2007. <http://don-aire.blogspot.com/2007/07/turismofobia.html>

<sup>65</sup> El Periódico – 10:” Un grup vinculat a la CUP posa cola en panys d’empreses turístiques a Barcelona”.

<sup>66</sup> Diari Ara – 6:”Turismofobia i turismofília”.

Anna Soliguer Guix

al model turístic. Es genera, per tant, una contra narrativa que anirà apareixen de forma recurrent en els debats paral·lels a la premsa escrita. L’habitual aparició de narratives i de contranarratives en el debat a la premsa la interpretem com un signe evident de la instrumentalització del terme i de la seva relació amb les posicions de poder que mantenen els diferents actors.

D’altra banda, al llarg de l’any 2009, es comença a observar a la premsa que algunes notícies reflecteixen la creixent preocupació pel turisme com a font de problemes urbans i per les externalitats negatives que provocava l’activitat turística. Els experts avisen de la necessitat de revisar el model, iniciant un altre debat on la inclusió de la turismefòbia té com a rerefons el dret a la ciutat. No només es recull aquest debat a la premsa. Més endavant, el diagnòstic del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona apuntava la necessitat d’una revisió del model turístic, repartint més els beneficis entre tota la població i minimitzant les molèsties que causava a les zones més congestionades. El document admet l’existència de conflictes i punts negres, entre ells la inseguretad ciutadana, el soroll, la brutícia i la pèrdua de població resident. Tot seguit, alerta del perill que s’acabés imposant una certa turismefòbia detectada sobretot en l’opinió pública, aspecte que es recollit pels mitjans de comunicació<sup>67</sup>. Un altre exemple és l’estudi de la Universitat de Barcelona i Ibertur de l’any 2011 i dirigit per Jordi Tresserras, on s’avisava que hi havia turismefòbia a Barcelona (la qual afecta entre un 6,5 % i un 8% dels residents) i a Lloret (per motius d’ incivisme i soroll). El vicepresident de l’Associació de Veïns del Casc Antic de Lloret de Mar, aconsella als barcelonins, que la capital catalana "tingui més en compte l’experiència de Lloret, els seus errors i els problemes que ha tingut per evitar repetir-los"<sup>68</sup> a la vegada que pronosticava la “lloretització” de Barcelona. Aquest cas exemplifica el creuament de mirades entre destinacions, amb una estructura molt diferent, a partir d’un mateix fenomen, el qual s’equipara als dos llocs. Aquest fet torna a posar sobre la taula el tractament de la turismefòbia des d’una perspectiva discursiva més que tècnicament acurada.

---

<sup>67</sup> La Vanguardia – 87. “El diagnóstico del Plan Estratégico del Turismo anticipa que Barcelona no está dispuesta a renunciar a su gallina de los huevos de oro, pero apunta una revisión del modelo”.

<sup>68</sup> Diari Ara – 26: ”Turismefòbia: la creu de l’èxit turístic”.

Anna Soliguer Guix

Els anys 2013 i 2014 algunes notícies sobre l’auge de la turismefòbia feien referència a l’excessiva velocitat en la transformació de la ciutat en destinació turística, tenint com a resultat, que la convivència no estava ben resolta. Per exemple, Jordi Ficapal criticava la concentració de turistes en algunes zones de la ciutat<sup>69</sup>. No és aliè al debat d’aquest moment les demandes d’un nou model turístic sol·licitades per les associacions de veïns perquè se’ls estava expulsant dels barris, a la vegada que desapareixia el teixit comercial (Milano, 2018). Per solucionar aquesta problemàtica social, i, per tant, reduir la turismefòbia, experts en planificació com José Antonio Donaire proposen redistribuir millor els beneficis i els costos associats al turisme. Amb aquest objectiu, es planteja centrifugar, enviant els turistes a altres barris, fer rutes alternatives, regular, limitar i ser bel·ligerants amb les webs que publiciten Barcelona com un destí de borratxera. El debat inicial sobre la turismefòbia, centrat inicialment en la descripció i/o denúncia dels problemes ocasionats pel turisme a la comunitat local, comença a incorporar també elements de gestió i sobre el model turístic desitjable.

D’una altra banda, les notícies sobre turismefòbia comencen a recollir també la veu dels residents. La Federació d’Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona (FAVB) insistia en la necessitat de la participació ciutadana a les decisions enlloc de deixar-les en mans dels lobbies turístics per poder preservar la identitat dels barris mitjançant la cohesió del teixit comercial<sup>70</sup>. El canvi de model turístic proposat pels veïns dels barris turismificats, era compartit per alguns experts. Carles Tudurí coincidia amb Miquel Puig al destacar la necessitat de revisar el model turístic actual i gestionar els problemes que genera en el teixit social, argumentant que els atacs no eren bons per a la imatge de Barcelona però que els turistes vindrien igualment<sup>71</sup>.

Una tercera línia de debat, amb un caire més polititzat, s’incorpora al debat genèric sobre la turismefòbia a finals del període analitzat. Aquesta línia apareix després dels atacs comesos per Arran (una organització juvenil vinculada al partit polític de la CUP) al Bus

---

<sup>69</sup> Diari Ara – 22: “L’Ajuntament busca mesures per oxigenar els barris amb més turisme”

<sup>70</sup> Diari Ara – 20: “Debat turístic; com es pot evitar caure en la turismofòbia?”.

<sup>71</sup> Diari Ara – 4:” “La turismofòbia augmentarà si no es reparteixen els beneficis”

Anna Soliguer Guix

Turístic de Barcelona<sup>72</sup>. Per exemple, la Vanguardia, va donar molta publicitat a aquest fet perquè hi detectaren una gran oportunitat política per atacar al govern municipal de Colau. D'altra banda, El País constata la lluita pel poder dintre de la guerra de classes entre els independentistes<sup>73</sup>. Al marge de les lluites pel poder municipal i les lluites independentistes, els diaris nacionalistes liberals emfatitzaren més les protestes i els problemes socials<sup>74</sup>, a la vegada que interpreten que la turismefòbia no es relaciona tant amb la ideologia com amb la política<sup>75</sup>.

Per concloure, en l'evolució cronològica de les notícies publicades sobre turismefòbia es detecten diferents moments clau que s'exposen al llarg de tres eixos temàtics principals: 1) una incorporació inicial, més enllà dels impactes dels atacs, del debat sobre la turismefòbia com a resposta al dret a la ciutat per part dels ciutadans; 2) un debat posterior, però gairebé paral·lel a l'anterior, sobre el model de gestió turística; 3) i un debat més transversal i de tipus polític que es desmarca dels anteriors i que a diferència dels altres dos debats, té major relleu en alguns mitjans que en d'altres.

#### **5.4. La construcció del discurs sobre turisme i turismefòbia a la premsa espanyola**

En aquest apartat, s'aplica un mètode d'anàlisi de continguts per mesurar els elements temàtics relacionats amb la turismefòbia que apareixen a la premsa i observar com cada diari ho desenvolupa a partir d'estratègies narratives. En primer lloc, es duu a terme una anàlisi descriptiva de les principals temàtiques codificades per a cada diari i es realitza una anàlisi del seu posicionament en relació al model turístic actual. Posteriorment, s'identifiquen diferents narratives amb les quals es construeix el discurs sobre el turisme de Barcelona en els mitjans de premsa escrita espanyola entre 2008 i 2019. Podeu trobar els detalls i exemples concrets de notícies pertanyents a cada narrativa en l'annex 1.

---

<sup>72</sup> La Vanguardia – 8:” Quatre encaputxats ataquen un Bus Turístic a prop del Camp Nou”.

<sup>73</sup> El País – 41:” Los ataques al turismo abren otra brecha entre la CUP y Puigdemont”.

<sup>74</sup> El País – 8:” Turismofobia”.

<sup>75</sup> Crónica Global – 30:” Los comerciantes estallan contra el deterioro de la marca Barcelona”.

Anna Soliguer Guix

Els principals temes de debat que es relacionen amb les notícies publicades sobre turismefòbia queden reflectits a la taula 5.9. En aquesta taula s'aprecia el predomini de determinades temàtiques, com per exemple la percepció del sobreturisme (29,85 % del total de notícies publicades), les propostes de gestió (26,39%) i especialment, la regulació (15,7%). En canvi, la presentació de la turismefòbia des de la perspectiva dels residents (16,68%) o com a conflicte (7,67%) que genera protesta social ocupen un segon pla en el tractament de les notícies.

A continuació es presenta l'anàlisi cas per cas dels sis diaris de la mostra (vegeu la taula 5.10) amb el resum i comparació de la mostra de diaris.

Taula 5.9 Temes relacionats amb la turismefòbia publicats per la premsa espanyola, 2008-2019

	Total notícies	% del tema sobre total notícies del diari	% del tema sobre total notícies a la premsa
<b>BLOC 1 conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme</b>			
Gentrificació	21	6,23	1,04
Bombolla turística	5	1,48	0,25
Precarietat laboral	64	18,99	3,17
Desigualtat de gènere	3	0,89	0,15
Problemes d'habitatge	115	34,12	5,69
Comercialització (comodificació) dels centres urbans	26	7,72	1,29
Desaparició del teixit comercial tradicional	15	4,45	0,74
Pèrdua de població resident	36	10,68	1,78
Encariment del cost de la vida	44	13,06	2,18
Monocultiu turístic	8	2,37	0,40
<i>TOTAL BLOC 1</i>	337	100,00	16,68
<b>BLOC 2. Percepció d'excés de turistes (overtourism)</b>			
Impactes ambientals i contaminació	17	2,82	0,84
Molèsties i comportaments inadequats	342	56,72	16,93
Capacitat de càrrega	147	24,38	7,28
Problemes de mobilitat	73	12,11	3,61
Visibilitat dels turistes	19	3,15	0,94
Problemes de salut dels residents	5	0,83	0,25
<i>TOTAL BLOC 2</i>	603	100,00	29,85

Anna Soliguer Guix

<b>BLOC 3. Propostes i accions</b>			
<b>3.1. Accions per reconduir les desigualtats creades pel turisme</b>			
Gènere	0	0,00	0,00
Protecció dels treballadors	4	0,75	0,20
Millores laborals	8	1,50	0,40
Polítiques socials	12	2,25	0,59
<b>3.2. Propostes de models de gestió de l’activitat turística</b>			
Limitació	41	7,69	2,03
Desconcentració	22	4,13	1,09
Mediació	1	0,19	0,05
Regulació*	318	59,66	15,74
Desestacionalització	16	3,00	0,79
Diversificació	10	1,88	0,50
Taxació i imposició	61	11,44	3,02
Decreixement	40	7,50	1,98
<b>TOTAL BLOC 3</b>	<b>533</b>	<b>100,00</b>	<b>26,39</b>
<b>BLOC 4. Protesta ciutadana</b>			
Acció ciutadana al carrer	68	43,87	3,37
Acció de resistència directa	87	56,13	4,31
<b>TOTAL BLOC 4</b>	<b>155</b>	<b>100,00</b>	<b>7,67</b>
<b>BLOC 5. Aspectes ideològics</b>			
Ús partidista del concepte turismefòbia	185	47,19	9,16
Efectes negatius de l’ús de la TFB sobre la imatge de la destinació	207	52,81	10,25
<b>TOTAL BLOC 5</b>	<b>392</b>	<b>100,00</b>	<b>19,41</b>

\*Dins de “Regulació” s’agreguen diferents temes: plans i propostes de qualitat (28,4%); polítiques turístiques instrumentalitzades mitjançant planificació estratègica (19,7%); propostes de models turístics redistributius (17,1%) i altres [consulta a experts, reformes legals, processos de participació ciutadana] (34,8%).

## La Vanguardia

En aquesta diari les notícies sobre turismefòbia tenen com a eix temàtic principal les pertanyents al codi Ús partidista del concepte turismefòbia (un 16,56% de les notícies publicades en aquest mitjà tracten la turismefòbia des d’aquest punt de vista), destacant els atacs contra el govern municipal d’Ada Colau<sup>76</sup>, especialment a partir de notícies que

<sup>76</sup> La Vanguardia – 12: “Barcelona en Comú minimitza l’assalt al bus i acusa l’oposició de magnificar-lo”.

Anna Soliguer Guix

recullen l’oposició a la gestió del govern local de la turismefòbia<sup>77</sup> (es demana tenir una “tolerància zero”) ja sigui per institucions o per part dels partits de l’oposició (PDeCAT<sup>78</sup>, PP<sup>79</sup>, Cs, ERC)<sup>80</sup>.

Un moment clau en aquest debat polític instrumentalitzat a través de la turismefòbia va ser a conseqüència de l’atac d’Arran al Bus Turístic<sup>81</sup>. Si bé inicialment La Vanguardia dedicava una bona part de les notícies publicades sobre turismefòbia a descriure aquests fets tal com s’observa en les notícies codificades com Acció ciutadana al carrer 4,19 % i Acció de resistència directa 5,30 %)<sup>82</sup>, posteriorment, les notícies es centren en recollir les tensions polítiques locals, en ocasions sovint a partir del debat que van suscitar els atacs turístics del col·lectiu Arran. En concret la polèmica política entre la CUP i altres partits del Govern i de l’oposició municipal es van manifestar en notícies referides als posicionaments sobre qui (i què) era considerat turismefòbic<sup>83</sup>. Aquesta línia de debat presenta una derivada quan es fa referència a la imatge de la ciutat (un 11,48 % de les notícies publicades a La Vanguardia s’integren dins del codi Efectes negatius de l’ús de la TFB sobre la imatge de la destinació), l’erosió de la qual es posa com a argument per defensar les postures que critiquen o persegueixen les actituds turismefòbiques que poden acabar portant el declivi turístic a la destinació<sup>84</sup>.

Una segona temàtica destacada en el tractament de la turismefòbia a La Vanguardia és la que té a veure amb el codi Molèsties i comportaments inadequats per part dels turistes (18,54%), i els efectes la Capacitat de càrrega (6,62%). El subcodi Inseguretat (29,76%), dintre del codi Molèsties, és la resposta al malestar<sup>85</sup> produït per la massificació<sup>86</sup>. Es

<sup>77</sup> La Vanguardia – 27:” Declaració contra la turismofòbia”.

<sup>78</sup> La Vanguardia – 10:” Les joventuts de la CUP reivindiquen l’atac al bus turístic”.

<sup>79</sup> La Vanguardia – 88:” Fernández acusa al gobierno local de frenar la economía”.

<sup>80</sup> La Vanguardia – 6:” Colau promet al sector que posarà fre a la turismofòbia”.

<sup>81</sup> La Vanguardia – 22:” El PDeCAT renya la CUP pels atacs al turisme”.

<sup>82</sup> La Vanguardia – 27:” Declaració contra la turismofòbia”.

<sup>83</sup> La Vanguardia – 34: “La CUP exigeix la destitució del conseller Vila després de l’1-O”.

<sup>84</sup> La Vanguardia – 69:” Els empresaris demanen “despolititzar” el turisme”.

<sup>85</sup> La Vanguardia – 21:” Un nou episodi de turismofòbia ha sorgit en alguns carrers del barri de...”

<sup>86</sup> La Vanguardia – 85:” Hereu pide "un nuevo pacto social" en Barcelona para evitar la "turismofobia"

Anna Soliguer Guix

tracta d’una visió de les conseqüències associades al sobreturisme a la ciutat, la qual es considerada com una causa important de l’aparició d’actituds de turismefòbia<sup>87</sup>.

Finalment, el diari publica algunes notícies sobre turismefòbia que es relacionen amb el debat al dret a la ciutat. Els Problemes d’habitatge (4,19%), l’Encariment del cost de la vida (2,21%), la Pèrdua de població resident (1,77%), la Gentrificació (1,77%), la Comodificació dels centres urbans (1,10%) i la Desaparició de teixit comercial tradicional (0,88 %) són temes que es posen en relació amb el desenvolupament recent del turisme a la ciutat i que per tant, exemplifiquen causes de l’aparició de la turismefòbia. Les notícies recollides sota el codi Regulació son també destacables a La Vanguardia (9,93 %), les quals inclouen propostes i fórmules de gestió diverses que van des de la cerca de la qualitat en el model turístic fins a la proposta de fórmules per a la redistribució dels beneficis i impactes del turisme a la ciutat.

### **Diari Ara**

Al Diari Ara les notícies publicades més nombroses pertanyen al bloc de codis de Propostes i accions (30,09%), el qual destaca per sobre del bloc Sobreturisme (29,20 %) i del bloc conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme (18,29 %). Una particularitat del Diari Ara és que el debat polític derivat de la turismefòbia es centra especialment sobre el procés d’independència de Catalunya<sup>88</sup>. Les notícies incloses dins del codi Ús partidista del concepte de la turismefòbia (7,96 %) reproduïxen diferents punts de vista i opinions sobre el procés polític (tot i que predomina l’associació d’atacs al turisme com un entrebanc per a l’avenç del procés polític) però coincideixen en la instrumentalització del turisme com a argument del debat.

Un segon bloc de codis, en concret el que fa referència al sobreturisme<sup>89</sup>, destaca entre les notícies publicades. La descripció de la problemàtica associada a l’aparició de la

---

<sup>87</sup> La Vanguardia – 4: “No és turismofòbia, és cabreig”.

<sup>88</sup> Diari Ara – 21:” Les ganes d’importar la 'kale borroka' a Catalunya”.

<sup>89</sup> Diari Ara – 22:” Barcelona corre el risc de morir d’èxit”.



Anna Soliguer Guix

turismefòbia<sup>90</sup> té a veure amb les dificultats per compatibilitzar el desenvolupament i creixement del turisme amb la qualitat de vida urbana<sup>91</sup>.

El malestar dels residents es reflecteix en les notícies publicades que pertanyen al codi Acció ciutadana al carrer (5,01 %), els Problemes d’habitatge (5,60 %), referits a les expulsions de veïns degudes a l’encariment del preu de l’habitatge, juntament amb les Molèsties i comportaments inadequats (14,45 %) focalitzats en la situació que pateixen els veïns en relació al codi Incivisme (6,12 %) per part dels turistes. A diferència d’altres diaris, l’Ara introdueix notícies crítiques sobre la Precarietat laboral del turisme (4,42 %), per exemple, alertant dels efectes perjudicials que la mediocritat dels salaris mitjans poden tenir sobre el conjunt de la destinació<sup>92</sup>. El diari dóna molt de pes a la gestió<sup>93</sup> del turisme en el debat. Així el 18,58% de les notícies són incloses dins del bloc de la Regulació. Es destaca la necessitat d’un canvi de model, en concret cap al Redistributiu (19,05 %), aspecte que es relaciona amb la problemàtica destacada en l’anterior bloc de notícies. És a dir, el diari publica notícies que aborden la necessitat de regular, limitar (2,95 %), i descentralitzar el turisme (1,47 %)<sup>94</sup>. Però també s’inclouen propostes més transformadores que proposen el decreixement (0,59%)<sup>95</sup> de l’activitat turística.

El diari parla més de model de gestió, des d’una perspectiva força àmplia d’opcions, amb l’objectiu de repensar i canviar el model de desenvolupament<sup>96</sup>. El Diari Ara també publica notícies on s’instrumentalitza políticament la turismefòbia posant l’èmfasi en el debat sobre el procés d’independència, debatent les possibles conseqüències que l’actitud davant el turisme dels residents i dels agents locals (especialment els partits i moviments socials) pot tenir sobre aquest procés.

---

<sup>90</sup> Diari Ara – 20:” Debat turístic; Com es pot evitar caure en la turismofòbia?”.

<sup>91</sup> Diari Ara – 8:” Turismofòbia? Residentofòbia?”.

<sup>92</sup> Diari Ara – 41:” Els límits del turisme a Barcelona ja estan identificats, ara cal actuar”.

<sup>93</sup> Diari Ara – 5:” L’auge de visitants és un fenomen global que obliga les ciutats a repensar quin model econòmic volen”.

<sup>94</sup> Diari Ara – 24:” L’Ajuntament busca mesures per oxigenar els barris amb més turisme”.

<sup>95</sup> Diari Ara – 31:” Vers la sostenibilitat pel decreixement turístic”.

<sup>96</sup> Diari Ara – 5:” L’auge de visitants és un fenomen global que obliga les ciutats a repensar quin model econòmic volen”.

Anna Soliguer Guix

## Crónica Global

Al diari Crónica Global el bloc de notícies més present és el de la politització de la turismefòbia, el qual s'inclou dins del bloc Aspectes ideològics (33,04%) i, especialment la denúncia dels efectes negatius que aquest fenomen té per al sector turístic local<sup>97</sup>. En concret apareixen sovint referències al malestar ocasionat per la pèrdua de reputació<sup>98</sup> de la marca Barcelona<sup>99</sup>. El codi Efectes negatius de l'ús de la turismefòbia sobre la imatge de la destinació inclou el 23,39% de les notícies totals publicades en aquest diari<sup>100</sup>. Una de les estratègies narratives emprades a Crónica Global per reflectir aquesta preocupació és donar veu als experts en turisme i representants del sector turístic<sup>101</sup>.

Malgrat que l'enfocament habitual de les notícies publicades al diari és de caire econòmic, l'aprofitament de la turismefòbia per qüestions polítiques també hi és força present, especialment en el reconeixement del procés català com a un factor vinculat amb la caiguda de les reserves turístiques i un potencial perjudici per a la marca, en el desenvolupament dels impactes sobre el turisme o la crítica als posicionaments polítics contraris a l'excessiu desenvolupament turístic. Un segon focus d'interès del diari es centra en notícies publicades incloses en el codi “sobreturisme”, entès com un factor que fonamenta l'aparició d'actituds de turismefòbia entre els residents (31,87%). En canvi el paper que tenen les notícies vinculades a les desigualtats socials i econòmiques del turisme i el dret a la ciutat ocupen un lloc marginal (Conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme 5,85%)<sup>102</sup>.

El diari publica un volum de notícies similar al d'altres mitjans sobre les Propostes d'acció (21,93 %), especialment les vinculades a la Regulació del sector (18,71 %). No obstant, es posa un èmfasi especial en alguns temes d'ordre públic (per exemple les notícies sobre la demanda de més Control policial i l'exigència de major pressió sobre

<sup>97</sup> Crónica Global – 26:” Cs denuncia la "ausencia" de Colau ante los problemas de Barcelona”.

<sup>98</sup>Crónica Global – 4:” Acave: “La palabra turismofobia debería eliminarse del diccionario”.

<sup>99</sup> Crónica Global – 30:” Los comerciantes estallan contra el deterioro de la marca Barcelona”.

<sup>100</sup>Crónica Global – 12: “Rapapolvo a Colau por la falta de promoción de Barcelona”.

<sup>101</sup> Crónica Global – 50:” ¿Cómo puede conseguir Barcelona un turismo de calidad?”.

<sup>102</sup> Crónica Global – 4:” Acave: “La palabra turismofobia debería eliminarse del diccionario”.

Anna Soliguer Guix

L’Incivisme representen més d’una quarta part (27,15 %) de les notícies incloses en el codi sobre les Molèsties del turisme. En el tractament informatiu, aquest aspecte es vincula sovint amb els efectes que el turisme pot tenir en el desprestigi de la marca Barcelona, associant-lo sovint a l’anomenat “turisme de borratxera”<sup>103</sup>.

### **El Periódico**

La distribució de les notícies de turismefòbia per blocs temàtics del Periódico és similar a la resta de diaris. La pressió del turisme sobre els residents<sup>104</sup> i els barris turístics<sup>105</sup> ocupa el volum de notícies sobre turismefòbia<sup>106</sup> més important (Percepció d’excés de turistes 32,57 %), seguit de les notícies que aborden maneres de gestionar el model turístic en relació a la turismefòbia<sup>107</sup> (Propostes i accions 8,25 %), mentre que les notícies des del punt de vista de la desigualtat urbana i el conflicte urbà pel dret a la ciutat són el següent bloc més destacat (Conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme 24,37 %). Les preocupacions principals derivades de la pressió turística recollides a les notícies tenen a veure amb els Problemes d’habitatge (7,97 %) i la massificació o Capacitat de càrrega<sup>108</sup> (7,06 %) associada en algunes notícies a molèsties greus<sup>109</sup> que deriven en la pèrdua de residents, però també de la producció de molèsties als propis turistes.

El tractament de les notícies és plural i es recullen punts de vista diferents i, de vegades oposats, incloent des de representants de veïns fins al punt de vista de la regidoria d’empresa i experts acadèmics<sup>110111</sup> i es posa l’èmfasi en la voluntat d’escoltar les

---

<sup>103</sup> Crónica Global – 50:” ¿Cómo puede conseguir Barcelona un turismo de calidad?”.

<sup>104</sup> El Periódico – 47: “Vivint amb el turista”.

<sup>105</sup> El Periódico – 57:” Miles de universitarios llegan a BCN de fiesta”.

<sup>106</sup> Crónica Global – 45:” Nueva oleada de actos vandálicos contra el turismo en Barcelona”.

<sup>107</sup> El Periódico – 55:” 'Turismofobia' en auge”.

<sup>108</sup> El Periódico – 55:” 'Turismofobia' en auge”.

<sup>109</sup> El Periódico – 9: “Del 'run' a l'Arran Arran'; Els atacs acaben ocultant la gravetat del problema global de la massificació”.

<sup>110</sup> El Periódico – 9: “Del 'run' a l'Arran Arran'; Els atacs acaben ocultant la gravetat del problema global de la massificació”.

<sup>111</sup> El Periódico – 20:” Turisme, reiniciant; Algunes zones de BCN s'acosten a un límit de sostenibilitat o de càrrega turística que seria bo conèixer”.

Anna Soliguer Guix

peticions dels residents<sup>112</sup> (per exemple els de la Barceloneta)<sup>113</sup> d’arribar a un acord per part de les institucions i a la recerca de solucions de governança. Sovint, les notícies sobre propostes exposades al Periódico expressen la necessitat de gestionar el model turístic des del reconeixement de la tasca que el govern municipal estava realitzant. Es dona legitimitat a la crítica del model turístic<sup>114</sup> a partir d’una proposta de nova governança i s’aplaudeix la proposta de canvis en aquest model, com per exemple es posa de manifest en una entrevista a l’alcaldessa de Barcelona, Ada Colau<sup>115</sup>:

*“Estem fent canvis. Per primera vegada hi ha un lideratge públic. Ja s’ha ordenat el final de l’activitat de 2000 pisos turístics il·legals i l’actual taxa turística no només es destina a la promoció del turisme sinó també a accions per compensar els barris més afectats pel turisme massiu. És important evitar parlar de turismefòbia perquè és convertir en fenomen el que en realitat és un efecte: les molèsties, incomoditats, l’expulsió de veïns i comerços per a la pressió especulativa”.*

A banda de plantejaments tradicionals sobre propostes basades en les polítiques clàssiques o les noves propostes de regulació basades en la limitació de l’activitat i en la redistribució de beneficis i perjudicis, en aquest diari es posa especial èmfasi en fer referència a les alternatives basades en el decreixement turístic (6,61 %).

En canvi les notícies sobre la politització<sup>116</sup> de la turismefòbia hi tenen poca presència al Periódico en comparació a la resta de diaris (Aspectes ideològics 9,11 %), així com també les notícies referides a la Protesta ciutadana (5,69 %). Tot i que el volum de notícies sobre aquests blocs és inferior, el tractament en titulars i editorials dels fets de protesta<sup>117118119</sup> és similar a la de la resta de diaris, amb ramificacions també cap a l’aprofitament de la turismefòbia en el debat polític local. En una línia semblant de politització del turisme, al diari es recullen notícies basades en les declaracions protagonitzades per representants de

<sup>112</sup> El Periódico – 20:” Turisme, reiniciant; Algunes zones de BCN s’acosten a un límit de sostenibilitat o de càrrega turística que seria bo conèixer”.

<sup>113</sup> El Periódico – 18: “La Barceloneta, baròmetre sobre el turisme”.

<sup>114</sup> El Periódico – 40:” La situació dels assalariats no ha millorat malgrat que ha augmentat la rendibilitat per plaça d’allotjament”.

<sup>115</sup> El Periódico – 4: “Ada Colau; "S'ha d'evitar parlar de 'turismofòbia'".

<sup>116</sup> El Periódico – 13: “El PP acusa Colau de ser "bombrera piròmana" amb la turismofòbia”.

<sup>117</sup> El Periódico – 58:” ¿Turismo sostenible o de sangría?”.

<sup>118</sup> El Periódico – 14:” Quatre encaputxats van assaltar un Bus Turístic a Barcelona”.

<sup>119</sup> El Periódico – 22:” Endavant, integrant de la CUP, se suma als atacs al turisme”

Anna Soliguer Guix

diferents institucions i organitzacions turístiques econòmiques<sup>120121</sup> de la ciutat on s’argumenta que la turismefòbia perjudica la imatge de la ciutat. Per exemple, algunes notícies reflecteixen el fet que els partits de l’oposició aprofitaren els atacs per atacar al govern municipal i acusar-lo de criminalitzar el sector turístic<sup>122123</sup>.

## Expansión

La distribució de notícies per blocs temàtics a Expansión presenta particularitats destacables respecte a la resta de diaris. En aquest mitjà la preocupació principal gira al voltant de les propostes de gestió, mentre que les causes de la problemàtica, sense deixar de tenir un volum de notícies important, són secundaries. En aquest sentit, prop de la meitat de les notícies (42,93 %) fan referència a les propostes de gestió, mentre que un 26,09 % estan relacionades amb la pressió turística (sobreturisme) i només un 10,33 % amb les desigualtats i el conflicte urbà. En aquest mitjà especialitzat en notícies econòmiques, l’atenció mediàtica, per tant, no recau tant en els problemes del turisme que afecten als residents com en el debat sobre la reforma del model turístic. En aquest sentit el debat s’allarga fins a enllaçar amb temes paral·lels, com la manca de regulació per controlar el creixement dels pisos turístics il·legals, on la turismefòbia apareix també com a argument complementari. En aquest debat es relaciona la turistificació amb la falta de regulació dels pisos turístics<sup>124</sup>, posant de manifest també el punt de vista de la principal plataforma de lloguer d’apartaments compartits Airbnb<sup>125126</sup>.

A Expansión les notícies referides al replantejament del model turístic es refereixen sobretot a la pèrdua i recuperació de la qualitat (gairebé la meitat de les notícies incloses en el codi regulació (48,89%) fan referència a aquesta temàtica. Altres propostes que

<sup>120</sup> Periódico – 26:” El comerç alerta de les greus conseqüències de la crisi del taxi per a l’economia i la imatge de Barcelona”.

<sup>121</sup> El Periódico – 35:”Restauradors pessimistes i hotelers expectants”.

<sup>122</sup> El Periódico – 3:” L’oposició ataca el govern de Colau per la turismofòbia”.

<sup>123</sup> El Periódico – 6:” Les agències de viatges acusen Colau de fomentar la 'turismofobia'.

<sup>124</sup> Expansión – 33: "El único reto de la vivienda turística es la regulación".

<sup>125</sup> Expansión – 28: “Airbnb se defiende y critica a los hoteleros”.

<sup>126</sup> Expansión – 18: “Los hoteleros creen que los pisos turísticos son una amenaza para la sostenibilidad del sector”.

Anna Soliguer Guix

tenen protagonisme són les referides a la promoció i imatge turística, les més habituals dins del bloc de propostes d’acció a partir de polítiques turístiques tradicionals (22,22%).

Les notícies incloses en l’ús polític de la turismefòbia<sup>127</sup> són el tercer bloc més important de notícies publicades en aquest diari (13,04 %). El debat no es centra tant en la política municipal i local com en la política econòmica<sup>128</sup>. La instrumentalització política de la turismefòbia és posada en relleu sobretot com a argument per discutir les accions de planificació que limiten el desenvolupament d’oferta d’allotjament turística, la manca de preocupació o d’acció de l’administració per la pèrdua de qualitat que porta al declivi del sector turístic tradicional o per no controlar suficientment segments de turistes (com els de borratxera) que perjudiquen la imatge de Barcelona. Dins d’aquest bloc temàtic, tot i no ser majoritàries, apareixen també notícies que polititzen la turismefòbia remarcant<sup>129</sup>, segons la font que la davallada de reserves<sup>130</sup> i beneficis no tenen tant a veure amb la turismefòbia com amb les tensions generades pel conflicte sobiranista o afirmant que són les imatges de violència als mitjans de comunicació les que facilitaren el descens de reserves<sup>131</sup>.

Finalment, les notícies referides al bloc temàtic de protestes i accions al carrer contra el turisme, tenen un volum similar a la resta de mitjans, però el tractament informatiu i el llenguatge utilitzat per descriure els fets i els protagonistes dels mateixos té un to sensacionalista (per exemple en algunes notícies es parla de “vandalisme” i de “terrorisme”)<sup>132</sup> així com també s’expressa una preocupació forta per la repercussió internacional que poden tenir aquests fets sobre la imatge turística de la ciutat<sup>133</sup> i la seva reputació<sup>134</sup>.

<sup>127</sup> Expansión – 17: "La turismofobia nos pone los pelos de punta. No somos el pim pam pum de los políticos".

<sup>128</sup> Expansión – 11: "Revés a la gestión turística de Ada Colau".

<sup>129</sup> Expansión – 27: "Los brotes de inestabilidad en Cataluña están asestando un duro golpe al sector".

<sup>130</sup> Expansión – 9: "Barcelona se ha caído de la lista de ciudades candidatas a acoger eventos".

<sup>131</sup> Expansión – 26: "Torrella: "La marca Barcelona es muy fuerte, pero no es inmune".

<sup>132</sup> Expansión – 8: "Hay que aislar a los extremistas".

<sup>133</sup> Expansión – 9: "Barcelona se ha caído de la lista de ciudades candidatas a acoger eventos".

<sup>134</sup> Expansión – 6: "Se está poniendo en peligro un sector absolutamente necesario".

Anna Soliguer Guix

## El País

Els blocs temàtics de notícies relacionades amb la turismefòbia més presents al diari El País es reparteixen de forma equilibrada entre les causes derivades de la pressió turística (26,62 %), les propostes de gestió (25,48 %) i les vinculades amb la desigualtat<sup>135</sup> i conflicte urbà (25,10 %). El diari recull, per tant, la preocupació<sup>136</sup> pels problemes<sup>137</sup> que originen la turismefòbia i la resposta que, des de diferents punts de vista, la ciutat dóna als problemes derivats del model turístic vigent<sup>138</sup>. En aquest mitjà es dóna especial importància a la problemàtica laboral (8,37 % de les notícies estan ubicades dins del codi precarietat laboral) la qual es planteja des de la responsabilitat del sector turístic però també com una manifestació de les desigualtats<sup>139</sup> que genera la reforma laboral espanyola a les empreses turístiques, especialment al sector hotelier i la restauració<sup>140</sup>. Molta menys atenció entre les notícies publicades al País relacionades amb la turismefòbia reben els blocs temàtics de politització de la turismefòbia (14,07 %) i protestes i accions<sup>141</sup> al carrer contra el turisme (8,75 %). L’ús polític de la turismefòbia inclou tant aspectes de la controvertida política local<sup>142</sup> amb declaracions creuades entre partits de govern i l’oposició<sup>143</sup>, la crítica a l’actuació en turisme del govern municipal, com també integrat en el debat sobre el paper del turisme en el manteniment i foment de les desigualtats del model econòmic capitalista<sup>144</sup> o, més marginalment, sobre els impactes del procés d’independència<sup>145</sup> en l’aparició de la turismefòbia i els efectes sobre l’activitat turística<sup>146</sup>.

<sup>135</sup> El País – 4:” Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria”.

<sup>136</sup> El País – 2: “Colau pide evitar el término turismofobia”.

<sup>137</sup> El País – 17:” Y ahora la letanía de la 'turismofobia'”.

<sup>138</sup> El País – 26: “Barcelona pone coto a los hoteles y pisos vacacionales”.

<sup>139</sup> El País – 6:” Turismofobia”

<sup>140</sup> El País – 11:” Borrachera”

<sup>141</sup> El País – 15: “Especular con la violencia”.

<sup>142</sup> El País – 3: “Qué queda de la turismofobia? “.

<sup>143</sup> El País – 22:” La oposición reprueba a Colau por el 'top manta'.

<sup>144</sup> El País – 41:” Los ataques al turismo abren otra brecha entre la CUP y Puigdemont”.

<sup>145</sup> El País – 44:” La inseguridad desbanca al 'procés' como primer problema de los barceloneses”.

<sup>146</sup> El País – 14: “Las agencias de viajes niegan cancelaciones por el 1-0”.

Anna Soliguer Guix

Taula 5.10 Comparació dels principals temes que apareixen en les notícies sobre turismefòbia per diari i període

	<b>La Vanguardia</b>	<b>Ara</b>	<b>Crónica Global</b>	<b>El Periódico</b>	<b>Expansión</b>	<b>El País</b>
Bloc 1	13,91 (4)*	18,29 (3)	5,85 (5)	24,37 (3)	10,33 (4)	25,10 (3)
Bloc 2	29,58 (1)	29,20 (2)	31,87 (2)	32,57 (1)	26,09 (2)	26,62 (1)
Bloc 3	18,98 (3)	30,09 (1)	21,93 (3)	28,25 (2)	42,93 (1)	25,48 (2)
Bloc 4	9,49 (5)	7,37 (5)	7,31 (4)	5,69 (5)	7,61 (5)	8,75 (5)
Bloc 5	28,04 (2)	15,04 (4)	33,04 (1)	9,11 (4)	13,04 (3)	14,07 (4)
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bloc 1 Conflicte urbà i manifestació de desigualtats generades pel turisme

Bloc 2 Percepció d'excés de turistes (sobreturisme)

Bloc 3. Propostes i accions

Bloc 4. Protesta ciutadana

Bloc 5. Aspectes ideològics

\*Els números entre parèntesi indiquen l'ordre d'importància que té el bloc, segons el número de notícies publicades, en cada diari. Les àrees ombrejades indiquen quin és el diari que ha publicat més notícies sobre un bloc en concret.

L'anàlisi temàtica de les notícies publicades sobre turismefòbia en els diaris seleccionats permet interpretar l'aparició de notícies a partir d'uns patrons comunicatius compartits en el tractament temàtic de la informació (vegeu la taula 5.10). En primer lloc els diaris segueixen una pauta comunicativa, que anomenem interès informatiu i d'actualitat de la notícia que recull (a través de relativament poques notícies, però destacades en titulars) les protestes antiturístiques de fort impacte mediàtic, així com (mitjançant un volum de notícies més important) les notícies que volen fer-se ressò de la preocupació creixent dels residents pel turisme com un dels problemes de la ciutat. L'abundància de notícies al voltant del sobreturisme posa de manifest aquesta relació entre la preocupació ciutadana pel creixement turístic i l'abast de notícies sobre turismefòbia incloses en aquest bloc. Tot i què amb menys notícies publicades als diaris, el fet que el bloc de notícies sobre desigualtat urbana també estigui força representada en la majoria de diaris té a veure amb el patró comunicatiu que anomenem tractament informatiu del dret a la ciutat i el lleure. Els impactes i desajustos del turisme, especialment en el seu vessant social són rellevants



Anna Soliguer Guix

en tots els diaris analitzats. Les notícies incloses en el bloc de propostes d'actuació completen l'aproximació dels diaris a la turismefòbia en un patró que anomenem interès propositiu i de reflexió sobre el model turístic. En resum, els diaris proposen una visió de la turismefòbia com la manifestació intangible d'un problema latent en el model turístic de Barcelona i, en conseqüència obren el debat públic a com pot encaixar-se el turisme a la ciutat. Com veurem més endavant a l'analitzar les narratives, en aquest debat el turisme és globalment considerat com una part constitutiva de l'ADN de la ciutat i, per tant, en escasses ocasions apareixen plantejaments alternatius a la continuïtat de l'activitat. En definitiva, l'exposició de temàtiques i el tractament comunicatiu de les notícies publicades sobre turismefòbia entre 2008 i 2019 posa de manifest que, globalment considerat, el discurs de la premsa escrita introdueix un component crític amb el turisme que anteriorment era molt menys visible.

Un segon aspecte a destacar és l'ús polític de la turismefòbia en les notícies publicades. Aquest bloc representa una bona part de les notícies publicades en la majoria de diaris, arribant en alguns casos a una quarta part i fins a un terç del total. Les pautes comunicatives que apareixen associades tenen a veure amb l'ús simbòlic del llenguatge per naturalitzar o deslegitimitza actituds i discursos, l'associació de la turismefòbia a la lluita pel poder, especialment a nivell local, o l'assimilació del turisme amb les transformacions polítiques com per exemple en la relació entre turisme i el procés d'independència.

A banda de l'existència d'aquests trets comuns hi ha tot un seguit de particularitats i aproximacions diferents a cada àmbit segons el diari. Com és lògic l'aproximació ideològica i política de la qual parteix cada diari, el tipus de lector/electorat que el llegeix habitualment o la relació amb els interessos del sector turístic i la seva dependència (contactes personals, publicitat rebuda, participació en l'accionariat, etc.) són factors que ajuden a interpretar les diferències i els matisos. Resulta d'interès destacar algunes variants en la manera particular amb la qual cada mitjà s'hi aproxima. Els diaris com l'Ara, El País o El Periódico debaten sobre la gestió del turisme en termes que tendeixen a recollir les propostes de planificació turística que limiten o redistribueixen l'activitat

Anna Soliguer Guix

turística, mentre que la premsa especialitzada en economia dibuixa uns escenaris de gestió on prenen rellevància les fórmules de pèrdua de millora de la competitivitat sectorial per evitar la conseqüent pèrdua de qualitat (massificació) – erosió de la imatge- i el declivi urbà.

Entre els codis que, a partir de la literatura acadèmica, s'han tingut en compte per caracteritzar el fenomen de la turismefòbia n'hi ha alguns que tenen molt poc pes en la publicació de notícies. Això té interès, no només per identificar els codis silenciats o de menor protagonisme en la premsa escrita, sinó que també és rellevant en la interpretació de les diferències en la línia narrativa sobre la turismefòbia entre els diversos diaris (vegeu la taula 5.11).

Taula 5.11 Temes d’aparició poc freqüent en les notícies publicades sobre turismefòbia, per diaris

Blocs	Codis	La Vanguardia	Ara	Crónica global	El Periódico	Expansión
BLOC 1	Gentrificació					
BLOC 1	Bombolla turística					
BLOC 1	Precarietat laboral					
BLOC 1	Desigualtat de gènere					
BLOC 1	Comercialització (comodificació) dels centres urbans					
BLOC 1	Desaparició del teixit comercial tradicional					
BLOC 1	Monocultiu turístic					
BLOC 2	Visibilitat dels turistes					
BLOC 2	Problemes de salut dels residents					
BLOC 3	Polítiques de gènere					
BLOC 3	Protecció dels treballadors					
BLOC 3	Milliores laborals					



Anna Soliguer Guix

Taula 5.12 Interpretació del posicionament sobre la turismefòbia de cada diari

POSICIONAMENT	A	%	B	%	C	%	CH	%	D	%	E	%	TOTAL NOTÍCIES	TOTAL %
Favorable amb actitud continuista	52	55,32	8	18,6	31	60,78	11	18,33	31	93,94	11	23,4	144	43,9
Favorable amb actitud de revisió	20	21,28	14	32,56	7	13,73	8	13,33	1	3,03	6	12,77	56	17,07
Crític	10	10,64	15	34,88	5	9,8	31	51,67	0	0	30	63,83	91	27,74
Neutre	12	12,77	6	13,95	8	15,69	10	16,67	1	3,03	0	-	37	11,28
Total	94	100	43	100	51	100	60	100	33	100	47	100	328	100

A= La Vanguardia

B= Ara

C= Crónica Global

CH= El Periódico

D= Expansión

E= El País

Per classificar les notícies en relació al posicionament dels diaris sobre el turisme s'ha procedit a crear una escala de quatre nivells de variables (vegeu la taula 5.12). El primer nivell s'anomena Favorable amb actitud continuista i fa referència a l'immobilisme que dona suport al model turístic extractivista i la seva voluntat de que no es produeixin canvis. En segon lloc, Favorable amb actitud de revisió es refereix a aquells posicionaments que consideren necessari introduir canvis que beneficiïn a un espectre més ampli de la població i el territori. En tercer lloc, el posicionament Crític es refereix als diaris que exposen visions que encaixen dins la crítica del neoliberalisme turístic i volen canviar de model. Per finalitzar, les notícies sobre turismefòbia i el model turístic actual que no introdueixen un posicionament clar ni emeten judicis de valor han estat agrupades en el grup Neutre. D'aquesta anàlisi es conclou que la premsa ha usat la turismefòbia com un element discursiu sobre la validesa del model turístic i l'encaix d'aquesta activitat en la societat i la ciutat actuals. La turismefòbia ha estat també un element que els permet expressar les necessitats i focus de renovació i transformació desitjats. Finalment, el discurs sobre la turismefòbia acosta a la premsa escrita a defensar o deslegitimitzar determinades actituds polítiques (referides especialment a les propostes en la manera d'entendre la gestió del turisme) de manera que actuen com altaveu (o

Anna Soliguer Guix

silenciadors) de determinades formes de poder a través de la comunicació. L'anàlisi qualitatiu dels continguts de les notícies permet fer una primera aproximació al posicionament global i de fons que cada mitjà té sobre la turismefòbia i com, a través de la seva mediació, interpreta el model turístic actual i les propostes de futur. Globalment considerats, els diaris expressen la necessitat de continuar amb el model de desenvolupament urbà basat en el turisme, però assenyalant clarament l'aparició de problemes que requereixen un tractament i revisió des de la gestió. Malgrat aquestes consideracions generals, cada diari presenta un patró sensiblement diferent quant al seu posicionament davant de la turismefòbia. Els diaris més partidaris de la continuïtat del model turístic actual ho defensen des d'un posicionament en clau local centrat en la problemàtica dels residents afins al model turístic actual (com és el cas de Crónica Global) i evocant els efectes de la baixa qualitat (associada a la massificació) sobre l'erosió de la imatge turística de la ciutat (com també s'aprecia sobretot al diari Crónica Global), però també des de l'empatia i la proximitat amb els sectors hotelers i comercials (La Vanguardia). Cal tenir en compte també que gairebé una de cada tres notícies parteix d'un posicionament crític. De fet, des dels posicionaments més crítics s'incideix en què, més que una reforma parcial, cal un canvi alternatiu i de rumb en el model de desenvolupament urbà o bé apunten que el model actual desequilibrarà la balança entre els impactes percebuts negatius sobre els positius dels residents. Aquest darrer punt de vista és compartit en bona mesura en el discurs dels diaris El País o El Periódico on la turismefòbia s'exposa com un element que fa trontollar l'equilibri en la relació de la ciutat i el turisme, el qual fins fa poc estava controlat. El diari Ara fa de frontissa entre els discursos amb un posicionament més continuista amb el model actual i els més crítics, donant protagonisme a una visió reformista del model turístic centrat en aspectes com la redistribució de beneficis i impactes negatius, però també modulats políticament en funció de com la turismefòbia pot contribuir al desgast del procés sobiranista català.

## **5.5.Estratègies narratives sobre turismefòbia desplegades a la premsa espanyola**

L’objectiu d’aquest apartat és analitzar les narratives dels diaris que formen part d’aquest estudi, els quals contribueixen a la construcció social de la turismefòbia. A partir de l’anàlisi de continguts de les notícies de premsa s’han identificat tres categories de relats, els quals estan compostats per diferents atributs identificats en el procés de codificació.

### **a) Els residents primer. Narratives des de la perspectiva de la comunitat local**

En el context d’una ciutat en què les enquestes municipals mostraven una preocupació creixent per l’impacte del turisme, la introducció de temes de turistificació i turismefòbia permet als residents jugar un paper principal en el debat urbà. Les diverses narracions per part de la premsa escrita recullen les actituds canviants dels residents envers el turisme, però no projecten la idea de resistència estructurada ni empodera la comunitat local. Dit d’una altra manera, les narratives transmeten socialment la preocupació local pel turisme, però no es centren en les desigualtats urbanes estructurals o els desequilibris socials. A més, la premsa espanyola, al contrari de les xarxes socials, rarament dóna veu als grups d’interès que representen discursos de resistència urbana, com ara moviments anti turístics i algunes associacions de veïns. Les narracions es centren en els problemes de la ciutadania, segons la lògica que els residents són un element essencial per avaluar l’impacte del turisme en llocs turístics, ja que el compliment i l’opinió dels residents és un requisit clau per a l’èxit i la sostenibilitat del desenvolupament turístic (vegeu la taula 5.13). Partint d’aquesta visió, la premsa utilitza un enfocament des de la comunitat local com a mecanisme per generar narracions que posen de manifest problemes urbanístics locals com la pèrdua de qualitat de vida i per advertir de la possibilitat que Barcelona perdi competitivitat com a destinació turística urbana. En aquest sentit, les narracions utilitzen freqüentment comparacions negatives de Barcelona amb les destinacions turístiques massives (descrites en alguna ocasió com a "lloretització de Barcelona", en referència a la ciutat costanera de Lloret de Mar) i denuncien pràctiques excessives fonamentades en l’oci nocturn (festes, begudes als carrers, drogues i prostitució). Un altre

Anna Soliguer Guix

factor a afegir és la por que el comportament dels turistes, l’amuntegament i l’impacte ambiental causat pels creuers acabin desacreditant la imatge promocional de la ciutat que s’ha construït durant dècades en el turisme cultural i patrimonial (Palou, 2006).

Taula 5.13 Narratives i temàtiques incloses en el discurs sobre la comunitat local

Narratives	Exemples de notícies
Narratives relacionades amb la massificació del turisme a la ciutat. Les notícies reflecteixen una narrativa relacionada amb els primers símptomes del trastorn, inclosos els problemes més visibles i més impactants per a la comunitat local, com ara els derivats del turisme de vacances, festes de nit i begudes excessives. Aquestes narracions es fan més presents a mesura que l’agenda de mitjans locals incorpora nous temes com la preocupació per l’impacte ambiental, la seguretat, l’habitatge o la capacitat de càrrega física i social de la ciutat (nombre creixent d’arribades de creuers, pisos turístics il·legals, problemes de drogues i delictes).	<p>Octubre 2012 “Turismefòbia: la creu de l’èxit turístic”, Ara.</p> <p>Marzo 2015. “Miles de universitarios llegan a Barcelona de fiesta”, El Periódico de Catalunya.</p> <p>Agosto 2016. “¿Turismo sostenible o de sangría?”, El Periódico de Catalunya.</p> <p>Juliol 2017. “Creuers, luxe i contaminació a Barcelona”, Públic.</p> <p>Setembre 2017. “Movilització social: La ciutadania diu ‘prou’ a la massificació turística”, Ara.</p> <p>Setembre 2017. “La fòbia al turisme és per la gestió de serveis”, El Periódico de Catalunya.</p> <p>Abril 2018. “Turismofobia en Barcelona ante la llegada del mayor crucero del mundo”, Intereconomía.</p>
Narratives que recullen la preocupació dels ciutadans pel turisme	Junio 2017. “El turismo es la principal preocupación de los barceloneses por encima del paro, La Vanguardia.
Convergència de narratives entre les parts interessades	<p>Septiembre 2016. “Colau y los hoteleros exigen mano dura contra los pisos turísticos”, Crónica Global.</p> <p>Agosto 2017. ‘Las viviendas de uso turístico han provocado la ‘turismofobia’”, El Economista.</p> <p>Enero 2018. “Entrevista con José Luis Zoreda (vicepresidente de EXCELTUR) La avalancha de pisos turísticos ha aumentado la turismofobia, ABC.</p> <p>Noviembre 2019. “Entrevista a Gonzalo Echevarría (Ola Hotels): Parte de la culpa de la masificación es de los cruceros y el alquiler”, Última Hora.</p>

Anna Soliguer Guix

Cal destacar que alguns elements de les narracions de la “comunitat local” també són de vegades utilitzats per altres actors, la qual cosa resulta en algunes visions convergents inesperades. Per exemple, els hotelers i els moviments socials coincideixen en la necessitat de regular els pisos turístics il·legals, tot i que aborden el tema des de lògiques i punts de vista força diferents.

### **b) La governança de la turistificació en el marc del turisme com a part de la identitat de la ciutat**

Un segon eix narratiu està estretament relacionat amb el primer, ja que es centra en les fórmules de gestió més adequades per revertir o minimitzar els impactes adversos del turisme que molesten, en menor o major mesura, a la comunitat local (vegeu la taula 5.14). Les narracions identificades sobre aquest eix es centren en la governança i les solucions tècniques per a la gestió turística. Els interessos i els punts de vista dels diferents grups d’interès generen narracions diverses i matisades que, tot i així, s’uneixen en una meta-narrativa basada en el supòsit que el turisme s’integra a la identitat de la ciutat. Per tant, la importància de trobar solucions a l’impacte del turisme com a element bàsic de les narracions s’interpreta com una forma de naturalitzar la relació de la ciutat amb el turisme. Es poden distingir diverses narracions que segueixen aquesta premissa general. Una primera narrativa, que es troba especialment en els diaris econòmics, dóna continuïtat al dinamisme econòmic, evocant el caràcter no negociable del turisme en funció de la dependència econòmica de la ciutat de l’activitat i suposant que, si el turisme està amenaçat, la disminució i la reducció econòmica seran resultat inevitable.

Una segona narrativa suposa que el turisme està aquí per quedar-se i que, per tant, cal respondre als reptes que planteja el turisme urbà cercant un equilibri complex entre el dret a la ciutat i el dret a l’oci. Aquesta narrativa construeix un futur imaginari de la ciutat de tal manera que ja no és possible imaginar Barcelona sense incorporar la variable turística a l’equació urbana.



Anna Soliguer Guix

## Taula 5.14 Narratives i qüestions incloses en el discurs sobre el model de governança i gestió del turisme

Narratives	Exemples de notícies
Narratives en defensa del model de creixement, basat en la por de la decadència econòmica i la manca d’alternatives realistes al turisme per a la generació de creixement econòmic.	<p>Junio 2016. “Las cifras respaldan el turismo como un sector económico potente”, Expansión.</p> <p>Agosto 2017. “A quienes atacan el turismo no les importa nada el desempleo”, El Comercio.</p> <p>Agosto 2018. “La última gran industria europea”, El Economista.</p>
Les narratives es van centrar en la naturalització de la identitat turística urbana, basada en la necessitat d’un futur projecte urbà que limiti el turisme alhora que reconeix el seu paper en la identitat de la ciutat. Aquestes narracions reflecteixen una resposta estratègica i institucional basada, com a criteris de planificació, en la limitació del turisme i la governança inclusiva.	<p>Febrero 2014. “La ‘turismofobia’ fuerza un cambio de estrategia”, La Vanguardia.</p> <p>Enero 2017. “Colau logra aprobar el PEUAT gracias a un acuerdo de última hora”, La Vanguardia.</p> <p>Juny 2017. “El repte és distribuir millor els beneficis del turisme”, El Periódico de Catalunya.</p> <p>Setembre 2017. “El principal repte del turisme ara és apostar seriosament per la qualitat”, Ara.</p> <p>Febrer 2018. “Si vols ser una destinació turística mediocre, tingues salaris mediocres”, Ara.</p>
Les narratives del turisme com a usurpador de la identitat de la ciutat. Aquestes narracions se centren principalment en models de desenvolupament alternatius (incloent turisme o no), la progressiva substitució o regulació de les formes de turisme més agressives i propostes per al decreixement turístic.	Agost 2016. “Vers la sostenibilitat pel decreixement turístic”, Ara.

La territorialitat del turisme es reconeix tant com un fenomen no separat de la resta de la ciutat, com a agent de producció que forma part de la identitat de la ciutat. Segons aquesta perspectiva, cal afrontar els reptes de la turistificació mitjançant un enfocament transversal de planificació i un projecte urbà que limiti el turisme i recuperi l’ús residencial de la ciutat. La narrativa de governança expressa el desig de construir un diàleg sòlid entre els grups d’interès, la participació social, la transparència política i un

Anna Soliguer Guix

projecte de planificació turística basat en la limitació del turisme a la ciutat, la desconcentració, la descentralització i la mediació (Donaire, Zerva, Palou & Blasco, 2019; Milano, 2018).

Una tercera narrativa centra la desnaturalització de la identitat de la ciutat a causa del turisme. Aquesta narrativa, menys present en el discurs de la premsa espanyola, recull un punt de vista alternatiu d’una ciutat projectada en què el turisme apareix com un usurpador de la identitat urbana local. En aquesta narrativa, el turisme s’associa a la pèrdua d’identitat local i s’equipara a una amenaça que banalitzava l’esperit del lloc i genera externalitats negatives per als locals alhora que fomenta interessos econòmics externs i inversions especulatives. Algunes parts d’aquesta narrativa se centren en la manca de sostenibilitat del model turístic actual i la defensa explícita del decreixement turístic.

### **c) L’exploració de la turismefòbia com a element principal en la lluita pel poder polític**

El discurs de premsa és un element estratègic en la formació i manteniment de les relacions de poder. Això és coherent amb el fet que el tercer eix del discurs sobre turistificació té un caràcter marcadament ideològic, posant de manifest l’actual tendència cap a la politització del turisme (Mantecón & Velasco, 2020; Milano, Novelli, & Cheer, 2019b). La característica principal d’aquesta narrativa és l’ús de la turismefòbia per legitimar o deslegitimar els actors socials d’acord amb les seves preferències en relació amb un model turístic específic. Concretament, es poden distingir dos tipus d’aproximacions narratives (vegeu la taula 5.15). Una primera narrativa implica la criminalització i la deslegitimació dels moviments antiturisme. Es critiquen les protestes i els atacs contra interessos turístics, tant al carrer com als mitjans socials. El contingut formal i els elements lèxics i narratius utilitzats en les descripcions i adjectivacions de notícies juguen un paper important en l’accent en la confrontació entre posicions polaritzades. Sovint s’utilitzen expressions com “violència irracional inspirada en combats al carrer”, “vandalisme”, “terrorisme” i “odi contra els turistes”. La narrativa fomenta la por que Barcelona perdi prestigi internacional, i facin que les protestes

Anna Soliguer Guix

erosionin la seva imatge turística i que Barcelona pugui els rànquings de les ciutats més hostils al turisme. Els atacs s’interpreten com a accions violentes que generen incertesa i por als mercats turístics i perjudiquen l’economia de la ciutat. En algunes notícies apareix també l’estratègia de criminalització com una crida a la responsabilitat ciutadana: els residents que s’oposen a la presència de turistes són acusats de xenofòbia i recorden retòricament que tothom és turista. Aquests arguments es contrasten amb la naturalesa cosmopolita, oberta i acollidora de la ciutat i generen contra-narracions de reparació, pel qual es guia el govern local per revertir els efectes nocius de les protestes sobre la imatge de la ciutat o destinar els ingressos de la taxa turística a fins diferents als de la promoció turística.

Una segona narrativa és sobre l’ús polític de la turismefòbia amb finalitats partidistes per enderrocar els rivals polítics. Amb l’argument de fons de pèrdua de competitivitat, l’oposició crítica que el partit polític a càrrec del govern municipal (Barcelona en Comú) i, en particular, l’alcaldessa, Ada Colau, sigui ineficaç a la vegada que l’acusen de promoure la turismefòbia. De la mateixa manera, les causes de l’aparició de diverses estadístiques d’opinió pública negatives relacionades amb la inseguretat ciutadana, el poc control sobre el comportament social dels turistes o l’augment de les taxes de criminalitat urbana s’han atribuït a la ineficiència o negligència política en la gestió del turisme. Un altre ús polític de la turismefòbia és el debat sobre l’independentisme català, l’anomenat “procés català”. El conflicte polític a Catalunya ha estat àmpliament debatut pels mitjans de comunicació nacionals i internacionals en l’última dècada, sobretot quan, l’1 d’octubre de 2017, el referèndum independentista català, que no havia estat aprovat pel govern espanyol, va ser violentament reprimat per la policia; en els anys posteriors, es van produir manifestacions, disturbis i càrregues policials a diferents ciutats catalanes. La sensació d’inseguretat creixent que afectava els principals mercats turístics durant les setmanes posteriors va provocar l’anul·lació de nombroses reserves turístiques i això va contribuir a intensificar la turistificació al debat polític que impulsaren els mitjans de comunicació. Alguns diaris van relacionar la caiguda de les reserves directament amb els esdeveniments de l’1 d’octubre de 2017, acusant els partidaris independentistes i els partits polítics, i van argumentar que la turismefòbia només va tenir un petit paper per explicar les

Anna Soliguer Guix

cancel·lacions en comparació amb els efectes del procés independentista. També es va generar un debat paral·lel a la premsa catalana, on s’afirmava que l’actitud antiturística dels partits d’esquerra radicals i els moviments socials dificultava el procés català.

Taula 5.15 Narratives i qüestions incloses en el discurs sobre l’ús ideològic i polític del turismefòbia

Narratives	Exemples de notícies
<p>Les narratives de deslegitimació i criminalització de la protesta anti-turística descriuen i analitzen els efectes dels atacs als interessos turístics, posant èmfasi en el caràcter conflictiu i violent d’aquestes accions. La denúncia d’actituds turístiques i fòbies es justifica per l’erosió de la imatge turística de la ciutat i la pèrdua de competitivitat; també apel·la al sentit ciutadà dels comportaments cívics. Cal destacar l’ús de recursos narratius, retòrics, lèxics i d’altres recursos narratius per reforçar l’objectiu principal de criminalitzar els opositors al turisme.</p>	<p>Marzo 2015. “Guiris go home. Teatro contra los turistas”, La Vanguardia.          Julio 2017. “Arran reivindica l’atac al bus turístic de Barcelona, El País.          Mayo 2017. “Pintadas amenazantes en el Park Güell suman tensión al conflicto del turismo”, El Mundo.          Agosto 2017. “Lo que existe detrás de la hostilidad al turismo es, sin duda, xenofobia”, El País.          Agosto 2017. “El mensaje de la ‘turismofobia’ llega a la prensa internacional”, El Español.          Agosto 2017. “El caos de El Prat y la turismofobia noquean la imagen de Barcelona”, Crónica Global.          Agosto 2017. “Els atacs contra el turisme massiu a Barcelona alerten la premsa britànica”, Ara.          Agosto 2017. “La turismefòbia no cessa a Barcelona i Endavant es suma al vandalisme”, Catalunyaapress.          Agosto 2018. “Humor macabro con ‘balconing’. En Barcelona, la turismofobia se hace patente con unos llamativos carteles que invitan al ‘guiri’ a tirarse al vacío”, La Verdad.          Febrero 2020. “Apareixen pintades contra el turisme al Parc Güell aprofitant el coronavirus”, El Nacional.</p>
<p>Les narratives que impliquen l’ús partidista del concepte turismefòbia tenen com a objectiu influir en l’opinió pública centrant-se en la ineficiència del govern local i la seva complicitat amb les actituds turismefòbiques.</p>	<p>Agosto 2017. “Las agencias de viajes culpan a los políticos como Ada Colau del auge de la turismofobia”, Expansión.          Agosto 2017. “Colau, forçada a una reunió d’urgència sobre la turismefòbia”, Ara.          Septiembre 2017. “El conflicto catalán es un desastre para el sector hotelero”, 02B.          Gener 2018. “L’alcalde de Venècia carrega contra la política turística de Colau”, El Periódico de Catalunya.          Enero 2018. “Rivera celebra los datos récord del turismo a pesar de la ‘turismofobia’ y el desafío del ‘procés’”, El Periódico de Catalunya.</p>

Anna Soliguer Guix

---

Juliol 2018. “Colau s’ha equivocat amb un discurs que ha fomentat la turismefòbia”, Ara.

Agost 2018. “Colau és reprovada per tercera vegada per l’atac d’uns manters a un turista”, El Periódico de Catalunya.

Diciembre 2019. “El exalcalde Hereu pide ‘un nuevo pacto social’ en Barcelona para evitar la ‘turismofobia’”, El Digital de Asturias.

---

### 5.5.1. Estratègies narratives sobre turismefòbia

El discurs dels diferents diaris analitzats s’ha estructurat a partir de cinc elements bàsics detectats al llarg de l’anàlisi de les narratives en les notícies analitzades: 1) la valoració global que fan del turisme com a instrument per al desenvolupament econòmic i social; 2) els impactes derivats de l’excés de turisme; 3) la proposta de solucions que ofereixen a través de la gestió turística; 4) el nivell de politització de la turismefòbia en el tractament mediàtic de la informació; i 5) els agents socials més representats a qui es dona veu en les notícies publicades. Aquests elements s’han tingut en compte, en cada diari, per tal de caracteritzar el fil discursiu sobre turismefòbia a la premsa espanyola.

Per classificar de manera sistemàtica i sintètica les narratives s’ha pres com a marc de referència la proposta tipològica elaborada per Mantecón & Velasco (2020).

Segons Huete i Mantecón (2018) la politització derivada de la dimensió mediàtica en el tractament de la turismefòbia va obstaculitzar els esforços per abordar el problema dels efectes negatius del turisme, limitat per l’ús com a marc conceptual de la Social Exchange Theory. Mantecón i Velasco intenten superar les mancances amb el marc de la Teoria Clàssica de la Pressió (en referència a l’esforç mental i l’estrès) de Merton. Aquesta teoria provinent de la sociologia, estudia els modes d’adaptació dels individus dins de la societat portadora de cultura. Els autors adapten els cinc estadis proposats per Merton per analitzar el turisme en el context occidental a partir de la relació que aquesta activitat manté com a finalitat i mitjà de producció capitalista (ends and means). La finalitat és interpretada com el creixement econòmic sota la lògica del capitalisme i per mitjans entenen les estructures neoliberals en què es desenvolupa la societat del consum. El discurs sobre

Anna Soliguer Guix

turismefòbia s'interpreta, en aquest model, segons una gradació entre l'acceptació sense crítica o amb objeccions del paper del turisme com a mitjà de producció al servei d'una determinada finalitat. Els autors distingeixen cinc tipus de discurs sobre turismefòbia: legitimització, crítica innovadora, resignació, crítica radical i utopia subversiva.

La legitimització és un tipus d'aproximació basada en una alta acceptació tant dels mitjans com dels objectius de creixement econòmic. La crítica innovadora es correspon amb una alta identificació i acceptació dels objectius i un qüestionament dels mitjans. En el cas de la resignació, s'estableix una relació entre el turisme i la producció de la riquesa que no es basa en conviccions sobre el valor dels propòsits proposats. La crítica radical s'expressa en actituds de crítica directa envers el turisme i el capitalisme. En aquest cas es reconeix el turisme com un instrument més de l'explotació econòmica capitalista que minva la justícia social. La utopia subversiva encarna la formulació d'accions concretes que tenen per objectiu subvertir l'ordre social consistent en la substitució de l'ordre polític-econòmic de les ciutats que pateixen sobreturisme per un altre ordre anomenat decreixement on la justícia social reemplaça el interès econòmic. En aquest cas, no existeix identificació entre els mitjans (turisme) i es qüestionen profundament els objectius (capitalisme).

En la nostra recerca s'ha aplicat aquest model als resultats d'anàlisi de continguts obtinguts en cadascun dels diaris analitzats. La majoria dels casos es poden classificar entre un discurs legitimador i de crítica innovadora, mentre que la resta de tipus es fa molt menys present en els diaris. Això demostra que el turisme, a diferència del que succeïa en períodes anteriors, ha deixat de ser tractat acríticament pel conjunt dels mitjans de comunicació i s'ha convertit no només en un tema de debat sobre com enfocar el desenvolupament sinó també com un referent de la problemàtica social.

D'altra banda, i malgrat no ser majoritària en la tendència, en pràcticament tots els diaris es poden trobar notícies, en major o menor quantitat segons el mitjà, que podrien ser incloses en altres tipologies més crítiques, especialment quan es fan ressò de les opinions dels agents socials crítics amb el turisme. Com hem vist, els diaris escassament incorporen notícies sobre la turismefòbia des del punt de vista de les narratives de caràcter crític

Anna Soliguer Guix

radical o utòpic. No obstant, la representació dels actors en el conjunt de l'opinió manifestada en els diaris és variable segons cada mitjà.

El discurs sobre turismefòbia a la premsa escrita espanyola planteja problemes però, en conjunt, reconeix el caràcter necessari del turisme. La crítica no suggereix alternatives al model de desenvolupament sinó gestionar el turisme d'una altra manera, amb plantejaments de fons radicats en la tradició de pensament socialdemòcrata que suggereixen propostes de gestió i de planificació que imposen límits i condicions al model de desenvolupament turístic anterior. Els relats recullen una crítica però que no arriba a ser radicalment transformadora (alternatiu/utòpic).

D'una banda, si bé els diaris incorporen la veu de la comunitat local per reflectir en primera persona l'ascens del malestar per la pressió turística a la ciutat, es tracta d'un recurs que associa el “nou model turístic” a la necessitat d'una presa de decisions col·lectives, vinculat d'aquesta forma amb els paràmetres socials bàsics de sostenibilitat, però que queda curt en la crítica al turisme i sovint s'amaga (o es criminalitza) el discurs dels agents socials que denuncien el turisme i proposen altres alternatives més radicals. D'altra banda, la gestió del turisme es planteja des de la perspectiva que aquesta activitat forma part de la identitat de la ciutat i és inherent al seu ADN. Es reconeix el paper transversal i estructurador del turisme en la ciutat contemporània i, en conseqüència, cal partir d'ell per planificar-la i organitzar-la. En aquest sentit els diaris que fomenten aquest discurs acostumen a deixar de banda la visió crítica radical (no es reconeix obertament que el turisme pugui ser un instrument del capitalisme directament vinculat amb l'explotació econòmica) i encara més la utòpica (proposant canvis reals significatius o que tinguin conseqüències pràctiques sobre el model actual). L'anàlisi del tractament de les notícies, els temes que recullen i els relats que ofereixen els diaris permeten sintetitzar en dos els discursos sobre turismefòbia que donen resposta a les posicions dels contraris al turisme:

- La visió deslegitimadora. Des d'aquesta visió es fonamenta un posicionament reactiu als actors contraris al turisme, als quals se'ls acusa, a través de la turismefòbia d'estar en contra d'un dels interessos bàsics de la ciutat i,

Anna Soliguer Guix

especialment, de desfigurar la imatge turística. Aquesta narrativa es reforça amb aportacions per part dels empresaris i representants de l'administració. Seguint la interpretació de Novy i Colom (2019) aquest tipus de respostes polítiques a les protestes formarien part dels intents per deslegitimitzar les crítiques i les protestes al catalogar-les com a turismefòbia.

- La visió de crítica radical. Des d'aquest plantejament es considera que la turismefòbia és un fenomen minoritari i particularitzat en els barris més turístics a la ciutat, però que cal evitar que s'estengui incidint sobre els desequilibris i desigualtats urbanes. En aquest cas les aportacions dels agents socials son més variades, tot i que predominen els acadèmics i els tècnics, i es poden ubicar en les etapes 3 i 4 de resposta identificades per Novy i Colomb (2019), on es fan petits ajustaments en la política turística i gestos simbòlics per fer “més sostenible” el turisme, o es prenen mesures i respostes polítiques més substancials per avançar en la governança del turisme a la ciutat.

### **5.5.2. El paper dels actors socials com a productors de discursos. Legitimització, desnaturalització i silencis**

Una part significativa del discurs sobre turismefòbia es construeix socialment a través de la mirada dels mitjans de comunicació. La majoria de les notícies publicades recullen la visió dels actors socials sobre les temàtiques que engloba la turismefòbia i la turistificació i, a través d'estratègies narratives i del tractament periodístic de la informació se'ls dona significat i se n'interpreta el contingut. Per conèixer millor l'abast social del discurs sobre turismefòbia, en aquest apartat es mesura l'aparició dels actors socials en les notícies publicades en cada diari sobre turismefòbia entre l'any 2008 i el 2019. Això permet apreciar quins actors tenen major protagonisme i si hi ha diferències entre mitjans a l'hora de tenir-los present, així com detectar a quins altres actors no s'ha donat veu. Els actors s'han classificat en cinc tipus per tal de poder fer més fàcilment una anàlisi comparativa: 1) empresaris turístics; 2) moviments socials i associacions de veïns; 3) polítics i membres



Anna Soliguer Guix

de les institucions i òrgans de govern de l'administració; 4) acadèmics i experts en turisme; i 5) altres (turistes, articulistes, intel·lectuals, etc.). Tots els tipus d'actor que s'han tingut en compte per confeccionar la tipologia apareixen reflectits en les notícies publicades a la premsa escrita. No obstant hi ha diferències importants en termes de freqüència d'aparició i en la distribució dels tipus d'actors entre els diferents diaris (vegeu la taula 5.16). Així, els empresaris són els més representats, mentre que els acadèmics i els membres de moviments socials i entitats són els que menys.

Taula 5.16 Actors socials que apareixen destacats en les notícies sobre turismefòbia, per diari

Diari	ETL	(%)	MS	(%)	PGP	(%)	AE	(%)	AE	%	Total agents	TN	Ràtio *
A	42	41,17	8	7,84	42	41,17	4	3,92	6	5,88	102	94	108,5
B	32	30,47	12	11,42	46	43,81	13	12,38	2	1,90	105	43	244,1
C	57	61,29	9	9,67	22	23,65	2	2,15	3	3,22	93	51	182,3
CH	15	25	10	16,67	15	25	8	13,33	12	20	60	60	100,0
D	61	42	13	8,96	49	33,79	14	9,65	8	5,51	145	47	308,5
E	128	78,04	2	1,21	31	18,90	1	0,60	2	1,21	164	33	496,9
F	335	50,07	54	8,07	205	30,64	42	6,27	33	4,93	669	328	203,9

TN- Total notícies publicades (2008-2019)

ETL- Empresaris turístics i lobbies

MS- Moviments socials i associacions de veïns

PGP- Partits i grups polítics

AE- Acadèmics i experts

A-Altres

\* Agents per cada 100 notícies publicades

A= La Vanguardia

B= Ara

C= Crónica Global

CH= El Periódico

D= El País

E= Expansión

F= Total

Anna Soliguer Guix

D'altra banda, la ràtio d'actors per cada 100 notícies publicades permet apreciar fins quin punt cada mitjà es basa en l'opinió de determinats actors en el procés de construcció del seu discurs sobre turismefòbia. En aquest sentit es pot afirmar que tots els actors tenen una presència moderada-alta en el discurs, tot i què hi ha diferències internes entre els diaris força importants. Per exemple, el diari Expansión és el que tendeix a fer aparèixer més actors socials (496,9 per cada 1000 notícies) en les notícies publicades sobre turismefòbia, mentre que El Periódico és el que menys els fa aparèixer (100). A l'analitzar la distribució dels diferents tipus d'actors entre les notícies publicades apareixen també diferències significatives. Algunes particularitats dels diaris són degudes tant a l'interès per oferir punts de vista concrets sobre la temàtica, com per l'orientació del discurs. Per exemple, el diari econòmic Expansión és el que més representació d'empresaris té i menor de moviments socials i entitats, però també aporta menys polítics que la resta de diaris. La Vanguardia i Crònica Global publiquen notícies amb força representació d'empresaris i polítics, però amb presència baixa (per sota del 10%) de moviments socials i entitats. Diaris com El Periódico i Ara tenen una representació forta de moviments socials en comparació a la resta.

En comparació a la resta d'actors els moviments socials queden infrarepresentats o fins i tot silenciats (com és el cas de representats d'ONGs, els quals no apareixen en cap notícia) en relació a la resta d'agents. És a dir, existeix pluralitat però la presència d'actors acostuma a estar esbiaixada segons cada mitjà.

En aquest sentit es demostra que la construcció social del discurs sobre turismefòbia a la premsa escrita està esbiaixat, cap als representants del poder local i empresaris del sector turístic, des del punt de vista de la representació social. La desigual aportació dels protagonistes limita, per tant, la capacitat crítica del discurs de la premsa escrita i reforça la idea que la seva mirada crítica del turisme és també limitada. De fet, la majoria de les notícies publicades on apareixen actors socials els recullen com a part de la descripció d'uns fets, però en pocs casos s'entrevista als actors per incloure la seva opinió a fons o es recullen les seves propostes programàtiques sobre turisme. És interessant remarcar també el paper dels acadèmics i experts en turisme que tenen una aportació reduïda en

Anna Soliguer Guix

volum però que generen aportacions de més valor afegit des del punt de vista de la generació de debat i propostes.

## **5.6. Turismefòbia i premsa escrita. Reflexions finals**

L'anàlisi temàtica i de continguts de les notícies sobre l'excés de turisme aparegudes a la premsa espanyola ha permès explorar el protagonisme que la turismefòbia ha tingut en els darrers anys (2008 a 2019), així com la identificació de narratives derivades de la construcció social del discurs sobre el paper del turisme a la ciutat. L'anàlisi mètrica sobre els temes relacionats amb la turismefòbia que consten en les notícies dels diaris espanyols ha permès identificar la freqüència i l'evolució d'aquesta temàtica a la ciutat de Barcelona i, per tant, mesurar l'interès social atorgat pels mitjans de comunicació. L'interès d'aquesta recerca cal posar-la en relació amb el paper que els mitjans de comunicació juguen a l'hora de construir consensos, establir agendes de polítiques turístiques, condicionar les accions sobre desenvolupament local, així com influenciar sobre l'opinió pública i les accions de l'administració que esdevenen crucials en la construcció de la imatge turística de la ciutat (Gartner, 1994; Hall, 2002 i 2003; Schweisnberg, Darcy & Cheng, 2017). L'anàlisi temàtica dels continguts publicats ha posat de manifest que la turismefòbia és un tema controvertit i polièdric que domina el debat sobre el turisme a la premsa en la dècada analitzada. Les nombroses notícies que en fan referència obeeix al fet que el turisme genera interès en la premsa en la mesura que incorpora elements de polèmica (Wanta & Hu, 1993) que permeten elaborar titulars cridaners. Cal interpretar en aquest sentit el màxim de notícies publicades sobre turismefòbia l'any 2017, moment en el qual es recullen les accions contra els interessos turístics desenvolupades a Barcelona per diversos col·lectius de l'esquerra radical (per exemple, els atacs al bus turístic de Barcelona per part d'Arran). De fet, durant els anys del període analitzat, el turisme apareix com un element recurrent i quotidià, tant en la premsa generalista com en l'especialitzada en economia.

Anna Soliguer Guix

L'anàlisi mètrica i temàtica han permès identificar els temes més presents entre les notícies publicades. En primer lloc cal remarcar que la important cobertura mediàtica que la premsa ha donat a l'excés de turisme i a la turismefòbia expressa la importància del turisme com a manera d'exercir la influència pública (Huertas, Ferrer, Mariné & Fransi, 2020). La influència sobre l'opinió pública futura no depèn tant del nombre de vegades que apareix un tema en els mitjans de comunicació, sinó en la manera com apareix i el tractament que se li dona (Entman, 1993). Per exemple, en el cas de Barcelona la freqüència i el tractament comunicatiu amb el qual apareix la ciutat en la premsa espanyola fa que es representi com una icona global de la turismefòbia, aspecte que té a veure amb la manera com es construeix socialment aquesta temàtica i que corrobora el que suggereixen altres estudis similars (Pasquinelli & Trunfio, 2020; Mihalic, 2020) que assimilen la turismefòbia en espais urbans amb problemes de sobreturisme.

Els temes que reflecteixen les notícies publicades donen, en general, un tractament generalista i poc profund als problemes del turisme i la turismefòbia, especialment tractant aspectes relacionats amb els impactes i les xifres i volums de turistes, així com les accions de resposta, però no n'expliquen les causes de fons. Tal com s'ha posat de manifest en altres estudis és necessari que el debat acadèmic i plural s'incorpori a l'anàlisi de les causes que originen els problemes de la turismefòbia a les ciutats si es vol anar més enllà d'una anàlisi reactiva i superficial en el tractament d'aquesta problemàtica (López-Palomeque, 2015; Mantecón, 2016; Donaire, Zerva, Palou & Blasco, 2019; Phi, 2020). El debat crític sobre el turisme de masses passa també per introduir aspectes clau com quin ha de ser el paper dels models alternatius que posen per davant el concepte de justícia social, com ha de ser la governança del turisme a la ciutat, quin és el significat social actual del viatge turístic o la necessitat d'integrar les veus i percepcions ocultes en els mitjans de comunicació (perspectiva de gènere, problemàtica laboral dels treballadors del sector, moviments socials i de veïns, etc.) per tal d'enriquir el debat incorporant noves percepcions i arguments i per tal de generar processos de planificació sostenible que recullin el conjunt d'actors socials de la ciutat (Offe, 2009).

Anna Soliguer Guix

Des d'un altre punt de vista, el tractament de les notícies als diaris difereix entre si i s'hi troben elements de parcialitat en les diferents narratives identificades. L'existència de diferents aproximacions i actituds de la premsa davant del turisme s'adiu amb el fet que els temes polèmics com la turismefòbia o el creixement turístic són propicis a crear opinió entre el públic (Huertas, Ferrer, Mariné & Fransi, 2020). Les diferències observades es justifiquen, en bona mesura, per l'interès particular dels mitjans de comunicació, els quals, al seu propi torn, s'adeqüen a la manera de pensar i d'entendre el turisme que majoritàriament tenen els seus subscriptors i anunciants.

L'anàlisi del relat associat a les notícies publicades ha permès distingir tres grans narratives: la relació entre el desenvolupament turístic i el dret a la ciutat dels residents; les propostes de solució als impactes del turisme i la instrumentalització política del concepte de la turismefòbia. Les dues primeres narratives tenen a veure amb la problemàtica del turisme a les ciutats (Mansilla, 2018a; Mansilla i Milano, 2018; Milano, Novelli & Cheer, 2019a; Milano i Mansilla, 2019b) i en la manera de donar respostes a problemes complexos a partir d'una solució institucional. Però més que realitzar una anàlisi acurada de les causes del fenomen i fer propostes alternatives al model turístic actual, l'estratègia dominant a la premsa consisteix en aprofitar l'interès mediàtic i contemporani dels fets per generar interès comunicatiu, especialment a partir del canvi polític en el govern de la ciutat de Barcelona i donar una cobertura partidista als fets per generar opinió. D'acord amb Mantecón i Velasco (2020) les narratives explorades a través de les línies discursives de la premsa encaixen dins del que aquests autors anomenen la legitimització i la crítica radical, essent molt marginals els relats que podrien incorporar-se a narratives d'innovació radical i utopia subversiva, com per exemple les que posen en escena el decreixement turístic (Fletcher, Murray, Blanco & Blázquez, 2019).

L'anàlisi evolutiva de les notícies sobre turismefòbia a Barcelona permet detectar dos altres aspectes d'interès. D'una banda es corrobora l'existència d'un cicle d'interès de les notícies en turisme o “issue-attention cycle” (Hall, 2003) ja que s'aprecia que després del 2017, moment en què apareixen nombroses notícies associades a les accions de protesta ciutadana d'elevada visibilitat social, cau el nombre de notícies publicades. D'altra banda,

Anna Soliguer Guix

el debat sobre turisme reconduït a partir del tractament de la turismefòbia obre la porta a la seva politització. La turismefòbia es converteix en transversal per a tots els diaris i permet transmetre el poder associat al caràcter noticiable del turisme a través de la comunicació i la influència que tenen els mitjans. Les narratives sobre turismefòbia, tal i com també ha succeït en el cas d'altres temes polèmics en el debat turístic com el cas d'Airbnb (Huertas, Ferrer, Mariné & Fransi, 2020) genera actituds polaritzades de rebuig i de recolzament. Les visions positives i negatives sobre la turismefòbia i l'aprofitament des del punt de vista del poder recolzen la construcció social d'aquest fenomen i expressen les múltiples implicacions socials del mateix (Huete i Mantecón, 2018; Mansilla i Milano, 2018; Pérez-García i García Abad, 2018; Fuster-Márquez, i Gregori-Signes, 2019; Mantecón i Huete, 2020).

El diferent tractament informatiu que en fan els diaris, segons la seva identitat, ideologia i localització pot haver tingut com a efecte la divisió de l'opinió pública (Huertas, Ferrer, Mariné & Fransi, 2020) però sobretot expressa l'aprofitament polític del turisme en l'esfera social i sobretot, política local amb objectius partidistes (Pirillo & Mundet, 2021) o per deslegitimitzar les veus més crítiques amb el turisme com els moviments socials (Novy & Colomb, 2019). La infrarepresentació i biaix mediàtic amb que les veus dels moviments socials apareixen a la premsa contribueix a explicar perquè han trobat en les xarxes socials el lloc on poder comunicar el seu missatge i expandir-se (Castells, 2009). De la mateixa manera, la consciència del valor dels micropoders (Foucault, 2019) com a actiu important en contra del poder hegemònic fa que els mitjans de comunicació intentin silenciar els discursos procedents de la classe emergent d'activistes (Sassen, 2010). Aquest fet també s'ha posat de manifest a l'analitzar la presència d'agents socials en les notícies publicades a la premsa, donant com a resultat que els agents amb menor presència són els moviments socials i representants dels residents. Aquest resultat consolida el d'altres estudis que afirmen que els mitjans de comunicació ignoren el rol actiu dels residents, quan s'organitzen com a col·lectius de resistència, i tenen tendència, en canvi, a tractar-los com a víctimes passives (Seraphin, Zaman, Olver, Bourliataux-Lajoinie & Dosquet, 2019).

## **6. Els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona. Com són i quin posicionament turístic tenen?**

En aquest capítol, i d'acord amb l'objectiu 3 (descriure la politització del turisme en el marc del dret a la ciutat) es vol explorar les diferències que els moviments socials urbans (MSU) de Barcelona presenten en relació a la seva visió del turisme. Un dels objectius d'aquest capítol és, precisament, identificar les diferents aproximacions i propostes que queden amagades darrera l'habitual indistinció de l'activisme i els moviments socials urbans com un conjunt homogeni i construir una tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre el turisme. Les diferents aproximacions al turisme, les formes d'organització contrastades i les diferents vies estratègiques d'acció i resposta que proposen són els elements a partir dels quals treballarem aquesta diferenciació. La identificació de les diferències internes entre l'activisme turístic i els moviments socials urbans permet una lectura més profunda del tema de la resistència social al turisme i ofereix un panorama explicatiu de la reivindicació social que pot instrumentalitzar-se com a punt de partida per a una governança del turisme a la ciutat més eficient i participada.

L'anàlisi de la diferenciació dels MSU es centra en aspectes formals i estratègics vinculats amb el seu posicionament. En primer lloc examinarem les diferències en la forma d'organitzar-se i les conseqüències que això pot tenir sobre el seu funcionament, l'abast i representativitat i la seva capacitat d'incidir socialment, generar discurs i relacionar-se i influir sobre altres MSU. Especial interès tindrà examinar els mecanismes i les dificultats que els moviments socials urbans (veïnals, obrers, socials, polítics, etc.) tenen per transmetre i exportar l'acció col·lectiva a altres nodes de la xarxa de relacions i interessos comuns entre MSU i explorar les aliances i estratègies compartides i com s'utilitzen per generar més influència social i desenvolupament de xarxes de relacions, les quals es caracteritzen per ser molt heterogènies i formades per nodes amb interessos que no

Anna Soliguer Guix

sempre són coincidents. D'altra banda, també analitzarem les diferències en els posicionaments temàtics que centren la protesta dels MSU, i per què uns temes prenen major rellevància i tenen més visibilitat que altres. En aquest sentit, observar les diferències entre MSU en la seva aproximació als temes vinculats amb l'habitatge o amb la precarització laboral i el treball en el sector turístic és especialment interessant. Des d'una altra perspectiva analítica, ens interessa també observar les xarxes de MSU des del punt de vista de les estratègies de posicionament i de relació política i de negociació amb l'administració, especialment la de caràcter turístic, i fins quin punt els MSU donen rellevància a la negociació amb els actors polítics per tal d'impulsar i donar reconeixement a les seves propostes de model de ciutat i de turisme. Aquesta anàlisi ofereix una perspectiva política dels MSU i permet observar el caràcter reactiu i alternatiu, i el seu interès per generar estratègies de participació en un context caracteritzat per la presència de cicles de cooperació i oposició.

### **6.1. El context de la protesta turística a la ciutat de Barcelona. Antecedents i participants**

A continuació exposem els orígens de les lluites socials i polítiques contemporànies que han estat un antecedent directe de la protesta turística, tenint en compte els diferents moments i contextos sociopolítics en els quals aparegueren. Per tant, aquest apartat es centra en recollir la historicitat dels MSU de Barcelona que, des de les lluites veïnals, obreres i sindicals, fins a les reivindicacions llibertàries i anarquistes o els més recents moviments antiglobalització i del 15 M, han contribuït al debat social sobre el model de turisme a la ciutat i que han influït sobre els moviments socials i l'activisme actuals.



Anna Soliguer Guix

### **6.1.1. Antecedents i evolució recent de la lluita social antiturística**

Els canvis en la relació amb l'entorn, la tecnologia i la composició dels moviments socials urbans ha fet que aquests també hagin evolucionat amb el temps. Els moviments socials urbans varen aparèixer a Barcelona durant els anys 70, a causa de dèficits destacables a diferents barris, com la manca d'equipaments, zones verdes, de lleure i males condicions de l'habitatge. Les lluites urbanes eren expressions d'una part de la ciutadania amb voluntat d'intervenir a la construcció de l'entorn urbà. La canalització de la conflictivitat urbana sorgia de les Associacions de Veïns, amb orígens a les “Associacions de Carrer”, les Comissions de barri, la tradició associativa (ateneus, cercles catòlics com els Centres Socials Parroquials, orfeons, entitats esportives i col·legis professionals), d'on emergien grups de veïns sensibilitzats políticament, en molts casos des d'una inquietud religiosa de signe progressista i que s'agrupaven entorn de reivindicacions a problemes concrets relacionats amb el problema urbà. Malgrat que les primeres reivindicacions estan molt vinculades a la millora dels barris i la manca d'equipaments, ja apareixen algunes connexions amb el turisme, fet que posa de manifesta la seva rellevància com a element a tenir en compte en la lluita per la construcció de la ciutat que volien.

La història de la lluita social a Barcelona s'ha caracteritzat per la continuïtat de la protesta i reacció per part de diferents grups socials, especialment la classe treballadora, en demanda de justícia social davant de les desigualtats laborals i socials del capitalisme. Durant el franquisme i postfranquisme inicial, les estructures d'esquerres segueixen funcionant amb velles estratègies de resistència però amb adaptacions estratègiques per captar mobilització amb l'objectiu de polititzar la societat (Andreu, 2012). Històricament aquesta protesta ha estat capitalitzada i organitzada per part dels moviments obrers sindicals, però amb el pas del temps i els canvis en l'organització social de les protestes urbanes ha integrat també altres sectors socials i grups de població. De fet, la inclusió del debat sobre el turisme de Barcelona a la política des de baix no és recent. Ja a l'any 1975, els moviments socials integren dues reivindicacions de caràcter turístic al manifestar-se en contra de la construcció dels hotels Hilton i Sarrià (Domingo i Bonet, 1998) com a

Anna Soliguer Guix

protesta per la creació d’elements urbans que no es consideraven necessaris als barris i demanant altres tipus d’equipaments, com per exemple, els horts urbans.

Amb l’evolució cap a un model de desenvolupament turístic predominant a la ciutat, especialment després dels JJOO de 1992, s’accelera l’entrada del turisme com a temàtica en l’agenda dels moviments socials (Milano, 2018). Un segon moment d’importància va ser durant la crisi econòmica de l’any 2008, quan els moviments van incloure el turisme a la seva agenda en un procés adaptatiu de reconfiguració d’estratègies i accions. A partir de l’any 2009, el model econòmic turístic de ciutat va accentuar la convergència dels moviments socials urbans i els moviments obrers sindicals. Un tercer moment, des de la segona meitat de la passada dècada i derivat de la complexitat que prenen les dinàmiques urbanes contemporànies (Castells, 1986) és el debat i les accions polítiques que van acompanyar el procés d’independència de Catalunya. Tot i què el turisme no està en el centre d’aquest debat, apareixen nous elements en l’escena dels MSU els quals contribueixen a modular el discurs turístic afegint noves variables polítiques que anteriorment no estaven presents o tenien una importància molt menor. Finalment, alguns problemes derivats de la globalització neoliberal que estan relacionats amb el turisme i la seva introducció a la ciutat que han centrat l’atenció dels MSU durant els darrers anys són la gentrificació (Cocola-Gant, 2016), l’habitatge (Garay, Morales & Wilson, 2020), la massificació (Fletcher, Murray, Blanco-Romero & Blázquez-Salom 2019) i la precarització laboral (Cañada, 2015).

Les protestes contra el turisme massificat, tot i que es remunten al menys a l’any 1990 (Boissevain, 1996) tenen durant els primers anys del segle XXI un punt d’inflexió en el creixement continuat de l’oferta d’allotjament i el descontentament dels residents, fet que s’expressa en les enquestes d’opinió municipal (Enquesta de Serveis Municipals, 2017)<sup>147</sup>. A diferència de les protestes anteriors, ara el turisme s’entén com una problemàtica urbana de primera magnitud que no es pot analitzar de forma aïllada a la resta de problemes urbans. Així, l’increment de la protesta social pel turisme s’ha interpretat com un

---

<sup>147</sup> Enquesta de Serveis Municipals 2017, Ajuntament de Barcelona, esm\_2017\_evolution.pdf (barcelona.cat)

Anna Soliguer Guix

moviment de rebuig no només davant la massificació i sobreturisme sinó també degut a la relació del turisme amb problemes estructurals com la gentrificació, les desigualtats socials i el dèficit democràtic (Navarro-Jurado, Romero-Padilla, Romero-Martínez, Serrano-Muñoz, Habegger & Mora-Esteban, 2019).

Com a resultat de la crítica al ‘model Barcelona’ començaren a fer-se visibles els moviments socials urbans (Delgado, 2007). La coincidència d’un cicle de crisi econòmica i financera global que afecta especialment Catalunya i l’augment de la turistificació de la ciutat, la qual és causada per la globalització neoliberal, contribueix a que els MSU associïn els dos aspectes i posin l’accent en la protesta turística amb l’objectiu de denunciar que els capitals financers globals poguessin seguir acumulant beneficis a través d’aquesta via (Cañada i Murray, 2021). Diversos aspectes que connecten el turisme amb les dinàmiques globals van sent progressivament afegits com a elements de protesta. És el cas de les polítiques públiques relacionades amb el foment de la mobilitat, com per exemple les subvencions als vols de baix cost, polítiques que es contraposen a la falta d’inversió als barris i la recuperació del teixit social de la ciutat (Cañada i Murray, 2021b). També es comença a parlar de decreixement, i diversos activistes organitzen manifestacions en ciutats amb processos de turismificació (Palma de Mallorca, Madrid, Bilbao, Sevilla i València) les quals van ser especialment rellevants a Barcelona (Hughes, 2018).

L’entrada al govern municipal dels Comuns és un moment especialment interessant per a l’anàlisi dels moviments socials urbans. D’una banda la coalició d’esquerres va aprofitar el moment de protesta incorporant el turisme en el seu programa sintonitzant, en part, en algunes de les propostes dels moviments, els quals recolzen determinades polítiques i accions. D’altra banda, els moviments socials actuen com a contrapès del govern municipal i generen actituds crítiques. En paral·lel les protestes urbanes continuen actives. L’exemple més evident és el cas de l’acció simbòlica al Bus Turístic del 2017 a càrrec d’Arran i que va accentuar el debat dels mitjans de comunicació al voltant de la turismefòbia (Mihalic, 2020) ja esmentat en el capítol anterior.

Anna Soliguer Guix

En paral·lel a aquests canvis en la ciutat i, en contraposició als antics moviments obrers, de caràcter vertical i centralitzat, que han protagonitzat la lluita social al segle XX, apareixen noves formes de moviments i activisme que, en moltes ocasions, entren a formar part del debat social sobre el turisme. Aquestes nous moviments es caracteritzen per l'intent de fer visibles els problemes de la globalització, i els interessa especialment el turisme degut a la mirada multidisciplinària que ofereix, travessant diferents àmbits econòmics i socials i especialment, per les propostes de model que invoquen els interessos del sistema capitalista. Com explicarem més endavant, la petita constel·lació de moviments socials es justifica a sí mateixa per la col·laboració, però no està exempta de contradiccions i de competició entre els diferents nodes que la conformen. En algunes ocasions aquesta competència pren forma per motius polítics i ideològics o també, derivada d'aquesta visió política, deriva de posar l'accent en temàtiques diferents. Els anomenats novíssims moviments socials (Juris, Pereira & Feixa, 2012) han estat els darrers en incorporar-se, tot i què tenen arrels anteriors en l'ecosistema dels moviments socials urbans de la ciutat i responen a un caràcter més llibertari amb propostes d'alternatives polítiques en sí mateixos. Segons Juris, Pereira & Feixa, aquests moviments “es donen en la frontera entre l'espai públic i virtual a l' inici del mil·lenni ja que subratllen les transformacions i conflictes socials associats amb la consolidació del capitalisme informacional, tenen una base social que travessa generacions, gèneres, etnicitats i territoris, emfatitzen tant les dimensions econòmiques com les culturals i fan una crida a l'acció a través d'internet” (Juris, Pereira & Feixa, 2012:28).

Un fet decisiu per entendre l'evolució dels moviments socials urbans és recollit per Castells quan explica el què va succeir després del 15 M: “a moltes ciutats, al desmantellar-se les acampades del 15 M, el moviment va decidir descentralitzar les seves accions traslladant-les als barris i organitzar assemblees locals que representaven els interessos locals dels residents segons el mateix model de deliberació i presa de decisions democràtiques. Els principis organitzatius claus – rebuig dels líders triats, sobirania de les assemblees, espontaneïtat i autogestió de les comissions- segueixen funcionant arreu” (2012:136). Castells també explica que “no hi ha un pla central, sinó que es mou i connecta en xarxa, mantenint el flux d'energia però aquests nodes, estan sempre

Anna Soliguer Guix

connectats. Son nodes a la xarxa, locals i globals” (2012:148). El seu camp d’acció representativa es troba al carrer, les assemblees i la xarxa.

Els moviments socials basats en l’activisme tenen com a característiques principals una composició heterogènia i més basada en la generació i la ideologia que en la classe social, l’existència d’una estructura organitzativa flexible i poc formalitzada, l’interès per la intervenció en l’espai urbà portades a terme per professionals, el manteniment de l’autonomia respecte els poders polítics, la innovació social, l’elevat ús i coneixement de les TIC com a mitjà per generar convocatòries i difondre els seus plantejaments o el caràcter local o micro-local dels seus projectes.

Les diferències entre els moviments socials de tipus “tradicional” i els moviments activistes més nous, són importants ja que obeeixen a un context diferent en el que es formen les seves preocupacions urbanes i socials, i també perquè es manifesten en diferents maneres d’actuar i d’organitzar-se (Buechler, 1995). Tenint en compte aquestes importants diferències cal analitzar fins quin punt plantegen també diferents discursos en relació al turisme, i si ofereixen respostes i estratègies contrastades.

## **6.2. Diferències entre moviments socials i associacions veïnals de Barcelona**

### **6.2.1. Les diferències en el caràcter i en els plantejaments turístics dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona.**

Per tal de facilitar la lectura de l’anàlisi que es fa en aquest capítol Tots els moviments socials urbans analitzats s’han classificat prèviament en vuit grups (vegeu la taula 6.1).

Anna Soliguer Guix

Taula 6.1 Grups de moviments socials urbans i associacions veïnals entrevistats

1	Moviments veïnals	Associació de Veïns de la Barceloneta Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy Associació de Veïns del Raval Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família Associació de Veïns de la Vila Olímpica Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona (FAVB)
2	Associació professional o de propietaris	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat (AGUICAT) Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya (AmfiCat) Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona (APARTUR)
3	Sindicats	Confederació Sindical de Comissions Obreres (CCOO) Confederación Nacional del Trabajo (CNT) Coordinadora Obrera Sindical (COS) Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC) Sindicat Kellys Barcelona Sindicat de Llogateres Unió General de Treballadors de Catalunya (UGT)
4	Moviments polítics	Endavant
5	Centres de recerca i coneixement	Observatori del Deute en la Globalització (ODG)
6	Moviments religiosos	Pastoral Obrera
7	Plataformes	Acció Raval Fem Sant Antoni
8	Altres	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic (ABDT) Kellys Unión Catalunya Riders X Derechos Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó

\*El representant de l’Associació de la Barceloneta també és representant de Tsunami Veïnal

El primer grup, anomenat moviments veïnals, està integrat per les associacions de veïns de la Barceloneta, Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample, Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic, Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy, Associació de Veïns del Raval, Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació de Veïns de la Vila Olímpica i la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona. Les associacions veïnals entrevistades tenen una elevada significació en la nostra recerca, donat que estan integrades en els districtes amb més freqüentació turística. El segon grup està format per associacions professionals i de propietaris, integrat per l’Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat (Associació de Guies de Turisme Habilitats per la

Anna Soliguer Guix

Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat), l’ Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya i Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona. En el tercer grup s’ha inclòs els sindicats i les associacions que representen persones treballadores en el sector turístic (Confederació Sindical de Comissions Obreres, Confederación Nacional del Trabajo, Coordinadora Obrera Sindical, Intersindical Alternativa de Catalunya, Sindicat Kellys Barcelona, Sindicat de Llogateres i Unió General de Treballadors de Catalunya). En el quart grup s’ha ubicat un sol grup, corresponent a un moviment polític (Endavant). El cinquè grup correspon als centres de recerca i coneixement (Observatori del Deute en la Globalització). El sisè grup són els moviments religiosos (Pastoral Obrera). El setè, les plataformes (Acció Raval, Fem Sant Antoni). En el vuitè grup s’ha ubicat altres moviments de caràcter heterogeni (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, les Kellys Unión Catalunya, Riders X Derechos, Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó).

A continuació presentem el perfil de les persones entrevistades dels MSU i les associacions de veïns (vegeu taula 6.2). Es tracta d’un perfil amb predomini d’homes (18 homes i 10 dones) i amb una edat heterogènia, amb predomini de persones majors de 35-40 anys, però més envellida, i amb persones jubilades o properes a la jubilació, en el cas de les persones representants de les associacions de barri.

Taula 6. 2 Perfil dels entrevistats

Codi	Nom de l'associació	Càrrec	Gènere	Franja d'edat
E1	Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona	Responsable àrea turisme	Home	50 - 60
E2	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	Portaveu	Home	45 - 55
E3	Observatori del Deute en la Globalització	Responsable Comunicació	Dona	36 - 44
E4	Sindicat de Llogateres	Portaveu	Home	26 - 32
E5	Confederación Nacional del Trabajo	Secretari d’Acció Sindical	Home	35 - 40
E6	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	Presidenta	Dona	40 - 45
E7	Coordinadora Obrera Sindical COS	Afiliat (sector restauració)	Home	30 - 35

Anna Soliguer Guix

E8	Sindicat d'Habitatge d'Horta Guinardó	Afiliada	Dona	20 - 25
E9	Sindicat Les Kellys Catalunya	Presidenta	Dona	55-60
E10	Endavant	President Nacional	Home	28-32
E11	Unió General de Treballadors de Catalunya	Secretari sectorial d'Hosteleria i Turisme de Catalunya	Home	58
E12	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	Afiliada	Dona	68-72
E13	Associació de Veïns de la Barceloneta i Tsunami Veïnal	Cofundador de la Barceloneta Diu Prou i Vicepresident Tsunami Veïnal	Home	54
E14	Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	Gerent	Home	50-60
E15	Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l'Eixample	President	Home	40-48
E16	Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell La Salut-Sanllehy	Membre de l'associació	Dona	47-52
E17	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	Membre de l'associació	Dona	65-75
E18	Plataforma Riders X Derechos Barcelona	Portaveu	Home	30-35
E19	Associació de Veïns del Raval	President	Home	70-75
E19	Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona	Gerent i Comunicació	Dones	55-58 i 32-40
E20	Associació de Veïns de Sant Antoni (Fem Sant Antoni)	Membre de l'associació	Home	68-75
E21	Acció Raval	Portaveu	Home	30-35
E22	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	President.	Home	60
E23	Confederació Sindical de Comissions Obreres	Delegat Hosteleria de Catalunya	Home	55-58
E24	Intersindical Alternativa de Catalunya	Portaveu	Home	32-36
E25	Associació d'Amfitrions de Llars Compartides (AmfiCat)	Presidenta	Dona	55- 60
E26	Pastoral Obrera de Barcelona	Delegat	Home	59
E27	Presidenta Kellys Catalunya	Membre de l'associació	Dona	54

### 6.2.2. Diferències entre els moviments socials urbans i associacions veïnals en la seva forma d'organització, composició i representació social

En aquest apartat assenyalarem les principals diferències detectades entre MSU i associacions veïnals, tant de tipus organitzatiu com les que es deriven de la composició dels seus membres i afiliats.



Anna Soliguer Guix

Taula 6.3 Diferències organitzatives entre els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona

Grup	MSU	Gènere	Edat	Procedència	Classe social
1	Associació de Veïns de la Barceloneta	Paritat	Adults	Catalans	Treballadora
	Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l'Eixample	Dones	Adults i gent gran	Catalans	Mitja-alta
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	Dones	Adults i gent gran	Catalans	Treballadora
	Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy	Dones	Adults	Catalans	Treballadora
	Associació de Veïns del Raval	Paritat	Adults i gent gran	Multicultural	Treballadora
	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	Dones	Adults i gent gran	Catalans	Treballadora
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	Paritat	Adults i gent gran	Catalans	Treballadora
	Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona	Paritat	Adults i gent gran	Catalans	Treballadora
	Associació de Guies de Turisme	Dones	Joves adults	Catalans	Treballadora
	Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	Paritat	Totes les edats	Catalans	Treballadora
2	Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya	Paritat	Totes les edats	Catalans	Treballadora
	Associació d'Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	Homes	Adults i gent gran	Catalans	Mitja-alta

Anna Soliguer Guix

	Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona	Homes	Adults i gent gran	i	Espanyols catalans	i	Mitja-alta	
3	Confederació Sindical de Comissions Obreres	Homes	Joves adults	i	Espanyols catalans	i	Treballadora precaritzada	i
	Confederación Nacional del Trabajo	Homes	Joves adults	i	Espanyols		Treballadora precaritzada	i
	Coordinadora Obrera Sindical IAC	Paritat	Joves		Catalans		Treballadora precaritzada	i
	Sindicat Les Kellys Barcelona	Dones	Joves adults	i	Multicultural		Precaritzada	
	Sindicat de Llogateres i Llogaters	Paritat	Totes edats	les	Multicultural		Precaritzada	
	Unió General de Treballadors de Catalunya	Homes	Joves adults	i	Espanyols nousvinguts	i	Treballadora precaritzada	i
4	Endavant	Paritat	Joves		Catalans		Treballadora precaritzada	i
5	Observatori del Deute en la Globalització	Paritat	Joves adults	i	Catalans		Treballadora	
6	Pastoral Obrera	Paritat	Totes edats	les	Catalans		Treballadora	
7	Acció Raval	Paritat	Joves adults	i	Espanyols catalans	i	Treballadora	
	Fem Sant Antoni	Paritat	Adults i gent gran	i	Catalans		Treballadora	
8	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	Paritat	Adults		Catalans, espanyols europeus	i	Treballadora	
	Kellys Unión Catalunya	Dones	Joves adults	i	Multicultural		Precaritzada	
	Riders X Derechos	Homes	Joves adults	i	Multicultural		Precaritzada	
	Xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó	Paritat	Joves		Catalans		Precaritzada	

28

n.d. = Informació no disponible

En general els entrevistats afirmen que la relació de paritat està molt equilibrada en les seves organitzacions, tot i què existeixen diferències internes segons cada cas concret (vegeu la taula 6.3). En setze casos han contestat que tenen paritat, però han considerat la

Anna Soliguer Guix

paritat a partir d’un 60 % d’homes i un 40% de dones. En set casos més hi ha més dones, mentre que en sis casos més hi predominen els homes. El cas dels Riders X Derechos són gairebé tot homes. A la secció d’hostaleria de Confederació Sindical de Comissions Obreres augmenten les dones, reforçat pel fet que les Kellys Unión Catalunya també es van afegir al sindicat, no només com afiliades sinó com a sindicalistes. En general podem afirmar que les relacions estan equilibrades a nivell de participació, malgrat que en el cas dels grans sindicats històrics que negocien les condicions laborals al sector turístic (Unió General de Treballadors de Catalunya i Confederació Sindical de Comissions Obreres) estan liderats per homes, mentre que les dones hi estan molt poc representades.

Un element de debat té a veure amb la diferent motivació i intensitat de la participació en els MSU entre homes i dones. D’una banda les dones jubilades és un perfil habitual en l’activisme veïnal. Les més joves, en canvi, participen més en les xarxes de suport dels barris en temes de desnonaments i habitatge. Els homes tenen una participació més coral en el conjunt dels MSU i a més representen majories en alguns moviments en concret que enfronten algunes problemàtiques laborals específiques, com per exemple els Riders X Derechos i els sindicats que tenen més pes a la hosteleria.

Quant a la composició per edats, en quatre dels MSU la gent jove és predominant, gairebé exclusivament. En nou MSU existeix una combinació entre joves i adults de mitjana edat, mentre que en tres MSU hi predominen els grups d’adults. Els MSU amb una composició per edats més envellida (hi predomina una combinació d’adults de mitjana edat i gent gran) són nou. Finalment, en tres dels casos hi ha una barreja de membres de totes les edats.

D’aquestes dades, i dels comentaris realitzats pels seus representants, es dedueix que els moviments veïnals, però també alguns sindicats com la Unió General de Treballadors de Catalunya i algunes plataformes, tenen problemes per trobar gent jove i reemplaçar generacionalment els seus integrants. Aquesta situació està relacionada amb el fet que part dels grups de població susceptibles de rejoinir aquestes associacions s’han vist desplaçats fora de la ciutat, però sobretot pel fet que el jovent no comparteix els valors del barri, la comunitat i el grup que els ha de representar perquè la realitat i els valors a la

Anna Soliguer Guix

que s’enfronten són diferents a la que varen viure generacions anteriors, i per la pèrdua de confiança en el sindicalisme institucionalitzat. En canvi, la identificació dels joves amb els MSU que denuncien els problemes de precarietat laboral, pobresa i exclusió social o que tenen connexions amb l’independentisme i que denuncien els problemes d’accés a l’habitatge i desnonaments, són rellevants. En alguns dels MSU que posen en relleu preocupacions de la població en edat de treballar i problemàtiques o conflictes laborals sectorials específics, destaca la presència de joves i adults. És el cas dels sindicats que denuncien les feines precaritzades, els problemes derivats de la pèrdua de valor professional (Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat) o de l’ Observatori del Deute en la Globalització, que incorpora la perspectiva ecofeminista. En clar contrast, les associacions de veïns estan formades per gent gran, especialment jubilades i jubilats, amb historial activista i polític. Els grups de propietaris també són adults i gent gran. S’observa, per tant, un contrast entre les associacions de veïns formades per gent més gran i sindicats de la classe obrera tradicional, en contrast amb les persones més joves i vides precàries que tendeixen a ingressar en els moviments que millor identifiquen les seves problemàtiques. Això explica també la correspondència d’aquests moviments amb membres pertanyents a les classes treballadores en precari.

Entre les causes que els representants dels MSU argumenten sobre la desafecció dels joves per formar part dels moviments més tradicionals s’inclou l’existència d’una perspectiva i un worldview, o manera d’entendre el món, diferent a la resta de la població, així com també una manca de connexió generacional amb la resta de membres o de l’existència de poca activitat associativa i activitat en comú. És a dir, el fet que el jovent estigui vivint situacions de quotidianitat molt diferents a les de la gent de més edat i que estiguin en un cicle de vida o que es plantegin uns objectius vitals diferents a la d’altres edats pot perjudicar la seva afiliació en associacions on actualment serien un subgrup minoritari. Per exemple, la gent del barri, comprava un pis i feia barri. Ara, ni jovent ni nouvinguts poden ni comprar ni llogar. Aleshores, les associacions de veïns no son representatives d’aquests col·lectius perquè els veïns potencials no poden “activar-se”

Anna Soliguer Guix

com a veïns de ple en no tenir accés a l’habitatge, mentre que una part dels membres de més edat que els joves, sí tenen la condició de propietaris.

Un darrer aspecte remarcable relacionat amb la composició per edats i gènere de les associacions veïnals és l’elevada participació de les persones jubilades, majoritàriament pertanyents a la classe treballadora. Alguns dels representants d’aquests moviments destaquen que aquests perfils acostumen a tenir més temps disponible, però també que troben en l’activisme un motiu per seguir actius, joves, socialitzar-se en companyia i, fins i tot, donar sentit a la seva vida. La feminització d’alguns MSU i associacions s’explica també per les desigualtats en la divisió del treball que hi ha implícita en el sector turístic. Per exemple, les dones també tenen molta presència a les associacions de guies turístiques i en el lloguer d’habitacions a les llars compartides.

En relació a l’origen dels membres dels MSU s’observa que predomina l’heterogeneïtat, tot i que els catalans són el grup majoritari. En disset dels MSU la procedència és predominantment catalana. En canvi, cinc MSU tenen un caràcter marcadament multicultural. Tres altres MSU estan formats per una barreja d’espanyols i catalans. En el cas de la Unió General de Treballadors de Catalunya és una composició d’espanyols i nouvinguts, mentre que l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic té una composició de catalans, espanyols i europeus.

Els representants dels MSU entrevistats afirmen que en els darrers anys han detectat un augment de població immigrada entre els seus membres. Els problemes que afecten més directament aquests col·lectius expliquen aquesta particularitat. Per exemple, la dificultat per trobar habitatge (Sindicat de Llogateres) i treball amb salaris dignes i sense externalitzacions (Riders X Derechos, Sindicat Les Kellys Barcelona). Aquests col·lectius ofereixen un nou perfil de membre dels MSU que enriqueix la seva composició. Molts d’ells provenen d’Amèrica Llatina, tenen estudis superiors i una vida professional, barrial i política, anterior. En canvi, les associacions veïnals no han estat tant el focus d’interès d’aquest nou perfil de persones. La cultura dels moviments veïnals no és originàriament compartida per altres nacionalitats, tot i que alguns com per exemple les filipines al Raval, es van integrant al teixit veïnal a partir de la seva xarxa de relacions

Anna Soliguer Guix

personals. Alguns dels representants de les associacions de veïns afirmen que part de les persones immigrades, especialment els col·lectius de pakistanesos, hindús, marroquins, russos i xinesos, no senten la necessitat de participar en la vida del barri (amb excepcions a alguns barris). En aquest cas, per tant, s’observa una manca de sintonia entre els interessos dels col·lectius de residents i el caràcter de la reivindicació de les associacions de veïns. Tot i compartir un espai comú i una problemàtica urbana similar el caràcter particular i les necessitats específiques dels immigrants no queden recollides en el discurs de les associacions de veïns. No obstant hi ha excepcions. Per exemple, en el cas del Tsunami Veïnal que agrupa als barris i les associacions de comerciants, participen grups d’aquestes nacionalitats de forma habitual com per exemple el president de les botigues hindús. Existeix la possibilitat que la pandèmia trenqui aquesta dinàmica perquè les xarxes de suport han ajudat molt a la població sense recursos a sobreviure i podria ser que els immigrants que tinguin intenció d’assentar-se a Barcelona, col·laborin més en un futur amb el teixit de barri.

Determinades filiacions polítiques i d’arrel històrica poden explicar les diferències en la composició per orígens entre els sindicats. Per exemple, en els sindicats històrics com la Unió General de Treballadors de Catalunya o Confederació Sindical de Comissions Obreres hi predominen els afiliats de la resta d’Espanya, mentre que, lògicament, en els sindicats independentistes la representació principal està formada per catalans. D’altra banda en els sindicats de més recent creació (com per exemple els Riders X Derechos o Las Kellys Barcelona) hi ha una major representació de persones joves, immigrades i amb una forta precarització laboral i vital, fet que obeeix també a una certa desconfiança i rezel amb la capacitat que els sindicats tradicionals tenen per representar efectivament els seus interessos particulars i combatre les problemàtiques quotidianes que els afecten. En el cas de Las Kellys, a la precarització laboral s’afegeix la discriminació per sexe i també una edat avançada de moltes de les seves membres, cosa que les fa un col·lectiu especialment vulnerable i sotmès a explotació laboral.

Quant al volum de membres, la principal característica és que la majoria tenen pocs membres, però amb un grau de participació i compromís important. En el cas de les

Anna Soliguer Guix

associacions de veïns, les que representen els barris més actius tenen més de 50 associats. No obstant, cal destacar que la majoria de barris perden molts veïns i activistes en relació al que havia estat històricament. Les associacions professionals i de propietaris són més nombroses que les associacions de veïns, com és el cas de l'Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, la qual opera en el conjunt de Catalunya. Van començar amb 400 membres i ràpidament arribaren a més de 4000. El caràcter informal, fluctuant i flexible que caracteritza molts dels MSU estudiats fa que no coneguïn exactament, o no ho han volgut compartir, les dades de membres. No obstant, hi ha un acord general en considerar que el volum no és un fet decisiu a l'hora de considerar la representativitat dels MSU, ja que és més aviat la seva capacitat per influir i activar consciències, així com la seva habilitat per destapar temes i la mirada que donen sobre diferents problemàtiques el que els genera aquesta representativitat social.

Alguns dels MSU es diferencien de la resta pel seu caràcter mixt. Per exemple, els moviments polítics, de recerca i religiosos es caracteritzen per ser paritaris, catalans, de classe treballadora, tot i que els membres predominants pertanyen a franges d'edat diferenciades: als grups polítics són gent jove, als de recerca, joves i adults i als religiosos són de totes les edats. La classe treballadora supera la classe obrera i inclou treballadors i treballadores amb feines de més o menys qualitat. Pel que fa a les plataformes és similar i tenen un caràcter paritari, de classe treballadora, i heterogenis quant a l'edat (Acció Raval: joves i adults; Fem Sant Antoni: adults i grans).

Els MSU de Barcelona responen a la composició habitual dels moviments socials detectada en d'altres indrets, i estan formats principalment per classes treballadores i precaritzades, tot i que també tenen components procedents de les anomenades classes mitjanes. Entre els diferents MSU analitzats s'aprecien diferències quant a la composició socioeconòmica o classe social dels seus membres. Els MSU que reivindiquen aspectes laborals, com els sindicats tradicionals i els nous, estan formats per classes treballadores i precaritzades, amb diferents combinacions, però gairebé sempre agrupats per la temàtica de precarització laboral. En canvi, les classes mitjanes tenen motivacions més variades per incorporar-se als MSU com a membres. En general, els problemes laborals i socials

Anna Soliguer Guix

són menys valorats pels components d'aquestes classes socials que les preocupacions relacionades amb el dret a la ciutat i l'urbanisme turístic: la pèrdua de qualitat de vida a la ciutat derivada de l'encariment de l'habitatge, l'erosió de la imatge de certs indrets de la ciutat, l'incivisme o la inseguretat. Finalment, alguns dels grups analitzats que no presenten un caràcter antiturístic tenen una composició socioeconòmica diferent a la resta, amb el predomini de les classes mitjanes i treballadores sense precarització elevada o que tenen recursos per afrontar-la. És el cas, per exemple els membres professionals de l'Associació de Guies de Turisme i els de l'Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, dels residents en barris amb renda per càpita elevada (Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya i Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona) o que representen a professionals creatius (Observatori del Deute en la Globalització).

Dins dels mateixos MSU s'observen també diferències quant a la sensibilitat de classe en relació amb el discurs generat. Per exemple, i com analitzarem més endavant, els representants d'algunes de les associacions de veïns que formen part de la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona (com per exemple l'Associació de Veïns del Raval) articulen un discurs centrat en elements que consideren desestabilitzadors de la situació del barri, com la inseguretat però que consideren el turisme com una opció vàlida, mentre que els sindicats i xarxes d'habitatge, amb un perfil de gent jove, aturada o amb feines molt precàries i sense poder accedir a l'habitatge o que han sofert desnonaments posen el model capitalista i l'habitatge en el centre de la problemàtica. Altres aspectes destacables relacionats amb la sensibilitat de classe en relació al suport o rebuig al turisme són de caire intergeneracional, segons la relació de precarietat que tenen amb els llocs de treball turístics que desenvolupen o el nivell i tipus d'estudis assolit.

### **6.2.3. Diferències entre els moviments socials urbans i associacions veïnals en el seu posicionament davant del turisme, la seva missió i objectius**

En aquest apartat explorem el posicionament, la missió i els objectius dels moviments socials urbans i les associacions veïnals, entesos com a factor de diferenciació i



Anna Soliguer Guix

caracterització dels mateixos (vegeu taula 6.4). En concret, s’analitza l’orientació que els MSU donen a la seva protesta, a partir dels temes de preocupació principals que exposen, així com tenint en compte els objectius i sentit de la protesta. Les preocupacions principals que apareixen són les referides a l’empobriment relacionat amb les noves formes de violència biopolítica: habitatge i treball, tot i que en paral·lel n’apareixen d’altres que també tenen molta importància per a alguns moviments.

Taula 6.4 Posicionament, missió i objectius dels moviments socials urbans i associacions veïnals

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Associació de Veïns de la Barceloneta	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
	Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l'Eixample	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
	Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell Salut-Sanllehí	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
	Associació de Veïns d'el Raval	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
2	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0
	Associació d'Amfitrions de	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1

Anna Soliguer Guix

	Llars Compartides de Catalunya													
	Associació d'Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
	Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0
3	Confederació Sindical de Comissions Obreres	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Confederación Nacional del Trabajo	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Coordinadora Obrera Sindical	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	IAC	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
	Sindicat Les Kellys Barcelona	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Sindicat de Llogateres i Llogaters	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0
	Unió General de Treballadors de Catalunya	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
4	Endavant	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
5	Observatori del Deute en la Globalització	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
6	Pastoral Obrera	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
7	Acció Raval Fem Sant Antoni	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0
8	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
	Kellys Unión Catalunya	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Riders X Derechos	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0

A- Habitatge

B- Desnonaments

C- Desplaçament forçat dels residents

D - Dependència del turisme

E - Mobilitat

F - Massificació i capacitat de càrrega

G - Pobresa i desigualtats socials

H - Precarització i explotació laboral

I - Economia de plataforma/Airbnb

Anna Soliguer Guix

J - Degradació ambiental i contaminació

K - Inseguretat

L - Incivisme

M- Lleure nocturn

0 = No comparteixen aquest objectiu; 1= Comparteixen aquest objectiu

Malgrat que la preocupació per l’habitatge ja estava històricament recollida per part d’alguns sindicats (la Confederación Nacional del Trabajo, per exemple) serà en les dues darreres dècades quan pren força, especialment en relació amb l’emergència de la Plataforma d’Afectades per la Hipoteca (PAH), per donar resposta local als problemes derivats de la crisi financera del 2008 i els problemes derivats de la bombolla immobiliària. En aquest context és interessant remarcar que alguns dels MSU es formen o tenen una relació molt directa amb la problemàtica de l’habitatge, ampliant alguns aspectes derivats d’aquesta problemàtica, inicialment centrada en les hipoteques. La formació dels primers sindicats d’habitatge independents de la PAH (com per exemple, l’any 2017, el Sindicat de Llogateres) comença a incloure en l’agenda dels moviments temes com els preus del lloguer de l’habitatge.

La manera d'abordar l'habitatge és molt diferent segons si es tracta d'associacions de veïns, moviments especialitzats en habitatge, sindicats de barri o xarxes. Les associacions de veïns no tenen l’habitatge en el centre de les reivindicacions sinó que mostren més preocupació pel volum de turistes i la degradació de la qualitat de vida en el seu entorn quotidià, extensible al conjunt de la ciutat. Fan reivindicacions territorialitzades basades en el barri on l'habitatge és una problemàtica afegida a la manca d’equipaments que va inspirar els moviments inicials. Alguns però donen preferència a la pèrdua d'identitat que representa el turisme i la degradació del barri per la presència de forasters, especialment en els barris on la massificació del turisme és més notable. La precarietat laboral també forma part de les preocupacions de les associacions de veïns, però en la mesura que afecta la possibilitat d'adquirir un habitatge al barri de residència i també està relacionada amb la solidaritat obrera. Finalment, alguns moviments (Xarxa d'Habitatge d'Horta Guinardó) posen l'èmfasi en problemes derivats del desnonament, amb la qual cosa posen el problema de l'habitatge en el centre, però no tant des d'una perspectiva "de barri" sinó més transformativa i social.

Anna Soliguer Guix

El tema de l’habitatge és important globalment considerat en la protesta dels MSU, donat que afecta als preus de compra i lloguer, i és vinculat a les expulsions de residents. No obstant, la relació amb el creixement de l’oferta de pisos de lloguer procedent d’Airbnb, no queda reflectit com a problemàtica central en el seu discurs. A diferència de determinats discursos acadèmics que centren la conflictivitat urbana i la temàtica de l’habitatge en les plataformes P2P, o de la visió dels sindicats o de l’hosteleria, que denuncien Airbnb (el lloguer de pisos turístics i sobretot el de les habitacions) amb l’objectiu de defensar de la competència deslleial al sector turístic tradicional i recolzar els seus interessos monopolístics, el discurs dels MSU no gira al voltant d’aquesta plataforma.

La problemàtica de l’habitatge també recull la preocupació d’alguns MSU pels narco pisos i els pisos buits i pels desnonaments. Els MSU que posen sobre la taula el problema dels desnonaments ho relacionen amb els abusos dels bancs i les immobiliàries, denunciant també la manca d’iniciatives de lloguer per part dels propietaris que perceben menys oportunitats de benefici oferint-los al perfil més necessitat d’habitatge com la població immigrant sense recursos o les persones amb sous precaris. En els casos més extrems, es denuncia que la propietat prefereix tenir el pis tancat que posar-lo al mercat perquè o no cobraran o els hi ocuparan. Les associacions de propietaris manifesten que tampoc poden posar els pisos buits al mercat dels pisos turístics perquè fa anys que no donen noves llicències per actuar legalment.

El debat intern dels MSU sobre l’habitatge porta a diferenciar dues línies d’opinió. En la primera, l’habitatge es posa en un context de desigualtat urbana i protesta contra els efectes del sistema capitalista que generen expulsió i desplaçament residencial i s’associa als desnonaments, l’elevat preu dels lloguers, l’expropiació de pisos de bancs, fons voltors i grans propietaris. Una segona línia, especialment argumentada per les associacions de veïns, planteja també l’habitatge com un problema urbà però, plantejat des d’una perspectiva més local i connectat amb altres problemes que empitjoren les condicions de vida dels veïns o del barri, com l’incivisme, la comunitat, la inseguretat i la tipologia de turista, d’oferta i de promoció. En aquest sentit és interessant destacar que,

Anna Soliguer Guix

a diferència dels MSU, la presència d’Airbnb sí que preocupa a les associacions de veïns, en la mesura que la veuen com un element distorsionador a l’introduir l’incivisme a la vida quotidiana, però sobretot com un problema de convivència, soroll nocturn, inseguretat i font d’incomoditats.

La preocupació per la precarietat laboral és la predominant entre els sindicats i altres MSU preocupats pels treballadors i treballadores del turisme. Es detecten diverses línies del discurs sobre precarietat laboral. En primer lloc apareix una visió que vincula la precarietat a les condicions d’explotació del model capitalista, a partir d’una visió social i transformadora del model actual, o obertament antisistema. Entre aquests MSU es diferencia entre l’augment de la precarització en el treball assalariat i els “uberitzats<sup>148</sup>” (per exemple els Riders X Derechos, més que pel turisme, es preocupen per les seves condicions i la regulació de l’economia de plataforma). No obstant la uberització s’introdueix també en el món del turisme quan les empreses han endurit les seves condicions laborals. Per exemple, Las Kellys destaquen que, durant la COVID, la filosofia de la uberització ha entrat a les empreses turístiques i com a resultat els sindicats han hagut de replantejar les seves estratègies, en el sentit que abans no acceptaven tractar temes que no afectaven als assalariats. Las Kellys suposen també una excepció en l’entorn laboral ja que, a diferència de la majoria de MSU preocupats per les condicions de treball, elles tenen un marcat enfocament de gènere, denunciant especialment la violència de gènere, l’existència de racisme a la hosteleria als departaments feminitzats, especialment en l’atracció de perfils de clients que s’aprofiten de la vulnerabilitat social del col·lectiu de treballadores immigrades. La violència de gènere a les empreses turístiques és un fet recurrent i que, malgrat haver estat poc estudiat, sembla assentat i estructural amb comportaments dins de l’entorn laboral que inclouen sexisme i assetjament i que reprodueixen aspectes de la cultura patriarcal arrelada en part del sector turístic.

---

<sup>148</sup> La uberització és un concepte evolutiu que més enllà de les plataformes digitals, la tecnologia i les nova economia, té com a resultat la precarització de la feina assalariada a través dels algoritmes i les penalitzacions associades (Calzada, 2020). En el sector turístic destaca Uber Works que connecta feines puntuals per hores al sector turístic.

Anna Soliguer Guix

Una segona línia de preocupacions laborals manifestada pels MSU té a veure amb la desigualtat col·lectiva i la intervenció del turisme en l’empitjorament de les condicions de la classe treballadora. En aquest sentit, no preocupen només les condicions estrictament laborals (externalització, convenis i contractes, sobrecàrrega de feina, conciliació, etc.) sinó també la manera com des del turisme es reproduïxen o augmenten (per exemple el lloguer de pisos o habitacions turístiques com a nova forma de precarietat) algunes desigualtats estructurals.

Una tercera aproximació a la temàtica laboral va a càrrec de les associacions professionals del turisme, les quals tenen un posicionament sectorial, des de dins i amb interessos clarament diferenciats de la resta. Per això identifiquen altres tipus de problemàtiques com a preocupació, fonamentalment la inacció per part de l’administració (per exemple davant el comportament dels turistes i l’oferta de turisme incívic que perjudica la imatge de qualitat de la ciutat) en la mesura que perjudiquen els seus interessos i valors particulars. En paral·lel constaten altres problemàtiques menys dirigides que no tenen tanta força discursiva.

Finalment, els col·lectius proturístics tenen una visió radicalment diferent de la problemàtica del turisme a la ciutat. La seva denúncia no s’explica, lògicament, per la reacció antiturística, sinó per la lluita contra les condicions que posen en perill la continuïtat del turisme o de l’afectació envers el que ells consideren qualitat del servei. Els temes que recullen com a preocupació tenen a veure amb el creixement excessiu del turisme de lleure nocturn i de baix cost, i la degradació de l’espai públic, així com també el comportament i incivisme dels turistes. Aquesta visió negativa del turisme és compartida per els barris turistificats que reproduïxen el model de sol i platja (Associació de Veïns de la Barceloneta, Associació de Veïns de la Vila Olímpica). Per exemple, argumenten que existeix una degradació estètica de la ciutat al emplenar-la de xiringuitos turístics com les botigues 24 hores d’alcohol i el turisme de borratxera, les botigues de lloguer de mitjans per la mobilitat com patinets i segways, la vida nocturna i la festa al carrer, el soroll de les terrasses i la pèrdua d’espai públic per la seva ocupació, la presència de drogues i prostitució o la poca qualitat del comerç turístic. És interessant remarcar

Anna Soliguer Guix

l'associació que fan de Barcelona amb el turisme de sol i platja, oposant-lo amb una visió desitjable de turisme cultural i de qualitat en relació als valors i comportaments esperats entre els turistes com a format “natural” del turisme a la ciutat, i que comporta associada una preocupació pels comportaments incívics que fins i tot poden derivar en problemes de salut físics i psíquics per part dels residents.

#### 6.2.4. Diferències entre els moviments socials urbans i associacions veïnals en les estratègies de relació i negociació

##### 6.2.4.1. Relació dels moviments socials urbans i associacions veïnals amb el poder polític

En aquest apartat analitzem el posicionament dels moviments socials urbans i les associacions veïnals amb el poder polític, per tal d'identificar patrons de comportament relacionals i de col·laboració. A la taula següent es fa una primera aproximació descriptiva, a partir de les opinions dels entrevistats sobre la seva relació amb l'administració i el govern local i amb d'altres institucions representants del poder (vegeu la taula 6.5).

Taula 6.5 Relació amb el poder polític

		Reben subvencions o ajuts	Formen part del consell de turisme i ciutat	Col·labor en amb l'administració	Confrontació o crítiques a l'administració	Participen o han estat dins de partits polítics o l'administració	Influència del 15-m
1	Associació de Veïns de la Barceloneta	2	0	1	1	1	2
	Associació de Veïns i	2	0	1	1	1	1

Anna Soliguer Guix

	Veïnes de la Dreta de l'Eixample	2	1	1	1	1	2
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	2	0	0	1	0	0
	Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell	2	0	1	1	1	2
	Salut-Sanllehí	2	1	1	1	1	2
	Associació de Veïns d'el Raval	2	1	1	1	1	2
	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	2	0	1	1	1	0
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	2	1	1	1	1	2
	Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona	2	1	1	1	1	2
2	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	n.d.	0	1	1	1	0
	Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya	0	0	0	1	0	0
	Associació d'Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	1	1	1	1	1	0
	Associació d'Apartame	n.d.	1	1	1	1	0



Anna Soliguer Guix

	nts Turístics de Barcelona						
3	Confederació Sindical de Comissions Obreres	2	1	1	1	1	2
	Confederación Nacional del Trabajo	0	0	0	1	0	2
	Coordinadora Obrera Sindical	0	0	1	1	1	0
	IAC	2	0	1	1	1	2
	Sindicat Les Kellys	n.d.	0	1	1	1	0
	Sindicat de Llogateres i Llogaters	n.d.	0	1	1	1	2
	Unió General de Treballadors de Catalunya	2	1	1	1	1	0
4	Endavant	n.d.	0	1	1	1	2
5	Observatori del Deute en la Globalització	1	0	1	1	1	2
6	Pastoral Obrera	2	0	1	1	1	2
7	Acció Raval	0	0	1	1	1	1
	Fem Sant Antoni	0	1	0	1	1	2
8	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	1	1	0	1	0	2
	Kellys	n.d.	0	1	1	1	0
	Unión Catalunya						
	Riders X	n.d.	0	1	1	1	1
	Derechos						
	Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó	0	0	0	1	0	0

0= No; 1= Sí; 2= Molt

Dels resultats expressats a la taula anterior es desprèn que la relació amb el poder que manté l’activisme s’insereix dins d’una geometria variable. La col·laboració en matèria

Anna Soliguer Guix

de turisme ha estat present els darrers anys en diferents aspectes, com la participació institucional, destacant especialment la participació en el Consell de Turisme i Ciutat, el PEUAT, la confecció de diferents plans estratègics, el Pla de Xoc, o en la seva participació en reunions amb els districtes. No obstant aquesta participació està subjecta a debats interns de coherència amb la missió i objectius de cada MSU i al context social i polític de cada moment. Per tant, la relació amb el poder es pot considerar com un fet dinàmic, al mateix temps que conflictiu, per al conjunt dels MSU.

Les converses mantingudes amb els diferents MSU permeten identificar alguns paràmetres al voltant de com entenen la seva relació amb el poder. Tres elements en destaquen. En primer lloc l’existència d’un fenomen de triangulació en els processos de negociació. Les estratègies de la majoria dels MSU passen per poder influir sobre el sector turístic, però mitjançant la cooperació o, més sovint, amb la pressió social i l’exigència d’actuació a les administracions i gestors. Amb aquesta estratègia els MSU de la ciutat intenten aconseguir endurir les posicions de gestió per intentar regular i augmentar la intervenció de l’administració per intentar obligar als lobbies empresarials i a la indústria turística a canviar el seu comportament, sense haver d’enfrontar-s’hi directament. Malgrat que molts MSU també poden optar per la confrontació directa o la denúncia de les empreses del sector turístic, la col·laboració amb l’administració pot generar efectes més potents a través de la regulació efectiva. La triangulació ofereix també un escenari de xoc amb la mateixa administració. Això obeeix a dues raons. En primer lloc perquè els MSU s’erigeixen com a elements de debat social continu i de disputa constant com a mecanisme de funcionament i no poden deixar de banda aquest caràcter sense desnaturalitzar-se. En segon lloc, i relacionat amb l’anterior punt, perquè exerceixen un contrapès del poder, del qual no en consideren més que interlocutors i del qual no en volen formar part.

En segon lloc cal destacar que l’estratègia de relació amb el poder és una font de debat constant i que ha originat posicionaments diferenciats entre els diversos MSU en funció de la dependència que pot generar aquesta col·laboració. Així es troben plantejaments que van des de la negació a la interlocució o a rebre qualsevol subvenció fins als que hi col·laboren regularment o en reben subvencions. Per exemple entre els MSU de base

Anna Soliguer Guix

anarquista o de protesta contra el sistema capitalista manifesten la seva incomoditat per relacionar-se amb partits polítics (Confederación Nacional del Trabajo, Sindicat d’Habitatge d’Horta-Guinardó). Per motius similars, les plataformes Fem Sant Antoni i Acció Raval tampoc tenen relacions directes amb els partits. En canvi, els MSU que tenen activistes polítics entre els seus membres, tenen una percepció més positiva de la col·laboració directa o indirecta amb el sector polític. Per exemple, a l’Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic, alguns activistes estan al govern municipal. Els activistes de l’òrbita dels Comuns (i el 15 M) són els que millors relacions tenen amb l’administració. En especial, s’han mostrats oberts a la col·laboració l’Observatori del Deute en la Globalització, la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, Confederació Sindical de Comissions Obreres, i el Sindicat de Llogateres. En canvi, arrel del Procés i el trencament de relacions amb la CUP, l’altra part dels MSU, és a dir, l’òrbita de l’esquerra independentista, no tenen gairebé relacions amb l’administració local. En un pla intermedi trobem a les Kellys Unión Catalunya i el comerç que manifesten tenir converses amb alguns partits (PSC o la CUP), però també expliquen que la majoria dels partits no s’han interessat per la seva lluita.

Des d’una perspectiva estratègica, recórrer puntualment a la negociació és comprensible quan es treballa per aconseguir millores locals o amb temes sobre els quals l’administració local i regional hi té accés, com va ser el cas del PEUAT on l’acció dels MSU va influir sobre la planificació final. En canvi, quan els MSU s’enfronten a temàtiques globals i de fons, la negociació amb l’administració local és molt menys efectiva a l’hora d’obtenir resultats. Per exemple, és el cas de la protesta relacionada amb els creuers i el transport aeri. Així, existeix debat intern al voltant de quina estratègia és millor per aconseguir una capacitat real transformativa tenint en compte que la negociació permet obrir noves vies i dur a terme projectes transformadors, però que implica el risc de dependència o de desvirtuar el seu caràcter autònom.

En tercer lloc, es detecta l’existència d’un procés de pacte social latent entre MSU i els mecanismes del poder. La dinàmica de confrontació forma part de la naturalesa dels MSU, però al mateix temps es va passant del rebuig frontal cap a un procés de negociació.

Anna Soliguer Guix

Existeix un cicle on la detecció d'un problema inicial articula els moviments, els quals s'enfronten amb els causants o els responsables i adverteixen la societat, sovint per primer cop, de la problemàtica i dels efectes del fenomen. En aquest moment s'empoderen i fan que l'administració els tingui en compte o fins i tot integri el seu punt de vista per donar-hi una resposta. En aquest procés es poden donar, per tant, mecanismes de reformulació de postures inicials a través de la negociació que afavoreixin el consens, tot i que també apareix conflicte i pèrdua de confiança quan les decisions de l'administració es consideren insuficients o allunyades de les propostes inicials dels moviments. El procés cap a aquest pacte latent o implícit no està però absent de discussió interna entre els MSU i, en ocasions, pot fer aparèixer divergències i discrepàncies. Per posar un exemple, representants de l'Associació de Veïns de la Barceloneta, amb un fort passat activista i que encara té un nucli veïnal important, expliquen que la proximitat política als Comuns pot generar postures d'activisme més passives per no interferir en el govern municipal d'Ada Colau. No obstant, en el cas del debat recent sobre la possible construcció de la filial del museu Hermitage al barri al qual l'associació ha donat suport<sup>149</sup>, part dels seus membres (els que tenen un posicionament més ecologista) s'hi han oposat.

Com a resultat de totes aquestes contingències marcades per contextos concrets, cicles d'evolució en la negociació i debats interns de posicionament, els MSU poden presentar diferències importants en la seva posició davant del poder. En ocasions aquestes diferències s'expressen en una determinada actitud davant accions concretes, com la reacció de l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic i la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona al denunciar l'acció d'Arran al Bus Turístic. En altres ocasions trobem visions simètriques, tot i que no concordants, entre grups amb diferents objectius. Per exemple és el cas del sector hotelier i el sindical i alguns MSU, els quals tenen una mirada similar contra la competència deslleial dels pisos turístics. Un altre exemple planteja com la manifestació de diferents relacions amb el poder pot portar cap a la discrepància entre grups. Així, l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic i la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona argumenta que Arran els hi feia la

---

<sup>149</sup> [https://www.metropoliabierta.com/districtos/ciutat-vella/los-vecinos-de-la-barceloneta-defienden-el-hermitage\\_13032\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/districtos/ciutat-vella/los-vecinos-de-la-barceloneta-defienden-el-hermitage_13032_102.html)

Anna Soliguer Guix

“competència deslleial” al no compartir les mateixes estratègies d’acció (protesta vs performance) i desmarcar-se del marc comú de la protesta no violenta.

Des de l’anàlisi emocional també s’han detectat diferents maneres i plantejaments de col·laboració amb l’administració que mostren una determinada actitud cap a les relacions de poder. Els mateixos entrevistats adjectiven aquesta relació de diferents formes. Per exemple, la relació de col·laboració és catalogada com a “molt bona” (Observatori del Deute en la Globalització, Associació de Veïns de la Vila Olímpica), “bona” (Acció Raval, Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic, Unió General de Treballadors de Catalunya), “fluïda” (Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat), “variable” (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona), “periòdica” (Confederació Sindical de Comissions Obreres), “conflictiva” (Intersindical Alternativa de Catalunya), “de diàleg” (Riders X Derechos), “preocupant” (Fem Sant Antoni, Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya), “intensa” (Sindicat de Llogateres, Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, les Kellys), “escassa” (Associació de Veïns del Raval, Confederación Nacional del Trabajo, Coordinadora Obrera Sindical) o “intensa i conflictiva” (Associació de Veïns de la Barceloneta).

Es pot argumentar, per tant, que la relació dels MSU amb el poder genera reaccions emocionals entre alguns grups. Sovint els entrevistats expliquen que el tracte amb el poder els fa aparèixer sensació de frustració, indefensió i insatisfacció. Per exemple, en el cas de l’Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat es denuncia que depenen de l’administració regional i pateixen la indefensió de les pròpies regles de l’administració i abusos de poder. Un altre cas paradigmàtic és el de la “por” manifestada per l’Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy. Els seus representants afirmen que per no voler donar suport a un projecte comercial del PSC (i al no haver acceptat el suport polític de CIU i ERC), va tenir com a conseqüència l’arribada de menors estrangers no acompanyats a un convent del barri als quals acusen de generar inseguretats al barri, robatoris constants i assetjament

Anna Soliguer Guix

sexual a les veïnes. L’Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya i els veïns dels barris més turistificats manifesten haver sentit “indefensió” i “enuig” degut al fet que l’administració no els fa cas en les seves denúncies sobre els problemes d’incivisme que els genera el lleure nocturn, la borratxera, les drogues i la prostitució i per la connivència que les diferents administracions tenen amb les empreses del sector. Altres moviments manifesten sentir “frustració” perquè no són tinguts en compte, fins i tot tenint afinitats polítiques o contactes. Seria el cas de la invisibilització social que denuncien Las Kellys per considerar que les seves protestes generen “escàs interès” en l’administració local (posen com a exemple una entrevista amb l’alcaldessa Colau on aquesta “no parava de mirar al rellotge”) o els fan “promeses incomplertes”, com per exemple quan “el Conseller de Treball no ha portat a la pràctica el segell de qualitat laboral per les cambres de pisos que va ser aprovat pels grups polítics”. En el cas de Las Kellys els sentiments per la “discriminació” per gènere també apareixen en el seu discurs, afirmant per exemple, que a l’hora de negociar amb el poder polític “influeix molt el fet de ser dones” ja que canvia la percepció de la contrapart “esperant rebre peticions sense sentit o intentant negociar la dominació, cosa que no passaria en el cas que fossin homes” (Representant del Sindicat Les Kellys Barcelona).

Una de les maneres en què es posa de manifest la relació amb el poder és a través de la concessió de subvencions i la seva acceptació. Per a l’anàlisi s’ha tingut en compte com els entrevistats descriuen la manera com els ajuts i les subvencions incideixen sobre el finançament dels MSU. Apareixen tres grans grups diferenciats: els moviments que no tenen subvencions, els que paguen quotes internes per finançar-se i els que tenen subvencions externes. La Coordinadora Obrera Sindical o la Confederación Nacional del Trabajo, renuncien per decisió pròpia a les subvencions per evitar dependències i intermediaris que generarien contradiccions internes. En alguns casos la inexistència d’ajuts externs està relacionada amb la manca de reconeixement (Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya). Altres moviments que recorren a les quotes internes ho fan perquè no disposen d’ajuts de cap institució, tenen poques despeses i els permet autofinançar-se (Acció Raval i Fem Sant Antoni). En algun cas, en paral·lel a l’autofinançament, organitzen alguna activitat per guanyar diners i reben alguna petita

Anna Soliguer Guix

subvenció, com és el cas de l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic. En altres casos el finançament és mixt entre quotes i subvencions. La Pastoral Obrera s’organitza amb les quotes (cotització) dels seus militants i aportacions del Bisbat, les diòcesis i la Generalitat. En la mateixa línia, les associacions veïnals comparteixen les quotes dels socis amb petites subvencions per festes o despeses (Associació de Veïns de la Vila Olímpica, Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample) procedents de l’administració local. El finançament de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona també ve donat tant per les quotes de les entitats federades com pels convenis amb l’Ajuntament, la Generalitat i la Diputació i també reben subvencions. L’Associació de Veïns de la Barceloneta es finança amb l’afiliació dels socis que paguen 12 euros a l’any, juntament amb donacions petites i subvencions de l’ajuntament que són “de caràcter normalet i serveixen per pagar la llum, el local, la dona que fa la feina i alguna altra subvenció per activitats tipus festes, pòsters, cartellera, publicacions, xerrades, documentals, etc”. En una línia similar està l’Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya els quals tenen una subvenció i ajuts per organitzar activitats al llarg de l’any, tals com la festa major del Roser i el Tast, un esdeveniment gastronòmic que té una durada de 4 dies.

En alguns casos es reben fonts de finançament especials. Alguns moviments es subvencionen mútuament de forma indirecta a través de quotes. Per exemple, l’Associació de Veïns del Raval paga la seva quota com a membre de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, la qual es subvenciona en part a través de les quotes de les associacions dels barris que en formen part. D’altra banda, la desigualtat en els criteris de subvenció que té l’administració és avaluada críticament per algunes associacions ja que afirmen que “dispersa les associacions” (Representant de l’Associació de Veïns del Raval) o que és “una estratègia que interessa a l’Ajuntament, la Generalitat i els actors que tenen el poder públic amb l’objectiu de donar suport a la desunió” (Representant de l’Associació de Veïns de la Barceloneta). Els sindicats reben l’aportació d’afiliats (Confederació Sindical de Comissions Obreres i Unió General de Treballadors de Catalunya), ajuts identitaris (Intersindical Alternativa de Catalunya) o en base als delegats alliberats. L’Observatori del Deute en la Globalització es financia a través de

Anna Soliguer Guix

subvencions públiques de l’Ajuntament de Barcelona, l’Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament i algunes a nivell europeu. La crisi de l’any 2008 va minvar els ingressos públics. Aquesta situació es va agreujar amb el tsunami públic de la Covid. Com a conseqüència, intenten aconseguir fons privats mitjançant el fundraising.

La influència del 15-M és notable sobre els MSU, els quals són en bona part el resultat d’aquest moviment d’activisme urbà. Per a dur a terme la nostra anàlisi hem tingut en compte si els grups afirmen tenir una influència directa, indirecta o no s’hi han vist influïts per aquest moviment. Es considera influència directa quan els continguts del 15-M van en paral·lel als objectius i la missió dels MSU analitzats. Aquest és el cas de les Assemblees de Veïnes i Veïns del Barri Gòtic, Associació de Veïns del Raval, Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, la Confederación Nacional del Trabajo, la Intersindical Alternativa de Catalunya o la Pastoral Obrera, la qual està en l’origen de les assemblees i d’on sorgeixen molts dels activistes que posteriorment acaben en diferents moviments socials, l’Observatori del Deute en la Globalització o l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic. Cal remarcar que al finalitzar les protestes, es va produir un retorn a les assemblees dels barris des d’on havia sorgit la protesta, però també transformats en moviments socials urbans que s’han adaptat a les noves problemàtiques en l’avenç de la globalització.

Es considera influència indirecta del 15-M quan, malgrat no participar-hi directament es simpatitza o sintonitza amb aquest moviment (Acció Raval) o s’acaben compartint les problemàtiques (Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample). L’efecte generacional ha estat un factor que explica la influència directa del 15-M en determinats MSU però també la influència indirecta en moviments que no existien en aquell moment (per exemple els Riders X Derechos). En d’altres casos, com el sindicat Unió General de Treballadors de Catalunya els hi va permetre ampliar la seva perspectiva al visualitzar el descontentament de la gent jove i obrir debats interns sobre la desvinculació del jovent amb el sindicalisme obrer.



Anna Soliguer Guix

Un dels efectes del 15-M ha estat en la reconfiguració de les relacions entre MSU. Part dels membres dels MSU es van sentir defraudats perquè “tota aquella vessant progressista que no eren antisistema però que volien canviar el sistema sense destrossar-lo, han caigut en l’antiga política, caracteritzada pel sectarisme i l’amiguisme” (Representant de l’Associació de Veïns de la Barceloneta). Fruit d’aquest debat, alguns barris es despenjaren de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, creant el Tsunami Veïnal, mentre que intensificaren l’activisme mediàtic i la controvèrsia directa amb el poder com estratègia per la negociació, fet que aconseguiren amb millors resultats que la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona. En aquest sentit algunes associacions deixen de sentir-se representades per l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic o d’altres moviments que s’acosten als Comuns o recolzen polítiques urbanes liderades per l’administració local i, especialment per l’ajuntament de Barcelona, les quals consideren insuficients per donar valor a la seva reivindicació (per exemple debatent la inconveniència de donar prioritat a la necessitat de decreixer per davant de la desigualtat social o laboral).

Finalment, algunes associacions i moviments manifesten tenir escassa o nul·la influència procedent del 15-M. Entre les explicacions que argumenten en destaca el desinterès per les motivacions i temàtiques tractades, la influència de la pròpia estructura, composició i història de l’entitat o la falta d’una visió transformativa social. Per exemple, les associacions professionals del turisme (com l’Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat, Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya o Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona) enfocades a la resolució de problemàtiques professionals o de relació amb l’administració no tenen una missió amb caràcter transformador social. És el cas de les associacions veïnals amb poca història activista (Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya) o amb veïns de classe mitja en aquell moment (Associació de Veïns de la Vila Olímpica), en les quals no es van poder desenvolupar assemblees perquè la gent del barri no es veia reflectida en les seves reivindicacions. També aspectes de mirada de classe hi intervenen. Per exemple, en el cas de l’Associació de Veïns del Parc Güell la Salut-Sanllehy, el 15-M no hi va influir perquè

Anna Soliguer Guix

“el barri no és gaire d’activisme. Era un barri tranquil i la gent vivia bé”. Altres moviments, com les Kellys Barcelona o Les Kellys Unión Catalunya, també han rebut poca influència del moviment del 15-M perquè encara no estaven organitzades, tot i que algunes tenen experiència prèvia en l’associacionisme als seus països d’origen. La càrrega de treball a les empreses turístiques era tan intensa que no trobaven les forces per altres activitats. Finalment també hi ha MSU com la Coordinadora Obrera Sindical que no comparteix el joc dels moviments institucionalitzats i propers al poder, “perquè enmig de la confusió el que guanya sempre és el reformisme i la gauche divine estan amb la Colau” (Representant de la Coordinadora Obrera Sindical).

#### 6.2.4.2. La relació dels moviments socials urbans i associacions veïnals amb els mitjans de comunicació

En aquest apartat volem assenyalar la relació que tenen els moviments socials urbans i les associacions veïnals amb la premsa amb l’objectiu d’identificar patrons relacionals i posicionaments davant dels mitjans de comunicació.

Taula 6.6 Relació dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona amb els mitjans de comunicació

		A	B	C	D
1	Associació de Veïns de la Barceloneta	Favorable	Desfavorable	Passiva	Les usen
	Associació de Veïns de la Dreta de l'Eixample	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	Desfavorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Associació de Veïns Parc Güell Salut-Sanllehí	Desfavorable	Favorable	Activa	Les usen
	Associació de Veïns d'el Raval	Desfavorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Associació de Veïns i Veïnes de	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen

Anna Soliguer Guix

	la Sagrada Família					
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
	Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
2	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
	Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya	Favorable	Desfavorable	Activa		Les usen
	Associació d’Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	Favorable	Desfavorable	Passiva		Les usen
	Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona	Favorable	Desfavorable	Passiva		Les usen
3	Confederació Sindical de Comissions Obreres	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
	Confederación Nacional del Trabajo	Desfavorable	Favorable	Activa		Les usen
	Coordinadora Obrera Sindical	Desfavorable	Favorable	Activa		Les usen
	IAC	Desfavorable	Favorable	Activa		Les usen
	Sindicat Les Kellys Barcelona	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
	Sindicat de Llogateres i Llogaters	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
	Unió General de Treballadors de Catalunya	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
4	Endavant	Desfavorable	Favorable	Passiva		Les usen
5	Observatori del Deute en la Globalització	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen
6	Pastoral Obrera	Favorable	Favorable	Passiva		Les usen

Anna Soliguer Guix

7	Acció Raval	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Fem Sant Antoni	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
8	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Kellys Unió Catalunya	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Riders X Derechos	Favorable	Favorable	Passiva	Les usen
	Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó	Desfavorable	Favorable	Activa	Les usen

A=Posicionament davant del paper dels mitjans principals (favorable o desfavorable en relació als seus objectius)

B= Posicionament davant del paper dels mitjans alternatius (favorable o desfavorable en relació als seus objectius)

C= Relació (activa -demanen ser escoltats- o passiva -reben demandes d’informació per part dels mitjans-)

D= Xarxes socials (en fan ús alternatiu als mitjans per expressar-se i difondre idees)

La majoria dels moviments socials tenen una percepció positiva de la seva relació amb els mitjans de comunicació, tot i que aquesta relació és variable segons el mitjà i el moment temporal i, especialment l’afinitat política (vegeu la taula 6.6). Una relació que encara millora quan es refereixen a la premsa alternativa (Coop55, La Directa). La visió genèrica que la major part dels MSU tenen dels mitjans de comunicació és, per tant, favorable en la mesura que potencialment els permeten donar veu a la seves reivindicacions. No obstant, en destaquen que no sempre es poden fer escoltar pels mitjans, especialment els que no estan adherits a partits polítics o tenen un discurs anticapitalista. La temàtica de la denúncia social també pot condicionar la intensitat amb què es recull la seva opinió per part dels mitjans. Per exemple, els MSU preocupats pels temes laborals o els desnonaments (com és el cas de la Confederación Nacional del Trabajo o de la Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó) afirmen que aquests temes desperten menys interès per part de la premsa que altres temàtiques com el lloguer o la manca d’habitatge. Per aquest motiu, els MSU fan ús de les xarxes socials per cobrir les mancances dels mitjans convencionals, donar-se a conèixer i amplificar el seu discurs. Per exemple, l’associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic afirmen haver tingut experiències negatives amb els mitjans de comunicació principals i intenten suplir aquestes mancances en el tractament de la informació a partir de contactes amb periodistes de mitjans afins (La Directa, Masala, etc).

Anna Soliguer Guix

Alguns MSU destaquen que el tema de gènere en el sector turístic queda injustament al marge del debat en els mitjans. El representant de Confederació Sindical de Comissions Obreres destaca que malgrat la denúncia que fan de problemes d’abusos o d’altres aspectes vinculades amb el maltractament a la dona en l’entorn laboral no atrauen l’atenció dels mitjans o, si ho fan, no es refereixen al sector turístic. Alguns representants de MSU, com per exemple l’Associació de Veïns del Raval comenten que els mitjans de comunicació recorren a ells per a buscar notícies i que acostumen a fer un ús sensacionalista dels temes que aborden (centrant la seva atenció en temes com els narco pisos, les baralles amb catanes, o les drogues i la prostitució).

Un dels aspectes recurrents en la relació entre MSU i mitjans de comunicació és la relació o afinitat política i ideològica. Per exemple, els moviments que tenen una ideologia independentista (Coordinadora Obrera Sindical i Endavant) manifesten que alguns mitjans alternatius els donen menys importància en comparació als moviments que tenen relacions amb els Comuns. Els moviments anticapitalistes denuncien que són silenciats o que generen forta oposició i desprestigi entre els mitjans de comunicació més importants, cosa per la qual acostumen a buscar alternatives en mitjans de comunicació de petit format. Aquests moviments, però també d’altres no anticapitalistes, denuncien el posicionament dels grans mitjans per la seva connivència amb el capital en temes com l’habitatge. Per exemple remarquen el cas del Grup Godó on La Caixa n’és l’accionista i és el principal tenedor de pisos desnonats. Una altra problemàtica que denuncien alguns MSU com les plataformes és la tergiversació de les seves declaracions, reinterpretades pels mitjans, o pel seu ús en directe que respon a interessos concrets dels mitjans més que a les denúncies i preocupacions dels MSU. Tal és el cas de Fem Sant Antoni on tenen alguns mitjans vetats perquè quan els han trucat per participar en directe per telèfon, han canviat tot el sentit del que varen explicar. O el mateix cas es remarca durant l’entrevista amb l’Associació de Veïns de la Barceloneta, descontents amb el tractament informatiu rebut en programes matinals de màxima audiència. Finalment, s’observa una darrera característica de la relació entre mitjans de comunicació i MSU que té a veure amb la coincidència del caràcter local de la protesta urbana i l’interès mediàtic. És a dir, els MSU que concentren la seva actuació a nivell de problemàtiques locals o de barri, com és el cas

Anna Soliguer Guix

de moltes associacions veïnals, acostumen a tenir coincidència d’interessos amb determinats mitjans de comunicació d’abast local com per exemple Betevé.

Tots els grups de moviments entrevistats fan ús de les xarxes socials per difondre idees i, en general manifesten que reben atenció per part dels mitjans de comunicació. D’altra banda, algunes entitats (Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy, Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, Coordinadora Obrera Sindical, Intersindical Alternativa de Catalunya, Confederación Nacional del Trabajo, Xarxa d’Habitatge d’Horta Guinardó) reben poca atenció dels mitjans, fet que atribueixen a no formar part de cap partit polític, pel seu caràcter antisistema o també per defensar postures independentistes.

### 6.2.5. La relació entre els moviments socials urbans i associacions veïnals

En aquest apartat s’analitza la relació interna entre moviments socials urbans i entre les associacions veïnals.

Taula 6.7 Relació amb la resta de moviments socials urbans i associacions veïnals

		<b>Creació i participació en xarxes</b>	<b>Intercanvi d'idees, assessorament i debat</b>	<b>Accions comunes amb altres moviments</b>
1	Associació de Veïns de la Barceloneta	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació de Veïns de la Dreta de l'Eixample	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació de Veïns Parc Güell Salut-Sanllehy	Baixa	Baixa	Baixa
	Associació de Veïns El Raval	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	Mitja	Mitja	Mitja
	Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona	Alta	Alta	Alta

Anna Soliguer Guix

2	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	Baixa	Baixa	Baixa
	Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya	Mitja	Mitja	Mitja
	Associació d’Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	Baixa	Baixa	Baixa
	Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona	Baixa	Baixa	Baixa
3	Confederació Sindical de Comissions Obreres	Alta	Alta	Alta
	Confederación Nacional del Trabajo	Mitja	Mitja	Mitja
	Coordinadora Obrera Sindical	Alta	Alta	Alta
	IAC	Alta	Alta	Alta
	Sindicat Les Kellys Barcelona	Alta	Alta	Alta
	Sindicat de Llogateres i Llogaters	Alta	Alta	Alta
	Unió General de Treballadors de Catalunya	Mitja	Mitja	Mitja
4	Endavant	Alta	Alta	Alta
5	Observatori del Deute en la Globalització	Alta	Alta	Alta
6	Pastoral Obrera	Alta	Alta	Alta
7	Acció Raval	Mitja	Mitja	Mitja
	Fem Sant Antoni	Mitja	Mitja	Mitja
8	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	Alta	Alta	Alta
	Kellys Unión Catalunya	Alta	Alta	Alta
	Riders X Derechos	Alta	Alta	Alta
	Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó	Mitja	Mitja	Mitja

Pràcticament tots els MSU tenen algun tipus de relació entre ells: creen i participen en xarxes, fan intercanvis d’idees, assessorament i debat i accions comunes amb altres moviments (vegeu la taula 6.7). Interpretem aquest fet com el resultat de la tendència a organitzar-se en xarxa en el camp de l’activisme. No obstant, aquestes xarxes de relació són diverses segons l’afinitat temàtica dels objectius i problemes d’interès. Per exemple, l’Observatori del Deute en la Globalització es centra en la relació amb altres moviments de l’òrbita ecofeminista i pro-comú, mentre que la Federació d’Associacions Veïnals de

Anna Soliguer Guix

Barcelona i l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic orbiten al voltant de les associacions de veïns i d’acadèmics. Els moviments amb ideologia independentista també disposen d’una òrbita gran de moviments, grups polítics i activistes. Aquesta estructura informal en xarxa compensa i amplifica l’escàs volum de membres que normalment tenen els MSU i que dificultaria molt la seva eficàcia actuant en solitari.

Les xarxes al voltant dels MSU pertanyen a temàtiques força àmplies. Per exemple, l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, aglutina moviments, plataformes, activistes que lluiten pel dret a la ciutat, els problemes mediambientals, la salut, etc. Acció Raval col·labora amb altres entitats del barri de manera que els permet establir dinàmiques de solidaritat i col·laboració veïnal, però també col·laboren amb la policia i els mitjans de comunicació en temes relacionats amb drogues, narco pisos, inseguretat i pisos buits (per exemple fent un cens dels propietaris dels pisos on varen trobar que l’ajuntament i la Generalitat formaven part del grup dels multipropietaris).

Un element essencial de la col·laboració entre MSU s’estableix en l’acció conjunta, per tal d’incrementar la capacitat de mobilització col·lectiva. També les associacions de caràcter professional requereixen xarxes de col·laboració i de suport mutu. Per exemple l’Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat forma part de l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic i busquen aliances amb altres entitats relacionades amb temes d’habitatge, explotació laboral a l’hostaleria i al sector de la cultura (museus, Sagrada Família, edificis de Gaudí).

La constel·lació de relacions dels moviments socials prenen camins diferents. Una diversitat de nodes amb interessos comuns connecten a través de diferents xarxes. D’una banda, una xarxa engloba els moviments de l’òrbita dels Comuns (reformistes). D’altra banda, una segona xarxa constituïda pels moviments de l’esquerra independentista. Finalment, es detecta una tercera xarxa amb les associacions professionals i comercials (filoturístics).

Alguns moviments que defensen els interessos sectorials (Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya) i privats del creixement turístic endreçat mantenen



Anna Soliguer Guix

molta relació amb tot el teixit associatiu de Ciutat Vella i la resta de la ciutat. També és el cas de l’Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya que a través de Tot Raval (que reuneix a més de 50 entitats socials, culturals, educatives i comercials) i de Turisme de Barcelona connecten amb veïns i comerços del centre de la ciutat. Els propietaris de pisos turístics entraren en las dinàmiques de l’activisme amb la creació de la Plataforma Pro Viviendas Turísticas amb l’objectiu de defensar els seus interessos donat que des de l’any 2011 l’administració no dona llicències de pisos. Els sindicats tenen un comportament atomitzat que fa que hagi poques vies de comunicació entre ells per abordar aspectes de turisme. Per exemple, els sindicats alternatius allunyats de l’aparell de l’Estat (Confederación Nacional del Trabajo, IAC, Coordinadora Obrera Sindical) expliquen aquesta situació en considerar que:

*“Aquest desgast és degut a la hipertrofia institucional (que ha esdevingut un objectiu per si mateixa) i ha anat segant l’activitat sindical amb l’externalització, la subcontractació, la deslocalització, i la globalització, portant la independència sindical a la seva desaparició com a resultat del predomini dels interessos que prevalen les subvencions com a font de supervivència. Tots aquests elements estructurals han debilitat el sindicalisme i l’han fet clientelar, fins el punt que Unió General de Treballadors de Catalunya i Confederació Sindical de Comissions Obreres tenen unes cadires fixes abans de començar les negociacions. La patronal també cobra una subvenció de l’Estat” (Representant de la Intersindical Alternativa de Catalunya).*

Els sindicats minoritaris tenen una visió molt més crítica del turisme com a element del capitalisme global. En canvi, els sindicats tradicionals tenen una relació interna més àmplia i institucional (és el cas, per exemple de la Unió General de Treballadors de Catalunya, amb relacions polítiques -dins de l’òrbita del PSC- però també sindicals, amb Confederació Sindical de Comissions Obreres, i institucionals -amb Turisme de Barcelona-. Per contra, els sindicats minoritaris, com la Confederación Nacional del Trabajo, exploren les relacions amb entitats crítiques amb el capitalisme, com les llibertàries, o amb visions des del feminisme o que tenen una orientació feminista (per exemple Las Kellys). De forma similar la Intersindical Alternativa de Catalunya, a banda

Anna Soliguer Guix

de les connexions polítiques amb ERC i la resta de l'òrbita independentista, teixeixen relacions amb grups com els manters, el sindicalisme social, sanitat als CAPs, assemblees de barris, plataformes per l'habitatge, Marxes per la Dignitat, o la Marea Pensionista.

Algunes diferències entre moviments socials s'han manifestat a partir del Procés i la posterior ruptura entre els Comuns i la CUP, poc temps després de l'arribada de Colau al poder. Abans, actuaven conjuntament, com per exemple en el cas de Barcelona No Està en Venda on van confluïr diferents moviments de les esquerres per protestar plegats contra la globalització i el turisme. Les esquerres independentistes (Intersindical Alternativa de Catalunya, Endavant, Coordinadora Obrera Sindical, Xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó) estan a les xarxes d'habitatge, els sindicats de barri i de suport mutu. Tenen relacions amb la PAH, les xarxes de cures, feministes, antiracistes, anticapitalistes, Sindillar, el Sindicat Kellys Barcelona, anarquistes, el sindicalisme social, antifeixistes, la CUP i ERC, entre d'altres. Es caracteritzen per tenir relacions amb moviments i gent sense subvencions i no tenen especial relació amb l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic .

L'habitatge, el volum i el lleure nocturn congreguen a les associacions de veïns de l'òrbita dels Comuns (Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona, Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, Confederació Sindical de Comissions Obreres, Sindicat de Llogateres) i a la resta de barris turistificats (Associació de Veïns de la Vila Olímpica, Associació de Veïns de la Barceloneta) que pateixen els impactes de la massificació i l'incivisme (Ens Plantem al Poblenou, Diagonal Mar, el Casc Antic, Associació de Veïns del Raval, Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic, Fem Sant Antoni). Alguns dels barris amb més historial activista concentren moviments i plataformes. Es el cas de la Negreta del Gòtic que acull ATTAC Catalunya, la Negreta Feminista, la plataforma Resistim al Gòtic, la cooperativa de consum ecològic El Bròquil, la plataforma Ciutat Vella No Està en Venda, entre d'altres. Es relacionen també amb grups de caire més anticapitalista i anarquista com el Raval Rebel i la Barceloneta Rebel. L'habitatge connecta les xarxes de les esquerres tradicionals amb les independentistes i relaciona a la PAH amb els sindicats i xarxes de barri. Els barris més combatius disposen de moviments

Anna Soliguer Guix

i plataformes segons les seves esferes ideològiques i estan enfrontats pel suport o no a l’Ajuntament de Barcelona i altres aspectes que generen grans divergències, com és el cas de l’ Hermitage a la Barceloneta.

Cal destacar la centralitat de la problemàtica de gènere que pateixen les Kellys en el seu entorn (denuncien que el desenvolupament de les tasques laborals, la falta de respecte per part dels clients a diferents nivells, des de la manca de tractament respectuós a col·lectius racialitzats fins a la prostitució encoberta, que es permetia per les empreses, sota la pressió dels comentaris negatius a les plataformes de reputació en línia), la qual resulta clau per entendre la seva xarxa de relacions. El seu descontentament amb els sindicats i els partits polítics a quins van acudir a protestar inicialment va fer que optessin per constituir-se com una associació-sindicat per poder defensar els seus interessos (Sindicat Kellys Barcelona) que forma part de la Intersindical Alternativa de Catalunya o que optessin per la representació com a sindicalistes a Confederació Sindical de Comissions Obreres (Kellys Unión Catalunya). Fins i tot una representant va anar a les llistes del PSC a l’ajuntament de Barcelona. Les Kellys tenen connexions i reben suport per part d’alguns periodistes, col·lectius feministes (formen part del 8M), advocats laboralistes, així com també amb altres moviments que lluiten contra el racisme o que tenen una problemàtica de reconeixement laboral de gènere (Sindillar), l’Intersindical Alternativa de Catalunya (coincidint amb els Riders X Derechos de la qual en son membres el Sindicat de les Kellys Barcelona) i la CUP, que juntament amb el PSC són els partits que afirmen que els han ofert suport.

#### **6.2.6. Diferències entre les formes de protesta i la proposta d’accions entre els moviments socials urbans i associacions veïnals**

Els MSU generen nombroses accions de protesta i posicionament (vegeu la taula 6.8).

Taula 6.8 Diferències entre els moviments socials urbans i associacions veïnals en la seva proposta d’accions i formes de protesta

A	B	C	D	E	F	G	H	I
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Anna Soliguer Guix

Associació de Veïns de la Barceloneta	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l'Eixample	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell Salut-Sanllehí	0	0	n.d.	1	0	0	0	1	1
Associació de Veïns d'el Raval	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació de Veïns de la Vila Olímpica	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat	1	1	n.d.	1	1	1	0	1	1
Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya	0	0	n.d.	1	n.d.	1	0	1	1
Associació d'Amics, Veïns, Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya	0	0	1	1	1	1	0	1	1
Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona	1	0	1	1	1	1	0	1	1
Confederació Sindical de Comissions Obreres	1	1	1	1	1	1	0	1	1

Anna Soliguer Guix

Confederación Nacional del Trabajo	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Coordinadora Obrera Sindical		1	1	1	1	1	0	1	1
IAC	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Sindicat Les Kellys Barcelona	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Sindicat de Llogaters i Llogaters	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Unió General de Treballadors de Catalunya	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Endavant	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Observatori del Deute en la Globalització	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Pastoral Obrera Acció Raval	1	1	n.d.	1	n.d.	1	0	1	1
Fem Sant Antoni	1	1	n.d.	1	n.d.	1	0	1	1
Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Kellys Unió Catalunya	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Riders Derechos	X	1	1	1	1	1	0	1	1
Xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó	1	1	n.d.	1	n.d.	1	0	1	1

A- Reunions i manifestacions al carrer

B- Organització assemblees i fòrums de debat obert

C- Participació en congressos i fors de debat per a experts

D- Creació d'opinió i denúncia a les xarxes socials

E- Creació d'opinió en revistes, documentals o similars

F- Organització i participació en xarxes de moviments

G- Accions violentes

H- Assessorament legal, psicològic o suport a residents

I- Sensibilització a turistes

0= No en fan; 1= En fan

Entre les diferents accions i formes de protesta destaca que fan reivindicacions davant de l'administració (Arran-Endavant), campanyes de premsa (Les Kellys), campanyes a xarxes socials (Les Kellys), col·locació de pancartes reivindicatives (ABDT), campanyes d'acció col·lectiva (Pastoral Obrera), organitzen campanyes pròpies per formar grups i enxarxar-se amb altres col·lectius (Observatori del Deute en la Globalització), campanyes de conscienciació (Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya) i d'imatge dels barris (Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla),

Anna Soliguer Guix

participació a congressos i actes polítics (Riders X Derechos), denúncia de les condicions laborals (Unió General de Treballadors de Catalunya i Riders X Derechos), evitar desnonaments (Sindicat d’Habitatge d’Horta Guinardó), elaborar informes (Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona), impulsar xarxes de relació (Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona, Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic), impulsar la RSC i la professionalització (Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona), iniciatives relacionades amb la limitació dels creuers (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, Endavant), lluita política anticapitalista (Endavant), difondre missatges (Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya), mobilitzacions col·lectives (Kellys), ocupacions (Sindicat d’Habitatge Horta-Guinardó), piquets (Coordinadora Obrera Sindical), politització de les lluites, debat (Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família), o protestes contra la injustícia social (Associació de Veïns del Raval).

Donada la gran varietat d’accions existents, en aquest apartat exposem i classifiquem i les principals d’aquestes accions portades a terme pels MSU i analitzem en què consisteix el seu caràcter i naturalesa. En termes generals, i pel que fa a les propostes d’acció que generen els MSU, tenen un caràcter més reactiu que propositiu. Això s’explica perquè, habitualment, la seva aparició respon a la reacció al voltant d’algun problema que no és tingut en compte, o no amb prou intensitat, per part de les institucions oficials. Per tant, les accions que porten a terme permeten incloure, de forma molt immediata, en l’agenda urbana temes i problemàtiques que, sense la seva intervenció, haurien quedat en segona línia. La forta capacitat de transmissió i influència que tenen els MSU no sempre és equivalent però a l’hora de formular propostes, ja que moltes vegades són una reacció directa contra els grups d’interès vinculats al poder o els actors amb capacitat per prendre decisions. Aquesta naturalesa característica dels MSU afecta, en conseqüència, el tipus d’accions que dirigeixen, especialment adreçades a la generació de discursos per influir sobre l’opinió pública, visibilitzar problemes i identificar causes i dinàmiques del turisme poc conegudes o silenciades pels mitjans de comunicació tradicionals.

Anna Soliguer Guix

L'ús de l'espai públic com a element simbòlic de la protesta i de la reunió d'afectats és fonamental en la seva estratègia reactiva. Les accions amb fort contingut simbòlic com les reunions i manifestacions al carrer, a banda de tenir lloc en espais vinculats al conflicte, també es contextualitzen sovint en escenaris turístics o espais emblemàtics de la ciutat. Per aquest motiu les trobades a l'espai públic són la tipologia d'acció més habitual entre els MSU analitzats. La majoria de les accions dels moviments veïnals (Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona), barrials i turístics (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic) tenen un caràcter de protesta al carrer en forma de manifestacions (Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació de Veïns de la Barceloneta, Associació de Veïns de la Vila Olímpica, Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona, Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat, Kellys, Confederación Nacional del Trabajo, Coordinadora Obrera Sindical, Endavant, Sindicat de Llogateres, Intersindical Alternativa de Catalunya) que prèviament han estat decidides i organitzades a través de les seves assemblees. Alguns MSU donen major importància a accions de tipus més específic, com les accions simbòliques sobre actius turístics, com per exemple les performances en mitjans de transport turístics (Arran). En aquests casos l'ús simbòlic dels elements clau del funcionament del sistema turístic també caracteritzen i escenifiquen la protesta. D'altres accions són estrictament simbòliques i poden incorporar un component visual i festiu. Per exemple, un entrevistat ofereix el següent comentari sobre les performances:

*“Destacaria el gran rebuig a les accions visuals de protesta quan hi ha entre mig els mitjans de comunicació. Son petites accions però els mitjans de comunicació s'hi tiren com a hienes. A Mallorca va passar i a Barcelona també. Ens van dir que si seguïem així, els turistes se n'anirien. Fèiem accions petites però no vàrem pensar mai que s'ho agafarien així. Només tiràvem confeti. Els mitjans mediàtics no volien permetre ni petites engrunes de protestes contra el turisme. Va ser molt sorprenent perquè no eren accions que tenien un impacte molt gran. El turisme és un tabú. Es un tema que no es pot criticar” (Representant d'Endavant).*

Anna Soliguer Guix

A diferència d'aquest tipus d'accions predominants es detecten d'altres tipus vinculades a la forma de protestar dels MSU que introdueixen mecanismes per augmentar la visibilitat de la protesta i la seva legitimitat ampliant el nombre d'interessats o recopilant altres veus. Per exemple, l'ús de plataformes d'opinió i suport per a posicionaments i temes específics (com la plataforma Stop Colau). És el cas de l'Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya, i també Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya i altres. Aquestes plataformes s'usen per aglutinar i donar visibilitat a les problemàtiques, per exemple a través d'associacions de botiguers i comerciants i el Tsunami Veïnal. Aquestes plataformes s'usen també com a mitjà organitzatiu, sense deixar de perdre però el seu caràcter d'amplificadors de la influència i lobby. Per exemple la plataforma de l'Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya els serveix també per donar rellevància social a la seva tasca mostrant el nombre de famílies implicades a través d'aquesta associació. Un altre tipus d'acció poc habitual però molt present en alguns MSU, especialment els de caràcter sindical, és la influència sobre el sistema legal, intentant canviar lleis que consideren perjudicials per als seus representants (Kellys, Riders X Derechos, Sindicat de Llogateres). Per exemple, l'acció sindical és comú a la Intersindical Alternativa de Catalunya, la Coordinadora Obrera Sindical i la Confederación Nacional del Trabajo “contra algunes cadenes hoteleres i per la lluita constant de les millores laborals”.

Les assemblees i els fòrums de debat oberts són accions molt presents en MSU influïts pels partits i posicionaments polítics d'esquerra. A banda del caràcter reivindicatiu i participatiu, aquestes accions es caracteritzen també per generar debat i pluja d'idees i per prendre decisions amb suport de base. A partir d'elles s'organitzen les assemblees que generen debat intern, i es posicionen o organitzen les accions de carrer per a defensar els seus interessos. En aquests fòrums de debat la presència d'acadèmics i especialistes és habitual, així com els congressos i debats d'experts, aspecte que els fa institucionalitzar-se. Una altra manera que els MSU tenen per crear opinió i debat és a través de l'edició de revistes i informació a les webs. Per exemple, la Pastoral Obrera a través de la HOAC edita una revista Noticias Obreras on intervenen acadèmics i activistes dels MSU, moviments que igual que Càritas o Foment de Treball també col·laboren amb ells en altres



Anna Soliguer Guix

accions. En la mateixa línia es troba la participació a documentals. Per exemple, Les Kellys protagonitzaren el documental Hotel Explotación dirigit per Georgina Cisquella. Els barris més turistificats i els atractius turístics com la Rambla i el Parc Güell, també han aparegut a documentals de crítica al model turístic (Bye, Bye Barcelona, documentals i programes de diferents cadenes de televisió, etc.) on es recull l'opinió dels MSU, sovint com a punt de vista referent per explicar la seva visió sobre el turisme a la ciutat.

L'ús de les xarxes socials com a element de visibilitat però també de posicionament i debat és molt present en part dels MSU. Els moviments socials usen les xarxes socials per crear opinió i denunciar les problemàtiques que no són recollides pels mitjans de comunicació tradicionals (per exemple, és el cas de les Kellys que varen sorgir a partir d'una pàgina a Facebook on les cambres de pisos compartien experiències negatives de la seva realitat quotidiana a la feina als hotels a nivell nacional). Les xarxes socials s'han convertit en un vehicle fonamental per debatre, organitzar, informar, quedar i actuar. Els moviments de caràcter activista es distingeixen especialment pel seu ús de la tecnologia, i treballen a nivell d'organització interna a diferents xats, estan molt relacionats amb hacktivistes i dominen tota mena d'eines tecnològiques. Utilitzen molt Telegram (que no és tant invasiu a la privacitat i el control) i Jitsi (perquè no cal enregistrar-se). Quan actuen a la xarxa, utilitzen Twitter, Facebook i Youtube. Independentistes i feministes utilitzen també Instagram. Els activistes veïnals “estan a mil grups de WhatsApp” (Representant de Fem Sant Antoni). La pandèmia de Covid-19 ha generat alguns problemes de mobilització vinculats amb l'ús de les xarxes socials. Per exemple, alguns activistes han tingut problemes de connexió perquè els bars estaven tancats i no podien accedir a la wifi. “Aquesta situació ens està desmobilitzant perquè no podem debatre com voldríem i tenim por que ens afecti en un futur” (Representant de Fem Sant Antoni).

Els moviments duen a terme accions simbòliques de diferent intensitat, algunes de les quals inclouen accions d'intervenció més radical que contradiuen les lleis establertes. Aquestes accions es justifiquen, des del punt de vista dels MSU que les duen a terme, per la subjectivitat del concepte de violència. Per exemple, els desnonaments són accions violentes, des de la perspectiva dels anticapitalistes, que legitimen respostes com

Anna Soliguer Guix

l’ocupació o la intervenció directa per evitar desnonaments (Sindicat d’Habitatge d’Horta-Guinardó, Sindicat de Llogateres). De forma similar el turisme també es percep, per alguns MSU, com una forma de biopolítica violenta contra la comunitat que admet, segons aquesta lògica, una reacció radical contra aquesta activitat.

Un altre tipus d’accions passen per la posada en marxa de xarxes de suport mutu o actuacions de solidaritat entre la comunitat orientades a solucionar problemes urgents. Com a resultat de les retallades en sanitat, la salut és un tema important dins de la categoria d’accions de solidaritat. Durant la pandèmia, els moviments intensificaren relacions a les xarxes de suport mutu i als bancs d’aliments. Com a resultat de la precarietat contractual al sector turístic (fixes discontinus, externalitzacions, etc), moltes Kellys varen haver d’anar a demanar aliments i pagament de subministraments a Càritas i a les diferents xarxes de moviments veïnals en resposta a la preocupació creixent que algunes membres poguessin acabar perdent la custòdia dels fills per manca d’ingressos. Un altre exemple són les plataformes, associacions i xarxes veïnals, les quals varen contribuir a buscar roba (sobretot per homes) i menjar a ONGs, organitzacions i associacions per poder donar suport a les persones que havien quedat al carrer indefenses sense mitjans ni ajuts suficients (moltes d’elles provinents del sector turístic). El caràcter d’aquestes xarxes inclou també la protesta davant la ineficàcia o inacció de les institucions per fer front a problemes de crisi. Tal com posa de manifest el representant d’un MSU:

*“És gestió veïnal (...) Nosaltres aconseguim diners, contactes per ajudar als altres, a través de les entitats sense ànim de lucre (...) Hi ha més homes al carrer que dones (...) Fa falta més roba d’homes que de dones. Hi ha molta cua a diferents llocs per aconseguir roba i menjar” (Representant de Fem Sant Antoni).*

L’acció política hi és present i pren diferents formes entre els MSU, des de la lluita sindical fins a la participació institucional. En aquest darrer aspecte destaca la “participació ciutadana” al Consell de Turisme i Ciutat, entesa per molts MSU com una manera d’influir en la governança de la ciutat. Altres accions de participació tenen a veure amb la col·laboració amb instruments de consulta i de planificació impulsats per les institucions

Anna Soliguer Guix

i òrgans de representació locals com per exemple la creació de plans estratègics, el PEUAT, el Consell de Ciutat (Associació de Veïns de la Vila Olímpica), el Pla de Xoc (Acció Raval), reunions amb l'ajuntament i el districte i al Consell de Turisme i Ciutat, del qual en formen part els següents moviments: FAVB, CCOO, AmfiCat, Associació de Veïns de la Barceloneta, Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació Veïnal del Casc Antic, APARTUR, Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla, UGT, Gracia Associació de Veïns La Salut, Parc Güell, Sanllehí.

Els moviments no destaquen per fer accions de sensibilització al turista, tot i què se n'han fet algunes. Per exemple, l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic posava pancartes davant dels autobusos i protestaven contra els impactes del turisme massificat per tal de fer entendre que el rol del turista de classe mitja com a colonitzador no emfatitza amb els problemes de les classes desfavorides i contribueix a imposar les seves necessitats per damunt de les dels residents. Un altre tema que ha generat intents de sensibilitzar ha estat el cas de l'assetjament sexual a les cambres d'habitacions d'hotels. Les Kellys han impulsat campanyes a la premsa on es recull aquesta situació humiliant, juntament amb la por que tenen les cambres de que els hi treguin els fills per no poder-los mantenir.

### **6.3. La construcció del discurs sobre turisme entre els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona**

Al llarg d'aquest apartat es fa una proposta interpretativa dels trets principals dels discursos de protesta turística entre els MSU i les associacions veïnals de Barcelona. Per abordar aquesta tasca s'ha dut a terme, en primer lloc una anàlisi temàtica de continguts, a partir de la mesura de la freqüència de paraules. L'anàlisi de la freqüència d'aparició de paraules en el discurs ha permès determinar la incidència i intensitat de la presència de diferents temàtiques en cadascuna de les categories principals del discurs sobre turisme dels MSU i associacions de veïns. De forma complementària, s'ha realitzat l'estudi de cas sobre la precarietat laboral en el sector turístic a partir de l'anàlisi semàntica de les emocions expressades en el discurs sobre condicions laborals. A més, s'ha fet una

Anna Soliguer Guix

ampliació d’un dels temes de conversa més representatius del discurs, la nova situació en que els moviments i associacions quedaven durant i després de la pandèmia de COVID-19, així com les possibles afectacions sobre la seva visió del turisme i el paper que aquesta activitat havia de tenir en el futur model de ciutat. L’anàlisi del discurs s’ha conduït a partir del contingut de les transcripcions d’entrevistes, identificant categories i atributs a partir de codis i a partir dels quals, s’han identificat tres narratives fonamentals. Finalment, s’han diferenciat els discursos existents entre els diferents MSU i associacions veïnals i s’ha fet una proposta de tipologia dels mateixos en base tant al seu component narratiu com a les seves característiques estructurals.

### 6.3.1. Anàlisi temàtica del discurs entre els MSU i associacions veïnals de Barcelona

L’anàlisi global de la freqüència de paraules del discurs dels MSU permet observar alguns elements comuns (malgrat que no sempre compartits per tots ells) que sobresurten del relat (vegeu la taula 6.9).

Taula 6.9 Freqüència total de paraules en relació a les temàtiques associades al discurs sobre turisme dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona

<b>Paraula</b>	<b>Recompte</b>
Molt turisme	1009
Dret a la ciutat	508
Residents	418
Molta gent	330
Barcelona	291
Indústria turística	258
Problema	247
Model turístic	223
Turistes	222
Treball	220
Canviar	200
Estat espanyol (Espanya i espanyols)	190
Política	180
Economia i capitalisme	170
La vida de les persones	172
Classe treballadora	170
Preu del lloguer de pisos	170
Veïns	162

Anna Soliguer Guix

---

Barris turístificats	149
Partits polítics	149
Regular (mercat laboral i preu del lloguer)	143
Hotels i hotelers	132
Precarietat laboral	130
Sindicats	129
Drets laborals	128
Treballadores i treballadors turístics	125
Males condicions laborals	123
Explotació laboral	120
Sector empresarial	120
Massificat	118
Xarxes	94
Diners	97
Habitatge	91
Gestió pública	89
Pisos turístics	88
Turisme de borratxera	88
Grups d'inversors	84
Generalitat	74
Encariment de preus	70
Vida precària	70
Ajuntament	66
Administració	66
Turismefòbia	65
Lleure nocturn	65
Moviments socials	63
Carrer	56
Problema principal	56
Incivisme	52
Qualitat	50
Plataformes	50
Decreixement	50
Lluita de classes	50
Dones precaritzades	50
Treballar per necessitat	50
Lluitar	50
Lluita política	50

---

En primer lloc, destaca la consideració que el turisme és un problema per a la ciutat i la visió territorialitzada d'aquest problema, on els impactes del turisme es contextualitzen a escala local. L'ús predominant de paraules com Barcelona, barris turístificats, resident o ciutat associades a “problema” o “problemàtica” així ho indica. Aquest fet concorda amb la interiorització que els MSU tenen del seu paper com a referents de la problemàtica urbana i com a moviments amb responsabilitat per encarar-los davant la manca de preocupació de les administracions (apareix també sovint les paraules ajuntament, administració o Generalitat). Finalment el caràcter arrelat al lloc dels MSU, els quals de

Anna Soliguer Guix

vegades provenen de la tradició d'associacionisme i moviment veïnal, es reflecteix també en la freqüència de paraules recollides. Un segon gran eix temàtic de la visió dels MSU té a veure amb les problemàtiques latents del turisme a la ciutat. Hem trobat quatre temes principals: el volum de turistes, les desigualtats laborals i les condicions de treball, el problema de l'habitatge i l'incivisme. Segons la freqüència de paraules del codi motivació de la protesta la preocupació pel volum (“gent”, “molt turisme”) apareix com la preocupació més evident, especialment quan s'associa als efectes sobre les condicions de vida als barri (“veïns”, “residents”, “pisos”, “comerç”, “viure”, “pisos turístics”). Altres termes que apareixen són la preocupació pel treball (“drets”, “treball”, “treballadors”, “problemàtica laboral”), la preocupació per un model turístic que es considera excessivament vinculat al marc econòmic i poc al social o ambiental (“diners”, “turistes”, “empreses”, “indústria”, “hotels”) i per les molèsties que els turistes i les seves pràctiques generen en els barris turismificats (“incivisme”, “turisme de borratxera”, “inseguretat”) i on predomina el lleure nocturn. En l'àmbit laboral la referència a “treballadors”, “classe treballadora”, “dones precaritzades” o “treballar per necessitat” exposa problemes de fons de l'entorn laboral del sector turístic a la ciutat, com la insatisfacció de part dels treballadors i treballadores o la dificultat per fidelitzar llocs de treball. En el segon àmbit, es posa també de manifest la dificultat de convivència entre veïns i visitants en el terreny de barri, ja sigui per la presència de “molts turistes” o “molta gent” la contraposició “turistes” i “veïns” o l'afectació quotidiana per saturació (“la vida de les persones”). El caràcter físic de la problemàtica percebuda és la predominant segons el recompte de paraules, mentre que en segon ordre d'importància apareixen paraules vinculades a la problemàtica de l'habitatge (“preu del lloguer dels pisos”, “regulació del mercat de lloguer”, “habitatge”) i de “l'encariment dels preus” en conjunt.

Un tercer aspecte temàtic que sobresurt és el de la negociació i la relació amb el poder (“partits”, “públic”, “poder”). Els MSU expressen sovint la seva voluntat de mantenir-se al marge del poder, però al mateix temps entren en un debat intern sobre la negociació i la necessitat de mantenir un diàleg per obtenir recursos o per consensuar projectes amb capacitat transformadora. També es troben abundants referències a la comptabilització de la vida dels residents amb el desenvolupament del turisme (“vida”, “dret”, “qualitat”,

Anna Soliguer Guix

“barris”, “viure”, “residents”). Això encaixa amb la idea anteriorment exposada de territorialització, però sobretot es relaciona amb el posicionament dels MSU sobre el dret a la ciutat i el dret al lleure. La politització del turisme entre els MSU té molt a veure amb aquest debat, ja que sovint fan una lectura on el turisme s'ha convertit en un element de transformació econòmica i social de les ciutats o, dit d'una altra manera, que el turisme deixa de ser un factor sectorial per esdevenir transversal que actua com a font de problemes socials. Els MSU han començat a reivindicar ciutats amb major capacitat per liderar la transformació del turisme.

Finalment un darrer tema que es recull a partir de la freqüència de paraules té a veure amb les propostes de solució promogudes pels MSU i les alternatives al model turístic actualment vigent. Entre els elements més destacats apareixen opcions per evitar la massificació a partir de la limitació del turisme o introduir nous models socioambientals i econòmics (“decreixement”), les polítiques d'habitatge inclusives, la disminució de la dependència del sector (“reindustrialització”, “diversificació econòmica”) però també propostes per millorar la regulació laboral del sector, la sostenibilitat en alguns camps clau de la ciutat com la mobilitat, o la redistribució de beneficis i impactes del turisme.

### **6.3.2. Anàlisi del discurs dels moviments social urbans i associacions veïnals des d'una perspectiva emocional**

Per completar aquest apartat, s'ha realitzat una aproximació emocional al contingut del discurs, a partir de la freqüència d'aparició de determinades paraules clau. L'anàlisi s'ha elaborat sobre una de les temàtiques amb més pes en el discurs de protesta turística, la precarització i explotació laboral. Per entendre millor la categoria “d'explotació laboral” a la qual fan referència les expressions emocionals, prèviament hem tingut en compte l'associació entre els atributs temàtics corresponent a aquesta categoria. Els resultats han estat expressats de forma gràfica (vegeu la figura 6.1). En aquesta figura es distingeixen dos grans fils argumentals temàtics del discurs sobre les condicions laborals. En primer lloc la problemàtica derivada de la pèrdua d'estabilitat laboral a conseqüència de la

Anna Soliguer Guix

progressiva desregulació i flexibilització en matèria laboral de caire neoliberal. En segon lloc apareix el problema de gènere.

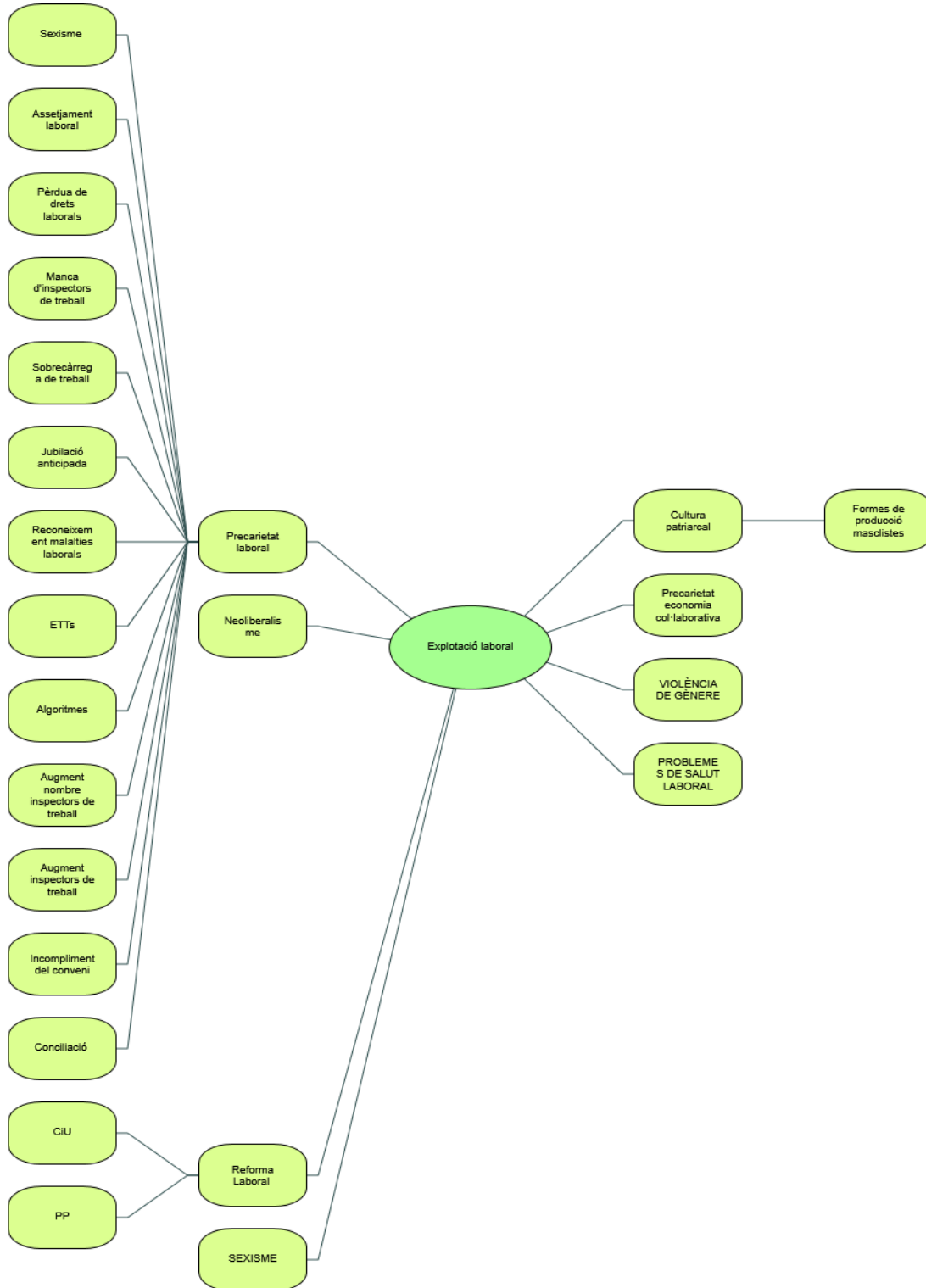
Per entendre més a fons la situació emocional, s’ha pres com a cas d’estudi el discurs de les representants de les Kellys entrevistades. Concretament s’ha analitzat la freqüència de paraules que reflecteixen estats o posicionaments emocionals en el seu discurs, analitzant per separat els dos sindicats que les representen (vegeu les taules 6.10 i 6.11). En el discurs afloren diferents tipus d’emocions i estats emocionals, amb diferències entre els dos subgrups analitzats. En el cas de les Kellys Unió Catalunya el contingut emocional està més present que en del Sindicat Kellys Barcelona. En termes generals, les condicions de precarietat que denuncien en el seu discurs van associades a la presència d’emocions. En primer lloc, apareixen emocions que reflecteixen una baixa autoestima per la manca de reconeixement en les empreses on treballen (“érem lo últim”, “volem respecte”, “volem que ens valorin”). En segon lloc, les injustícies que tenen a veure amb la invisibilització pel fet de ser “immigrants” i la “racialització” en l’entorn laboral afecten també l’autoestima personal com a persones (“discriminades”). Afegir que les situacions de racisme fan emergir també emocions vinculades a la por, especialment quan ho associen a un futur personal incert degut a l’augment del pes de l’extrema dreta a la ciutat. Un exemple d’aquest posicionament el trobem en aquest comentari:

*“Se está luchando por la igualdad de género y la discriminación LGTB y han dejado de lado el racismo. Si no prestamos atención al tema del racismo va a pasar algo grave. Ahora que tienen voz los racistas se va a incrementar el problema. Va a ser un problema añadido a lo que estamos viviendo. Con la pandemia hay más precariedad, más injusticia. Hay más gente sin trabajo, sin comida, sin techo y encima, esa fobia hacia los inmigrantes. Hay que hacer un trabajo social muy grande... que se mire bien la situación del racismo.” (Representant de les Kellys Unió Catalunya).*



Anna Soliguer Guix

**Figura 6.1** Mapa d'atributs corresponents a la categoria de l'explotació laboral



Anna Soliguer Guix

Taula 6.10 Llistat de la freqüència de paraules que apareixen en el discurs de Las Kellys  
Unión Catalunya

<b>Paraula</b>	<b>Recompte</b>
Sobrecàrrega de treball	40
Precarietat laboral	35
Les cambres de pisos érem lo últim	20
Volem respecte	20
Volem que ens valorin	20
Injustícies	20
Immigració	16
Racialitzades	16
Invisibilitzades	16
Dones sense veu	15
Turistes	15
Hotels	14
Lluitar	13
Explotació laboral	13
Vulnerar	13
Violència masclista i assetjament sexual	13
Gairebé totes nosaltres som negres o racialitzades	13
Discriminació	13
Externalitzades per ETTS	12
Dolor	12
Ens fan massa mal	12
Exhaustes	12
Ridiculitzades	12
Uniformes indecents	12
Comportaments inapropiats dels clients	12
Reconeixement	12
Pandèmia	10
Mares separades sense recursos que pateixen molt	10
Tenen por de que els hi treguin als fills	10
Hem passat gana durant la pandèmia	8
Banc d’aliments del Poblenou	8
Racisme	7
Feministes	7
Sindicats	6
Regularitzar	6
Accions contra la nostra dignitat	5

Anna Soliguer Guix

Maltractar	4
Soles	3
Hem de suportar moltes coses	3
Tracte irrespectuós	3
Algoritmes	2
Déu	2

Una tercera línia està associada a la inseguretad laboral, agreujada per l'aparició de noves situacions derivades de la pandèmia de COVID-19. En aquest cas emergeixen emocions relacionades amb la “vergonya” per l'empobriment resultat de la manca de feina o per haver necessitat l'assistència dels serveis socials o dels menjadors col·lectius (“hem passat gana durant la pandèmia”, “hem passat necessitat”, “hem hagut d’anar a demanar”, “sense llar”).

En conjunt, les emocions que acompanyen el discurs s'associen clarament a la dimensió de gènere, ja que la seva condició de mare i dona es veuen afectades per la situació laboral viscuda. En aquest sentit es visibilitza un sentiment de “por” i angoixa a perdre els fills (“hem plorat molt”, “soles”) per la pèrdua temporal del lloc de treball, però també es relaciona amb la violència de gènere en el lloc de treball (“violència”, “assetjament sexual”, “uniformes indecents”, “els clients abusen”, “maltractar”, “contra la nostra dignitat”). Les emocions en aquesta línia manifesten indefensió (“vulnerar”) i humiliació personal (“dolor”, “ens fan massa mal”, “faltar-nos al respecte”, “patiment”) que contribueixen a l’augment de l’estrès emocional i per tant, a la salut mental. De forma similar, les Kellys manifesten indefensió davant dels actes de micromasclisme que es manifesten en amenaces a comentaris negatius dels caps d’operacions, supervisors o en els pitjors dels casos, a les plataformes des d’on es gestiona la reputació en línia, fet especialment greu quan va associat a un xantatge sexual per part d’alguns clients o quan realitzen comentaris que afecten la dignitat de la persona o impliquen un assetjament moral.

És interessant que, malgrat que en el discurs predomina la denúncia sobre les condicions de precarietat laboral, a nivell emocional el caràcter d'explotació està encara més presents

Anna Soliguer Guix

que les derivades de les condicions laborals. En aquest cas, la resposta emocional té a veure amb el sentiment d'indefensió davant la càrrega de treball o el problema de l'externalització i que, en paraules de les representants pot arribar a generar fòbia a petites amenaces com el so del telèfon o qualsevol timbre que recorda el malestar. Recolza aquesta idea la següent declaració d'una de les representants:

*“El turismo representaba un lobby superagresivo para nosotras que mueve mucho dinero y ese dinero solo llega a los que lo promueven, a determinadas personas. A nosotros nos llega pobreza, enfermedades y falta de derechos. Al aumentar el trabajo, sales más tarde, no puedes estar con la familia. Tus derechos se han acabado porque estas externalizada. Un 80% de los hoteles están externalizados. Si estás enferma ya no te llamare ni para este hotel ni otro. Si eres muy antigua, te cargaré de trabajo para que te vayas. El acoso laboral es fatal a nivel psicológico. Muchas compañeras cogen depresiones tremendas. Una temporada, yo tenía pánico de escuchar el teléfono. El timbre del teléfono produce ansiedad.” (Representant del Sindicat Kellys Barcelona).*

Taula 6.11 Llistat de la freqüència de paraules que apareixen en el discurs del Sindicat Kellys Barcelona

Paraula	Recompte
Lluitem per un treball digne	42
Lluitem pel reconeixement del segell de qualitat laboral	36
El Conseller de Treball ens ignora	30
Els sindicats majoritaris ens vetaven	20
Els sindicats majoritaris ens volien dominar	20
Els sindicats i els hoteleres ho tenen tot pactat	20
Sindicats i hotelers queden sovint per anar a dinar després de les negociacions col·lectives	20
Perdre drets laborals als hotels	18
Sobrecàrrega de feina	18
Problemes de conciliació familiar	18
Conseqüències nefastes per la salut	18
Volem canviar aquesta situació	18
Ansietat	18
Angoixa	18
Patir assetjament laboral i sexual	14
Malalties i depressions	14
El nostre cos pateix i ens hem de cuidar	14
Hem de patir molt per guanyar un sou indecent	14

Anna Soliguer Guix

---

Volem canviar aquesta situació	14
Els homes (sindicats, hotelers i institucions) ens veuen com un aquellarre de bruixes	14
Interessos dels hotels	12
Els comentaris a Booking i Tripadvisor	12
Denunciar	12
El turisme de borratxera deixa unes habitacions indecents	9
Turismefòbia	9
Els anys de benestar es varen acabar	9
Abans vivíem millor	9
Externalitzades	8
Les empreses turístiques no respecten el conveni	8
No podem pagar el lloguer del pis	8
Tenim contacte amb els partits d'esquerres i no ens tanquem als de dretes	8
Concentracions i reivindicacions	7
Moviments socials i partits polítics	5
Lleis que vulneren drets	3
Lobby turístic	3
Injustícies	3
Determinats clients	3
Conductes deshonestes	3
Respecte	3
Abús	3
Atac	3
Déu	2

---

Malgrat el predomini de les emocions negatives, en el discurs també hi ha lloc per les actituds i els sentiments positius i d'empoderament. Aquests apareixen quan es fan ressò de la seva lluita i capacitat de combatre en situacions adverses, tant a nivell personal i familiar com de l'entorn laboral. La lluita davant l'adversitat i la injustícia és un dels leitmotiv de les Kellys, el qual emergeix a partir del bagatge aconseguit al llarg del temps als diferents espais de procedència, però també amb l'aprenentatge adquirit en la seva experiència laboral a la ciutat. Finalment cal destacar que la lectura emocional del discurs de les Kellys no transmet una oposició frontal al turisme com a sector global, sinó que reflecteix les mancances i discriminacions dels hotels en què es troben empleades.

Anna Soliguer Guix

Malgrat que predominen les coincidències en el discurs emocional de les dues representants de les Kellys, també s'aprecien algunes diferències. El Sindicat Kellys Barcelona té un discurs emocional dominat per la irritació i la indignació, com a protesta per les condicions de treball i la falta de respecte personal de l'entorn. L'estratègia de confrontació amb els poders privats empresarials i públics (l'administració que consideren que no els fan prou cas o les ignoren), barrejada amb la lluita contra la dominació patriarcal que s'amaga darrera els seus interessos, genera, per tant, una resposta emocional on predomina la frustració i la ràbia. En canvi, les preocupacions i frustracions vinculades al gènere o a les situacions familiars particulars dominen el discurs emocional de les Kellys Unió Catalunya. L'estratègia més “dialogant” i menys “agressiva” d'aquest grup, fa que la seva resposta emocional sigui també diferent i es centri més en els aspectes personals de gènere, racisme i valoració de la seva tasca professional en un context de precarietat laboral.

L'anàlisi emocional posa de manifest que apareixen diferents tipus de reaccions davant de l'explotació i la precarietat. Una primera és la sensació d'impotència davant d'una situació molt arrelada i la dificultat per millorar la situació. En aquest àmbit apareixen relacionades paraules com “vivim malament”, “treballar per necessitat”, “merda” o “vida precària”, però també “complicat” i “difícil”. Relacionat amb aquests obstacles percebuts per revertir la situació s'expressen paraules com “por”, “desconfiança” o “desastre”. Una segona té a veure amb la necessitat de dignificar la seva situació (“respecte”, “dignitat”, “injust”, “sensació de servir”, “salut”) com a resposta terapèutica dels treballadors i treballadores quan exposen el seu problema a una audiència externa. En resum, tal i com, per exemple, ho posen de manifest les entrevistes amb les representants de les Kellys (la problemàtica laboral de les quals ja ha estat comentada en anteriors apartats d'aquest capítol: “flexibilització” i “desregulació”, “cultura patriarcal”, “invisibilització”, “abús sexual”, etc.) els MSU aborden el problema de la precarietat i l'explotació com un dels principals cavalls de batalla. No obstant, l'anàlisi emocional evidencia diferències entre alguns dels aspectes del discurs propositiu dels MSU (“empoderament”, “acció col·lectiva”, etc.) i la capacitat real d'afrontar i sobretot de solucionar els problemes mitjançant la negociació i l'estratègia, però sobretot des de la possibilitat de donar veu i

Anna Soliguer Guix

visibilitzar el col·lectiu. Així, el discurs emocional obeeix a la forta pressió personal que pot generar alguns tipus de treball en el sector turístic, la qual es considera injusta i desproporcionada i recolzada per un sistema injust que només es preocupa pels beneficis i no per les persones, però sobretot la manifesta la frustració i escepticisme que té la invisibilitat social. Des d'aquest punt de vista, “no ser vistes” socialment implica la dificultat per revertir la situació quan es tracta d'arribar a solucions concretes o d'intervenir per forçar la transformació real de la situació a partir dels representants sindicals i/o polítics.

### **6.3.3.La influència de la pandèmia de COVID-19 en la visió del turisme dels moviments socials i associacions veïnals de Barcelona**

La visió del turisme post pandèmia, degut a la seva rellevància tant en la pròpia reconfiguració de l'organització dels moviments socials (per exemple durant un moment on la mobilització al carrer no era possible) com de les propostes que ha inspirat en el model turístic, s'ha treballat en una anàlisi específica.

Taula 6.12 Recompte de paraules relacionades amb l'atribut “Turisme post-pandèmia”

<b>Paraula</b>	<b>Recompte</b>
Misèria	64
Pandèmia Covid	56
Molt turisme	51
Canvi de turistes	51
Canvi de model turístic	50
Crisi econòmica	28
Canvi de model de ciutat	28
Problema turístic	22
Treballadores	20
Treball	18
Precarietat laboral	18
Condicions de vida de merda	16
ERTO	16
Barris i veïns afectats	16
Recuperar el turisme	16
Volem lloguers socials	13

Anna Soliguer Guix

Bancs d'aliments i roba	12
Mirada social	12
Sector turístic	11
Ajuts	11
Barcelona	10
Interessos dels lobbies	8
Reforma laboral	8
Pagar lloguer de pisos	8
Solucionar el problema del soroll	8
Treball temporal	8
Transformar el capitalisme	7
Guies	5
Hotels	5
Oportunitat	5
Sostenible	5
Autònoms	4
Classe obrera	4
Congressos	4
Decreixement	4
Política	4
Salut	4
Carrer	3
Lluita de classes	3
Conseqüències nefastes	3
Contaminació acústica i ambiental	3
Empreses	3
Futur	3
Indústria	3
Menjar	3

La pandèmia originada per la COVID-19 va suposar per a molts activistes i residents una oportunitat per canviar el model i reconfigurar la governança, repensada i redissenyada amb l'objectiu de solucionar les desigualtats de les persones locals (Gössling, McCabe & Chen, 2020; Brouder, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Ioannides & Gyimóthy, 2020; Ting, Lim, Meng, Cheah & Cheer, 2020). Des del punt de vista de la freqüència d'aparició de paraules, s'observa que els elements relacionats amb la pandèmia tenen significació en la construcció del discurs (vegeu la taula 6.12). L'anàlisi permet apreciar l'aportació d'arguments en dos sentits, en certa manera contraposats. D'una banda, en una etapa inicial dels MSU es planteja un escenari binari entre l'esperança de transformació i la preocupació per l'empitjorament de la situació en el context de la ciutat. D'altra banda existeix un discurs al voltant de la necessitat de la recuperació del turisme, com a instrument per reduir la situació de pobresa social emergent. Degut a aquesta dualitat de plantejaments, el caràcter antiturístic del discurs es torna ambigu o adquireix matisos



Anna Soliguer Guix

diferents en alguns moments. L'anàlisi de la freqüència de paraules posa de manifest com es posa en la balança tant l'empobriment relatiu dels treballadors i treballadores del sector que ha generat l'aturada radical de l'activitat (“misèria”, “barris afectats”, “patiment”, “empobriment”, “preocupació”, “condicions de vida de merda”, “menjar”, “feina”), com les opcions reals d'una ciutat turística “sense turisme” i una certa aspiració a recuperar la normalitat (“recuperar el turisme”, “aguantar”, “parèntesi”) per millorar les condicions econòmiques. L'anàlisi posa de manifest també que la pandèmia s'associa a l'empitjorament de la situació del conjunt dels treballadors i treballadores. Durant la COVID-19, la tipologia de contractes del sector turístic, caracteritzats sovint per les externalitzacions, la precarietat contractual i l'incompliment dels convenis, deixà a molta gent sense la possibilitat d'accedir a ajuts socials, la pèrdua de llocs de treball. Afegit tot plegat a la proliferació d'ERTOS, fa aflorar en el discurs una preocupació molt profunda respecte a l'explotació laboral (“interessos lobbies”, “treball temporal”, “banc d'aliments”, “pressió”, “explotació”, “fons voltors”). És a dir, del recompte de paraules sobre aquests atributs es pot concloure que la percepció dels MSU és que la pandèmia ha servit per evidenciar l'empitjorament de les condicions laborals de manera significativa.

No obstant, la visió de transformació esperançada del model turístic és la que predomina en el conjunt del discurs. L'aturada de l'activitat turística i la necessitat de replantejar el model s'associen sovint, aprofitant per posar en qüestió els elements de precarietat del model actual. És habitual recórrer a paraules que impliquen un canvi de visió i de mentalitat (“transformació”, “transformar el capitalisme”, “decreixement”, “reconvertir”, “reconduir”, “canvi del model turístic”, “canvi del model de ciutat”), les quals no només serveixen per explicar la realitat del moment (“problema turístic”, “molt de turisme”, “contaminació”), sinó que també inclouen implicacions simbòliques del paper dels efectes i causes de la pandèmia sobre l'encert de la visió transformadora que ha acompanyat el discurs habitual dels MSU sobre els processos globals que afecten allò local (“consciència”, “conseqüències” “mirada social”).

L'anàlisi semàntica es complementa amb el contingut temàtic identificat a les entrevistes, en relació a la COVID-19. En les entrevistes trobem exemples dels dos discursos

Anna Soliguer Guix

elementals sobre la COVID-19: les visions partidàries del canvi radical i les reformistes. Tot els moviments socials i les associacions de veïns varen considerar que la COVID-19 era una oportunitat única per canviar el model turístic de Barcelona però des de diferents posicionament. El canvi de model turístic era necessari perquè, tal com ho expressa un representant “amb la pandèmia s’han vist les conseqüències nefastes del model actual” (Representant de l’Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família).

Els posicionaments variaven des d’un canvi de model radical caracteritzat per la reformulació estructural fins a determinades posicions de caràcter reformista que defensaven la introducció de canvis concrets més conjunturals. En el primer grup estaven els moviments que demanaven aconseguir la diversificació econòmica, per exemple a través de la reindustrialització, amb l’objectiu d’acabar amb el monocultiu turístic i també aconseguir el decreixement com a base de construcció del model social i econòmic. En el segon grup, les reformes post-pandèmia s’orientaven a limitar els moviments i fluxos de població (transmissors potencialment del virus) o a organitzar el sistema laboral turístic des d’una base més humana, en un moment en què les treballadores i treballadors del sector estaven patint fortament la recessió derivada de la crisi sanitària. S’argumenta que, els canvis esdevinguts degut a l’abast de la transformació en la manera de viure de la societat havien d’arribar de forma més o menys “natural”. Més en concret, alguns dels entrevistats fan referència a la “urgència” de canviar la manera de viure per fer front a un problema que afecta a tothom i que pren caràcter de “crisi civilitzatòria” (Intersindical Alternativa de Catalunya) i “crisi climàtica” (Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic). Derivat d’aquesta preocupació i de l’assimilació de la pandèmia a una crisi ecològica, alguns dels moviments entrevistats proposen mesures en la direcció de fomentar la democratització social i l’economia radical (Intersindical Alternativa de Catalunya), o incidir sobre la necessitat d’incorporar la responsabilitat ambiental i social en el model econòmic urbà (Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona) però també de fer una ciutat més sostenible sense renunciar al turisme (Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat). No obstant, altres propostes cauen més en el pla d’un discurs vinculat a la territorialització i la proximitat local. Per exemple, també es suggereix que el canvi hauria

Anna Soliguer Guix

de consistir en una oferta atractiva que contribueixi a acabar amb el turisme incívic de borratxera (Associació d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya), revertir la massificació (Acció Raval), redistribuir hotels i botigues 24 hores per districtes (Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya), desenvolupar altres models de negoci que contribueixin a revertir el monocultiu econòmic de determinats barris turismificats (Associació de Veïns del Raval), o recuperar la indústria i altres formes de producció econòmica de proximitat (Associació de Veïns i Veïnes de la Barceloneta). Finalment, alguns actors reflexionen sobre el moment d’oportunitat per canviar la demanda i de reorientar el model turístic aprofitant els factors externs de canvi en les condicions productives que genera el context actual, per exemple substituint el turisme de negocis per videoconferències “el canvi podria arribar sol degut a factors indirectes” (Representant de la Unió General de Treballadors de Catalunya).

En una línia similar, alguns representants posen l’accent en la tecnologia. Alguns, posen en relleu la incidència del teletreball i dels confinaments sobre el sector de la restauració “Els bars i restaurants del Poblenou han vist com perden part de la clientela perquè ara treballen des de casa” (Representant de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona), mentre que d’altres pronostiquen que el desenvolupament del teletreball durant la pandèmia impulsarà aspectes d’abans de la pandèmia com el creixement de nous grups socials a mig camí entre el visitant i el treballador. Insistent en aquest tema, un dels entrevistats declara que:

*“Cal redirigir i invertir diners per a que es resolgui aquesta situació. La gent té un trauma perquè la gent ha de marxar perquè no poden viure al barri i estar amb la seva gent. Ara hi viuen nòmades digitals a la ciutat.” (Representant de l’Observatori del Deute en la Globalització).*

Malgrat aquestes propostes i esperances de transformació, part del discurs sobre la COVID-19 girà també sobre el desencant i la desconfiança en poder aconseguir canvis reals aprofitant el context de crisi sanitària global. Es reconeix que la pandèmia representa un bon moment per donar el gir cap un model més equilibrat “al igual que el 15 M va despertar moltes il·lusions” (Representant de la Barceloneta), i s’afirma que, malgrat ser difícil, és possible des d’una visió esperançada “aquest canvi de model no es percep fàcil

Anna Soliguer Guix

però l’objectiu és fer-ho” (Representant de la Pastoral Obrera) “sempre és el moment de canviar de model” (Representant dels Riders X Derechos) amb un potencial de canvi de gran abast “per revertir la ‘medievalització’ del capitalisme” (Representant de Fem Sant Antoni).

Però algunes aportacions prenen un caire més pessimista sobre la capacitat real de transformació ja que no constaten cap moviment institucional en aquesta direcció “no es percep que les institucions tinguin interès en aprofitar la pandèmia per canviar el model” (Representants de l’Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample i de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona). Per alguns, més enllà de considerar-se una oportunitat perduda, es creu que serà encara més perjudicial: “s’està deixant perdre la ciutat” (Representant de l’Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy) o que farà emprendre projectes que responen a models poc sostenibles:

*“La nostra tasca serà treballar per fer el seguiment dels diners que arribin d’Europa i que aniran al sector turístic. Intentar fer molt de soroll per a que no tot vagi a fer una smart city. El turisme és una indústria fòssil totalment extractivista. Estem fent aliances per fer-ho amb més gent, també a nivell europeu per veure com es pot frenar una mica.” (Representant de l’Observatori del Deute en la Globalització).*

Alguns moviments intenten reaccionar davant la frustració que genera les oportunitats perdudes fent activisme: “alguns activistes ja estan preparats per fer pressió després de la pandèmia” (Representant del Sindicat de Llogateres) com per exemple impulsar de nou la recuperació de pisos per als residents o la recuperació de l’espai públic, però també auditant les mesures econòmiques de recuperació: “fent un seguiment del destí dels fons europeus” (Representant de l’Observatori del Deute en la Globalització).

Una part dels entrevistats posen de relleu l’empitjorament de la situació turística a conseqüència de la pandèmia. Per alguns el decreixement s’aturarà amb els programes de recuperació post pandèmia (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona) mentre que d’altres posen l’accent en la precarització social en general: “molta gent s’havia quedat sense res” (Representants de l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic i la Federació d’Associacions Veïnals

Anna Soliguer Guix

de Barcelona) o associada directament a la fallida econòmica turística (Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic) l'excés de dependència del turisme (Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat, Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona) o, sobretot en el cas dels sindicats com la Confederación Nacional del Trabajo, Coordinadora Obrera Sindical, Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona, Unió General de Treballadors de Catalunya o l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, per la desprotecció que segueix a una distribució asimètrica de mesures com els ERTES i per l'augment de la precarització i explotació laboral excusada en les dificultats que les empreses troben en temps de recessió econòmica:

*“Després de la Covid s'incrementarà més la precarietat. Ens diuen que hem de fer més feina (...) Van dir que era provisional (...) Agafen poc personal i els altres estan a l'ERTE i no els donen d'alta al 100%. A molts llocs tenen a tota la gent a l'ERTE i estan contractant gent d'ETTs. De pisos, cuina, cambrers. Recepció també.” (Representant de les Kellys Unió Catalunya).*

*“Els empresaris no avisen per anar a treballar als treballadors sindicats per a que no vegin que una persona fa el treball de 4 ó 5 persones. Els que estan treballant tenen depressió per l'explotació brutal i els que estan a casa, la tenen per a que no els criden per anar a treballar i no arriben a final de mes.” (Representant de Confederació Sindical de Comissions Obreres).*

#### **6.3.4. La visió de la turismefòbia des dels moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona**

L'exposició mediàtica i institucional dels MSU a la turismefòbia ha generat un discurs i un contradiscurs al voltant d'aquesta qüestió, el qual s'ha analitzat en el capítol anterior. En aquest apartat es recull, a partir de l'anàlisi temàtica i del recompte de freqüència de paraules en el discurs, la visió global que els MSU tenen de la turismefòbia com a

Anna Soliguer Guix

construcció social, com expliquen la seva formació i el seu caràcter i com els afecta com a entitat.

La major part dels MSU i associacions coincideixen en considerar que la turismefòbia és una etiqueta que respon a interessos creats per deslegitimitzar l'oposició o el discurs contrari al turisme. En aquest sentit, exposem algunes cites de diferents representants, on insisteixen en el caràcter no personal, sinó sistèmic de la turismefòbia.

*“No existe la turismofobia dentro de los movimientos. Lo que sí existe es una consciencia social basada en que tienen que haber equilibrios en cuanto al modelo turístico, eso sí que existe muy mucho. Odio al turista, no. Bromas, vale, pero bien recibido. Es normal que si ves a turista meando pues tengas un tono duro, pero eso no significa que seas turismofóbico. Los lobbies aprovechan resquicios para meter un discurso de odio. Nosotros queremos participar en ese modelo de ciudad y vosotros no queréis que participemos. No queremos más hoteles. No queremos más terrazas. Que los hagan fuera.” (Representant d'Acció Raval).*

*“La turismofobia es una consecuencia directa del modelo de turismo. La gente va viendo como pierden los barrios. No es turismofobia, es que ese modelo le lleva a desahucios, a los comercios de toda la vida a desaparecer, etc.” (Representant de la Confederación Nacional del Trabajo).*

*“La turismofobia es una reacción natural a la presión que pone el turismo en los barrios. No está dirigida a los turistas en particular, sino que está dirigida a cambiar el modelo. Es una respuesta a las consecuencias negativas del turismo.” (Representant del Sindicat de Llogateres).*

No obstant, s'aprecien interessants diferències internes en la manera com aquesta construcció es conceptualitza i com contribueix a estructurar el marc mental en el qual insereixen el model turístic de la ciutat. Per exemple, malgrat que relacionar la turismefòbia amb l'incivisme i la situació d'inseguretat permanent que genera el turisme en els barris té una arrel clarament conservadora (de fet és usada freqüentment pels mitjans de comunicació i partits polítics tradicionalistes, o pels qui ataquen la permissivitat de l'administració local) alguns MSU i associacions veïnals (Associació de

Anna Soliguer Guix

Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy, Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família, Associació de Veïns de la Vila Olímpica, la Barceloneta, la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona, Confederació Sindical de Comissions Obreres, Riders X Derechos i Associació de Veïns del Raval) també relacionen aquests elements amb la turismefòbia. La diferència és que, en aquestes entitats, es justifica que puguin aparèixer accions de rebuig al turista per les característiques del model i es refereixen a factors que fan aparèixer problemàtiques més que no a un xoc cultural o social amb el visitant. Finalment, alguns representants reconeixen l'existència de postures de turismefòbia, tot i que s'assimila més al conflicte obert amb el turisme que consideren poc adient que amb la manifestació d'una confrontació, rebuig o odi davant la categoria social “turista”:

*“Hay turismofobia. Con el turismo que tenemos, de botellón, de drogas, de prostitución, pues a la gente no le gustan los turistas. Es por el tipo de turista. En el Raval hay 25 club de cannabis.” (Representant d'Acció Raval).*

*“Nosotros entendemos que, con el turismo, ha habido la turismofobia, pero queremos convivir. Los vecinos de los barrios están negros y yo lo entiendo. Entendemos que hay que regular el número de turistas, pero prohibirlo no porque son 300.000 trabajadores en Catalunya. Los vecinos de la Sagrada Familia estaban negros no, lo siguiente. Pero más tarde se quería prohibir a los turistas ir a la Sagrada Familia. Hay que buscar la manera de regular la afluencia, los aforos, pero no prohibir. Y que los ciudadanos puedan convivir con calidad de vida. Buscar un equilibrio.” (Representant d'Unió General de Treballadors de Catalunya).*

*“El problema es que la gent no es turismefòbica sinó que la gent abans vivia en barris on podia treballar i ara has de marxar del barri a viure a un altre lloc i venir a treballar subcontractat al barri. Això no és un model cosmopolita. No és sostenible. Genera anomínia (sic), alienació social, desconfiança. Es carrega els teixits socials. No fa una ciutat més oberta.” (Representant de la Intersindical Alternativa de Catalunya).*

#### **6.4. Narratives dels moviments socials i associacions veïnals de Barcelona**

Per tal de sintetitzar i d'entendre millor la complexitat dels MSU que actuen a Barcelona interessats en donar resposta als problemes del turisme, en aquest apartat es recull una

Anna Soliguer Guix

proposta de tres narratives que suporten una part del discurs dels MSU. Per a la construcció d'aquestes narratives s'ha dut a terme una anàlisi de continguts basada en la codificació i posterior categorització dels elements clau del seu relat, a partir dels atributs més rellevants que hi estan associats. Les narratives no són excloents entre sí, ja que diferents MSU les intercalen en el seu discurs, però sí que permeten identificar aspectes clau en el relat de la relació d'aquests moviments amb el turisme que permeten explicar millor el seu posicionament i manera de funcionar, així com copsar els arguments de fons que guien les accions i propostes de transformació del turisme a la ciutat. A la taula 6.14 es resumeixen els resultats principals del desenvolupament discursiu d'aquestes entitats.

Taula 6.13 Atributs que intervenen en la construcció del discurs sobre turisme entre els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona

<b>Narrativa</b>	<b>Categories</b>	<b>Atributs</b>
Territorialització de les problemàtiques del turisme en el context local	Efectes de la globalització turística a escala humana (de barri)	Dret a la ciutat Problemes de l'habitatge Desplaçament residencial Qualitat de vida dels residents
	Percepció d'excés de turisme i convivència diària amb el turisme	Problemes de convivència i incivisme Contaminació i soroll ambientals Massificació Capacitat de càrrega
Globalització (mirada global transformativa des del turisme)	Explotació i desigualtats del model turístic derivats de problemes globals	Gentrificació Turistificació Sobreturisme (overtourism)



Anna Soliguer Guix

	Repolitització del turisme	Precarietat i explotació laboral
		Anticapitalisme
		Lluita de classes
		Municipalització
		Empobriment
		Turisme post-pandèmia
Nou imaginari de relació amb el turisme	Negociació d'un nou model turístic	Decreixement
		Turisme de qualitat
		Limitació del turisme

### **Narrativa 1: La territorialització de les problemàtiques del turisme en el context local**

Aquesta narrativa és molt comuna entre els MSU, donat que obeeix a un dels aspectes clau dels moviments, la proximitat als problemes locals. La sensació que els governs i les administracions locals i superiors no fan front als problemes reals i concrets de la població resident impulsa els MSU i els legitima davant el desinterès percebut. Els MSU tenen un caràcter, i sovint abast, d'escala urbana local, i en formen part grups de ciutadans que tenen com a vinculació la proximitat geogràfica i l'articulació davant d'una queixa o preocupació. El turisme es converteix en la materialització d'una actitud de rebuig i genera un subjecte sobre el qual projectar el descontentament. La unitat del barri, entesa com una part turistificada de la ciutat, és la protagonista d'aquesta narrativa. La proximitat a la problemàtica del turisme genera reaccions que persegueixen un canvi a curt termini o evitar que es produeixi una situació determinada.

Els tipus d'impactes i temàtiques que generen les protestes són molt variades i no excloents entre sí, però les preocupacions per la capacitat, el volum, l'escala dels desenvolupaments i del creixement previst o la qualitat hi predominen. Aquesta narrativa exposa, bàsicament, la preocupació per un problema visible, sovint de naturalesa física

Anna Soliguer Guix

(capacitat de càrrega, massificació, excés de turisme), que reclama una situació de canvi a curt termini. Les temàtiques com l'habitatge són habitualment incloses dins d'aquest discurs ja que per la seva immediatesa, urgència i visibilitat requereixen accions directes i sovint d'emergència. D'altra banda, els arguments que envolten aquesta narrativa impliquen, per tant, evitar situacions indesitjades i són més reactius que transformatius.

La representativitat dels MSU obeeix en bona mesura a l'argument dels “conflictes d'oportunitat” ja que quan un conflicte esclata el col·lectiu que intervé guanya visibilitat i legitimitat social. No obstant, els posicionaments des de la perspectiva de proximitat aborden discursos que limiten l'aproximació global o una comprensió de fons de problemes complexos que s'escapen del marc de la ciutat o del barri o bé que fan propostes derivades d'una visió “Not in My Backyard” que tenen poc en compte el conjunt de la ciutat o l'assumeixen com un mosaic de problemàtiques similars atomitzades. De la mateixa manera les propostes de canvi poden estar orientades a la millora del problema concret però no de les causes que el fan aparèixer i que poden requerir una aproximació política o una proposta de regulació o legal complexa. De forma similar, la mirada local als problemes dificulta assumir projectes comuns amb la resta dels MSU, tot i què hi ha temes centrals, com l'habitatge o les condicions de vida dels residents, que formen part d'una mirada col·lectiva. La territorialització excessiva i la manca de comprensió de la complexitat i de problemes globals no implica però que els projectes no tinguin èxit i repercussió social ja que, per la seva aproximació local, recullen la sensibilitat de la població resident i s'estructuren des de la proximitat i el coneixement detallat de la problemàtica.

### **Narrativa 2: La mirada global transformativa des del turisme**

Una segona narrativa que, en ocasions s'interposa i fins i tot es contradiu amb l'anterior, té a veure amb la consideració del turisme com un problema de fons de la ciutat globalitzada. A diferència de la primera narrativa, que proposava que el ritme quotidià de la ciutat es veu interferit per una força externa, l'interès és tallar amb els factors que impulsen aquests impactes des de la base. Per tant, l'enfocament aquí no és tant local com global. El punt de partida és molt similar ja que en aquesta narrativa també es considera

Anna Soliguer Guix

que el turisme és un element catalitzador dels moviments socials que reaccionen contra una lògica urbana insatisfactòria. No obstant la mirada que es dóna es centra en la complexitat dels processos globals i com aquests processos es tradueixen en la turistificació de la ciutat. A diferència de la reivindicació operativa a curt termini expressada en l'anterior narrativa, en aquesta el focus és transformacional, és a dir incidir sobre les bases del sistema per a que, a llarg termini, es transformin les condicions de vida locals.

Si bé es continuen representant els interessos col·lectius dels veïns i les veïnes, el discurs també inclou una mirada global i planetària, entesa com el focus principal de lluita per acabar resolent els problemes que indirectament es manifesten a nivell local. Els arguments dins d'aquesta lògica argumental són complexos i s'estructuren tant a nivell de la dinàmica urbana (problemes vinculats amb l'esgotament del model de ciutat neoliberal) com ambiental (escalfament global i problemàtiques ambientals àmplies). Hi ha, per tant, un intent d'aproximar-se al turisme des d'una visió holística i, al mateix temps, de promoure marcs polítics que tinguin en consideració el caràcter únic de les comunitats locals. Els debats i l'argumentari de les propostes, empès sovint per tècnics, acadèmics i experts que formen part o col·laboren amb els MSU són també complexos. S'aborden aspectes com els problemes derivats de la regulació del capitalisme, la seva lògica històricament inestable i el desenvolupament geogràficament desigual o el paper de l'estat en la regulació del capitalisme. També es proposa el conflicte com un element necessari per a la transformació, com per exemple en el cas del decreixement. La narrativa transformacional inclou propostes radicals que reconeixen obertament la necessitat de generar conflicte per transformar. Per exemple, la limitació del turisme basada en el concepte “apolític” i “neutre” de la sostenibilitat es considera que té molta menys capacitat transformativa que l'aposta pel decreixement, percebent com un oxímoron el concepte de turisme sostenible. Aquesta narrativa entra però en contradicció amb el caràcter local de la lluita i la dificultat per traslladar “més amunt” els problemes globals, però té una capacitat de formació i conscienciació entre la població resident. Finalment destaca d'aquesta narrativa la impossibilitat o major dificultat per esdevenir interlocutors

Anna Soliguer Guix

amb el poder establert o rebre subvencions per evitar dependre de les institucions i/o partits polítics que les governen.

### **Narrativa 3: Nous imaginaris de relació amb el turisme**

Malgrat que les narratives dels MSU es fonamenten en el descontentament de les transformacions en la ciutat que ha generat el turisme i les crítiques a les propostes que es cenyien exclusivament en el desenvolupament i el creixement, també existeixen punts de contacte i d'intercanvi amb discursos menys agressius amb el turisme. Aquesta narrativa s'entén des de la diversitat de preocupacions, actors i components dels MSU i de les seves agendes. Diferents grups amb motivacions de fons i maneres de treballar diferents visualitzen la problemàtica del turisme amb diferents intensitats i de forma independent, a diferència de la visió generalista que de vegades els mitjans de comunicació ofereixen dels MSU com a moviments antiturístics i turismefòbics. Així, per posar només alguns exemples, entre els residents que expressen descontentament, ja sigui pertanyents o no a un MSU, hi trobem des de persones que tenen por als efectes de la gentrificació o a perdre l'habitatge, d'altres que estan preocupats per la precarització de la qualitat de vida o laboral fins a persones residents que manifesten rebuig per la inseguretat i l'incivisme en el seu barri. Des d'aquesta narrativa es recull una mirada diferent a les anteriors ja que es centra sobretot en la construcció social del turisme, on la realitat, i per tant també el discurs, es troba en constant adaptació. El turisme no apareix com l'únic focus del problema (o fins i tot no apareix com un problema, com és el cas de les associacions filoturístiques) de la ciutat, sinó que forma part de la identitat de la ciutat. Per tant, si a les narratives anteriors es planteja que si el turisme com a catalitzador requereix la seva limitació, des d'aquest punt de vista el turisme no és un problema que es pugui extirpar de la ciutat sinó que en forma part i cal buscar solucions que modulin els impactes i externalitats negatives o que millorin la seva prestació. En paral·lel a aquest posicionament apareix també un tema recurrent com és el de la col·laboració dels MSU amb el poder. Aquesta col·laboració, a diferència del que suggereixen les altres narratives, no sempre té unes conseqüències negatives sinó que incorpora la negociació com a part

Anna Soliguer Guix

d'un cicle on de vegades és convenient per tal de poder realitzar projectes autènticament transformatius, però també per millorar la situació dins la indústria (com és el cas de les associacions professionals). Els temes que inclou la narrativa són similars a les altres dues, però incorporen mirades matisades, possibilistes i d'acostament. Per exemple, els debats sobre la possibilitat real del decreixement o la municipalització dels serveis i equipaments turístics entren dins d'aquesta mirada, així com també la reflexió al voltant de les opcions laborals que generaria el trencament de la dependència del turisme.

### **6.5. Diferències, divergències i omissions en el discurs de protesta**

En aquest apartat ens endinsarem en examinar algunes convergències i divergències detectades en els discursos dels MSU, així com també farem esment d'alguns dels temes que no apareixen o estan poc tractats en la seva agenda i analitzarem les possibles causes d'aquests desajustos i “oblits”.

La politització implica no només protesta i denúncia sobre un tema transversal a la ciutat, sinó també trobar les vies de contacte i recolzament mutu per assolir propostes compartides socialment. Detectar diferències no té com a objectiu posar de manifest el desacord, sinó que ens ha de servir per iniciar una reflexió sobre el potencial per establir projectes comuns més enllà de les propostes individuals fragmentàries. És a dir, les diferències observades i els contrastos en la visió i les aportacions que cada MSU fa, no han d'amagar però el caràcter orgànic i de xarxa que, considerats en conjunt, tenen. Aquest rol deriva de la capacitat dels MSU per posar sobre la taula temes que preocupen al conjunt de la ciutadania i pel seu caràcter de representació social, el qual s'explica, més que pel volum de membres i components, per la seva capacitat de generar debat, visibilitzar i elevar a la categoria de públic algunes de les seves protestes. En aquest sentit, els MSU es poden considerar com a nodes d'una única xarxa que compona una agència comuna, però amb diferents sensibilitats, que emergeixen puntualment, interaccionen, es reagrupen per identitats, ideologia i per problemàtiques concretes en un procés constant de fer, desfer i refer.

Anna Soliguer Guix

Cadascun d'aquests nodes, no obstant, pren un caràcter independent, amb una expressió territorial no sempre coincident i actua de diferents maneres o divergeix segons el moment i la temàtica concreta que s'abordi. L'ADN genètic i l'herència històrica poden explicar parcialment els diferents posicionaments i divergències. Per exemple, s'observen diferències entre moviments en la manera de funcionar i organitzar-se, però també en les propostes plantejades. Per exemple, els grups que procedeixen dels antics moviments veïnals que durant el franquisme tingueren molta activitat a Barcelona, formats per les associacions de veïns, el sindicalisme obrer, les associacions i entitats cristianes progressistes, estan molt encarats a fer propostes vinculades amb el dret a la ciutat, i estan molt influïts pel 15 M que encara té vida a l'Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic, Confederació Sindical de Comissions Obreres, Associació de Veïns del Raval, Acció Raval, Confederación Nacional del Trabajo, Endavant, Intersindical Alternativa de Catalunya i Fem Sant Antoni. En canvi, el 15 M no va influir als MSU més actuals (Kellys, Riders X Derechos) perquè encara no estaven a la ciutat (ni els efectes de la nova economia es feien presents amb tanta intensitat). També el caràcter i la influència del 15-M ha estat desigual. Per alguns MSU s'ha definit com “una inspiració” (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic) i un referent (Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l'Eixample), mentre que d'altres es refereixen a ell com “una sintonia amb les reivindicacions i una posterior decepció” (Associació de Veïns de la Barceloneta). La composició dels MSU no ha estat aliena en la influència.

La cronificació de la precarietat en el sentit que apunta Standing (Standing, 2013) i les seves formes basades en l'economia de plataforma no troben representació en el sindicalisme institucionalitzat fordista i per aquest motiu els punts de vista i la seva proposta són molt diferents entre uns i altres. També es detecten diferències, derivades de la seva filosofia política, entre els MSU que tenen un marcat caràcter reformista (persegueixen millores concretes d'abast local) i els que persegueixen posicionaments holístics i globals. Un exemple en aquest sentit, és el controvertit debat sobre com limitar el turisme, centrat, per a uns, en el pragmatisme de la sostenibilitat mentre que d'altres han fet evolucionar el discurs cap el decreixement vinculat a un canvi de sistema basat en l'ecologia política i proper al turisme zero.

Anna Soliguer Guix

Un tema d'interès enllaça precisament amb aquest debat ja que els MSU fan una aportació col·lectiva sobre la manera com cal superar el creixement i el volum turístic. Una part dels MSU han fet propostes alternatives que van més enllà del creixement com a conseqüència per plantejar les causes de fons que deriven dels models neoliberals de ciutat. Aquest aspecte, es pot vincular amb la concepció lefebvriana amb la que els MSU moderns es construeixen, entenent que la urbanització ajusta la transformació de la societat i la vida diària a través del capital (especulació, privatització, desallotjament i desplaçament). El dret a la ciutat s'entén no només com una vinculació jurídica sinó com una demanda de redistribució per als éssers humans que més ho necessiten en oposició a les classes més benestants o que s'afavoreixen directament del turisme. D'aquesta visió deriven bona part del discurs dels MSU sobre la turistificació, on es proposa que el dret a la ciutat és central ja que els impactes del turisme en les ciutats van més enllà del problema de l'habitatge per afectar temes com l'espai públic i la salut, la inestabilitat laboral i la precarietat. Aquesta visió central a tots els MSU es matisa però, segons cada MSU. Per exemple, en relació a la centralitat que pren la lluita de classes com a referent davant dels fenòmens de transformació urbana.

Apareixen també altres elements discursius alternatius a la sostenibilitat com a referents. Algunes associacions de veïns o les associacions professionals es queden en elements més superficials de la reforma i malgrat el seu tarannà reivindicatiu prenen, per tant, un caràcter menys transformatiu. Per exemple, les associacions de propietaris i comerciants plantegen una revisió de la turistificació basada en el control de l'activitat turística sota els estàndards de qualitat i cultura. Estan en contra del model de creixement descontrolat als barris turismificats caracteritzats pel lleure nocturn i el model que, segons la seva visió, s'assimila al turístic de sol i platja, es preocupen per la imatge que ofereix la ciutat [als turistes] i els hi agradaria tornar a la situació de civisme i seguretat percebuda en èpoques anteriors al boom turístic, però ho plantegen des del posicionament del manteniment del turisme com una activitat “natural” per a la ciutat. En contrast amb aquests posicionaments, apareixen d'altres MSU que inclouen el capital polític (especialment els grups polítics de base independentista) en la seva reivindicació turística. A banda de la reivindicació del decreixement del turisme fan propostes d'expropiació i de

Anna Soliguer Guix

remunicipalització dels serveis públics i les empreses turístiques, les quals passen, evidentment, per un canvi radical del sistema polític i legal de caràcter anticapitalista. Les diferències detectades entre MSU quan elaboren un discurs sobre turisme tenen sobretot a veure amb la proposta i el model de societat i ciutat que persegueixen. Una primera diferència, de gra gruixut, té a veure amb els interessos de classe i el model socioecològic que es defensa per a la ciutat (i per al planeta). Si bé els MSU aspiren a defensar col·lectivament el conjunt de la ciutadania, els models que proposen no sempre encaixen amb les preferències i creences de tots els grups socials de la ciutat.

Els moviments identificats en aquesta recerca recullen aquesta doble consideració. Referint-nos a les paraules d'un dels experts entrevistats els podem anomenar com a MSU “reformistes” i “reformuladors”, els quals tenen maneres de fer diferenciades. Els MSU “reformistes” protesten dins dels paràmetres de la lluita cultural i urbana. Tenen presència al carrer, però també fan actes de formació i sensibilització, conferències i producció acadèmica (articles i llibres). També tenen un caràcter “institucionalitzat”, ja que bona part d'ells col·laboren amb les institucions (per exemple mitjançant la seva participació en el Consell de Turisme i Ciutat). No obstant, també fan una aportació forta a la capacitat de generar xarxa cultural, social, política, i de coneixement que és inherent als MSU. La capacitat d'articular opinions, per tant, va més enllà de la protesta i adquireix valor per sí mateixa, en la mesura que a través de la protesta es genera informació i coneixement col·lectiu que es pot articular i difondre a través de xarxes de suport veïnals o de col·lectius culturals o d'ensenyament, intel·lectuals, etc.

Per la seva banda, els MSU “reformuladors” es presenten a sí mateixos amb una dimensió política i de classe social i fan accions de reivindicació de major intensitat performativa. D'altra banda els moviments activistes amb interessos independentistes no tenen una acció tant atomitzada com la dels de caràcter reformista i, a diferència dels reformuladors (més centrats en l'acció política) els MSU reformistes s'impliquen sobretot en la lluita cultural a través de la participació d'intel·lectuals, sobretot procedents de l'esquerra alternativa acadèmica, fent ús també d'estratègies com la participació ciutadana.



Anna Soliguer Guix

Els debats fonamentals sobre el model de ciutat ofereixen visions contrastades i fins i tot oposades entre els MSU. És en les preguntes de fons (ha de seguir apostant la ciutat pel turisme o buscar una alternativa productiva? Com cal gestionar el turisme? O com ha de ser el turisme en la nova manera de viure a la ciutat posterior a la pandèmia de COVID-19?) on es posa de manifest la divergència i heterogeneïtat de posicionaments i opinions entre els MSU. La majoria de MSU s'enfoquen en l'habitatge i les seves derivades per expressar la seva actitud davant del turisme. En canvi alguns MSU aposten per resoldre el model laboral. Aquesta dualitat expressa una situació clau en la relació amb el turisme. L'habitatge, a banda de la influència que pot tenir sobre alguns MSU el fet d'estar molt present en l'agenda dels Comuns, és una temàtica més visible i on les situacions de causa i efecte són més evidents. En canvi, enfocar el turisme com un problema laboral es considera molt més complex ja que pot tenir implicacions sobre el sector del qual depenen molts llocs de treball. Però sobretot la dualitat habitatge-treball expressa una opció que vincula el turisme a un aspecte negatiu i pervers en sí mateix. Les visions del turisme en negatiu que passen per la negació del turisme, inicialment defensades per molts MSU, deixen pas a postures més obertes. Com decreïxer (o com remunicipalitzar en un context global) sense una alternativa, pla gradual i diàleg amb el sector privat i l'administració és una opció complicada i arriscada en un context real. La visió d'una altra manera d'organitzar el turisme basada en la lluita per un treball digne i contra la precarietat implica no negar el turisme sinó crear les oportunitats per a que el sector permeti la realització professional dels treballadors i treballadores. Canviar el model econòmic no és fàcil donada la dependència i especialització existent, però en ciutats com Barcelona resulta possible diversificar ja que el teixit productiu està molt diversificat en els barris no turismificats.

La complexitat de la pròpia problemàtica urbana i del turisme ha fet emergir una diversitat de problemes, necessitats i objectius que, si bé poden ser defensats i corroborats o fins i tot generar propostes similars entre els diferents MSU, no tenen la mateixa prioritat per a tots ells. En paraules de Juris, “malgrat les seves similituds estructurals, les xarxes [de MSU] difereixen principalment d'acord al seus protocols: els seus valors rectors i metes” (Juris, 2010: 146). Les diferències identificades entre els valors i objectius dels MSU de

Anna Soliguer Guix

tipus “reformista” i “reformulador” van en aquesta línia. Per exemple, les línies de convergència prèvies al Procés de Catalunya entre alguns MSU, organitzats de manera similar es bifurquen durant aquest període i apareixen diferències explícites entre MSU en forma de lluites micropolítiques, com s'exemplifica en el cas de l’acció d’Arran al Bus Turístic i l’oposició als fets per part de la Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona i l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic.

Algunes diferències tenen a veure amb el context generacional en el qual encaixa la protesta i la forma d’organització de la protesta. La variable edat és fonamental per entendre la sensibilitat envers les problemàtiques ja que no tots els grups d’edat viuen en les mateixes circumstàncies ni comparteixen cicles vitals. Les protestes sobre el volum, la quantitat i la massificació del turisme acostumen a tenir més repercussió entre un públic de major edat i de més capacitat adquisitiva, els quals també són predominants en els moviments de caire “reformista” representats per algunes associacions de veïns, per exemple. En canvi, les persones joves tenen sensibilitats diferents, i per tant sintonitzen amb els MSU que més ho treballen, sobre temes (habitatge, entorn laboral) relacionats amb la seva pròpia capacitat d’emancipació o fins i tot de supervivència.

En un nivell de gra més fi, trobem també algunes diferències remarcables entre els MSU que tenen a veure amb l’existència de posicionaments diversos en l’estratègia de relació amb el poder a seguir, la lectura de la legitimació, representativitat i visibilitat dels moviments, el model de ciutat més convenient per a Barcelona o la manera d’enfocar les accions de protesta.

Per exemple, la reacció de denúncia d’alguns moviments davant els incidents amb el Bus Turístic és enfocat per alguns moviments com un rebuig a “l’apropiació de la protesta” degut al protagonisme i visibilitat mediàtica aconseguida per un sol actor. En aquest sentit, els representants de l’Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic exposen que

*“El Bus Turístic ja havia estat anteriorment usat com a protesta performativa, tot i què amb un plantejament diferent. Nosaltres abans de la seva acció al Bus Turístic [la d’Arran], ja havíem fet accions. Uns mesos abans havíem bloquejat 7 busos turístics a 7 punts de la ciutat, però de manera pacífica i tranquil·la i convidant a la gent a sumar-se. No ha sortit a la premsa perquè ven més la pseudo-violència. A nosaltres ja ens va bé. Acaben posant el focus en el mateix rotllo (...) però nosaltres*

Anna Soliguer Guix

*ho vàrem fer de manera festiva, una batucada. La gent es parava, nosaltres ens dirigim a tothom (...) L'acció d'Arran dona més rèdit (...) Amb això hi ha la diferència (...) Nosaltres busquem acostar-nos a tothom i ells cerquen més l'impacte (...) Es va liar perquè els mitjans de comunicació tiren d'impacte i venen més” (Representant de l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic).*

Un altre tipus de divergències té a veure amb el lligam i la relació de poder que estableixen els MSU amb les institucions i partits polítics. Des de l'arribada d'En Comú Podem (ECP) a l'Ajuntament, el posicionament adequat amb el poder institucional ha estat un tema de debat intern molt recurrent entre els MSU. Per exemple, algunes associacions de veïns troben poc adequat el discurs del decreixement pel qual aposta la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona com a element per al lideratge social, argumentant que és una influència directa d'ECP. En canvi una part dels moviments veïnals s'han desmarcat dels moviments de l'òrbita dels Comuns i han donat suport a l'anomenat Tsunami Veïnal, posant l'accent sobre les problemàtiques que empitjoren la qualitat del turisme al barri, amb un discurs sobre la responsabilitat dels turistes o apostant per l'Hermitage com un element per a la creació de valor afegit al turisme actual en zones turistificades com la Barceloneta.

Un altre exemple el trobem en la participació en l'òrgan consultiu del turisme a la ciutat, el Consell de Turisme i Ciutat (CTC). En general, la major part dels MSU ho llegeixen com una oportunitat, tot i què les interpretacions dels motius estratègics pels quals en formen part varien o tenen matisos interessants. Per exemple, l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, esmenta que el CTC

*“No té gaire utilitat real (...) No sé si l'objectiu era treure'ns del carrer però hi seguirem estant (...) És un espai bastant inútil però hi hem de ser (...) Almenys els lobbies han hagut de sentir coses que no estan acostumats a sentir (...) Els consells consultius no porten a res però podem incidir en el relat del turisme de la ciutat per a què no el facin els de sempre. Però sabem que les decisions es prenen a un altre nivell, a un altre lloc” (Representant de l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic).*

L'actitud escèptica es recolza en una sensació d'inferioritat en el cas d'alguns MSU que actuen a escala local amb reivindicacions de marcat caràcter territorial i de barri. Des de Fem Sant Antoni s'explica que fins i tot es plantegen abandonar el CTC ja que

Anna Soliguer Guix

*“Hi ha uns representats dels moviments veïnals però està molt desequilibrat perquè els veïns no tenim capacitat d'incidir. No tenim capacitat d'incidir i per tant, considerem una pèrdua de temps anar-hi (...) nosaltres no cobrem com els professionals i polítics per estar allà i no arribem a tot (...) Els veïns no estem ben representats al Consell de Turisme i Ciutat (...) Hi participem però cada vegada menys. Està tot molt distorsionat (...) Hi ha la Cambra de Comerç, el Gremi d'Hotelers, Restaurants, l'Ajuntament (...) Ja parlar és difícil i estem en desavantatge. Els altres són professionals i nosaltres no. És un combat desigual” (Representant de Fem Sant Antoni).*

Davant d'aquesta actitud d'escepticisme contrasta el punt de vista de l'Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, els representants de la qual expliquen que ells sí que hi voldrien estar representats:

*“Costa molt d'entrar (...) però hi són la VIA (Veïns i Amfitrions). Ells porten 5 anys com a associació. La diferència entre ells és que són amfitrions de Barcelona, tot i que ara s'han fet de Catalunya. I nosaltres ja vàrem començar a Catalunya. Ells només defensen l'amfitrió de Barcelona i la seva llar” (Representant de l'Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya).*

Un tercer posicionament es desprèn de la lectura positiva, tot i què insuficient, com a ens participatiu que es fa des de la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona:

*“El Consell de Turisme i Ciutat serveix per a que ens enfadem amb els empresaris però la idea de la participació és bona. Barcelona té centenars d'òrgans de participació i faltava el de turisme (...) La idea és debatre propostes que després el govern duu a terme però en realitat no s'ha fet res o gairebé res (...) El problema del Consell de Turisme és que hi ha dos bàndols: empresaris que volen més turisme i veïns que defensem menys turisme (...) Això ho paralitza. El Pacte de Barcelona no serveix per res i tots els partits el varen avalar. Amb el Consell de Turisme passa el mateix. El sector empresarial de turisme és molt dur. No sé la raó però penso que és perquè és molt multinacional i no és local. El Consell de Turisme i Ciutat hauria de servir per decidir cap on va Barcelona” (Representant de la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona).*

Un altre tipus de divergència té a veure amb la identificació de les causes de la turistificació i la concreció d'un model turístic per a la ciutat. Per alguns MSU l'origen del problema té a veure amb el creixement turístic i les molèsties que això genera, mentre que per altres la incapacitat per gestionar el turisme i la manca de planificació va associada a la problemàtica. Finalment alguns MSU posen l'accent en el caràcter global

Anna Soliguer Guix

del turisme com a càncer de la ciutat contemporània. Per exemple, pel Sindicat de Llogateres la problemàtica del turisme a la ciutat és més de fons que superficial:

*“La relació entre el turisme i la ciutat hauria de crear menys extorsions a la vida diària dels residents (...) perquè treu espai tant als pisos com als espais públics i les terrasses, a preus que els residents no poden pagar” (Representant del Sindicat de Llogateres).*

Similarment, els representants de l'associació veïnal de la Barceloneta consideren que és el model turístic el que vulnera el dret a la ciutat:

*“La permissivitat amb l'oferta turística, juntament amb [l'incompliment de] les lleis i normes de civisme, han permès que “s'anés tot de mare”] (Representant de la Barceloneta).*

En canvi, per l'Associació de Veïns i Veïnes de la Salut-Sanllehy, és a dir la zona del Parc Güell, l'origen de tota la problemàtica té com a focus el comportament dels turistes. I també, segons la Pastoral Obrera el conflicte sorgeix per:

*“La manera com s'exerceixen els drets, al no respectar els turistes els drets dels residents. En algunes zones es fomenta la imatge de que es pot fer tot (...) També han fet mobbing immobiliari pujat els preus perquè la gent marxes per fer un hotel o pisos turístics. Això és inadmissible i trepitja els drets dels residents en benefici del turista i els beneficis econòmics derivats de l'activitat turística” (Representant de la Pastoral Obrera).*

Portat a l'extrem el rebuig frontal cap als turistes també apareix en alguns discursos. Per exemple, els representants de la xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó afirmen:

*“No els hauríem d'acollir. Hauríem d'engegar-los a la merda perquè la seva presència ens suposa molts problemes a nosaltres. No és la presència a nivell de volum, va molt més enllà. Barcelona és la ciutat on es consumeix més cocaïna d'Europa i hi ha droga a tots els barris” (Representant de la xarxa d'Habitatge d'Horta-Guinardó).*

En resum, els MSU es tornen heterogenis, en comparació amb els moviments històrics anteriors, en funció de la fragmentació dels nous temes i preocupacions que apareixen associats al turisme, però també de l'evolució que els propis moviments tenen en la seva forma de protesta i d'organització transformativa, incloent aspectes com la relació que volen mantenir amb el poder o la intensitat i caràcter de les accions de protesta. En relació

Anna Soliguer Guix

a aquest darrer aspecte, i donada la importància que pren en el camp de la protesta turística, dedicarem el següent apartat a analitzar els elements de diferència en la acció de protesta i d'intervenció dels moviments socials i associacions veïnals de Barcelona.

### **6.6. Els moviments socials urbans i associacions veïnals de Barcelona: una tipologia de síntesi**

Un cop analitzades les característiques bàsiques i les diferències del discurs i operatives entre els diferents moviments i associacions estudiats s'ha realitzat una síntesi en funció de com són i de com entenen el turisme de la ciutat. La caracterització sintètica dels MSU i associacions veïnals permet comparar millor entre ells i veure que, si bé existeixen moltes coincidències, no es tracta d'un grup homogeni sinó que presenta moltes particularitats (vegeu taula 6.14). Aquestes diferències cal tenir-les en compte per afrontar la construcció d'un nou model de turisme a la ciutat ja que, aquest model no s'aconseguirà materialitzar només amb la inclusió dels MSU i la seva participació en els processos de planificació i gestió del turisme, sinó que també caldrà veure quins són els enfocaments particulars dels quals parteixen i com arribar a acords a partir del reconeixement de les diferències. El resum del perfil dels MSU i associacions veïnals s'ha construït a partir de les entrevistes realitzades amb els seus representants i seleccionant els aspectes clau sobre els temes del turisme contemporani que més els preocupen, el model de política o gestió del turisme que proposen per a Barcelona i la concreció de la seva proposta de resposta i accions de protesta. Per construir la tipologia s'ha fet una adaptació de l'emprada per Novy i Colomb en el seu assaig sobre protestes socials en turisme urbà (Novy & Colomb, 2019) (vegeu taula 6.15).

Taula 6.14 Resum de les actuacions i discurs en matèria de turisme de les associacions i moviments socials urbans analitzats

<b>Tipus d'associació</b>	<b>Nom</b>	<b>Proposta de model o política turística</b>	<b>Característiques principals de les accions de protesta</b>
---------------------------	------------	---	---

Anna Soliguer Guix

	Associació de Veïns de la Barceloneta	Millora de l’oferta turística i tipologia de turista. Regular, controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat.	Manifestacions al carrer, participació en el Tsunami Veïnal.
	Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample	Regular el preu del mercat de l’habitatge. Milliores mediambientals (aire i respiració), equipaments pel barri.	Manifestacions al carrer
	Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic	Canvi de model turístic. Decreixement i municipalisme	Manifestacions al carrer i solidaritat veïnal
	Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy	Millora de l’oferta turística i tipologia de turista. Regular, controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat.	Cap
Moviment veïnal	Associació de Veïns del Raval	Millora de l’oferta turística i tipologia de turista. Regular, controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat.	Manifestacions al carrer i solidaritat veïnal
	Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família	Decreixement	Manifestacions al carrer i salut
	Associació de Veïns de la Vila Olímpica	Millora de l’oferta turística i tipologia de turista. Regular, controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat.	Manifestacions al carrer i denúncia del soroll ocasionat pel lleure nocturn
	Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona (FAVB)	Decreixement i municipalisme	Manifestacions al carrer i solidaritat veïnal
	Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat (AGUICAT)	Recuperació dels drets dels professionals del sector	Manifestacions al carrer, accions al mitjans de comunicació i pressió institucional de lobby
Associació professional o de propietaris	Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya (AmfiCat)	Revisar el model turístic basat en una oferta de turisme cultural i demanda de qualitat.	Lobbisme i defensa de la reforma legislativa (lloguer habitacions)
	Amics d’Amics, Veïns i Comerciants de la	Millora de l’oferta turística i tipologia de turista. Regular,	Lobbisme

Anna Soliguer Guix

	Rambla i la Plaça Catalunya	controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat.	
	Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona (APARTUR)	Defensa col·lectiva dels interessos dels propietaris de lloguer de pisos turístics	Lobbisme
	Confederació Sindical de Comissions Obreres (CCOO)	Recuperació dels drets laborals, millores i respectar convenis	Sindicalisme
	Confederación Nacional del Trabajo (CNT)	Recuperació dels drets laborals, millores i respectar convenis i posterior canvi de model econòmic: internacionalisme proletari.	Sindicalisme i acció per a un canvi de model polític i social
	Coordinadora Obrera Sindical (COS)	Recuperació dels drets laborals, millores i respectar convenis. Municipalitzar el turisme.	Acció per al canvi de model polític i social
Sindicats	Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC)	Recuperació dels drets laborals i respectar convenis. Denúncia del procés d’uberització i de la precarització laboral	Acció política
	Sindicat Kellys Barcelona (verdes)	Segell de Qualitat Laboral i fi de les externalitzacions	Acció política per a un canvi de model legislatiu
	Sindicat de Llogateres	Polítiques associades a l’habitatge i el dret a la ciutat. Acció per a un canvi de model legislatiu	Acció política per a un canvi de model legislatiu
	Unió General de Treballadors de Catalunya (UGT)	Recuperació dels drets laborals, millores i respectar convenis	Sindicalisme
Moviments polítics	Endavant	Municipalització del turisme	Acció per al canvi de model polític i social
Centres de recerca i coneixement	Observatori del Deute en la Globalització (ODG)	Pro Comú i eco feminisme	Acció per al canvi de model polític i social
Moviments religiosos	Pastoral Obrera	Vides dignes i lluita contra la pobresa	Evangelització en el món obrer
Plataformes	Acció Raval	Regular, controlar i penalitzar l’incivisme i la inseguretat (especialment narcopisos i habitatges buits)	Manifestacions, manifestacions al carrer i accions de solidaritat veïnal



Anna Soliguer Guix

Altres	Fem Sant Antoni	Decreixement	Manifestacions al carrer i solidaritat veïnal
	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic (ABDT)	Decreixement	Manifestacions al carrer i generació de coneixement
	Kellys Unión Catalunya (blanques)	Fi de la violència de gènere, la racialització i els abusos sexuals i laborals a la feina. Fi de la sobrecàrrega laboral i l'externalització del treball.	Sindicalisme
	Riders x Derechos	Evitar les desigualtats generades pel model d'economia col·laborativa (uberització)	Acció política per a un canvi de model legislatiu
	Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó	Promoure polítiques d’habitatge i feina digna	Acció política per a un canvi de model legislatiu (desnonaments i ocupacions)

Taula 6.15 Proposta de tipologia de moviments socials urbans amb discurs sobre turisme a Barcelona

<b>De proximitat (veïnals i de barri)</b>	<b>Urbans</b>	<b>Antisistema</b>	<b>Sindicats i Antiglobalitzadors</b>	<b>Protesta específica o temàtica</b>	<b>Pro turístics amb el model crítics</b>
Associació de Veïns de la Barceloneta		Arran			
Associació de Veïns i Veïnes de la Dreta de l’Eixample					
Associació de Veïns i Veïnes del Barri Gòtic					Associació de Veïns i Veïnes del

Anna Soliguer Guix

---

		Parc Güell la Salut- Sanllehy
Associació de Veïns del Raval Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família Associació de Veïns de la Vila Olímpica	Federació d’Associacions Veïnals de Barcelona (FAVB)	
		Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat (AGUICAT) Associació d’Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya (AmfiCat) Amics d’Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya Associació d’Apartaments Turístics de Barcelona (APARTUR)
	Confederació Sindical de Comissions Obreres (CCOO) Confederación Nacional del Trabajo (CNT)	

---

Anna Soliguer Guix

---

			Coordinadora Obrera Sindical (COS) Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC) Sindicat Kellys Barcelona (verdes) Sindicat de Llogateres (problemes d’habitatge) Unió General de Treballadors de Catalunya (UGT)
		Endavant (CUP)	
	Observatori del Deute en la Globalització (ODG)		
			Pastoral Obrera
Acció Raval Fem Sant Antoni			
	Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic (ABDT)		
			Kellys Unión Catalunya (blanques) Riders x Derechos Xarxa d’Habitatge d’Horta-Guinardó
			Tsunami Veïnal
	Albasud		

---

Font: Adaptat de Novy & Colomb, 2019

Novy & Colomb (2019) distingeixen sis tipologies de MSU a partir de l’argument que les mobilitzacions socials que envolten el turisme urbà tenen un caràcter molt divers en la seva naturalesa i intencions. Aquests autors distingeixen entre: 1) Moviments que es centren en una problemàtica concreta, normalment d’abast local i que de vegades responen a una campanya en concret, tot i que poden perdurar en el temps; 2) Moviments

Anna Soliguer Guix

que tenen una visió més global o de ciutat i que es preocupen per fenòmens interrelacionats entre sí, com la turistificació; 3) Moviments que s'oposen al turisme perquè és una activitat que consideren que reforça el capitalisme global o que s'alineen dins del rebuig a les propostes neoliberals; 4) Moviments que no posen el focus en el turisme com a problema principal, però que consideren que el turisme intervé i fa empitjorar el problema que els preocupa d'arrel vinculada a processos urbans i econòmics preexistents; 5) Moviments que, si bé no veuen el turisme com un problema ni responen al caràcter transformador que correspon a la visió del “dret a la ciutat”, protesten per aspectes molt concrets derivats dels impactes i de la desigual distribució dels beneficis i perjudicis de l'activitat turística; i 6) Associacions que representen el turisme però que tenen una visió crítica sobre els efectes del model turístic en determinats aspectes com la sostenibilitat o la imatge que transmet la destinació (Novy & Colomb, 2019).

En el nostre estudi hem trobat reflectides totes aquestes tipologies de MSU i associacions veïnals en el cas de Barcelona. En el primer grup s'hi inclouen petites plataformes de protesta i acció ciutadana que corresponen a associacions de veïns. Dos casos paradigmàtics que exemplifiquen el conjunt són Acció Raval i Fem Sant Antoni. Es tracta d'associacions que veuen en el turisme un focus de problemàtica no tant per sí mateix sinó en combinació amb les condicions de degradació dels barris (per exemple es relaciona el tràfic i consum de drogues amb l'increment del lleure nocturn al barri). En el cas d'Acció Raval la seva acció de protesta s'associa a la problemàtica general del barri (pobresa, delinqüència, tràfic i consum de droga, pisos buits, desnonaments, manca d'actuació per part de l'administració, etc.) i es centra en campanyes concretes com la dels narcopisos o, més recentment, la pobresa energètica, en la mesura que tenen membres o representen veïns que es veuen fortament afectats per aquesta problemàtica. Fem Sant Antoni té un perfil molt similar, i han organitzat diferents campanyes temàtiques en funció de diferents preocupacions que tenen al llarg del temps, des de la contaminació acústica al voltant del mercat fins als problemes d'habitatge al barri, però també la preocupació per l'increment de negocis i comerços turístics (en aquest tema donant suport a altres grups com Barcelona No Està en Venda i a l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic). Es tracta per tant d'associacions que inclouen el turisme dins les seves preocupacions en la

Anna Soliguer Guix

mesura que consideren que forma part de les problemàtiques dels seus barris, o que es requereix controlar i gestionar millor per a aconseguir millorar la qualitat de vida de les persones que els habiten. Altres exemples característics d'aquests tipus d'associacions els trobem en l'Associació de Veïns i Veïnes de la Sagrada Família o de l'Associació de Veïns de la Vila Olímpica.

En el primer cas, l'elevat impacte dels visitants del temple en la mobilitat, l'organització de l'espai públic al barri o la dificultat per trobar comerç de barri els mou a la protesta. En el segon cas els problemes derivats del lleure nocturn s'associen als comportaments poc cívics, la inseguretat, el consum de drogues o, agreujat durant la situació post pandèmica, el consum d'alcohol al carrer per les nits (“botellades”).

Entre els MSU que pertanyen al segon tipus hi trobem MSU que tenen una preocupació més àmplia que el nivell de barri (Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona, l'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic, l'Observatori de la Globalització i Albasud) i plantegen problemes que afecten al conjunt de la ciutat o de la societat. En el cas de la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona les seves reivindicacions es focalitzen en elements estructurals del turisme en la mesura que consideren que degraden la vida dels barris. Aquesta visió inclou el complex problema de l'habitatge a la ciutat, però també els efectes de la mobilitat contemporània (com per exemple el volum diari de creuers) que impliquen massificació turística, o la problemàtica del treball turístic entesa com un problema general del conjunt del sector. L'Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic coordina grups veïnals per treballar col·lectivament contra el turisme i, més en concret, contra el model incremental de creixement turístic seguit a la ciutat. Malgrat que les accions més importants que han dut a terme (com la protesta sobre els apartaments turístics de lloguer compartit il·legals (#UNFairbnb), la reivindicació de l'espai públic a la ciutat (Fem Plaça), i l'organització del Primer Fòrum Veïnal sobre Turisme) tenen un caràcter local, el plantejament de fons va més enllà d'evitar el creixement del turisme, i es proposa el canvi de paradigma cap al decreixement. Per la seva banda, Albasud (i en certa manera també l'Observatori del Deute en la Globalització) respon a la preocupació del tercer sector per la problemàtica social del turisme, des d'un marc més ampli de treball

Anna Soliguer Guix

sobre la desigualtat i les condicions de precarització laboral en les societats occidentals. En conjunt, aquesta tipologia de MSU, contrasten amb els anteriors, ja que, sense perdre la mirada territorial i local en la participació de protesta, projecten el seu argumentari al conjunt de la ciutat més que no pas al “barri”. En conseqüència, intenten aglutinar mirades i punts de vista de vegades divergents o fragmentats en les petites associacions, en un programa comú d'acord amb la seva visió transversal de l'afectació del turisme a la ciutat. L' Observatori del Deute en la Globalització, tot i ser un centre de recerca i coneixement té capacitat de protesta en la mesura que introdueix el turisme dins dels seus informes i estudis, emetent criteris i arguments que defensen la superació del model economicista actual del turisme de Barcelona i promou els criteris basats en el pro-comú, l'ecofeminisme i l'ecologia política.

La tercera tipologia està constituïda per grups polítics que s'oposen obertament al turisme ja que entenen que forma part dels elements que contribueixen a impulsar la globalització neoliberal (Arran i Endavant). A diferència dels anteriors MSU aquests grups aposten per una confrontació directa i molt polititzada, vinculada al moviment independentista i anticapitalista. Malgrat que les protestes van dirigides a aspectes concrets del turisme local, l'interès que el turisme desperta en aquests grups no procedeix tant de la realitat directa que l'envolta a la ciutat de Barcelona, sinó de la denúncia que aquest sector fomenta la política econòmica capitalista neoliberal. És força significatiu d'aquesta concepció del turisme que una de les campanyes d'Arran es va anomenar “capitalismefobia”, en un joc de paraules on, a banda de denunciar l'apropiació del turisme de béns públics, s'aprofita per rebutjar l'etiqueta de turismefòbia.

Els MSU i sindicats preocupats per les condicions laborals i el problema de l'habitatge configuren el gruix dels moviments que fan activisme o protesten contra les condicions laborals dels treballadors turístics o per la problemàtica de l'habitatge. Es tracta, per tant, de moviments que reconeixen en el turisme un agent que contribueix negativament en la problemàtica que centra les seves preocupacions tradicionals i que entronca el turisme amb processos relacionats amb la reestructuració urbana contemporània i amb noves

Anna Soliguer Guix

problemàtiques, com els desnonaments, els quals s'han agreujat a partir de l'acceleració d'aquests processos.

La cinquena tipologia de MSU està escassament representada a Barcelona, tot i què hi trobem algun exemple. En el cas de l'Associació de Veïns i Veïnes del Parc Güell la Salut-Sanllehy, enfoquen la protesta de barri des d'una perspectiva NIMBY, on justificant-ho per la pèrdua de qualitat de vida al barri (inseguretat, augment del soroll i massificació turística en els accessos al Parc Güell, pèrdua de comerç local, etc.) es vol revertir la dinàmica turística. En concret des de l'associació es proposen mesures per reduir el nombre de menors no acompanyats residents al barri que, juntament amb l'increment de la immigració i la seva visibilització als carrers i negocis turístics els generen inseguretat i es consideren agents reproductors de la cultura masclista i patriarcal. Per la seva banda, el Tsunami Veïnal representa un col·lectiu d'associacions veïnals, entitats i plataformes que no es senten representats per els interessos de la Federació d'Associacions Veïnals de Barcelona i que s'han posicionat obertament contra la política del govern municipal en matèria de turisme i ciutat (#StopColau). Es tracta per tant, de temes molt vinculats a les preocupacions de barri, i, encara que en la seva missió, tal com proposen en la seva pàgina de Facebook<sup>150</sup> hi fan constar que volen “arribar al fons de la qüestió” i “promoure la recuperació de la ciutat”, les seves propostes s'adrecen sobretot a reclamar i pressionar al poder local per a que s'ocupi de mitigar determinats problemes de proximitat, extensibles però a d'altres zones de la ciutat. Concretament les temàtiques principals de les quals protesten tenen a veure amb la inseguretat, el civisme, la neteja, els sorolls, els robatoris o les agressions sexuals.

La sisena tipologia està integrada per actors que no constitueixen MSU sinó que formen part del sector turístic, però que critiquen al model actual i certes pràctiques empresarials (Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya, Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de

---

<sup>150</sup> <https://www.facebook.com/people/Tsunami-Ve%C3%AFnal/100064660906939/?paipv=0&eav=AfZA36PrXz39vbxPHepQcAqL4mXuBEN7Bg32NCdq2xgpFrke804Lx1K2nyXNhkpE8z0&rdr>

Anna Soliguer Guix

Qualitat, Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya i Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona). Algunes d'aquestes associacions no reconeixen obertament el discurs de creixement continuat i desordenat del turisme, ja sigui perquè demanen un model més sostenible, perquè volen donar una imatge de la destinació diferent a la del turisme de masses i de “baixa qualitat”, o perquè protesten contra les males pràctiques laborals, empresarials o de l'administració pública en el sector turístic. No obstant, la defensa dels seus interessos empresarials o professionals els condueix a rebutjar postures de reducció del turisme a la ciutat. Cap d'aquestes associacions defensa el caràcter destructiu o depredador del turisme, però poden tenir discursos molt crítics amb la gestió del turisme a la ciutat. Les propostes argumentals són molt variades entre sí. Per exemple, podem trobar la postura de l' Associació d'Amfitrions de Llars Compartides de Catalunya en defensa dels propietaris que lloguen habitacions a turistes (defensant el caràcter microemprenedor i de sosteniment social que té aquesta pràctica per a que moltes famílies puguin mantenir el seu patrimoni i qualitat de vida), o de l' Associació de Guies de Turisme Habilitats per la Generalitat de Catalunya per un Turisme Responsable i de Qualitat (crítics amb la Generalitat per la desprotecció dels guies turístics davant l'intrusisme i l'exigència d'un carnet de guia turístic habilitador i en format paper). Els clams d'associacions com Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona es centren sobretot en l'existència de pisos sense ús, però també del tracte rebut de l'administració local en relació a la consideració que els mals del model turístic tenen a veure amb la seva activitat de negoci. Associacions com l' Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla i la Plaça Catalunya reclamen un model de “turisme de qualitat”, familiar i cultural del qual es puguin sentir orgullosos i critiquen la deriva ètica que fa que les empreses del lleure nocturn generin un focus d'inseguretat i incivisme que més enllà del mal que provoquen a les persones, contribueix a la mala imatge de la ciutat. En conseqüència, en la seva visió, la mala reputació que generen les pràctiques associades a la festa al carrer tant per part de visitants com de residents, viralitzades per les xarxes socials, els provoca un rebuig del model turístic que el fan extensible a la gestió municipal.



Anna Soliguer Guix

## 6.7. Reflexió final

Barcelona té una llarga tradició de lluites polítiques, socials i culturals organitzades des d'una base ciutadana i això és un factor que sens dubte ha influït com a caldo de cultiu en l'aparició i creixement dels moviments de protesta turística al llarg de la darrera dècada. No obstant, el creixement de la dinàmica d'actuació recent dels MSU a la ciutat cal explicar-ho també en altres termes. En primer lloc, es constata que tant el creixement del nombre de MSU que operen a la ciutat, com l'increment de l'interès pels efectes del turisme que tenen en la seva agenda es poden ubicar dins d'un context general de repolitització del turisme (Milano, 2018). En les darreres dècades, el turisme és considerat cada cop més un element que ajuda a entendre les desigualtats i desequilibris de les ciutats contemporànies. La tendència crítica té elements de continuïtat amb les aportacions del turisme responsable (Gascón i Cañada, 2005) però pren una nova direcció i dimensió com a resposta a l'associació del turisme a les diverses problemàtiques associades als impactes de la globalització neoliberal, l'aparició de noves formes de violència biopolítica (Foucault, 2007) relacionades amb el turisme (Roelofsen & Minca, 2018) i l'entrada en l'escena de nous actors. És important destacar igualment que la repolitització del turisme està també recolzada per l'aparició de noves tendències en l'activisme (Himanen, 2001; Cañada i Murray, 2019), per nous marcs de pensament i d'acció que trenquen amb els models de creixement del turisme, però també amb el rebuig a determinades propostes de solució tradicionals, com les basades en la sostenibilitat, que, per a alguns actors, tot i ser necessària és insuficient per donar resposta a les demandes reals de la societat actual.

En segon lloc l'anàlisi de l'estructura i composició interna dels MSU ha permès identificar els aspectes clau de la representativitat i abast social que aquests tenen en la societat local. Malgrat que en la majoria dels MSU analitzats el volum de membres és reduït, el seu paper com a elements de representativitat i de participació social és important (Juris & Pleyers, 2009). En aquest sentit, els MSU actuen com a nodes d'una xarxa superior amb capacitat per a fer visibles els problemes urbans derivats del turisme a la ciutat que generen preocupació social. Seguint una òptica relacionada amb la visió estratègica de l'activisme, els MSU de Barcelona no consideren la seva representativitat social en termes

Anna Soliguer Guix

de volums de membres, sinó de capacitat de mobilitzar, promoure debat i sensibilitzar a la ciutadania, les administracions i a l'opinió pública de preocupacions socialment latents però ocultes en els mitjans de comunicació. Seguint una lògica d'activisme en xarxa, les protestes que requereixen articular un nombre elevat de persones poden aconseguir-se mitjançant estratègies de col·laboració participativa i l'establiment de mecanismes de cooperació informals o formals entre els moviments. La col·laboració puntual externa en la protesta que deriva d'una organització reticular garanteix que, malgrat pugui haver un nombre relativament reduït de persones activistes en grups concrets, la capacitat de convocatòria i participació sigui notòria.

Malgrat tenir un posicionament molt similar en relació a la representativitat social, els diferents nodes no renuncien a obtenir el lideratge del discurs. Aquest lideratge no té tant a veure amb l'actitud competitiva o per obtenir recursos, sinó amb els beneficis que aporta com a rèdit social i en visibilitat. Aquest fet pot conduir a teixir o desfer aliances, al disseny de diferents estratègies de posicionament en els mitjans, o a desacords i plantejaments dissonants en alguns temes, especialment les referides a les accions de protesta més contundents contra el turisme.

En tercer lloc, i tal com s'ha observat en altres ciutats (Novy & Colomb, 2019) les aproximacions a la protesta i els temes d'interès dels MSU de Barcelona són força heterogenis. A pesar de que existeix una llarga llista de reivindicacions compartides en relació als impactes del turisme i una visió similar sobre el model turístic vigent a la ciutat, els MSU es distingeixen entre sí en la seva missió i temes de protesta. De fet, considerem que aquestes diferències entre els MSU són molt més importants que les derivades de la seva estructura i composició interna per explicar el seu caràcter i posicionament particular dins del conjunt.

Les diferències en l'enfocament temàtic han estat explorades en la tipologia de la protesta turística confeccionada en aquest capítol. La tipologia ha permès detectar dos elements diferenciadors en relació a les preocupacions temàtiques de protesta: 1) l'escala territorial de referència de la problemàtica i l'abast dels seus objectius i missió; i 2) l'eix temàtic principal de la protesta.

Anna Soliguer Guix

En relació a l'escala territorial s'ha identificat l'existència de dos tipus de grups de protesta. Un primer grup es caracteritza per la seva territorialitat, operant des de la preocupació per les problemàtiques locals i de barri. El segon grup comparteixen una visió global i de caràcter sistèmica, més ideològica però menys finalista. Aquestes diferències en l'escala operativa i de visió condicionen els objectius i la manera d'actuar individualment. Per exemple, existeix un fort contrast entre les protestes de les associacions de veïns adreçades a la revitalització dels barris i a la superació dels problemes quotidians que genera el turisme, la lluita antisistema d'alguns moviments, el canvi de règim social envers el decreixement o la defensa del dret a la ciutat com a element de lluita contra les dinàmiques neoliberals globals amb manifestació local.

Un altre element diferenciador entre els MSU té a veure amb les temàtiques prioritàries abordades. Malgrat que la transversalitat del fenomen turístic a la ciutat fa que en moltes ocasions els discursos convergeixin sobre paràmetres similars, es distingeixen molt clarament dues aproximacions en relació als temes d'interès dels MSU. La visió dominant gira al voltant de l'habitatge i la segona, més minoritària, sobre la problemàtica laboral. En el primer cas la problemàtica s'insereix en el si del debat sobre el dret a la ciutat i el paper de la turisticació (i especialment de les plataformes de lloguer d'allotjament a curt termini) (Arias-Sans & Quagliari, 2016) en la pèrdua de qualitat de vida de la comunitat local, establint-se un vincle directe entre l'encariment i manca d'habitatge i la pressió turística en els barris (desplaçament de persones residents, aparició de dinàmiques de gentrificació o enclavaments internacionals, etc.) (Mansilla, 2019; Cocola, Gago & Jover, 2020; López-Gay, Sales-Favà, Solana-Solana, Fernández & Peralta, 2021). Les reivindicacions en termes laborals posen l'accent en aspectes més amplis vinculats a la justícia social i s'orienten a la nova lluita sindical adreçada a col·lectius específics. L'explotació laboral, la precarietat i la dignitat de les persones treballadores són alguns dels elements centrals del debat, en el qual també es posa més èmfasi en aspectes de gènere i classe social que anteriorment.

L'aproximació temàtica dominant entre la protesta turística deixa veure també algunes dissonàncies respecte a la qüestió del paper del turisme com a element social i urbà i sobre

Anna Soliguer Guix

com ha d'encaixar en el futur en la ciutat. Els grups més preocupats per l'habitatge tendeixen a llegir el turisme com un agent de distorsió social estructural i, en conseqüència, les propostes passen per la seva limitació, reubicació territorial o, en les visions més extremes, la supressió. En canvi els grups més preocupats per les temàtiques laborals tendeixen a donar un valor relatiu al turisme en funció del reconeixement del seu paper econòmic, però sempre que vagi acompanyat de propostes de justícia social i dignitat per a les persones treballadores. És a dir, si per als primers el turisme té una connotació negativa i ideològica, pels segons la lluita reivindicativa pel treball digne significa assumir que el turisme pot ser organitzat d'una altra manera i que les persones poden créixer i sentir-se realitzades professionalment en el sector turístic. Aquesta divergència de fons en la visió del turisme és crucial per poder establir estratègies compartides i crear ponts d'encaix i complementarietat entre les propostes plantejades.

Un aspecte que sobresurt de l'anàlisi de les temàtiques de protesta abordades és l'absència de debat sobre alguns dels temes que, amb molta probabilitat, marcaran l'agenda del turisme en un futur proper. Malgrat que algun dels grups incorpora parcialment algun d'aquests discursos “silenciats” no s'aprecia una visió de conjunt ni una reflexió col·lectiva que permeti parlar d'interès o d'un posicionament clar dels moviments. Concretament volem destacar la manca de debat sobre quatre temàtiques transcendents pel futur del turisme a la ciutat: 1) la problemàtica del gènere és escassament abordada pels MSU, amb excepcions com Les Kellys, les quals l'incorporen com a part essencial del seu discurs (Alcalde-González, Gálvez-Mozo & Valenzuela-Bustos, 2021, 2022), fet que fa pensar que encara cal una revisió del discurs patriarcal entre els MSU; 2) la revisió de la problemàtica ambiental és escassa, tot i haver veus discordants amb la presència de fenòmens contaminants a la ciutat com els creuers turístics, i es formula habitualment en el pla local i sense entrar en aspectes globals com les repercussions de les ciutats turístiques en el canvi climàtic o la pèrdua de biodiversitat en entorns urbans; 3) l'absència de discussió sobre el fenomen migratori i la relació amb el turisme, la qual requereix una anàlisi en profunditat en el marc del paradigma de les mobilitats turístiques i urbanes en general; 4) difícilment es troben posicionaments i propostes sobre el paper del turisme sobre la salut física i mental dels residents, malgrat a la problemàtica associada a l'estrès

Anna Soliguer Guix

emocional (Gössling, McCabe & Chen, 2020) que pateixen els residents afectats pels problemes derivats del turisme. En aquest sentit, "sembla urgent incloure la percepció psicosocial dels residents sobre els turistes com a element crucial a l'agenda per a un nou debat sobre el model turístic" (González, 2022). En definitiva, cal una reflexió des de dins per a que els MSU llegeixin el turisme a la ciutat amb altres claus, com les absències que hem identificat com a “temes buits de debat i protesta” però que són representatius de la manera de viure a la ciutat turística contemporània.

Un darrer element a destacar en aquesta cloenda és la relació flexible que els MSU mantenen amb el poder. Els MSU juguen, en general, un paper de frontissa amb les fonts de poder però s'hi detecten diversos graus de relació, els quals poden anar des de la simbiosi fins a la plena autonomia. La gran heterogeneïtat dels MSU implica la presència d'una pluralitat d'agents, discursos i accions que dificulten la unitat en la mesura que representen també interessos i ideologies diferents. Aquesta heterogeneïtat obeeix en part a la fragmentació tradicional de les esquerres i de l'activisme però també a la introducció de nous elements ideològics en el debat i la proposta social com el nacionalisme independentista o la irrupció de l'economia compartida i els seus efectes socials. Les diferents aproximacions, sensibilitats, interessos i relacions amb el poder fan que el tipus d'activisme difereixi, fent de contrapès i de recordatori, però també d'oposició directe respecte al poder local o envers determinades opcions polítiques. La relació amb el poder és un tema complex i de fons ja que, segons quin sigui el posicionament dels MSU en deriva, en part, la seva capacitat transformadora (Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell & Fletcher, 2019; Paredes & Spierings, 2020; Blasco, Palou & Poch, 2021). És a dir, hi ha casos en què no volen esdevenir interlocutors o rebre recolzament o subvencions per garantir la seva autonomia o no dependre de cadenes governades per institucions o partits polítics; però llavors perden opcions de diàleg i negociació amb els agents polítics, aspecte que els dificulta poder organitzar projectes transformadors o simplement obtenir recursos per a la seva subsistència.

L'anàlisi en profunditat dels MSU i associacions veïnals de Barcelona i la seva caracterització en tipologies ha revelat l'existència d'un considerable rang de diversitat,

Anna Soliguer Guix

valors i posicions oposades entre ells, amb interessos compartits però també amb divergències importants, com per exemple succeeix entre els moviments d'arrel activista i les associacions veïnals. No obstant, la protesta turística, entesa com un conjunt, constitueix una estructura orgànica de grups en xarxa que reproduïx interessos compartits en resposta a la desigualtat del sistema neoliberal que es materialitza en la pèrdua de llibertats o l'erosió del dret a la ciutat (Juris, 2006; Walmsley, 2017; Domaradzka, 2018; Carbonell, 2019; Robinson, Martins, Solnet & Baum, 2019; Winchenbach, Hanna & Miller, 2019). La capacitat real transformativa dels MSU per fer força passa per superar les diferències, però també, en paraules de Manuel Castells “viure en el caos i aprendre a fluir” (Castells, 2017) i seguir lluitant des de baix, amb l’ajut del coneixement.

## **7. La resposta emocional de la comunitat local davant del turisme i la presència de turistes**

En aquest capítol es descriu i s'analitza la resposta emocional dels residents de Barcelona i de Lloret de Mar, en relació a l'objectiu de recerca O5: “Identificar les característiques de l'actitud dels residents davant del turisme i dels turistes en base a la seva resposta emocional” sobre l'actitud davant el turisme dels residents en relació als impactes negatius que genera l'activitat turística als seus municipis. Per a l'anàlisi s'usen diferents tècniques i instruments de mesura estadística (anàlisi clúster, i mesures de la diferència de mitjanes) amb la finalitat d'observar les diferències d'opinió entre residents i agrupar-los en segments segons la seva actitud cap al turisme. D'acord amb l'objectiu O6: “Realitzar una anàlisi comparada dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona, explorant les seves diferències en la seva actitud davant del turisme i dels turistes en funció de la resposta emocional” l'anàlisi es farà de forma comparada entre els dos municipis per avaluar les diferències observades en la seva resposta emocional.

Per donar resposta a l'objectiu O7 “Identificar les diferències d'actitud a partir de la resposta emocional de diferents segments de residents i interpretar-les en funció de la Teoria de l'Intercanvi Social i de la Teoria de la Solidaritat Emocional” s'analitzen les diferències entre residents expressades en funció de la Teoria de l'Intercanvi Social (SET per les seves sigles en anglès, Social Exchange Theory) i d'acord amb el posicionament d'empatia i emocional davant del turisme i els turistes. Finalment, per donar resposta a les necessitats de l'objectiu O8 “Avaluar les implicacions pràctiques que, per als gestors del turisme, pot tenir l'actitud dels residents fonamentades en la seva resposta emocional i fer recomanacions per a la gestió sostenible del turisme que les tinguin en compte” s'analitza la relació existent entre la actitud dels residents davant del turisme i la seva opinió sobre la gestió turística local, el futur creixement del turisme a la seva localitat i les seves preferències en relació al model turístic local desitjat. Així, es valoren les

Anna Soliguer Guix

implicacions pràctiques que, per als gestors del turisme, pot tenir la resposta emocional dels residents i es fan recomanacions per a la seva gestió sostenible.

### **7.1. La resposta emocional entre els residents de Barcelona i Lloret de Mar. Anàlisi descriptiva**

En aquest apartat es fa una anàlisi descriptiva de la resposta emocional dels residents, positiva i negativa, sobre el turisme i els turistes, la valoració dels estereotips (característiques socioculturalment atribuïdes als turistes) dels elements que influeixen sobre la percepció del turisme i els turistes (impactes i estrès). A més s’introdueix, per a l’anàlisi, una variable sobre l’entorn laboral dels residents que treballen en el sector turístic. Aquesta variable s’analitza com un element complementari de la dependència envers el turisme i aporta noves dades d’interès per explicar l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes.

Finalment s’elabora un model conceptual per explicar el posicionament dels residents des del punt de vista psicossocial. També s’analitzarà com estan relacionades les emocions entre elles amb el propòsit de buscar afinitats en la seva agrupació. Les anàlisis de resultats tindran com a finalitat la contestació de l’objectiu que guia aquesta recerca.

#### **7.1.1. Valoració dels residents dels impactes del turisme: massificació i excés de visitants**

El bloc de preguntes al voltant de la valoració dels residents sobre la massificació generada pel turisme i l’excés de visitants inclou variables vinculades a la resposta davant el nombre de turistes presents a la destinació i els possibles efectes sobre la qualitat percebuda de l’entorn o del risc a emmalaltir, així com dues preguntes més vinculades amb la reacció emocional i psicossocial davant la presència de turistes. En total, s’han



Anna Soliguer Guix

obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten un desacord moderat respecte la preocupació per la situació de massificació turística en el seu municipi (estic preocupat per la quantitat de turistes: 2,75), amb tendència a la indiferència, i un desacord amb la preocupació pels efectes derivats de la presència d'un volum important de turistes (augment del risc de contagis: 2,44; i no em sento segur/a degut a la massificació: 2,51). Finalment, la resposta emocional a la massificació és d'indiferència (m'agrada estar envoltat de turistes: 3,01) o de lleuger acord (la presència de turistes fa més divertit el lloc: 3,08) (vegeu la taula 7.1).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud davant la massificació turística percebuda. Els residents a Barcelona estan més preocupats per la massificació que els de Lloret de Mar (2,97 i 2,53,  $p = 0,000$ ), i pels efectes que la presència d'un important nombre de turistes té sobre la seguretat (2,55 i 2,48,  $p = ,529$ ), mentre que els residents de Lloret de Mar mostren més preocupació que els de Barcelona pel risc de contagi provocat per la presència de turistes (2,56, 2,32,  $p = ,037$ ). Pel que fa a les respostes sobre la percepció del volum de turistes, els residents de Lloret de Mar estan més d'acord que els residents de Barcelona en que els agrada estar envoltats de turistes (3,30 i 2,71,  $p = ,000$ ) i en que la presència de turistes fa el lloc de residència més divertit (3,36 i 2,79,  $p = ,000$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre la massificació turística. Aquestes diferències s'observen tant a nivell de la preocupació que els genera la presència d'un volum important de turistes, com dels efectes emocionals que els genera la massificació (diversió i acceptació), tot i que no s'aprecien diferències estadísticament significatives en el cas dels efectes percebuts de la massificació (preocupació pels contagis i per la seguretat personal). En pràcticament totes les variables (excepte la preocupació pels contagis), els residents de Lloret de Mar tenen

Anna Soliguer Guix

una actitud més despreocupada per la massificació turística que els residents de Barcelona.

Taula 7.1 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre el volum del turisme

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Estic preocupat per la quantitat de turistes	Barcelona	229	2,97	1,326	0,088	
	Lloret de Mar	233	2,53	1,207	0,079	
	Total	462	2,75	1,285	0,06	0,000
No em sento segur degut a massificació	Barcelona	229	2,55	1,133	0,075	
	Lloret de Mar	233	2,48	1,232	0,081	
	Total	462	2,51	1,183	0,055	0,529
Presència turistes fa més divertit el lloc	Barcelona	229	2,79	1,169	0,077	
	Lloret de Mar	233	3,36	1,181	0,077	
	Total	462	3,08	1,207	0,056	0,000
M'agrada estar envoltat de molts turistes	Barcelona	229	2,71	1,102	0,073	
	Lloret de Mar	233	3,3	1,175	0,077	
	Total	462	3,01	1,175	0,055	0,000
	Lloret de Mar	233	2,56	1,245	0,082	
	Total	462	2,44	1,232	0,057	0,037

### 7.1.2. La resposta emocional dels residents vinculada a la presència d'activitat turística

El bloc de preguntes al voltant de la valoració dels residents sobre les emocions que genera el turisme inclou variables vinculades a la resposta emocional, tant positiva com negativa, percebuda pels residents davant del turisme. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Anna Soliguer Guix

Considerats en conjunt, els residents manifesten estar en desacord o molt en desacord amb algunes situacions (la presència del turisme em fa sentir por: 1,89; la presència del turisme em fa sentir angoixa: 2; la presència del turisme em fa sentir hostilitat: 2,18; la presència del turisme em fa sentir irritació: 2,17; la presència del turisme em fa sentir nerviosisme: 2,19; la presència del turisme em fa sentir frustració: 2,03). També manifesten desacord en relació a la preocupació per la presència del turisme (la presència del turisme em fa sentir preocupació: 2,44) (vegeu la taula 7.2).

Quant a la valoració sobre els turistes, les respostes emocionals són en termes generals moderadament positives (la presència del turisme em fa sentir esperança: 3,20; la presència del turisme em fa sentir entusiasme: 3,14; la presència del turisme em fa sentir felicitat: 3,15; la presència del turisme em fa sentir curiositat: 3,20; la presència del turisme em fa sentir gratitud: 3,21) o de lleuger acord (la presència del turisme em fa sentir interès: 3,41; la presència del turisme em fa sentir orgull: 3,51).

L'anàlisi de les diferències entre els residents les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud davant les emocions generades per l'existència d'activitat turística. La resposta emocional dels residents de Barcelona manifesta més preocupació i sentiments negatius que la de Lloret. En comparació als residents de Lloret de Mar, els residents de Barcelona manifesten tenir més por (1,99 i 1,79  $P = ,019$ ) angoixa (2,05 i 1,95  $p = ,302$ ) irritació (2,30 i 2,04  $p = ,016$ ) nerviosisme (2,24 i 2,14  $p = ,346$ ) frustració (2,11 i 1,96  $p = ,123$ ) i preocupació (2,51 i 2,37  $p = ,228$ ). En canvi, i en comparació als residents de Barcelona, els residents de Lloret de Mar manifesten que el turisme els genera més esperança (3,5 i 2,9  $p = 0,000$ ) entusiasme (3,42 i 2,86  $p = 0,000$ ) hostilitat (2,22 i 2,15  $p = ,502$ ) felicitat (3,46 i 2,83  $p = 0,000$ ) curiositat (3,35 i 3,05  $p = 0,003$ ) més interès (3,64 i 3,17  $p = 0,000$ ) més orgull (3,65 i 3,38  $p = ,017$ ) i més gratitud (3,59 i 2,81  $p = 0,000$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre les emocions que els genera l'existència d'activitat turística. Aquestes diferències s'observen tant a nivell de les emocions positives com les negatives. A

Anna Soliguer Guix

Barcelona senten més les emocions negatives (por, angoixa, irritació, nerviosisme, frustració i preocupació) que a Lloret de Mar (esperança, entusiasme, felicitat, interès, orgull, curiositat i gratitud). Una excepció és el sentiment d'hostilitat, lleugerament superior a Lloret de Mar que a Barcelona, tot i què s'ha d'interpretar amb cura donat que les diferències observades no són estadísticament significatives.

Taula 7.2 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre les emocions provocades per l’activitat turística als seus municipis

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
La presència turisme em fa sentir por	Barcelona	229	1,99	0,946	0,063	
	Lloret de Mar	233	1,79	0,927	0,061	
	Total	462	1,89	0,941	0,044	0,019
La presència de turisme em fa sentir esperança	Barcelona	229	2,90	1,111	0,073	
	Lloret de Mar	233	3,50	1,103	0,072	
	Total	462	3,20	1,147	0,053	0,000
La presència de turisme em fa sentir angoixa	Barcelona	229	2,05	1,048	0,069	
	Lloret de Mar	233	1,95	1,024	0,067	
	Total	462	2,00	1,036	0,048	0,302
La presència de turisme em fa sentir entusiasme	Barcelona	229	2,86	1,124	0,074	
	Lloret de Mar	233	3,42	1,115	0,073	
	Total	462	3,14	1,153	0,054	0,000
La presència de turisme em fa sentir hostilitat	Barcelona	229	2,15	1,114	0,074	
	Lloret de Mar	233	2,22	1,137	0,074	
	Total	462	2,18	1,125	0,052	0,502
La presència de turisme em fa sentir felicitat	Barcelona	229	2,83	1,132	0,075	
	Lloret de Mar	233	3,46	1,118	0,073	
	Total	462	3,15	1,167	0,054	0,000
La presència de turisme em fa sentir irritació	Barcelona	229	2,30	1,199	0,079	
	Lloret de Mar	233	2,04	1,088	0,071	
	Total	462	2,17	1,15	0,054	0,016
La presència de turisme em fa sentir interès	Barcelona	229	3,17	1,13	0,075	
	Lloret de Mar	233	3,64	1,086	0,071	

Anna Soliguer Guix

	Total	462	3,41	1,131	0,053	0,000
La presència de turisme em fa sentir nerviosisme	Barcelona	229	2,24	1,166	0,077	
	Lloret de Mar	233	2,14	1,079	0,071	
	Total	462	2,19	1,123	0,052	0,346
La presència de turisme em fa sentir orgull	Barcelona	229	3,38	1,242	0,082	
	Lloret de Mar	233	3,65	1,195	0,078	
	Total	462	3,51	1,225	0,057	0,017
La presència de turisme em fa sentir frustració	Barcelona	229	2,11	1,118	0,074	
	Lloret de Mar	233	1,96	1,058	0,069	
	Total	462	2,03	1,09	0,051	0,123
La presència de turisme em fa sentir curiositat	Barcelona	229	3,05	1,133	0,075	
	Lloret de Mar	233	3,35	1,081	0,071	
	Total	462	3,20	1,116	0,052	0,003
La presència de turisme em fa sentir preocupació	Barcelona	229	2,51	1,296	0,086	
	Lloret de Mar	233	2,37	1,229	0,080	
	Total	462	2,44	1,263	0,059	0,228
La presència de turisme em fa sentir gratitud	Barcelona	229	2,81	1,137	0,075	
	Lloret de Mar	233	3,59	1,153	0,076	
	Total	462	3,21	1,209	0,056	0,000

### 7.1.3. La resposta emocional dels residents vinculada a la presència de turistes

En aquest bloc es formulen preguntes per avaluar la resposta emocional que la presència de turistes genera entre els residents. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten desacord en sentir insegurat (els turistes em fan sentir insegurat: 2,00) nerviosisme (els turistes em fan sentir nerviosisme: 2,03) i irritació (els turistes em fan sentir irritació: 2,11). Aquest desacord és més intens amb la incomoditat (els turistes em fan sentir incomoditat: 1,99) o en relació a considerar iguals tots els turistes (els turistes són tots iguals: 1,72) (vegeu la taula 7.3).

Anna Soliguer Guix

L'anàlisi de les diferències entre els residents dels dos municipis presenta resultats divergents en la seva resposta emocional davant els turistes. Els residents a Barcelona presenten uns resultats lleugerament més alts, sempre en desacord, en relació a la irritació (2,19 i 2,03  $p = ,115$ ) el nerviosisme (2,1 i 1,97  $p = ,149$ ) o la incomoditat (2,03 i 1,94  $p = ,320$ ) mentre que els residents de Lloret de Mar tenen una resultats lleugerament més alts en temes de inseguretat (2,02 i 1,97  $p = ,603$ ) i en considerar que no tots els turistes són iguals (1,74 i 1,70  $p = ,592$ ).

Els resultats obtinguts apunten a l'existència de diferències, que no són estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació als sentiments davant la visió dels turistes. Aquestes diferències s'observen en els diferents nivells de desacord més elevats a Barcelona que a Lloret de Mar excepte en la sensació d'inseguretat i la percepció d'homogeneïtat dels turistes.

Taula 7.3 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la visibilitat dels turistes als seus municipis

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Els turistes em fan sentir irritació	Barcelona	229	2,19	1,074	0,071	0,115
	Lloret de Mar	233	2,03	1,012	0,066	
	Total	462	2,11	1,045	0,049	
Els turistes em fan sentir nerviosisme	Barcelona	229	2,10	1,027	0,068	0,149
	Lloret de Mar	233	1,97	0,912	0,060	
	Total	462	2,03	0,972	0,045	
Els turistes em fan sentir inseguretat	Barcelona	229	1,97	0,936	0,062	0,603
	Lloret de Mar	233	2,02	1,027	0,067	
	Total	462	2,00	0,982	0,046	
Els turistes em fan sentir incomoditat	Barcelona	229	2,03	0,982	0,065	0,320
	Lloret de Mar	233	1,94	0,979	0,064	
	Total	462	1,99	0,98	0,046	
Els turistes són tots iguals	Barcelona	229	1,70	0,833	0,055	0,592
	Lloret de Mar	233	1,74	0,920	0,060	
	Total	462	1,72	0,878	0,041	

Anna Soliguer Guix

#### **7.1.4. La resposta emocional dels residents derivada dels atributs socioculturals atribuïts als turistes**

El bloc de preguntes sobre la valoració que els residents fan dels turistes que visiten la seva ciutat inclou variables sobre estereotips i característiques socioculturals atribuïdes als turistes, respostes especialment associades al seu comportament quan fan vacances. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten estar en desacord respecte als caràcters negatius atribuïts als turistes que visiten la seva ciutat (els turistes són incultes: 2,45 i els turistes són desagradables: 2,56; els turistes són arrogants: 2,63) o indiferència (els turistes són irrespectuosos: 2,91; els turistes són incívics: 3,01) (vegeu la taula 7.4).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva resposta emocional respecte els turistes. En tots els casos, els residents de Lloret de Mar valoren més negativament els caràcters i atributs socioculturals dels turistes que els residents de Barcelona. Així, els residents de Lloret consideren que els turistes són més desagradables (2,73 i 2,39,  $p = ,000$ ) més incívics (3,19 i 2,82,  $p = ,000$ ) més incultes (2,55 i 2,35,  $p = ,025$ ) més arrogants (2,75 i 2,52,  $p = ,011$ ) i més irrespectuosos (3,06 i 2,75,  $p = ,002$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva valoració sobre els turistes que els visiten. En totes les variables amb significació estadística els residents de Lloret de Mar tenen una actitud més crítica en comparació als residents de Barcelona.

Anna Soliguer Guix

Taula 7.4 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la valoració general dels turistes que visiten els seus municipis.

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Els turistes són desagradables	Barcelona	229	2,39	0,929	0,061	
	Lloret de Mar	233	2,73	1,021	0,067	
	Total	462	2,56	0,990	0,046	0,000
Els turistes són incívics	Barcelona	229	2,82	1,051	0,069	
	Lloret de Mar	233	3,19	1,066	0,070	
	Total	462	3,01	1,073	0,050	0,000
Els turistes són incultes	Barcelona	229	2,35	0,859	0,057	,
	Lloret de Mar	233	2,55	0,999	0,065	
	Total	462	2,45	0,937	0,044	0,025
Els turistes són arrogants	Barcelona	229	2,52	0,967	0,064	
	Lloret de Mar	233	2,75	1,029	0,067	
	Total	462	2,63	1,005	0,047	0,011
Els turistes són irrespectuosos	Barcelona	229	2,75	1,058	0,070	
	Lloret de Mar	233	3,06	1,110	0,073	
	Total	462	2,91	1,095	0,051	0,002

### 7.1.5. La resposta emocional dels residents segons l'empatia amb els turistes

En aquest bloc s'inclouen preguntes corresponents a la valoració que els residents fan dels turistes, d'acord amb els diversos paràmetres d'empatia i solidaritat emocional que mostren cap a ells. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten un desacord moderat amb els aspectes de solidaritat emocional i empatia amb els turistes (em sento identificat amb els turistes: 2,84; tinc molt en comú amb els turistes: 2,89) o indiferència (he fet amistat duradora amb els turistes: 3,02; sento afecte pels turistes: 2,97; comparteixo creences i valors amb els turistes: 2,97). No obstant, els residents manifesten estar d'acord amb el fet que tenir turistes els genera una sensació d'orgull (3,56) i amb el fet que els turistes beneficien la



Anna Soliguer Guix

ciutat (3,59). En especial, els residents manifesten estar d'acord amb el fet que tracten bé als turistes que visiten la seva ciutat (4,09) (vegeu la taula 7.5).

Taula 7.5 Valoració dels residents de Lloret de Mar i Barcelona sobre la manera de relacionar-se amb els turistes

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Em sento orgullós de tenir turistes	Barcelona	229	3,32	1,092	0,072	0,000
	Lloret de Mar	233	3,80	1,078	0,071	
	Total	462	3,56	1,110	0,052	
Sento que turistes beneficien la ciutat	Barcelona	229	3,43	1,113	0,074	0,003
	Lloret de Mar	233	3,75	1,141	0,075	
	Total	462	3,59	1,137	0,053	
Tracto bé als turistes	Barcelona	229	3,95	0,836	0,055	0,001
	Lloret de Mar	233	4,22	0,877	0,057	
	Total	462	4,09	0,867	0,040	
He fet amistat duradora amb turistes	Barcelona	229	2,55	1,010	0,067	0,000
	Lloret de Mar	233	3,49	1,287	0,084	
	Total	462	3,02	1,250	0,058	
Tinc molt en comú amb els turistes	Barcelona	229	2,86	1,001	0,066	0,481
	Lloret de Mar	233	2,93	1,159	0,076	
	Total	462	2,89	1,083	0,050	
Em sento identificat amb els turistes	Barcelona	229	2,80	1,065	0,070	0,419
	Lloret de Mar	233	2,88	1,189	0,078	
	Total	462	2,84	1,129	0,053	
Sento afecte pels turistes	Barcelona	229	2,80	0,984	0,065	0,001
	Lloret de Mar	233	3,14	1,188	0,078	
	Total	462	2,97	1,104	0,051	
Comparteixo valors i creences amb turistes	Barcelona	229	2,97	0,876	0,058	0,925
	Lloret de Mar	233	2,98	1,176	0,077	
	Total	462	2,97	1,037	0,048	

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud relacionada amb la solidaritat emocional. Els residents a Barcelona han mostrat en totes les variables resultats més baixos que els de Lloret de Mar. A Lloret de Mar es senten més orgullós de tenir turistes (3,8 i 3,32,  $p = ,000$ ) senten que els turistes beneficien més el municipi (3,75 i 3,43,  $p = ,003$ ) perceben que tracten més bé als turistes (4,22 i 3,95,  $p = ,001$ ) i estan més d'acord amb que han fet amistat duradora amb els turistes (3,49 i 2,55  $p = ,000$ ). D'altra banda, els residents de Lloret de Mar també estan més d'acord que els de Barcelona en tenir més coses en comú

Anna Soliguer Guix

amb els turistes (2,93 i 2,86  $p = ,481$ ) en sentir-se més identificats amb els turistes (2,88 i 2,80,  $p = ,419$ ) i manifesten tenir més afecte pels turistes (3,14 i 2,80,  $p = ,001$ ). Només en una sola variable, referida a compartir valors i creences amb els turistes, les diferències són mínimes (2,98 i 2,97,  $p = ,925$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre les relacions basades en la solidaritat emocional que tenen respecte els turistes. En totes les variables, els residents de Lloret de Mar tenen la sensació de que s'identifiquen més i tenen major empatia amb els turistes en comparació als residents de Barcelona.

#### **7.1.6. La resposta dels residents davant les situacions d'estrès atribuïdes al turisme**

En aquest bloc de preguntes s'inclouen variables relacionades amb situacions d'estrès que la presència continuada de l'activitat turística pot generar sobre els residents i les possibles repercussions sobre la seva salut. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten desacord en considerar que la presència de turisme és un factor causant d'estrès emocional. Aquest desacord és màxim en relació a la generació de problemes de salut física (1,95) i mental (2,06) així com sobre la sensació de perdre control sobre la pròpia vida (2,06). Els residents també manifesten desacord amb el fet que el turisme els generi estrès (2,35) i un estat de molèstia general (2,40) o de sensació de no poder suportar més la situació per culpa dels impactes del turisme (2,41) (vegeu la taula 7.6).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud davant l'estrès emocional. Els residents a Barcelona presenten uns resultats lleugerament superiors en comparació als de Lloret de Mar en gairebé totes les variables: pèrdua del control de les seves vides (2,13 i 1,98,  $P = 0,147$ ) no poder suportar els impactes del turisme (2,52 i 2,31,  $p = ,060$ ) l'estrès mental (2,38 i

Anna Soliguer Guix

2,32,  $p = ,635$ ) les molèsties associades al turisme (2,49 i 2,32,  $p = ,129$ ) i la salut física (1,96 i 1,94,  $p = ,833$ ). Les diferències entre la major part de les variables són, però escasses, i en una d'elles, els efectes sobre la salut mental, mostren una total similitud (2,06 i 2,06,  $p = ,993$ ). Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, tot i que no són estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre els nivells d'estrès emocional davant el turisme. Es pot considerar, per tant, que en pràcticament totes les variables (excepte la preocupació per la salut mental) els residents de Barcelona manifesten patir més les conseqüències dels impactes negatius del turisme que a Lloret de Mar.

Taula 7.6 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre l'estrès emocional provocat pel turisme

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meva vida	Barcelona	229	2,13	1,136	0,075	
	Lloret de Mar	233	1,98	1,058	0,069	
	Total	462	2,06	1,099	0,051	0,147
No suportó els impactes del turisme	Barcelona	229	2,52	1,269	0,084	
	Lloret de Mar	233	2,31	1,133	0,074	
	Total	462	2,41	1,206	0,056	0,060
La presència de turisme em genera estrès	Barcelona	229	2,38	1,249	0,083	
	Lloret de Mar	233	2,32	1,176	0,077	
	Total	462	2,35	1,212	0,056	0,635
Em sento molest amb el turisme	Barcelona	229	2,49	1,283	0,085	
	Lloret de Mar	233	2,32	1,201	0,079	
	Total	462	2,40	1,244	0,058	0,129
La presència de turisme fa empitjorar salut física	Barcelona	229	1,96	1,063	0,070	
	Lloret de Mar	233	1,94	1,042	0,068	
	Total	462	1,95	1,051	0,049	0,833
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	Barcelona	229	2,06	1,167	0,077	
	Lloret de Mar	233	2,06	1,099	0,072	
	Total	462	2,06	1,132	0,053	0,993

Anna Soliguer Guix

### **7.1.7. La identificació dels residents amb el seu municipi de residència**

En aquest bloc de preguntes s'inclou variables vinculades amb la identificació dels residents amb el lloc de residència, mesurades a partir de diferents dimensions del vincle amb el lloc (place attachment). Les preguntes incorporen variables relacionades amb la identificació personal amb el lloc (concepte d'identitat del lloc) dependència (concepte de dependència del lloc) i els lligams amb el lloc establerts a partir de les relacions socials (concepte de lligam social). En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt, els residents manifesten desacord respecte a la sensació d'alienació generada pel turisme (el turisme em fa sentir un estrany a la meva ciutat: 2,25; el turisme em fa sentir que no pertanyo a la meva comunitat: 2,36). L'aspecte en el que els residents estan més d'acord té a veure amb la identificació amb el municipi de residència (em sento com a casa al municipi: 4,12; em sento molt identificat amb el municipi: 3,93; dispenso de tot el que necessito en el meu municipi: 3,93; i el municipi forma part de mi: 3,77). També estan majoritàriament d'acord en considerar la dependència respecte al seu municipi (em sentiria malament si hagués de marxar a viure a fora: 3,49) o amb el valor del seu municipi per al desenvolupament de la seva vida quotidiana (en un altre municipi no podria fer el que faig aquí: 3,26) però es mostren indiferents en la sensació de superioritat del seu municipi respecte a la resta (cap altre municipi és comparable al meu: 2,97) (vegeu la taula 7.7).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud davant la seva identificació amb el municipi de residència. La vinculació identitària amb el lloc és més elevada entre els residents de Lloret de Mar, en comparació als de Barcelona. Així, els residents de Lloret de Mar estan més d'acord que els de Barcelona en el fet de sentir-se com a casa (4,25 i 3,98  $p = 0,004$ ) en poder desenvolupar la vida quotidiana millor que en cap altre lloc (3,30 i 3,21  $p = ,430$ ) en sentir-se identificats personalment amb el municipi (3,99 i 3,87  $p = ,215$ ) i en el fet de sentir que el municipi forma part d'ells mateixos (3,89 i 3,65  $p = ,019$ ). La mateixa situació es detecta en relació a les variables de dependència del lloc (em sentiria malament si

Anna Soliguer Guix

hagués de marxar fora: 3,61 i 3,38  $p = ,042$ ; cap altre municipi és comparable al meu: 3,09 i 2,84  $p = ,029$ ) tot i què en el cas de la cobertura de les necessitats la situació és la inversa, ja que els residents de Barcelona manifesten tenir més dependència del lloc que els de Lloret de Mar (disposo de tot el que necessito per a viure: 4,08 i 3,79  $p = ,004$ ). Finalment, quant a les variables referides al lligam social amb el municipi i les interferències amb la identificació amb el lloc que genera el turisme, els residents de Barcelona manifesten més acord amb la desidentificació social amb el seu municipi que els residents de Lloret de Mar (sento que no pertanyo a la comunitat local: 2,41 i 2,30  $p = ,356$ ; i em sento estrany a la meva ciutat: 2,35 i 2,15  $p = ,076$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva identificació amb el municipi de residència, tant a nivell de la identificació identitària amb el lloc com de la dependència respecte el lloc. En general, a Lloret de Mar hi ha una identificació major amb el municipi, una major dependència sobre el lloc i un sentiment de pertinença més elevat.

Taula 7.7 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la identificació amb el municipi de residència

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Em sento com a casa al municipi	Barcelona	229	3,98	1,055	0,070	<i>0,004</i>
	Lloret de Mar	233	4,25	0,937	0,061	
	Total	462	4,12	1,005	0,047	
En un altre municipi no podria fer el que faig aquí	Barcelona	229	3,21	1,171	0,077	0,430
	Lloret de Mar	233	3,30	1,184	0,078	
	Total	462	3,26	1,177	0,055	
Em sento molt identificat amb el municipi	Barcelona	229	3,87	0,963	0,064	0,215
	Lloret de Mar	233	3,99	1,075	0,070	
	Total	462	3,93	1,021	0,048	
El municipi forma part de mi	Barcelona	229	3,65	1,047	0,069	0,019
	Lloret de Mar	233	3,89	1,124	0,074	
	Total	462	3,77	1,092	0,051	
Em sentiria malament si hagués de marxar a viure fora	Barcelona	229	3,38	1,221	0,081	0,042
	Lloret de Mar	233	3,61	1,248	0,082	
	Total	462	3,49	1,239	0,058	
En el municipi disposo de tot el que necessito	Barcelona	229	4,08	0,958	0,063	
	Lloret de Mar	233	3,79	1,227	0,080	

Anna Soliguer Guix

	Total	462	3,93	1,111	0,052	0,004
Cap altre municipi és comparable al meu	Barcelona	229	2,84	1,152	0,076	
	Lloret de Mar	233	3,09	1,229	0,080	
	Total	462	2,97	1,196	0,056	0,029
El turisme em fa sentir que no pertanyo a la comunitat local	Barcelona	229	2,41	1,280	0,085	
	Lloret de Mar	233	2,30	1,177	0,077	
	Total	462	2,36	1,229	0,057	0,356
El turisme em fa sentir un estrany a la meua ciutat	Barcelona	229	2,35	1,257	0,083	
	Lloret de Mar	233	2,15	1,199	0,079	
	Total	462	2,25	1,231	0,057	0,076

### 7.1.8. La valoració dels residents del turisme en relació als canvis percebuts en l’entorn

El segon bloc de preguntes sobre la valoració dels residents sobre la identificació amb el municipi de residència inclou variables vinculades a la resposta davant dels canvis percebuts en l’entorn atribuïbles al turisme. En total, s’han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar). Les variables emprades expressen la relació de nostàlgia basada en la comparació de la identitat passada del lloc i l’actual, sobre la qual ha actuat el turisme. Aquest tipus de variables, les quals han estat conceptualitzades com a solastàlgia o retroppia (Lalicic, 2020) s’integren en els impactes socioculturals que la percepció de la transformació urbana vinculada al turisme té sobre la manera de viure de la comunitat local.

Considerats en conjunt, els residents manifesten un desacord intens entre la relació del turisme i l’individualisme (el turisme augmenta l’individualisme: 2,64) el canvi de paisatge (el turisme ha fet irreconeixible el paisatge de la meua ciutat: 2,76) el sentiment de vergonya (m’averagonyeix veure com està la ciutat per culpa del turisme: 2,78) amb la desaparició de l’autenticitat (el turisme és responsable de la desaparició de la vida autèntica: 2,84) i l’enyorança del passat (m’agradaria viure com abans del turisme: 2,94). Els residents manifesten estar d’acord amb modificar els seus hàbits de freqüentació de la ciutat (evito anar a parts de la ciutat per culpa del turisme: 3,25) i amb el balanç personal positiu que els ocasiona el turisme en la seva vida (el turisme ha portat més coses positives

Anna Soliguer Guix

que negatives: 3,46). També es mostren d'acord amb el fet de no imaginar-se el municipi sense turisme (no m'imagino el municipi sense turisme: 3,60) i en considerar el turisme com una influència per a la manera de ser local (els valors de la comunitat han estat influïts pel turisme: 3,60) i l'essència del turisme en el municipi (el turisme forma part de l'ADN de la ciutat: 3,68) (vegeu la taula 7.8).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents en la seva actitud davant la identificació amb el municipi. Els residents a Barcelona mostren més indiferència en anar a certes parts de la ciutat (3,27 i 3,24,  $p = ,839$ ) i estan en més desacord en que el turisme sigui responsable de la desaparició de la vida autèntica (2,86 i 2,84,  $p = ,785$ ) mentre que els residents de Lloret de Mar estan més d'acord que els de Barcelona en que el turisme forma part de l'ADN del seu municipi (3,99 i 3,35,  $p = ,000$ ) no s'imaginem el municipi sense turisme (3,99 i 3,21,  $p = ,000$ ) reconeixen la influència del turisme en els valors de la comunitat (4,00 i 3,18,  $p = ,000$ ) i consideren que el turisme ha portat més coses positives que negatives (3,66 i 3,26,  $p = ,000$ ). En canvi, estan més en desacord amb que el turisme augmenta l'individualisme (2,67 i 2,60,  $p = ,554$ ) amb sentir vergonya de veure com està la ciutat per culpa del turisme (2,90 i 2,66,  $p = ,005$ ) i en pensar que els canvis urbans deguts al turisme fan el municipi irreconeixible (2,78 i 2,74,  $p = ,741$ ). Els dos municipis comparteixen similituds en la indiferència relacionada amb allò referent a tornar al passat i viure com abans del turisme (2,94 i 2,94,  $p = ,993$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre les preguntes relacionades amb l'entorn. En general, els residents de Lloret de Mar estan més d'acord que els residents de Barcelona en considerar que el turisme forma part de l'essència de la seva localitat. En canvi, la visió de la localitat des de la retropia generada pel turisme no té un patró de diferenciació clar entre municipis (depèn de la variable considerada uns hi estan més d'acord que els altres) ni tampoc les diferències observades tenen significació estadística.

Anna Soliguer Guix

Taula 7.8 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la identitat turística del municipi de residència

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
El turisme forma part de l'ADN de la ciutat	Barcelona	229	3,35	1,136	0,075	0,000
	Lloret de Mar	233	3,99	1,042	0,068	
	Total	462	3,68	1,134	0,053	
No m'imagino el municipi sense turisme	Barcelona	229	3,21	1,195	0,079	0,000
	Lloret de Mar	233	3,99	1,093	0,072	
	Total	462	3,60	1,208	0,056	
Els valors de la comunitat han estat influïts pel turisme	Barcelona	229	3,18	1,121	0,074	0,000
	Lloret de Mar	233	4,00	0,900	0,059	
	Total	462	3,60	1,094	0,051	
El turisme ha portat més coses positives que negatives	Barcelona	229	3,26	1,182	0,078	0,000
	Lloret de Mar	233	3,66	1,157	0,076	
	Total	462	3,46	1,184	0,055	
M'agradaria viure com abans del turisme	Barcelona	229	2,94	1,220	0,081	0,993
	Lloret de Mar	233	2,94	1,234	0,081	
	Total	462	2,94	1,225	0,057	
El turisme augmenta individualisme	Barcelona	229	2,60	1,205	0,080	0,554
	Lloret de Mar	233	2,67	1,224	0,080	
	Total	462	2,64	1,214	0,056	
Evito anar a parts de la ciutat per culpa del turisme	Barcelona	229	3,27	1,349	0,089	0,839
	Lloret de Mar	233	3,24	1,403	0,092	
	Total	462	3,25	1,375	0,064	
M'avergonyeix veure com està la ciutat per culpa del turisme	Barcelona	229	2,66	1,227	0,081	0,050
	Lloret de Mar	233	2,90	1,363	0,089	
	Total	462	2,78	1,301	0,061	
El turisme és responsable de la desaparició vida autèntica	Barcelona	229	2,86	1,236	0,082	0,785
	Lloret de Mar	233	2,82	1,273	0,083	
	Total	462	2,84	1,253	0,058	
El turisme ha fet irreconeixible el paisatge de la meua ciutat	Barcelona	229	2,74	1,214	0,080	0,741
	Lloret de Mar	233	2,78	1,304	0,085	
	Total	462	2,76	1,259	0,059	

### 7.1.9. La valoració dels residents sobre el creixement futur del turisme

Aquest bloc de preguntes inclou variables relacionades amb el model de desenvolupament turístic desitjat per a la ciutat. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar). Considerats en conjunt, els residents manifesten desacord en la necessitat que el turisme segueixi creixent en el futur (2,58) i insatisfacció amb el volum actual de turisme



Anna Soliguer Guix

(2,62). En relació a les propostes sobre els models de gestió del turisme, els residents mostren estar molt d'acord en recolzar models que permetin millorar la qualitat del turisme (4,15) i que apostin pel turisme però que al mateix temps en limitin els seus impactes negatius (4,02). També mostren estar d'acord en recolzar els models de desenvolupament que apostin per altres sectors econòmics diferents al turisme (3,81), prioritzar polítiques de desenvolupament que tinguin com a base altres sectors d'activitat no turístics (3,77), però també les polítiques que aposten per la promoció i millora de la imatge turística (3,77). Els valors més baixos d'acord entre els residents, amb tendència a la indiferència, fan referència a l'impuls de polítiques que limitin el turisme (3,37), el decreixement (3,01) i la deslocalització del turisme (2,95) (vegeu la taula 7.9).

L'anàlisi de les diferències entre els residents de les dues ciutats analitzades presenta resultats divergents i estadísticament significatius, en la consideració dels residents davant els models de gestió i polítiques futures del turisme. Els residents de Lloret de Mar manifesten menor desacord que els de Barcelona en relació a la seva satisfacció amb el nombre de turistes existent en l'actualitat (2,64 i 2,61  $p = ,821$ ) i en la necessitat que continuï creixent en el futur (2,82 i 2,33  $p = ,000$ ). Les propostes de models de gestió i de política turística són valorades també de forma diferent. Els residents de Lloret de Mar estan més d'acord que els de Barcelona en introduir canvis d'enfocament en els models turístics actuals, com la cerca de turisme de qualitat canviant la tipologia d'oferta i de turista (4,37 i 3,93,  $p = ,000$ ) o apostar per el turisme però limitant-ne els seus impactes (4,17 i 3,86,  $p = ,001$ ). També els lloretencs són més partidaris que els barcelonins de les polítiques que prioritzen la promoció i la imatge del turisme (4,22 i 3,31,  $p = ,000$ ). Contràriament, els residents de Barcelona manifesten un major acord que els de Lloret de Mar en apostar per altres sectors econòmics abans que el turisme (3,86 i 3,75,  $p = ,277$ ) en prioritzar polítiques orientades a la limitació del turisme (3,40 i 3,33,  $p = ,591$ ) i a la seva deslocalització (3,14 i 2,77,  $p = ,001$ ) mesura en la qual els residents de Lloret de Mar es mostren en desacord. Finalment, tots dos grups de residents coincideixen en manifestar indiferència davant les polítiques orientades al decreixement (3,01 i 3,01,  $p = ,999$ ).

Anna Soliguer Guix

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, estadísticament significatives, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre les polítiques de turisme i la futura gestió local del turisme. En concret, els residents de Lloret de Mar es mostren més partidaris que els de Barcelona amb la continuïtat del creixement de turistes, i també més satisfets amb el seu nombre actual. Quant als models de gestió i de política turística, es detecta un posicionament similar, donat que els residents de Lloret de Mar manifesten estar més d'acord que els de Barcelona, en les polítiques de turisme continuïstes o que pretenen reformes moderades, mentre que, a la inversa, els residents de Barcelona prefereixen polítiques més restrictives i de major limitació i desconcentració de l'activitat turística a la seva ciutat.

Taula 7.9 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la futura gestió del turisme i el model desitjat

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Estic satisfet amb el volum de turisme actual	Barcelona	229	2,61	1,144	0,076	0,821
	Lloret de Mar	233	2,64	1,118	0,073	
	Total	462	2,62	1,130	0,053	
El turisme ha de continuar creixent en el futur	Barcelona	229	2,33	1,211	0,080	0,000
	Lloret de Mar	233	2,82	1,348	0,088	
	Total	462	2,58	1,305	0,061	
Polítiques han de limitar el turisme	Barcelona	229	3,4	1,223	0,081	0,591
	Lloret de Mar	233	3,33	1,276	0,084	
	Total	462	3,37	1,249	0,058	
Polítiques han d'apostar pel decreixement	Barcelona	229	3,01	1,277	0,084	0,999
	Lloret de Mar	233	3,01	1,290	0,085	
	Total	462	3,01	1,282	0,060	
Polítiques han d'apostar per la promoció i imatge del turisme	Barcelona	229	3,31	1,198	0,079	0,000
	Lloret de Mar	233	4,22	0,946	0,062	
	Total	462	3,77	1,169	0,054	
Polítiques han d'apostar per la deslocalització del turisme	Barcelona	229	3,14	1,168	0,077	0,001
	Lloret de Mar	233	2,77	1,209	0,079	
	Total	462	2,95	1,201	0,056	

Anna Soliguer Guix

Polítiques han d'apostar pel turisme però limitant-ne els seus impactes	Barcelona	229	3,86	1,015	0,067	
	Lloret de Mar	233	4,17	0,967	0,063	
	Total	462	4,02	1,002	0,047	<i>0,001</i>
Polítiques han d'apostar per altres sectors econòmics abans que el turisme	Barcelona	229	3,86	1,103	0,073	
	Lloret de Mar	233	3,75	1,054	0,069	
	Total	462	3,81	1,079	0,050	<i>0,277</i>
Polítiques han d'apostar pel turisme de qualitat	Barcelona	224	3,93	1,073	0,072	
	Lloret de Mar	232	4,37	0,944	0,620	
	Total	456	4,15	1,032	0,048	<i>0,000</i>

### 7.1.10. La satisfacció dels residents amb la seva situació laboral

El bloc de preguntes al voltant de la valoració dels residents sobre els nivells de satisfacció amb la seva situació laboral inclou variables relacionades amb la problemàtica i la conflictivitat en el lloc de treball i amb la voluntat de canviar de feina. En total, s'han obtingut 462 respostes vàlides dels residents (229 dels quals residents a Barcelona i 233 residents a Lloret de Mar).

Considerats en conjunt (vegeu la taula 7.10), els residents manifesten una satisfacció moderada amb el seu lloc de treball, especialment per l'aportació d'estabilitat emocional que els genera (3,55) i econòmica (3,51), però només mostren un lleuger acord amb la satisfacció amb el sou (3,08). També es mostren en desacord en relació a haver patit problemes laborals i conflictes a la feina (1,91) i en voler treballar en un sector diferent (2,27) (vegeu la taula 10). Existeixen algunes diferències entre els residents dels dos municipis sobre la seva valoració del lloc de treball. Els residents de Barcelona tenen una visió lleugerament més satisfactòria amb el seu lloc de treball que els residents de Lloret de Mar. Els barcelonins manifesten haver tingut menys problemes laborals (1,96 i 1,86,  $p = ,380$ ) més estabilitat econòmica (3,53 i 3,49,  $p = ,696$ ) i estan més en desacord en voler treballar en un sector diferent al turisme (2,36 i 2,19,  $p = ,150$ ). En canvi, els residents de Lloret de Mar manifesten que la seva feina els proporciona major estabilitat

Anna Soliguer Guix

emocional que els residents de Barcelona (3,59 i 3,51,  $p = ,482$ ) i estan lleugerament més satisfets amb el sou rebut (3,09 i 3,07,  $p = ,857$ ).

Els resultats obtinguts apunten, per tant, a l'existència de diferències, sense significació estadística, entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona en relació a la seva percepció sobre els nivells de satisfacció laboral. Els residents de Lloret tenen una major vinculació emocional amb el seu lloc de treball i estan més satisfets amb el sou, mentre que els residents de Barcelona afirmen major voluntat de continuar a la seva feina, en l'estabilitat econòmica que els genera i en percebre una menor conflictivitat en el lloc de treball. En general, però, les diferències entre els dos municipis són petites.

Taula 7.10 Valoració dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona sobre la seva satisfacció laboral

Variable	Municipi	N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Estic satisfet amb el sou	Barcelona	229	3,07	1,151	0,076	0,857
	Lloret de Mar	233	3,09	1,270	0,083	
	Total	462	3,08	1,211	0,056	
El meu lloc de treball m'aporta estabilitat econòmica	Barcelona	229	3,53	1,137	0,075	0,696
	Lloret de Mar	233	3,49	1,246	0,082	
	Total	462	3,51	1,192	0,055	
El meu lloc de treball m'aporta estabilitat emocional	Barcelona	229	3,51	1,115	0,074	0,482
	Lloret de Mar	233	3,59	1,236	0,081	
	Total	462	3,55	1,177	0,055	
Voldria treballar en un sector diferent al turisme	Barcelona	229	2,19	1,194	0,079	0,150
	Lloret de Mar	233	2,36	1,374	0,090	
	Total	462	2,27	1,289	0,060	
He tingut problemes laborals seriosos	Barcelona	229	1,86	1,161	0,077	0,380
	Lloret de Mar	233	1,96	1,304	0,085	
	Total	462	1,91	1,235	0,057	

Anna Soliguer Guix

## **7.2. L'anàlisi de les emocions generades pel turisme i els turistes entre els residents de Lloret de Mar i de Barcelona**

Aquest apartat fa referència a l'objectiu de la tesi O6. “Realitzar una anàlisi comparada dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona, explorant les seves diferències en la seva actitud davant del turisme i dels turistes en funció de la resposta emocional” i es pretén fer una anàlisi comparada dels residents de Lloret de Mar i de Barcelona, identificant diferents segments de residents i explorant les diferències existents en la seva resposta emocional i com aquesta condiona la seva actitud davant del turisme i dels turistes. A més, també es realitza una anàlisi de la relació interna que tenen les emocions entre sí, per tal de trobar afinitats i agrupacions entre les mateixes.

### **7.2.1. Els vincles entre les emocions manifestades pels residents**

En aquest apartat, previ a l'anàlisi de les relacions que s'estableixen entre els residents i les emocions manifestades envers el turisme i els turistes, es fa una aproximació a la relació existent entre les mateixes emocions. Malgrat la manca de treballs amb que poder comparar i prendre com a exemple per a estructurar la nostra anàlisi, s'ha inclòs com a part dels continguts del capítol per la rellevància dels resultats obtinguts. L'anàlisi efectuada, a partir de la construcció de matrius de correlació de Pearson, relaciona entre si les diferents emocions expressades pels residents, per veure fins quin punt existeixen afinitats entre les positives i negatives entre si, i entre ambdues.

Les relacions entre emocions positives són molt elevades i significatives en general (vegeu la taula 7.11). Això s'interpreta pel fet que l'existència d'una resposta emocional positiva s'autoalimenta de la resta d'emocions similars positives. No obstant, algunes emocions com la gratitud o l'esperança tenen una correlació no significativa amb moltes de la resta d'emocions positives. Aquesta situació s'interpreta pel caràcter menys intuïtiu de la variable en si i la difícil associació mental que es fa, a partir d'ella, amb el turisme. Per contra, l'elevada correlació existent entre l'orgull, l'entusiasme, l'interès i la felicitat i

Anna Soliguer Guix

la resta de variables s'interpreta per una correspondència, força intuïtiva, amb la identitat, el benestar o la qualitat de vida associades al turisme.

Taula 7.11 Relació entre les variables corresponents a les emocions positives

	<b>Esperança</b>	<b>Entusiasme</b>	<b>Felicitat</b>	<b>Interès</b>	<b>Orgull</b>	<b>Curiositat</b>	<b>Gratitud</b>
Esperança	1	,794	,741	,715	,667	,616	,744
Entusiasme	,794**	1	,829**	,744**	,707**	,659**	,765**
Felicitat	,741**	,829**	1	,741**	,701**	,672**	,770**
Interès	,715**	,744**	,741**	1	,738**	,752**	,719**
Orgull	,667**	,707**	,701**	,738**	1	,606**	,687**
Curiositat	,616**	,659**	,672**	,752**	,606**	1	,699**
Gratitud	,744	,765	,770	,719	,687	,699	1

N=463; \* Significació 0,05; \*\* Significació 0,01

Les relacions entre emocions negatives són molt elevades i significatives en general (vegeu la taula 7.12). Això és interpretat pel fet que l'existència d'una resposta emocional negativa s'autoalimenta de la resta d'emocions similars negatives. Les variables “por” i “preocupació” són les que menys es correlacionen amb la resta, fet que s'interpreta perquè són emocions que intuïtivament costen de relacionar amb el turisme o la presència de turistes.

Taula 7. 12 Relació entre les variables corresponents a les emocions negatives

	<b>Por</b>	<b>Angoixa</b>	<b>Hostilitat</b>	<b>Irritació</b>	<b>Nerviosisme</b>	<b>Frustració</b>	<b>Preocupació</b>
Por	1	,692	,512	,586	,589	,589	,530
Angoixa	,692**	1	,615**	,700**	,716**	,639**	,606**
Hostilitat	,512**	,615**	1	,661**	,616**	,582**	,522**
Irritació	,586**	,700**	,661**	1	,807**	,753**	,683**
Nerviosisme	,589**	,716**	,616**	,807**	1	,737**	,722**
Frustració	,589**	,639**	,582**	,753**	,737**	1	,659**
Preocupació	,530	,606	,522	,683	,722	,659	1

N=463; \* Significació 0,05; \*\* Significació 0,01

Anna Soliguer Guix

Finalment, s’ha efectuat una anàlisi de la correlació existent entre dos tipus d’emocions contradictòries entre si, les positives i les negatives (vegeu la taula 7.13). Com era previsible, les correlacions en aquest cas són majoritàriament negatives i significatives. És a dir, que les emocions negatives tendeixen a generar una menor emoció positiva i a la inversa. Malgrat el domini d’aquest patró general s’aprecia una correlació positiva entre la variable irritació i la variable curiositat (0,672 P= 0,01). Aquesta relació pot tenir un caràcter anecdòtic i excepcional, però també adverteix del caràcter complex i contradictori que la resposta emocional dels residents té sobre un tema socialment construït com és la seva relació amb el turisme.

Taula 7.13 Correlació entre les emocions positives i negatives

	<b>Esperança</b>	<b>Entusiasme</b>	<b>Felicitat</b>	<b>Interès</b>	<b>Orgull</b>	<b>Curiositat</b>	<b>Gratitud</b>
Por	-,366**	-,383**	-,346**	-,310**	-,428*	-,257**	-,316**
Angoixa	-,415**	-,380**	-,388**	-,329**	-,418*	-,305**	-,348**
Hostilitat	-,317**	-,287**	-,273**	-,249**	-,330*	-,262**	-,245**
Irritació	-,483**	-,454**	-,445**	-,393**	-,465*	,672**	-,426**
Nerviosisme	-,431**	-,434**	-,382**	-,357**	-,421*	-,313**	-,375**
Frustració	-,431**	-,425**	-,384**	-,351**	-,488*	-,304**	-,394**
Preocupació	-,419	-,400	-,382	-,334	-,392	-,261	-,364

N=463; \* Significació 0,05; \*\* Significació 0,01

### **7.2.2. La identificació de segments de residents de Lloret de Mar i de Barcelona segons la seva resposta emocional envers el turisme i els turistes**

Per analitzar les diferències d’opinió dels residents sobre el turisme i la presència de turistes s’ha confeccionat una segmentació de residents a partir d’un clúster, on s’han tingut en compte les variables sociodemogràfiques següents: gènere, edat, nivell d’estudis, així com d’altres variables relacionades amb la percepció emocional del

Anna Soliguer Guix

turisme (els turistes em resulten desagradables) el balanç dels impactes del turisme (sento que els turistes beneficien la ciutat) i els seus efectes sobre la salut dels individus (la presència de turisme perjudica la meva salut física i la presència de turisme perjudica la meva salut mental). Per a la realització del clúster s’han exclòs 11 casos (2,23%) del total de la mostra ja que no disposem de les dades completes requerides. Tres agrupacions de residents es poden distingir després de l’aplicació del clúster (vegeu la taula 7.14).

El clúster 1, el qual anomenem residents favorables al turisme sense afectació emocional, està compost per 139 casos (el 30,1% del total de la mostra) d’entre els quals un 48,6% són homes i un 51,4% són dones. Es tracta d’un segment amb una edat mitjana de 53 anys i on predominen els adults joves, entre els 46 i els 64 anys, especialment els de 46 a 56 (un 85,6 del total del segment). Aquest grup inclou el major nombre de persones amb el nivell d’instrucció més baix dels tres grups (un 7,2% tenen estudis primaris, un 22,3% secundaris i un 32,4% de postgraduats). Aquest segment es caracteritza per tenir la visió més favorable al turisme i per la major despreocupació respecte als impactes que el turisme genera, tant a nivell d’estrès com d’afectació a la salut, així com per tenir un nivell molt baix de rebuig als turistes i per reconèixer més que la resta de grups els beneficis del turisme.

El clúster 2, el qual anomenem residents favorables al turisme amb afectació emocional, està compost per 148 casos (el 31,9% del total de la mostra) d’entre els quals un 48,6% són homes i un 51,4% dones. En conjunt, és el grup de més edat, amb una edat mitjana de 64 anys, on tots els seus membres es troben per sobre dels 56 anys i on predominen els grups d’edat de 56 a 64 anys (63,5% del total). El nivell d’instrucció dels membres del grup és més elevat comparat amb l’anterior segment, amb només un 4,1% de membres amb estudis primaris i un 16,2% amb secundaris i amb un 35% de postgraduats). Aquest grup es caracteritza per tenir més afectacions relacionades amb l’estrès que físiques atribuïdes al turisme, però també per ser els menys crítics amb els turistes i considerar que el turisme és beneficiós tant a nivell personal com per a la ciutat.

El clúster 3, el qual anomenem residents desfavorables al turisme amb afectació emocional, està compost per 176 persones (38,0% de la mostra), d’entre els quals un



Anna Soliguer Guix

37,5% són homes i un 62,5% dones. És el segment més jove dels tres, amb una edat mitjana de 40 anys. També és el segment que conté més joves, incloent totes les persones per sota dels 26 anys i on hi predomina el grup de 36 a 45 anys (36,9% del total). El nivell d’instrucció dels membres del segment és el més elevat, amb un 73,8% dels membres amb estudis de grau i de postgrau. Aquest grup es caracteritza per tenir l’afectació més elevada davant dels efectes del turisme sobre la salut física i l’estrès, per tenir l’actitud més crítica davant dels turistes i per ser els qui menys reconeixen les aportacions positives del turisme, tant a nivell personal com per a la ciutat.

Taula 7.14 Característiques dels clústers de residents de la mostra

Clúster	A	B	C	CH	D	E	F
C1 (Favorables al turisme sense afectació emocional)	37,5% homes 62,5% dones	40,46	3,4/17,0 42,6/36,9	2,10	2,52	3,44	2,85
C2 (Favorables al turisme amb afectació emocional)	48,6% homes 51,9% dones	64,13	4,1/16,2 37,2/42,9	1,85	2,30	3,64	2,36
C 3 (Oposats al turisme amb afectació emocional)	42,4% homes 57,6% dones	53,35	7,2/22,3 38,1/32,4	1,85	2,18	3,74	2,42

A= Gènere

B= Edat mitjana (anys)

C= Nivell d’estudis (%primari/secundari/grau/postgrau i doctorat)

CH=La presència de turisme fa empitjorar la salut física

D= Sento que els turistes beneficien la ciutat

E=Els turistes són desagradables

F=El turisme ha portat més coses positives que negatives

La taula següent ens permet observar la diferent distribució existent entre segments per municipi (vegeu la taula 7. 15). S’aprecia que a Barcelona (74,8%) hi ha més individus que a Lloret de Mar (65,2%) integrats dins d’algun dels dos grups amb afectació emocional pel turisme. A més, els residents de Lloret de Mar sense afectacions (34,8%) són relativament més nombrosos que els de Barcelona (25,2%). És a dir, si tenim en compte la distribució dels grups de segments, hi ha més residents de Barcelona que de Lloret de Mar integrats en segments emocionals que tenen afectacions degudes al turisme.

Anna Soliguer Guix

En contrast amb aquest fet, els residents de Lloret de Mar desfavorables al turisme són més abundants, en termes relatius, que els de Barcelona. Si comparem els grups C1 i C3, els quals integren residents que manifesten les postures més oposades entre sí, s’aprecia que a Lloret de Mar hi ha una polarització més gran, ja que en ambdós casos inclouen un terç dels residents. En canvi el grup intermedi és el menys nombrós a Barcelona, fet que indica que la polarització és relativament reduïda i menor que en el cas de Lloret de Mar. De fet, a Barcelona el grup de residents amb posicionaments intermedis és el més gran.

Taula 7.15 Estructura dels clústers per municipis

Clúster	Barcelona	%	Lloret de Mar	%	Total
C1. Residents favorables al turisme sense afectació emocional	58	25,2	81	34,8	139
C2. Residents favorables al turisme amb afectació emocional	87	37,8	61	26,2	148
C3. Residents desfavorables al turisme amb afectació emocional	85	37	91	39	176
Total	230	100	233	100	463

### 7.2.3. Diferències en la resposta emocional dels residents sobre el turisme i els turistes

En aquest apartat s’analitza les diferències d’opinió que els residents tenen, segons el clúster al qual pertanyen (vegeu la taula 7.16). Per fer-ho s’ha emprat el mètode de l’anàlisi de la variància, aplicat a les respostes obtingudes per als tres clústers de residents identificats, sobre 43 variables relacionades amb la seva valoració de la massificació i

Anna Soliguer Guix

estrès generat pel turisme, i la resposta emocional que els causa la presència de turisme i dels turistes.

### 7.2.3.1 La distribució dels clústers per municipi

Els resultats mostren que les diferències en la resposta emocional entre segments de residents són significatives en gairebé la meitat de les variables analitzades. Les diferències observades permeten apreciar que el segment de residents desfavorables al turisme (C3) tenen la resposta emocional més negativa. Per exemple, són els que manifesten tenir més por i angoixa amb la presència de turistes. D’altra banda es pot apreciar que el segment de residents favorables al turisme amb afectació emocional (C2) valoren més tant els aspectes emocionals positius com els negatius del turisme, en comparació amb els residents oposats al turisme (C3). És a dir, que la resposta emocional del grup C2 és més accentuada, tant en positiu com en negatiu que en el grup C3. Per tant, si tenim en compte la resposta emocional, el grup C3 es distingeix clarament de la resta de grups ja que té la pitjor valoració emocional. En canvi, els grups C2 i C3 tenen similituds en la seva visió emocional que no impedeix però, que tinguin una actitud diferent davant del turisme. De la mateixa manera, actituds similars davant del turisme (C1 i C2) no són alienes a l’existència de diferències significatives en la seva resposta emocional.

Taula 7.16 Diferències en la resposta emocional dels residents per segments

Variable	Clúster	N	Mitjana	Significació
1- Estic preocupat per la quantitat de turistes	1	139	2,58	0,077
	2	148	2,72	
	3	176	2,91	
	Total	463	2,75	
2- No em sento segur degut a massificació	1	139	2,36	
	2	148	2,41	
	3	176	2,71	

Anna Soliguer Guix

	Total	463	2,51	0,015
3- Presència turistes fa més divertit el lloc	1	139	3,29	
	2	148	2,95	
	3	176	3,02	
	Total	463	3,08	0,042
4- M'agrada estar envoltat de molts turistes	1	139	3,17	
	2	148	2,99	
	3	176	2,89	
	Total	463	3,01	0,105
5- Presència de molts turistes augmenta risc contagis	1	139	2,50	
	2	148	2,32	
	3	176	2,49	
	Total	463	2,44	0,379
6- Presència turisme em fa sentir por	1	139	1,81	
	2	148	1,76	
	3	176	2,05	
	Total	463	1,89	0,011
7- Presència de turisme em fa sentir esperança	1	139	3,33	
	2	148	3,17	
	3	176	3,13	
	Total	463	3,20	0,263
8- Presència de turisme em fa sentir angouxa	1	139	1,93	
	2	148	1,86	
	3	176	2,16	
	Total	463	2,00	0,025
9- Presència de turisme em fa sentir entusiasme	1	139	3,31	
	2	148	3,06	
	3	176	3,07	
	Total	463	3,14	0,111
10- Presència de turisme em fa sentir hostilitat	1	139	2,08	
	2	148	1,95	
	3	176	2,46	
	Total	463	2,18	0,000
11- Presència de turisme em fa sentir felicitat	1	139	3,29	
	2	148	3,07	
	3	176	3,09	
	Total	463	3,15	0,002
12- Presència de turisme em fa sentir irritació	1	139	2,01	
	2	148	2,02	
	3	176	2,41	
	Total	463	2,17	0,001

Anna Soliguer Guix

13-Presència de turisme em fa sentir interès	1	139	3,55	
	2	148	3,39	
	3	176	3,32	
	Total	463	3,41	0,175
14-Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	1	139	2,06	
	2	148	2,04	
	3	176	2,42	
	Total	463	2,19	0,002
15-Presència de turisme em fa sentir orgull	1	139	3,69	
	2	148	3,43	
	3	176	3,45	
	Total	463	3,51	0,124
16-Presència de turisme em fa sentir frustració	1	139	1,94	
	2	148	1,80	
	3	176	2,31	
	Total	463	2,03	0,000
17-Presència de turisme em fa sentir curiositat	1	139	3,27	
	2	148	3,20	
	3	176	3,15	
	Total	463	3,20	0,646
18-Presència de turisme em fa sentir preocupació	1	139	2,35	
	2	148	2,27	
	3	176	2,66	
	Total	463	2,44	0,013
19-Presència de turisme em fa sentir gratitud	1	139	3,40	
	2	148	3,09	
	3	176	3,15	
	Total	463	3,20	0,072
20-Els turistes són desagradables	1	139	2,42	
	2	148	2,36	
	3	176	2,85	
	Total	463	2,56	0,000
21-Els turistes són incívics	1	139	2,83	
	2	148	2,90	
	3	176	3,24	
	Total	463	3,01	0,001
22-Els turistes són incultes	1	139	2,29	
	2	148	2,44	
	3	176	2,59	
	Total	463	2,45	0,016
23-Els turistes són arrogants	1	139	2,45	
	2	148	2,57	

Anna Soliguer Guix

	3	176	2,83	
	Total	463	2,63	0,003
24-Els turistes són irrespectuosos	1	139	2,72	
	2	148	2,77	
	3	176	3,16	
	Total	463	2,90	0,000
25-Els turistes em fan sentir irritació	1	139	1,95	
	2	148	2,02	
	3	176	2,31	
	Total	463	2,11	0,005
26-Els turistes em fan sentir nerviosisme	1	139	1,85	
	2	148	2,03	
	3	176	2,18	
	Total	463	2,03	0,001
27-Els turistes em fan sentir inseguretat	1	139	1,87	
	2	148	1,89	
	3	176	2,18	
	Total	463	2,00	0,006
28-Els turistes em fan sentir incomoditat	1	139	1,83	
	2	148	1,86	
	3	176	2,22	
	Total	463	1,99	0,000
29-Els turistes són tots iguals	1	139	1,76	
	2	148	1,67	
	3	176	1,73	
	Total	463	1,72	0,683
30-Em sento orgullós de tenir turistes	1	139	3,77	
	2	148	3,49	
	3	176	3,45	
	Total	463	3,56	0,026
31-Sento que turistes beneficien la ciutat	1	139	3,74	
	2	148	3,64	
	3	176	3,44	
	Total	463	3,59	0,053
32-Tracto bé als turistes	1	139	4,21	
	2	148	4,05	
	3	176	4,02	
	Total	463	4,09	0,134
33-He fet amistat duradora amb turistes	1	139	3,28	
	2	148	2,89	
	3	176	2,92	

Anna Soliguer Guix

	Total	463	3,02	0,012
34-Tinc molt en comú amb els turistes	1	139	3,03	
	2	148	2,91	
	3	176	2,77	
	Total	463	2,89	0,112
35-Em sento identificat amb els turistes	1	139	2,99	
	2	148	2,89	
	3	176	2,69	
	Total	463	2,84	0,062
36-Sento afecte pels turistes	1	139	3,12	
	2	148	3,09	
	3	176	2,75	
	Total	463	2,97	0,004
37-Comparteixo valors i creences amb turistes	1	139	3,06	
	2	148	3,05	
	3	176	2,84	
	Total	463	2,97	0,077
38-La presència de turisme fa que perdi control sobre la meva vida	1	139	1,93	
	2	148	1,95	
	3	176	2,24	
	Total	463	2,06	0,015
39-No suporto els impactes del turisme	1	139	2,18	
	2	148	2,39	
	3	176	2,62	
	Total	463	2,41	0,005
40-La presència de turisme em genera estrès	1	139	2,18	
	2	148	2,30	
	3	176	2,52	
	Total	463	2,35	0,036
41-Em sento molest amb el turisme	1	139	2,23	
	2	148	2,34	
	3	176	2,61	
	Total	463	2,41	0,019
42-La presència de turisme fa empitjorar salut física	1	139	1,85	
	2	148	1,85	
	3	176	2,10	
	Total	463	1,95	0,043
	1	139	1,94	

Anna Soliguer Guix

43-La presència de turisme fa empitjorar salut mental	2	148	1,90	
	3	176	2,28	
	Total	463	2,06	0,003

L’observació dels clústers permet distingir tres perfils de residents d’acord amb la seva resposta emocional. Un primer perfil té una resposta emocional derivada de l’afectació personal que percep en el turisme i els turistes en la seva vida i manera de fer. En aquest perfil predominen els valors emocionals negatius per sobre dels positius, una visió més negativa de l’afectació personal del turisme, l’escassa empatia amb els turistes, i la valoració pejorativa del seu comportament i valors. Cal remarcar que aquests valors són relatius, en comparació al de la resta de segments de residents, però que en bona part de les variables, les opinions contràries al turisme i al turista no assolixen valors absoluts molt elevats. El segon perfil presenta una resposta emocional a mig camí entre els altres dos perfils per a la majoria de les variables considerades. La principal característica d’aquest segment és que, si bé considera que el turisme com a activitat no els perjudica emocionalment, sí que es senten afectats per la presència de turistes. La resposta emocional d’aquest perfil oscil·la entre l’acceptació i reconeixement del turisme i la manca d’empatia amb els turistes. El tercer perfil es caracteritza per la resposta emocional positiva davant del turisme i dels turistes. Es tracta d’un perfil netament oposat al primer, i que es caracteritza per manifestar poca afectació personal pel turisme, manifestar certa empatia amb els turistes i no tenir prejudicis establerts envers els turistes.

Per interpretar millor aquests perfils en relació a l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes cal afegir algunes noves consideracions. D’una banda, els valors de resposta emocional estadísticament significatius, tant positius com negatius, són generalment moderats. Algunes excepcions són les respostes sobre el respecte, el civisme o la felicitat que els genera el turisme o els turistes. Les diferències entre perfils, especialment entre el primer i el segon, són relativament escasses i es centren en la direcció de l’objecte de rebuig, el turisme o els turistes respectivament. D’altra banda, els tres perfils emocionals permeten plantejar algunes de les contradiccions i elements que estructuraven la relació conflictiva dels residents en llocs turístics i el turisme. Acceptar el turisme, però no tant



Anna Soliguer Guix

als turistes, fa emergir el tema de la presència d’actituds turismefòbiques, però sobretot, de la relació social i de dependència que alguns residents poden tenir amb el turisme. És a dir, no perceben com a emocionalment perjudicial una activitat que, en abstracte, associen al desenvolupament o als impactes econòmics positius, però sí que associen afectacions emocionals negatives a la presència dels individus, externs a la seva comunitat, que la duen a terme en el seu municipi. Per examinar millor aquestes contradiccions i diferències entre perfils a continuació s’analitza la resposta emocional dels residents a partir de les seves diferències sociodemogràfiques i de relació amb el turisme.

#### **7.2.4. Factors de diferenciació de la resposta emocional dels residents. Una aproximació des de la Teoria de l’Intercanvi Social**

En aquest apartat s’analitza quins són els factors que poden explicar millor les diferències en la resposta emocional dels residents, considerats com un conjunt. En primer lloc, i tenint en compte, els criteris de la Teoria de l’Intercanvi Social (Social Exchange Theory, en anglès) les diferències en la resposta emocional són interpretades en funció de la relació que cada individu té amb el turisme i els turistes i el balanç personal que en fa, ja sigui positiu o negatiu. Aquest balanç s’analitza, en primer lloc, en funció de les variables sociodemogràfiques que habitualment es consideren en l’anàlisi de l’actitud dels residents davant del turisme: gènere, edat i nivell d’instrucció. El mètode usat per determinar la significació de les diferències és l’anàlisi de la variància (ANOVA) aplicat sobre les mitjanes de les respostes emocionals i sobre els efectes percebuts del turisme (massificació i estrès). Finalment, aquesta relació es completa en funció de tres variables habituals emprades en els estudis sobre actitud dels residents cap al turisme emmarcats en aquesta teoria: proximitat, freqüència de contacte i dependència econòmica del turisme. En relació a aquest darrer aspecte, a més, afegim una nova dimensió d’anàlisi a l’emprar com a variable la satisfacció amb l’entorn laboral dels treballadors i treballadores en el sector turístic.

Anna Soliguer Guix

## 7.2.5. La resposta emocional dels residents. Diferències en funció de variables sociodemogràfiques

### 7.2.5.1 Gènere

Les diferències en la resposta emocional segons el gènere no són estadísticament significatives, excepte per a la variable diversió del lloc que proporciona veure turistes, en què els homes manifesten que els llocs són més divertits quan hi ha turistes (3,27) que les dones (2,94)  $p=0,003$ . El patró genèric observat és que les dones tenen una resposta emocional negativa més elevada que els homes, mentre que els homes tenen una resposta emocional positiva més alta que les dones, en la major part de les variables (vegeu la taula 7.17). Seguint un patró molt similar, les dones perceben més la massificació i la situació d’estrès causades pel turisme i la presència de turistes que els homes. Finalment, els homes manifesten tenir més empatia i sentir-se més propers als turistes que les dones. No obstant, la manca de significació estadística en la majoria de les variables fa que no es hi pugui establir l’existència d’una relació clara entre la condició de gènere i la resposta emocional perquè potser el concepte turistes no està prou ben delimitat.

Taula 7.17 Diferències en la resposta emocional dels residents segons el gènere

Variable	Homes	Dones	Significació
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,72	2,78	0,606
No em sento segur degut a la massificació	2,41	2,58	0,123
Presència de turistes fa més divertit el lloc	3,27	2,94	0,003
M’agrada estar envoltat de molts turistes	3,06	2,97	0,437
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,45	2,44	0,927
Presència turisme em fa sentir por	1,84	1,92	0,346
Presència de turisme em fa sentir esperança	3,22	3,18	0,717
Presència de turisme em fa sentir angoixa	1,95	2,03	0,407
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	3,18	3,11	0,527
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,16	2,20	0,692
Presència de turisme em fa sentir felicitat	3,20	3,11	0,373

Anna Soliguer Guix

Presència de turisme em fa sentir irritació	2,10	2,22	0,281
Presència de turisme em fa sentir interès	3,45	3,38	0,552
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	2,16	2,21	0,649
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,52	3,51	0,955
Presència de turisme em fa sentir frustració	1,98	2,07	0,398
Presència de turisme em fa sentir curiositat	3,26	3,15	0,295
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,41	2,47	0,644
Presència de turisme em fa sentir gratitud	3,20	3,21	0,938
Els turistes són desagradables	2,48	2,63	0,105
Els turistes són incívics	2,91	3,08	0,084
Els turistes són incultes	2,43	2,47	0,694
Els turistes són arrogants	2,72	2,57	0,126
Els turistes són irrespectuosos	2,81	2,97	0,117
Els turistes em fan sentir irritació	2,06	2,15	0,356
Els turistes em fan sentir nerviosisme	2,02	2,04	0,818
Els turistes em fan sentir inseguretat	1,91	2,06	0,101
Els turistes em fan sentir incomoditat	1,97	2,00	0,815
Els turistes són tots iguals	1,76	1,69	0,374
Em sento orgullós de tenir turistes	3,55	3,56	0,919
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,63	3,56	0,540
Tracto bé als turistes	4,05	4,11	0,447
He fet amistat duradora amb turistes	3,10	2,96	0,254
Tinc molt en comú amb els turistes	3,00	2,81	0,064
Em sento identificat amb els turistes	2,92	2,78	0,181
Sento afecte pels turistes	3,03	2,95	0,333
Comparteixo valors i creences amb turistes	3,00	2,95	0,644
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meua vida	2,08	2,04	0,736
No suportó els impactes del turisme	2,36	2,45	0,405
La presència de turisme em genera estres	2,29	2,39	0,415
Em sento molest amb el turisme	2,37	2,44	0,576
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,92	1,96	0,697
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	2,05	2,06	0,930

### 7.2.5.2 Edat

L’edat i la generació dels residents expliquen alguns dels seus comportaments en relació a la consideració emocional positiva i negativa del turisme i de la valoració negativa dels turistes (vegeu la taula 7.18). En termes generals, les edats més joves tendeixen a donar els valors més extrems en la seva resposta emocional cap al turisme, tant en positiu com

Anna Soliguer Guix

en negatiu. Per exemple, els joves entre 26 i 35 anys consideren que la presència de turisme els genera la màxima hostilitat d’entre tots els residents (3,08) ( $p=,000$ ), però també els fa sentir entusiasme (3,50) ( $p=,003$ ). És a dir, manifesten les emocions de forma més extrema. En canvi les generacions de joves adults i adults tendeixen a tenir valoracions intermèdies, mentre que els vells tenen una resposta emocional oposada als joves, amb les valoracions més baixes, tant en aspectes emocionals positius com negatius. Si tenim en compte la valoració dels turistes, s’observa també la mateixa gradació segons l’edat. Per exemple, els turistes resulten més desagradables per als joves de 18 a 25 anys (3,33) que per als residents de 46 a 55 (2,63) arribant a un mínim en el cas dels residents de 65 anys i més (2,30) ( $p=,000$ ).

Taula 7.18 Resposta

Variable	18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 55	56 a 64	+65	Significació
Estic preocupat per la quantitat de turistes	3,00	3,04	2,95	2,68	2,64	2,70	0,375
No em sento segur degut a la massificació	3,17	2,92	2,63	2,44	2,41	2,43	0,106
Presència de turistes fa més divertit el lloc	2,75	3,83	2,91	3,13	3,15	2,78	0,006
M’agrada estar envoltat de molts turistes	2,58	3,21	2,93	2,99	3,18	2,80	0,222
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,67	2,58	2,36	2,49	2,34	2,50	0,821
Presència turisme em fa sentir por	2,17	1,92	1,91	1,91	1,72	1,85	0,079
Presència de turisme em fa sentir esperança	3,08	3,29	3,07	3,24	3,36	2,94	0,257
Presència de turisme em fa sentir angoixa	2,42	2,33	2,09	2,00	1,94	1,70	0,077
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	3,17	3,50	3,20	3,33	2,67	3,14	0,003
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,67	3,08	2,34	2,18	1,96	1,87	0,000
Presència de turisme em fa sentir felicitat	3,17	3,42	2,97	3,22	3,28	2,81	0,077
Presència de turisme em fa sentir irritació	2,75	2,71	2,30	2,18	1,99	1,94	0,014
Presència de turisme em fa sentir interès	3,42	3,63	3,24	3,44	3,63	3,04	0,020
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	2,75	2,58	2,32	2,18	2,06	1,98	0,062
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,58	3,88	3,31	3,58	3,61	3,24	0,122
Presència de turisme em fa sentir frustració	2,33	2,25	2,27	2,10	1,75	1,87	0,008
Presència de turisme em fa sentir curiositat	3,50	2,13	3,14	3,16	3,41	2,96	0,151
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,83	2,67	2,55	2,49	2,37	2,09	0,201
Presència de turisme em fa sentir gratitud	3,25	3,46	3,14	3,22	3,33	2,85	0,200
Els turistes són desagradables	3,33	3,13	2,59	2,63	2,37	2,30	0,000

Anna Soliguer Guix

Els turistes són incívics	3,50	3,58	3,07	2,97	2,96	2,76	0,023
Els turistes són incultes	2,75	2,33	2,49	2,49	2,39	2,39	0,759
Els turistes són arrogants	3,08	3,08	2,66	2,58	2,63	2,46	0,095
Els turistes són irrespectuosos	3,58	3,42	2,97	2,88	2,88	2,56	0,007
Els turistes em fan sentir irritació	2,42	2,29	2,22	2,11	2,01	2,00	0,504
Els turistes em fan sentir nerviosisme	1,92	2,21	2,13	2,01	1,96	2,06	0,784
Els turistes em fan sentir inseguretat	2,50	2,08	2,01	2,06	1,82	1,98	0,153
Els turistes em fan sentir incomoditat	2,50	2,13	2,08	2,02	1,80	1,96	0,109
Els turistes són tots iguals	1,42	1,88	1,72	1,79	1,54	1,89	0,066
Em sento orgullós de tenir turistes	3,25	3,88	3,42	3,61	3,67	3,31	0,136
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,42	3,79	3,49	3,55	3,82	3,35	0,101
Tracto bé als turistes	4,08	4,42	3,93	4,14	4,15	3,89	0,065
He fet amistat duradora amb turistes	2,50	3,29	2,82	3,20	3,10	2,61	0,009
Tinc molt en comú amb els turistes	2,25	2,75	2,85	2,91	3,06	2,74	0,122
Em sento identificat amb els turistes	2,50	2,67	2,85	2,81	2,99	2,76	0,538
Sento afecte pels turistes	2,50	2,50	2,86	2,99	3,14	3,02	0,068
Comparteixo valors i creences amb turistes	2,67	2,79	2,91	2,92	3,19	2,94	0,168
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meua vida	1,83	2,33	2,13	2,13	1,90	1,96	0,336
No suportó els impactes del turisme	2,00	2,58	2,55	2,41	2,32	2,44	0,590
La presència de turisme em genera estrès	2,17	2,58	2,38	2,42	2,24	2,24	0,667
Em sento molest amb el turisme	2,75	2,46	2,43	2,49	2,24	2,39	0,58
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,92	2,04	1,97	2,05	1,78	1,89	0,419
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	2,33	2,42	2,11	2,13	1,88	1,87	0,129

emocional dels residents segons l’edat

### 7.2.5.3 Nivell d’estudis

El nivell d’estudis explica poc, en general, la relació existent amb la resposta emocional dels residents. Excepte en el cas de tres variables (felicitat, gratitud i amistat) la resta no són significatives. Totes tres variables apunten en el mateix sentit: quant més nivell de formació té el resident, la valoració de la felicitat i gratitud cap al turisme disminueix, així com també manifesten haver fet menys amistat amb els turistes.

El patró general que s’observa és més complex comparat amb l’observat en la resta de variables sociodemogràfiques. D’una banda les emocions negatives cap als turistes disminueixen amb el nivell de formació. Per exemple, els que tenen estudis primaris

Anna Soliguer Guix

(2,73) consideren que els turistes són més arrogants que els que tenen un doctorat (2,58)  $p=0,167$ . D’altra banda, les emocions positives cap al turisme augmenten inversament al nivell de formació dels residents; per exemple, els residents amb formació primària (2,00) estan menys preocupats pel turisme que els que tenen un doctorat (2,28) ( $p=0,327$ ). Finalment, s’observa que l’estrès i massificació causades pel turisme augmenten amb el nivell de formació, tot i que sense un paràmetre del tot regular (sovint els doctors tenen una percepció força diferent dels graduats), fet que pot ser interpretat per la reduïda quantitat d’individus que formen part del grup de residents amb el major nivell de formació. Com hem dit però, cal prendre amb cautela aquests resultats degut a la manca de significació estadística per a la majoria de les variables analitzades.

Taula 7.19 Diferències en la resposta emocional segons el nivell d’estudis

<b>Variable</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>CH</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,45	2,66	2,64	2,94	2,97	0,139
No em sento segur degut a la massificació	2,41	2,51	2,54	2,55	2,25	0,741
Presència de turistes fa més divertit el lloc	3,18	3,22	3,09	2,99	2,97	0,647
M’agrada estar envoltat de molts turistes	3,64	3,20	2,99	2,87	2,78	0,018
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,32	2,66	2,44	2,37	2,25	0,391
Presència turisme em fa sentir por	1,73	1,95	1,90	1,88	1,75	0,777
Presència de turisme em fa sentir esperança	3,73	3,44	3,14	3,05	3,22	0,024
Presència de turisme em fa sentir angoixa	1,68	2,12	2,05	1,96	1,72	0,192
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	3,50	3,25	3,19	3,00	2,91	0,156
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,05	2,16	2,29	2,16	1,81	0,236
Presència de turisme em fa sentir felicitat	3,68	3,34	3,20	2,96	2,75	0,001
Presència de turisme em fa sentir irritació	1,45	2,15	2,28	2,2	1,94	0,200
Presència de turisme em fa sentir interès	3,64	3,54	3,46	3,25	3,31	0,233
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	1,91	2,18	2,31	2,17	1,81	0,125
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,91	3,69	3,49	3,36	3,56	0,169
Presència de turisme em fa sentir frustració	1,73	1,88	2,16	2,08	1,72	0,062
Presència de turisme em fa sentir curiositat	3,27	3,31	3,21	3,13	3,13	0,829
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,00	2,41	2,44	2,57	2,28	0,327
Presència de turisme em fa sentir gratitud	3,68	3,53	3,22	3,01	2,75	0,000
Els turistes són desagradables	2,41	2,75	2,51	2,59	2,34	0,215
Els turistes són incívics	3,09	3,15	3,04	2,97	2,53	0,078

Anna Soliguer Guix

Els turistes són incultes	2,41	2,45	2,51	2,45	2,19	0,515
Els turistes són arrogants	2,73	2,73	2,68	2,58	2,25	0,167
Els turistes són irrespectuosos	2,95	3,08	2,93	2,84	2,56	0,196
Els turistes em fan sentir irritació	2,05	2,06	2,13	2,19	1,81	0,438
Els turistes em fan sentir nerviosisme	1,68	2,07	2,09	2,06	1,72	0,129
Els turistes em fan sentir inseguretat	1,95	2,08	2,03	1,99	1,63	0,245
Els turistes em fan sentir incomoditat	1,73	2,04	2,05	1,98	1,69	0,230
Els turistes són tots iguals	2,09	1,81	1,72	1,62	1,66	0,137
Em sento orgullós de tenir turistes	4,14	3,67	3,54	3,45	3,47	0,073
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,95	3,62	3,61	3,48	3,63	0,448
Tracto bé als turistes	4,27	4,12	4,06	4,09	4,00	0,806
He fet amistat duradora amb turistes	4,14	3,27	3,06	2,75	2,53	0,00
Tinc molt en comú amb els turistes	3,32	2,86	2,89	2,82	3,06	0,288
Em sento identificat amb els turistes	3,32	2,86	2,89	2,82	3,06	0,220
Sento afecte pels turistes	3,77	2,93	2,96	2,88	2,94	0,012
Comparteixo valors i creences amb turistes	3,68	2,86	2,92	3,00	3,00	0,017
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meva vida	1,86	2,05	2,10	1,96	2,34	0,380
No suportó els impactes del turisme	1,86	2,28	2,40	2,52	2,72	0,064
La presència de turisme em genera estrès	2,00	2,32	2,38	2,40	2,25	0,648
Em sento molest amb el turisme	2,05	2,29	2,43	2,50	2,47	0,494
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,73	1,96	2,00	1,93	1,81	0,734
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	1,91	2,13	2,07	2,06	1,88	0,816

A=Estudis primaris

B= Estudis secundaris

C=Graduat

CH= Postgrau/Màster

D=Doctorat

E=Significació

### 7.2.6. La resposta emocional dels residents i la proximitat als llocs turístics

En aquest apartat, la resposta emocional dels residents es valora en funció de la proximitat percebuda del lloc de residència respecte als llocs on es desenvolupa l’activitat turística a la ciutat (vegeu la taula 7.20). Per a la majoria de les variables, la proximitat de residència als llocs turístics fa augmentar la resposta emocional negativa i reduir la positiva, així com també fa incrementar la sensació de massificació i d’estrès causat pel turisme i la presència de turistes. No obstant, cal prendre amb cautela aquests resultats ja

Anna Soliguer Guix

que no es poden establir associacions sòlides entre les variables degut a la baixa significació obtinguda. Només en el cas d’una variable, empitjorament de la salut mental, s’aprecia una relació significativa ( $p=,004$ ) amb la proximitat del lloc de residència respecte als espais turístics de la ciutat. En aquest cas, els residents manifesten patir un empitjorament de la seva salut mental quan la seva residència és més propera als llocs turístics. Així, els que viuen prop del turisme manifesten empitjorar la salut mental (1,84) respecte els qui no viuen a prop del turisme (2,24).

Taula 7.20 Diferències entre la resposta emocional dels residents segons la seva proximitat als llocs turístics

Variable	A	B	C	CH	D	E	F
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,45	2,81	2,46	2,83	2,91	2,75	0,055
No em sento segur degut a massificació	2,18	2,44	2,54	2,54	2,61	2,51	0,216
Presència turistes fa més divertit el lloc	3,04	2,98	3,21	3,09	3,07	3,08	0,87
M’agrada estar envoltat de molts turistes	3,00	2,90	3,21	2,98	2,97	3,00	0,621
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,11	2,38	2,37	2,60	2,46	2,44	0,149
Presència turisme em fa sentir por	1,88	2,02	1,72	1,90	1,89	1,89	0,492
Presència de turisme em fa sentir esperança	3,25	3,14	3,37	3,17	3,15	3,20	0,706
Presència de turisme em fa sentir angoixa	1,82	1,87	1,94	2,05	2,09	2,00	0,373
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	3,16	2,98	3,36	3,10	3,13	3,14	0,483
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,16	2,00	2,12	2,29	2,20	2,18	0,528
Presència de turisme em fa sentir felicitat	3,09	3,06	3,37	3,11	3,13	3,15	0,535
Presència de turisme em fa sentir irritació	1,91	2,03	2,01	2,26	2,32	2,17	0,083
Presència de turisme em fa sentir interès	3,20	3,38	3,61	3,38	3,44	3,41	0,362
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	1,96	2,10	2,07	2,30	2,27	2,19	0,239
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,36	3,52	3,73	3,50	3,49	3,51	0,535
Presència de turisme em fa sentir frustració	2,02	1,87	1,90	2,08	2,13	2,03	0,419
Presència de turisme em fa sentir curiositat	3,05	3,11	3,42	3,23	3,17	3,20	0,391
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,02	2,37	2,30	2,56	2,58	2,44	0,032
Presència de turisme em fa sentir gratitud	3,23	3,14	3,45	3,20	3,11	3,20	0,425



Anna Soliguer Guix

Els turistes són desagradables	2,41	2,49	2,49	2,58	2,68	2,56	0,420
Els turistes són incívics	2,91	2,89	3,12	3,02	3,04	3,01	0,718
Els turistes són incultes	2,39	2,38	2,54	2,44	2,48	2,45	0,863
Els turistes són arrogants	2,41	2,56	2,73	2,67	2,68	2,63	0,383
Els turistes són irrespectuosos	2,71	2,75	2,93	2,95	3,01	2,91	0,338
Els turistes em fan sentir irritació	1,95	1,92	2,03	2,24	2,18	2,11	0,167
Els turistes em fan sentir nerviosisme	1,79	1,95	1,91	2,20	2,07	2,03	0,051
Els turistes em fan sentir inseguretat	1,88	2,02	1,88	2,04	2,04	1,99	0,670
Els turistes em fan sentir incomoditat	1,77	2,03	1,85	2,12	1,99	1,99	0,153
Els turistes són tots iguals	1,79	1,62	1,79	1,82	1,60	1,72	0,198
Em sento orgullós de tenir turistes	3,46	3,57	3,73	3,49	3,57	3,56	0,632
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,70	3,49	3,76	3,56	3,54	3,59	0,579
Tracto bé als turistes	3,93	3,84	4,18	4,05	4,24	4,08	0,015
He fet amistat duradora amb turistes	2,70	2,87	3,34	2,95	3,13	3,02	0,030
Tinc molt en comú amb els turistes	2,71	2,83	2,99	2,85	2,99	2,89	0,449
Em sento identificat amb els turistes	2,66	2,95	2,93	2,83	2,83	2,84	0,654
Sento afecte pels turistes	2,96	2,97	3,19	2,92	2,91	2,97	0,473
Comparteixo valors i creences amb turistes	2,88	2,94	3,21	2,87	3,01	2,97	0,231
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meva vida	2,97	1,88	1,83	2,22	2,20	2,06	0,015
No suportó els impactes del turisme	2,11	2,25	2,19	2,50	2,63	2,41	0,014
La presència de turisme em genera estrès	2,21	2,13	2,16	2,48	2,46	2,35	0,129
Em sento molest amb el turisme	2,14	2,10	2,27	2,53	2,61	2,41	0,016
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,80	1,87	1,69	2,02	2,08	1,95	0,071
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	1,84	1,90	1,72	2,24	2,21	2,06	0,004

A= Totalment en desacord

B= En desacord

C= Ni d’acord ni en desacord

CH= D’acord

D= Totalment d’acord

E= Mitjana

F= Significació

Anna Soliguer Guix

### 7.2.7. La resposta emocional dels residents i la freqüència de contacte amb les turistes

En aquest apartat es relaciona la resposta emocional dels residents amb la freqüència de contacte percebuda amb els turistes (vegeu la taula 7.21). En general, s’observa que els residents augmenten la seva preocupació emocional a mesura que més freqüència de contacte amb els turistes manifesten tenir. Però també succeeix a la inversa, ja que la resposta emocional positiva augmenta amb la freqüència de contacte. Aquest patró és només estadísticament significatiu en el cas de les variables de resposta emocional positiva: diversió ( $p=0,002$ ) estar envoltat de turistes ( $p=,000$ ) esperança ( $p=,000$ ) entusiasme ( $p=,000$ ) felicitat ( $p=,000$ ) curiositat ( $p=,001$ ) gratitud ( $p=,000$ ) orgull ( $p=,000$ ) i benefici col·lectiu ( $p=,000$ ). Per tant es pot considerar que existeix una relació significativa entre el fet d’estar freqüentment en contacte amb els turistes i tenir una resposta emocional positiva. L’anàlisi permet apreciar també, des de la perspectiva de la Teoria de la Solidaritat Emocional, l’existència d’un patró de relació entre la resposta emocional positiva i l’empatia i socialització amb els turistes. Els residents que tenen més freqüència de contacte amb els turistes manifesten donar un millor tracte ( $p=0,002$ ) fer amistat, tenir coses en comú, sentir-se més identificats amb els turistes o sentir afecte pels turistes, que els residents que tenen menor freqüència de contacte amb els turistes. Desenvoluparem aquest aspecte emocional més endavant.

Taula 7.21 Diferències entre la resposta emocional dels residents segons la freqüència de contacte amb els turistes per part dels residents

Variable	A	B	C	CH	D	E	F
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,92	2,82	2,71	2,89	2,58	2,75	0,396
No em sento segur degut a la massificació	2,48	2,59	2,54	2,57	2,35	2,51	0,604
Presència de turistes fa més divertit el lloc	2,80	3,09	2,83	3,09	3,44	3,08	0,002
M’agrada estar envoltat de molts turistes	2,32	2,89	2,84	3,00	3,51	3,01	0,000

Anna Soliguer Guix

Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,32	2,49	2,37	2,58	2,39	2,44	0,689
Presència turisme em fa sentir por	2,24	1,95	1,87	1,88	1,76	1,89	0,216
Presència de turisme em fa sentir esperança	2,44	3,10	3,14	3,09	3,64	3,20	0,000
Presència de turisme em fa sentir angoixa	2,36	2,01	1,97	2,12	1,82	2,00	0,112
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	2,36	3,05	3,01	3,06	3,64	3,14	0,000
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,20	2,19	2,07	2,32	2,20	2,18	0,607
Presència de turisme em fa sentir felicitat	2,28	3,08	3,01	3,07	3,66	3,15	0,000
Presència de turisme em fa sentir irritació	2,20	2,20	2,16	2,38	1,96	2,17	0,154
Presència de turisme em fa sentir interès	2,84	3,29	3,26	3,43	3,83	3,41	0,000
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	2,20	2,20	2,27	2,38	1,91	2,19	0,036
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,12	3,46	3,38	3,48	3,86	3,51	0,011
Presència de turisme em fa sentir frustració	1,88	2,11	1,99	2,21	1,91	2,03	0,262
Presència de turisme em fa sentir curiositat	2,60	3,14	3,14	3,15	3,53	3,20	0,001
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,44	2,39	2,51	2,58	2,28	2,44	0,508
Presència de turisme em fa sentir gratitud	2,92	3,12	2,98	3,08	3,75	3,20	0,000
Els turistes són desagradables	2,68	2,55	2,49	2,68	2,54	2,56	0,633
Els turistes són incívics	3,04	2,97	3,02	3,08	2,95	3,01	0,921
Els turistes són incultes	2,52	2,53	2,48	2,58	2,22	2,45	0,054
Els turistes són arrogants	2,52	2,59	2,73	2,71	2,51	2,63	0,423
Els turistes són irrespectuosos	2,76	2,90	2,96	2,98	2,80	2,90	0,696
Els turistes em fan sentir irritació	2,00	2,10	2,16	2,19	2,00	2,11	0,685
Els turistes em fan sentir nerviosisme	1,92	2,03	2,16	2,13	1,81	2,03	0,060
Els turistes em fan sentir inseguretat	2,00	2,00	2,08	2,06	1,82	2,00	0,308
Els turistes em fan sentir incomoditat	2,04	2,07	2,07	2,08	1,70	1,99	0,017
Els turistes són tots iguals	1,68	1,74	1,74	1,76	1,64	1,72	0,873
Em sento orgullós de tenir turistes	3,48	3,32	3,44	3,52	3,99	3,56	0,000
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,68	3,59	3,34	3,54	3,96	3,59	0,001
Tracto bé als turistes	3,92	3,95	3,96	4,15	4,36	4,09	0,002
He fet amistat duradora amb turistes	2,52	2,62	2,8	3,01	3,80	3,02	0,000
Tinc molt en comú amb els turistes	2,80	2,72	2,72	2,86	3,32	2,89	0,000
Em sento identificat amb els turistes	2,68	2,70	2,69	2,78	3,26	2,84	0,001
Sento afecte pels turistes	2,64	2,79	2,86	2,92	3,40	2,97	0,000
Comparteixo valors i creences amb turistes	2,84	2,81	2,84	3,03	3,27	2,97	0,007
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meua vida	2,00	1,94	2,13	2,31	1,86	2,06	0,038
No suportó els impactes del turisme	2,24	2,45	2,44	2,65	2,18	2,41	0,076
La presència de turisme em genera estres	2,04	2,38	2,41	2,52	2,15	2,24	0,150
Em sento molest amb el turisme	2,24	2,42	2,51	2,52	2,21	2,29	0,307
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,88	1,95	1,96	2,09	1,81	1,85	0,440

Anna Soliguer Guix

La presència de turisme fa empitjorar salut mental	1,88	2,00	2,06	2,26	1,96	2,06	0,313
--	------	------	------	------	------	------	-------

---

A= Cap contacte  
 B= Molt poc contacte  
 C= Contacte moderat  
 CH= Bastant de contacte  
 D= Contacte molt freqüent  
 E=Mitjana  
 F=Significació

### 7.2.8. La resposta emocional dels residents i la dependència del turisme

En aquest apartat s’analitza la relació existent entre la resposta emocional i la dependència laboral del sector turístic per part dels residents. En concret s’examina si els qui treballen en el sector turístic tenen diferències en la seva resposta emocional respecte els qui no hi treballen. La major part de les variables analitzades tenen significació estadística, per la qual cosa es pot establir l’existència d’una relació entre la dependència del turisme i la resposta emocional dels residents. El patró observat és clar. Els residents que treballen en el sector turístic tenen una resposta emocional del turisme i dels turistes més positiva que els que no hi treballen. De forma similar al que s’ha observat en l’apartat sobre freqüentació, els residents amb menor dependència del turisme tenen una resposta emocional més negativa, tot i què sense significació estadística. En canvi la resposta emocional més positiva dels residents que depenen laboralment del turisme és significativa en la major part de les variables (vegeu la taula 7.22). També els residents dependents del turisme tenen una major actitud d’empatia, reconeixement i interès de socialització amb els turistes, en comparació amb els residents no dependents del turisme.

Taula 7.22 La relació entre la resposta emocional i la dependència del turisme per part dels residents

Variable	Totalment en desacord	En desacord	Ni d’acord ni en desacord	D’acord	Totalment d’acord	Mitjana	Significació
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,94	2,83	2,79	2,69	2,39	2,75	0,017

Anna Soliguer Guix

No em sento segur degut a la massificació	2,50	2,56	2,89	2,48	2,25	2,51	0,015
Presència de turistes fa més divertit el lloc	2,82	2,94	3,10	3,05	3,59	3,08	0,000
M'agrada estar envoltat de molts turistes	2,77	2,80	2,87	3,05	3,63	3,01	0,000
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,42	2,46	2,77	2,33	2,27	2,44	0,114
Presència turisme em fa sentir por	1,87	2,08	2,06	1,88	1,63	1,89	0,009
Presència de turisme em fa sentir esperança	2,89	3,00	3,24	3,48	3,71	3,20	0,000
Presència de turisme em fa sentir angoixa	2,02	2,20	2,10	1,95	1,74	2,00	0,032
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	2,79	2,92	3,21	3,36	3,72	3,14	0,000
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,06	2,30	2,30	2,33	2,14	2,18	0,331
Presència de turisme em fa sentir felicitat	2,87	2,93	3,13	3,36	3,68	3,15	0,000
Presència de turisme em fa sentir irritació	2,24	2,31	2,23	2,24	1,88	2,17	0,060
Presència de turisme em fa sentir interès	3,05	3,43	3,39	3,67	3,88	3,41	0,000
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	2,18	2,45	2,3	2,24	1,90	2,19	0,016
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,29	3,44	3,43	3,57	3,95	3,51	0,001
Presència de turisme em fa sentir frustració	2,03	2,17	2,13	2,14	1,83	2,03	0,202
Presència de turisme em fa sentir curiositat	2,88	3,18	3,24	3,52	3,56	3,20	0,000
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,47	2,61	2,41	2,62	2,21	2,44	0,211
Presència de turisme em fa sentir gratitud	2,82	3,08	3,09	3,48	3,88	3,20	0,000
Els turistes són desagradables	2,55	2,62	2,61	2,71	2,44	2,56	0,558
Els turistes són incívics	3,08	3,06	3,11	2,90	2,83	3,01	0,292
Els turistes són incultes	2,43	2,65	2,60	2,52	2,19	2,45	0,007
Els turistes són arrogants	2,64	2,70	2,77	2,64	2,47	2,63	0,350
Els turistes són irrespectuosos	2,95	2,87	3,03	2,90	2,78	2,90	0,620
Els turistes em fan sentir irritació	2,19	2,10	2,31	2,19	1,82	2,11	0,016
Els turistes em fan sentir nerviosisme	2,10	2,12	2,14	2,17	1,73	2,03	0,010
Els turistes em fan sentir inseguretat	2,03	2,07	2,17	2,05	1,74	2,00	0,038
Els turistes em fan sentir incomodat	2,00	2,13	2,10	2,12	1,72	1,99	0,024
Els turistes són tots iguals	1,58	1,83	1,79	1,79	1,77	1,72	0,175
Em sento orgullós de tenir turistes	3,29	3,39	3,56	3,71	4,05	3,56	0,000
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,47	3,40	3,41	3,60	4,05	3,59	0,000

Anna Soliguer Guix

Tracto bé als turistes	4,02	3,82	4,01	4,14	4,43	4,09	0,000
He fet amistat duradora amb turistes	2,56	2,85	3,10	3,10	3,80	3,02	0,000
Tinc molt en comú amb els turistes	2,69	2,86	2,76	2,76	3,38	2,89	0,000
Em sento identificat amb els turistes	2,60	2,75	2,74	2,81	3,38	2,84	0,000
Sento afecte pels turistes	2,74	2,77	2,91	3,00	3,51	2,97	0,000
Comparteixo valors i creences amb turistes	2,75	2,92	3,04	2,93	3,34	2,97	0,000
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meua vida	2,09	2,07	2,19	2,17	1,86	2,06	0,282
No suportó els impactes del turisme	2,58	2,45	2,41	2,52	2,08	2,41	0,018
La presència de turisme em genera estres	2,45	2,36	2,40	2,50	2,09	2,35	0,149
Em sento molest amb el turisme	2,57	2,45	2,47	2,48	2,05	2,41	0,018
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,93	2,10	2,01	2,24	1,69	1,95	0,022
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	2,02	2,12	2,17	2,33	1,87	2,06	0,158

De forma complementària a l’anàlisi de la dependència respecte al sector turístic, s’ha inclòs també en l’anàlisi la consideració de les condicions laborals dels residents que són treballadors i treballadores del sector turístic. En concret es relaciona amb una pregunta sobre l’existència de problemes laborals en el lloc de feina que ocupen, referida només als residents ocupats dins del sector turístic. En aquest cas, la relació existent entre la resposta emocional i les condicions del lloc de treball generen el patró següent: quant més problemes laborals en el lloc de treball es perceben, la relació amb la resposta emocional envers els turistes i el turisme es torna més negativa. A la inversa, la resposta emocional es torna més positiva quan les condicions laborals percebudes també són millors (vegeu la taula 7.23). Es pot considerar, per tant, que existeix una relació directa entre la percepció de l’entorn laboral i la resposta davant del turisme i dels turistes.

Taula 7.23 La resposta emocional dels residents en relació a les seves condicions laborals

Variable	Totalment en desacord	En desacord	Ni d’acord	D’acord	Totalment d’acord	Mitjana	Significació
----------	-----------------------	-------------	------------	---------	-------------------	---------	--------------

Anna Soliguer Guix

	ni en desacord						
Estic preocupat per la quantitat de turistes	2,64	2,83	2,84	3,10	2,93	2,75	0,259
No em sento segur degut a massificació	2,33	2,51	2,72	3,10	2,93	2,51	0,001
Presència turistes fa més divertit el lloc	3,15	3,06	2,93	3,00	2,93	3,08	0,647
M'agrada estar envoltat de molts turistes	3,11	3,13	2,68	2,73	2,86	3,01	0,040
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	2,32	2,59	2,52	2,73	2,62	2,44	0,181
Presència turisme em fa sentir por	1,74	1,99	2,07	2,40	1,97	1,89	0,001
Presència de turisme em fa sentir esperança	3,26	3,27	3,16	3,03	2,76	3,20	0,197
Presència de turisme em fa sentir angoixa	1,84	2,06	2,22	2,20	2,45	2,00	0,003
Presència de turisme em fa sentir entusiasme	3,23	3,09	3,06	2,93	2,83	3,14	0,259
Presència de turisme em fa sentir hostilitat	2,04	2,21	2,35	2,50	2,66	2,18	0,010
Presència de turisme em fa sentir felicitat	3,26	3,08	3,04	3,00	2,72	3,15	0,108
Presència de turisme em fa sentir irritació	2,02	2,28	2,38	2,43	2,41	2,17	0,036
Presència de turisme em fa sentir interès	3,46	3,45	3,36	3,30	3,14	3,41	0,630
Presència de turisme em fa sentir nerviosisme	2,00	2,32	2,42	2,70	2,48	2,19	0,000
Presència de turisme em fa sentir orgull	3,64	3,32	3,48	3,20	3,31	3,51	0,107
Presència de turisme em fa sentir frustració	1,86	2,10	2,28	2,43	2,38	2,03	0,002
Presència de turisme em fa sentir curiositat	3,28	3,09	3,16	3,10	2,97	3,20	0,430
Presència de turisme em fa sentir preocupació	2,29	2,58	2,49	2,80	2,97	2,44	0,015
Presència de turisme em fa sentir gratitud	3,29	3,18	3,10	3,13	2,79	3,20	0,255
Els turistes són desagradables	2,46	2,54	2,87	2,93	2,41	2,56	0,006
Els turistes són incívics	2,89	3,04	3,33	3,20	3,03	3,01	0,030
Els turistes són incultes	2,28	2,63	2,91	2,60	2,21	2,45	0,000
Els turistes són arrogants	2,46	2,72	3,06	2,93	2,59	2,63	0,000

Anna Soliguer Guix

Els turistes són irrespectuosos	2,77	2,91	3,23	3,30	2,86	2,90	0,008
Els turistes em fan sentir irritació	1,99	2,15	2,35	2,37	2,21	2,11	0,054
Els turistes em fan sentir nerviosisme	1,88	2,13	2,32	2,27	2,24	2,03	0,002
Els turistes em fan sentir inseguretat	1,84	2,03	2,25	2,47	2,17	2,00	0,001
Els turistes em fan sentir incomoditat	1,84	2,01	2,29	2,33	2,10	1,99	0,003
Els turistes són tots iguals	1,63	1,91	1,88	1,50	1,86	1,72	0,020
Em sento orgullós de tenir turistes	3,69	3,41	3,36	3,33	3,52	3,56	0,078
Sento que turistes beneficien la ciutat	3,73	3,44	3,38	3,43	3,45	3,59	0,063
Tracto bé als turistes	4,19	3,91	3,83	4,17	4,14	4,09	0,007
He fet amistat duradora amb turistes	3,03	2,97	3,07	2,77	3,21	3,02	0,716
Tinc molt en comú amb els turistes	2,95	2,83	2,81	2,63	3,03	2,89	0,486
Em sento identificat amb els turistes	2,93	2,78	2,74	2,53	2,79	2,84	0,325
Sento afecte pels turistes	3,06	2,92	2,83	2,53	3,03	2,97	0,094
Comparteixo valors i creences amb turistes	3,05	2,91	2,87	2,77	2,93	2,97	0,456
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meva vida	1,92	2,17	2,41	2,03	2,17	2,06	0,015
No suportó els impactes del turisme	2,28	2,49	2,64	2,5	2,76	2,41	0,084
La presència de turisme em genera estrès	2,18	2,50	2,57	2,57	2,66	2,35	0,025
Em sento molest amb el turisme	2,23	2,71	2,59	2,57	2,62	2,41	0,012
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1,72	2,14	2,26	2,17	2,41	1,95	0,000
La presència de turisme fa empitjorar salut mental	1,87	2,17	2,36	2,43	2,28	2,06	0,002



Anna Soliguer Guix

### 7.2.9. Factors de diferenciació de la resposta emocional dels residents. Una aproximació des de la Teoria Emocional

En aquest apartat s’analitza la resposta emocional dels residents de Barcelona i de Lloret de Mar tenint en compte la solidaritat emocional que manifesten respecte als turistes. Els resultats són interpretats, d’una banda, per sí mateixos a partir de l’escala d’emocions proposada per la Teoria de la Solidaritat Emocional. D’altra banda, la resposta emocional s’interpreta també com una variable dependent subjecta a la influència de factors sociodemogràfics, socioeconòmics i de relació amb l’entorn. Per desenvolupar l’anàlisi s’ha elaborat un segon clúster de residents a partir de les variables obtingudes en l’enquesta als residents. Per a la confecció d’aquest clúster s’han considerat exclusivament les variables d’empatia amb els turistes.

El resultat ha estat la identificació de tres clústers de residents que mostren diferents característiques entre sí en relació a la seva solidaritat emocional amb els turistes (vegeu les taules 7.24 i 7.25).

Taula 7.24 Característiques dels clústers de solidaritat emocional dels residents de Barcelona i Lloret de Mar

Clúster	n	% del clúster en relació al total de la mostra
Residents amb indiferència emocional amb els turistes (C1)	316	68,3
Residents amb desafecció emocional amb els turistes (C2)	88	19,0
Residents empàtics amb els turistes (C3)	59	12,7

Taula 7. 25 Característiques dels clústers sobre solidaritat emocional dels residents de la mostra

Variable		n	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Em sento orgullós/a de tenir turistes que visiten la meva ciutat	C1	316	3,70	0,766	0,043	
	C2	88	2,15	1,000	0,107	
	C3	59	4,93	0,254	0,033	

Anna Soliguer Guix

	Total	463	3,56	1,109	0,052	0,000
Sento que els turistes	C1	316	3,76	0,764	0,043	
que ens visiten	C2	88	2,11	1,098	0,117	
beneficien la meva ciutat	C3	59	4,90	0,305	0,040	
	Total	463	3,59	1,136	0,053	0,000
Tracto bé als turistes que	C1	316	4,14	0,630	0,035	
visiten la meva ciutat	C2	88	3,30	1,156	0,123	
	C3	59	5,00	0,000	0,000	
	Total	463	4,09	0,866	0,040	0,000
He fet amistat duradora	C1	316	3,07	1,012	0,057	
amb els turistes que	C2	88	1,73	0,813	0,087	
visiten la meva ciutat	C3	59	4,68	0,730	0,095	
	Total	463	3,02	1,249	0,058	0,000
Tinc molt en comú amb	C1	316	3,00	0,768	0,043	
els turistes que visiten la	C2	88	1,57	0,691	0,074	
meva ciutat	C3	59	4,29	0,832	0,108	
	Total	463	2,89	1,089	0,050	0,000
Em sento identificat/da	C1	316	2,96	0,791	0,044	
amb els turistes que	C2	88	1,35	0,548	0,058	
visiten la meva ciutat	C3	59	4,31	0,793	0,103	
	Total	463	2,84	1,128	0,052	0,000
Sento afecte pels turistes	C1	316	3,05	0,724	0,041	
que visiten la meva	C2	88	1,56	0,623	0,066	
ciutat	C3	59	4,63	0,641	0,083	
	Total	463	2,97	1,103	0,051	0,000
Comparteixo valors i	C1	316	3,09	0,725	0,041	
creences amb els turistes	C2	88	1,73	0,798	0,085	
que visiten la meva	C3	59	4,22	0,852	0,111	
ciutat	Total	463	2,97	1,036	0,048	0,000

El clúster 1, el qual anomenem residents amb indiferència emocional amb els turistes, inclou un 68,3% del total de la mostra. Es tracta de residents que es caracteritzen per manifestar indiferència emocional envers els turistes i tenir escassa empatia personal amb ells, però que, tot i això, els consideren beneficiosos per a la seva localitat. El clúster 2 (19% del total de la mostra) el qual anomenem residents amb desafecció emocional amb els turistes, es caracteritza per l’absència d’empatia amb els turistes, la presència dels quals els genera malestar i desafecció emocional. El clúster 3 (12,7% del total de la mostra) el qual anomenem residents empàtics amb els turistes, es caracteritza per tenir els nivells més alts de solidaritat emocional i d’empatia amb els turistes.

Anna Soliguer Guix

### 7.2.10 Caracterització dels clústers

En aquest apartat es realitza una caracterització dels tres clústers en funció de les variables sociodemogràfiques, socioeconòmiques i espacials de relació amb els turistes. La composició sociodemogràfica dels tres clústers és força diferent (vegeu la taula 7.26). El clúster 1 té una distribució per gènere on predominen les dones (42,4% homes i 57,6% dones) amb una mitjana d’edat de 51,9 anys i el nivell d’estudis més elevat de tots els grups. Es tracta de residents que, majoritàriament tenen poc contacte amb els turistes, viuen en àrees allunyades de l’activitat turística i tenen poca relació laboral amb el turisme. El clúster 2 té una distribució d’homes i dones, amb majoria d’aquestes darreres (48,6% i 51,4% respectivament) amb una mitjana d’edat de 50,4 anys i nivell d’estudis molt similar a l’anterior grup. Es tracta de residents que, predominantment tenen una freqüència de contacte moderada amb els turistes, viuen en àrees properes a l’activitat turística i tenen poca relació laboral amb el turisme. El clúster 3 és el que té una major presència relativa de dones (37,5% homes i 62,5% de dones) la mitjana d’edat més elevada (54 anys) i el nivell d’estudis més baix de tots els grups. Es tracta de residents que tenen la major freqüència de contacte amb els turistes, viuen en àrees properes a l’activitat turística i tenen una forta relació laboral amb el turisme. Com es pot apreciar, els clústers 2 i 3, tot i ser poc representatius en termes del total de residents, tenen un caràcter molt oposat entre sí, tant pel que fa a la seva resposta emocional davant dels turistes com en la relació que tenen amb ells, tant a nivell espacial com laboral.

Taula 7.26 Caracterització sociodemogràfica dels segments de residents

Variable		N	Mitjana/Distribució	Desviació típica	Error típic	Significació
Gènere	1	316	(42,4% homes i 57,6% dones)	-	-	0,543
	2	88	(48,6% homes i 51,4% dones)	-	-	
	3	59	(37,5% homes i 62,5% dones)	-	-	
	Total	463	(42,6% homes i 57,4% dones)	-	-	
Nivell d'instrucció*	1	316	(1: 7,2%; 2: 22,3%; 3: 38,1%; 4: 24,5%; 5: 7,9%)	-	-	

Anna Soliguer Guix

	2	88	(1: 4,1%; 2: 16,2%; 3: 37,2%; 4: 35,1%; 5: 7,4%)	-	-	
	3	59	(1: 3,4%; 2: 17,0%; 3: 42,6%; 4: 31,2%; 5: 5,7%)	-	-	
	Total	463	(1: 4,6%; 2: 18,3%; 3: 39,1%; 4: 26,6%; 5: 6,6%)	-	-	0,017
Visc a prop d'una zona turística	1	316	3,42	1,370	0,077	
	2	87	3,66	1,363	0,146	
	3	58	3,91	1,302	0,171	
	Total	461	3,52	1,368	0,064	0,024
Freqüència de contacte amb turistes	1	316	3,20	1,126	0,063	
	2	88	3,22	1,189	0,127	
	3	59	4,31	1,149	0,150	
	Total	463	3,35	1,196	0,056	0,000
El meu lloc de treball està relacionat amb el turisme	1	316	2,53	1,502	0,085	
	2	88	2,32	1,443	0,154	
	3	59	3,83	1,610	0,210	
	Total	463	2,65	1,570	0,073	0,000
Estic satisfet amb el sou	1	316	3,09	1,083	0,061	
	2	88	2,68	1,309	0,140	
	3	59	3,61	1,486	0,193	
	Total	463	3,08	1,211	0,056	0,000
He tingut problemes laborals seriosos	1	316	1,94	1,228	0,069	
	2	88	2,02	1,277	0,136	
	3	59	1,58	1,163	0,151	
	Total	463	1,91	1,234	0,057	0,071
Edat en anys complerts	1	316	51,89	11,545	0,649	
	2	88	50,48	12,822	1,367	
	3	59	54,05	7,888	1,027	
	Total	463	51,89	11,429	0,531	0,178

\* 1: Estudis primaris; 2: Estudis secundaris; 3: Graduat; 4: Postgraduat; 5: Doctorat

Taula 7.27 Distribució espacial dels clústers per lloc de residència

Clústers	Barcelona	Lloret de Mar	Total
C1	n= 172	n= 144	316
%	(54,4 / 74,8)	(45,6 / 61,8)	100,0%
C2	n= 47	n= 41	88
%	(53,4 / 20,4)	(46,6 / 17,6)	100,0%
C3	N= 11	n= 48	59
%	(18,6 / 4,8)	81,4 / 20,6)	100,0 %
Total clústers (%)	100,0	100,0	463

Anna Soliguer Guix

La distribució dels tres clústers és clarament diferent en relació a les dues localitats analitzades. El 54,4% del total de persones del clúster 1 viu a Barcelona (i un 45,6% a Lloret de Mar), el 53,4% dels integrants del clúster 2 resideixen a Barcelona (i un 45,6% a Lloret de Mar) i el 18,6% del clúster 3 és resident a Barcelona (i un 81,4% a Lloret de Mar). És a dir, la lectura horitzontal de la distribució indica que, Barcelona concentra més els clústers polaritzats (C2 i C3) mentre que a Lloret de Mar predominen, en comparació a Barcelona, els residents empàtics amb el turisme.

Si fem l’anàlisi de l’estructura de clústers dominant a cada destinació (lectura en vertical) també observem diferències importants entre les dues ciutats. Tant a Lloret de Mar com a Barcelona, la majoria dels residents pertanyen al clúster 1 (61,8% i 74,8% respectivament) però estan més presents a la darrera destinació. El clúster 2, en canvi mostra una distribució molt similar en l’estructura de cada ciutat (17,6% a Lloret de Mar i 20,4% a Barcelona) mentre que el clúster 3 presenta una distribució estructural força diferent entre destinacions (20,6% a Lloret de Mar per 4,8% a Barcelona). Aquesta distribució interna dels grups de clúster permet apreciar dues circumstàncies. En primer lloc, a Barcelona la polarització entre desafectes i empàtics amb els turistes és més pronunciada que a Lloret de Mar. A més, l’estructura de la distribució de clústers a Lloret de Mar indica menys desafecció, més empatia i menys indiferència en comparació a Barcelona.

#### **7.2.11. Diferències dels impactes percebuts del turisme i els turistes entre els residents**

En aquest apartat s’analitza, mitjançant l’ús de la tècnica d’ANOVA, les diferències entre els tres clústers de residents en relació a diferents variables relacionades amb l’impacte percebut dels turistes i del turisme (massificació i estrès personal).

Anna Soliguer Guix

Taula 7.28 Diferències en la percepció dels impactes de la massificació entre els residents

Variable		N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Estic preocupat per la quantitat de turistes	1	316	2,74	1,199	0,067	0,000
	2	88	3,45	1,321	0,141	
	3	59	1,76	0,989	0,129	
	Total	463	2,75	1,285	0,060	
No em sento segur degut a massificació	1	316	2,49	1,085	0,061	0,000
	2	88	3,16	1,286	0,137	
	3	59	1,64	0,924	0,120	
	Total	463	2,51	1,182	0,055	
Presència turistes fa més divertit el lloc	1	316	3,16	1,052	0,059	0,000
	2	88	2,05	1,038	0,111	
	3	59	4,17	1,053	0,137	
	Total	463	3,08	1,207	0,056	
M'agrada estar envoltat de molts turistes	1	316	3,03	1,000	0,056	0,000
	2	88	1,95	0,815	0,087	
	3	59	4,46	0,857	0,112	
	Total	463	3,01	1,174	0,055	
Presència de molts turistes augmenta risc contagis	1	316	2,45	1,144	0,064	0,000
	2	88	2,81	1,437	0,153	
	3	59	1,86	1,166	0,152	
	Total	463	2,44	1,233	0,057	

En la percepció dels impactes de massificació totes les variables són significatives, és a dir que les diferències observades entre clústers no són degudes a l’atzar. La polarització entre els residents pertanyents al clúster 2, desafectes amb els turistes, i el clúster 3, empàtics amb els turistes, es fa evident en la seva relació amb els impactes de la massificació. El clúster 2 presenta els valors més elevats de preocupació o percepció d’impacte derivat de situacions de massificació turística, mentre que el clúster 3 presenta els valors més reduïts de preocupació per la massificació. Els residents pertanyents al clúster 1, indiferents al turisme, es posicionen en un lloc intermedi entre la resta de clústers, amb valors propers a la neutralitat o moderadament desafectes amb els turistes per a la majoria de variables (vegeu la taula 7.28).

Anna Soliguer Guix

**7.2.12. La percepció dels impactes de l'estrès i sobre la salut**

En la percepció dels impactes de l'estrès i sobre la salut dels residents, totes les variables són significatives, és a dir, que cal tenir en compte les diferències observades entre els clústers donat que no hi intervé l'atzar. Els residents pertanyents al clúster 2, desafectes amb els turistes, són els qui perceben de forma més accentuada els impactes dels turistes sobre la seva salut i estrès. En contrast, els residents que pertanyen al clúster 3 (empàtics amb els turistes) són els qui presenten els valors més reduïts de relació entre la presència de turistes i l'afectació de la seva salut i estrès. Finalment, el clúster 1 (residents indiferents amb els turistes) presenta una posició intermèdia entre els clústers 2 i 3 amb valors situats entre ambdós extrems i una percepció generalment positiva dels turistes per a la major part de les variables (vegeu taula 7.29).

Taula 7. 29 Diferències en la percepció dels impactes de l'estrès i sobre la salut entre els residents

Variable		N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
La presència de turisme fa que perdi control sobre la meua vida	1	316	2,03	1,026	0,058	<i>0,000</i>
	2	88	2,53	1,286	0,137	
	3	59	1,47	0,838	0,109	
	Total	463	2,06	1,098	0,051	
No suport els impactes del turisme	1	316	2,39	1,120	0,063	<i>0,000</i>
	2	88	3,14	1,252	0,133	
	3	59	1,47	0,838	0,109	
	Total	463	2,41	1,205	0,056	
La presència de turisme em genera estrès	1	316	2,30	1,096	0,062	<i>0,000</i>
	2	88	3,08	1,341	0,143	
	3	59	1,51	0,954	0,124	
	Total	463	2,35	1,211	0,056	
Em sento molest amb el turisme	1	316	2,31	1,095	0,062	<i>0,000</i>
	2	88	3,42	1,319	0,141	
	3	59	1,41	0,768	0,100	
	Total	463	2,41	1,245	0,058	
La presència de turisme fa empitjorar salut física	1	316	1,91	0,955	0,054	<i>0,000</i>
	2	88	2,51	1,268	0,135	
	3	59	1,32	0,730	0,095	
	Total	463	1,95	1,050	0,049	

Anna Soliguer Guix

La presència de turisme fa empitjorar salut mental	1	316	2,02	1,016	0,057	
	2	88	2,67	1,396	0,149	
	3	59	1,36	0,760	0,099	
	Total	463	2,06	1,131	0,053	0,000

### 7.2.13. Diferències entre residents en relació al model futur de desenvolupament del turisme.

Les diferències entre segments de residents sobre les preferències en el futur model del turisme són significatives en totes les variables, excepte una (les polítiques que prioritzen altres sectors diferents del turisme) (vegeu la taula 7.30). Els clústers 2 (desafectes amb els turistes) i 3 (empàtics amb els turistes) tornen a presentar les posicions més allunyades entre tots els grups.

Taula 7.30 Diferències en la preferència del model futur de desenvolupament del turisme entre residents

Variable		N	Mitjana	Desviació típica	Error típic	Significació
Estic satisfet amb el volum de turisme actual	1	316	2,70	0,977	0,055	
	2	88	1,94	1,054	0,112	
	3	59	3,24	1,478	0,192	
	Total	463	2,62	1,129	0,052	0,000
El turisme ha de continuar creixent en el futur	1	316	2,60	1,192	0,067	
	2	88	1,75	1,085	0,116	
	3	59	3,66	1,347	0,175	
	Total	463	2,58	1,304	0,061	0,000
Polítiques han de prioritzar altres sectors diferents al turisme	1	316	3,83	0,978	0,055	
	2	88	3,76	1,446	0,154	
	3	59	3,51	1,265	0,165	
	Total	463	3,77	1,122	0,052	0,136
Polítiques han de limitar el turisme	1	316	3,36	1,103	0,062	
	2	88	3,88	1,363	0,145	
	3	59	2,63	1,437	0,187	
	Total	463	3,37	1,248	0,058	0,000
Polítiques han d'apostar pel decreixement	1	316	3,01	1,206	0,068	
	2	88	3,32	1,361	0,145	
	3	59	2,58	1,441	0,188	
	Total	463	3,01	1,282	0,060	0,003
	1	316	3,79	1,038	0,058	
	2	88	3,07	1,413	0,151	



Anna Soliguer Guix

Polítiques han d'apostar per la promoció i imatge del turisme	3	59	4,66	0,710	0,092	
Total	463		3,77	1,170	0,054	0,000
Polítiques han d'apostar per la deslocalització del turisme	1	316	2,97	1,115	0,063	
	2	88	3,27	1,220	0,130	
	3	59	2,39	1,414	0,184	
Total	463		2,95	1,200	0,056	0,000
Polítiques han d'apostar pel turisme però limitant-ne els seus impactes	1	316	4,11	0,844	0,047	
	2	88	3,53	1,313	0,140	
	3	59	4,29	1,035	0,135	
Total	463		4,02	1,002	0,047	0,000
Polítiques han d'apostar per altres sectors econòmics abans que el turisme	1	316	3,87	0,954	0,054	
	2	88	3,91	1,256	0,134	
	3	59	3,34	1,308	0,170	
Total	463		3,81	1,079	0,050	0,002

Els desafectes manifesten la necessitat d'instaurar polítiques encaminades a restringir el turisme, mentre que els empàtics manifesten ser partidaris de models turístics més permissius amb el creixement. El clúster 1 (indiferents amb els turistes) mostren una postura intermèdia en relació a la resta de segments, amb posicions moderadament desfavorables als models que aposten per la continuïtat del creixement turístic.

#### 7.2.14. Proposta de model de l'actitud psicosocial dels residents

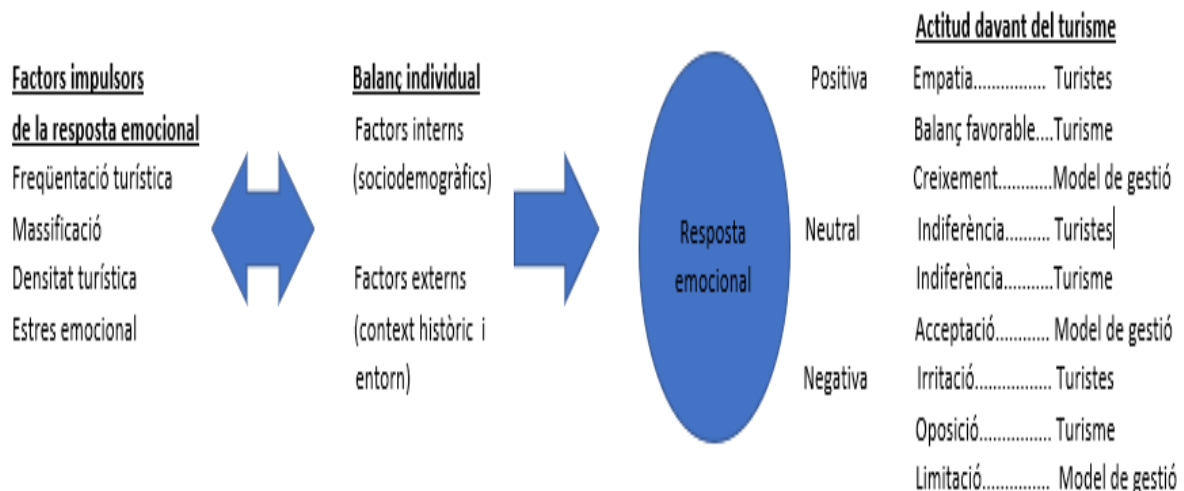
Per concloure aquest apartat s'ha elaborat un model de l'actitud dels residents davant del turisme i dels turistes, tenint en compte els patrons de resposta emocional dels diversos segments de residents observat empíricament en la nostra anàlisi i contrastat amb la literatura existent sobre la temàtica. Per confeccionar aquest model s'ha partit del supòsit que els residents en llocs amb pressió turística elevada gestionen de manera diferent els efectes del turisme sobre la seva vida i, per aquest motiu en resulta una resposta emocional també diversa. En aquest estudi s'han tingut en compte diversos elements del turisme que potencialment poden generar una resposta emocional. En concret s'ha tingut en compte l'efecte de la percepció de la freqüentació i densitat turística i els seus efectes sobre l'estrès, així com en la pèrdua de control sobre els espais quotidians de referència. És a dir, es té en compte fins quin punt la presència de persones externes a la comunitat, pot

Anna Soliguer Guix

generar efectes, tant positius com negatius, sobre la vida quotidiana i la valoració dels llocs viscuts pels residents.

El desenvolupament quotidià de l’activitat turística en el lloc de residència es converteix, mitjançant un balanç personal, en diferents percepcions dels impactes que el turisme i els turistes generen, tant a nivell personal com col·lectiu. Considerem que els residents construeixen aquest balanç a partir de la interrelació entre elements interns (les característiques dels individus o la dependència del sector) i elements externs (com la naturalesa turística percebuda del lloc on viuen o la proximitat a les zones turístiques) donant com a resultat diferents respostes emocionals i d’empatia. És a dir, a partir del balanç personal que fa cada individu, en resulta una resposta emocional favorable, desfavorable o neutral amb el turisme, la qual influeix sobre l’actitud i la consideració dels turistes (vegeu la figura 7.1).

**Figura 7.1 Model de la resposta emocional dels residents en llocs turístics**



Aquest model interpretatiu permet ubicar els propis resultats de la nostra recerca i ofereix una síntesi conceptual de com interactuen els diferents elements de la resposta emocional amb l’actitud dels residents. Els resultats obtinguts en la nostra recerca assenyalen que, malgrat que per algunes preguntes els residents tendeixen a la neutralitat, la consideració de conjunt apunta cap a la polarització dels residents en base a tres grans tipus d’actitud

Anna Soliguer Guix

que giren al voltant del posicionament positiu o negatiu davant del turisme i dels turistes. Malgrat el que planteja conceptualment el model, l'estudi ha detectat que no existeixen respostes emocionals positives/negatives pures a la realitat, donat que aquesta resposta es configura a partir d'una enorme complexitat de processos i d'elements externs i interns, dels quals en la nostra recerca n'hem considerat només alguns dels més importants. És a dir, els individus es veuen influïts per nombrosos factors alhora, cosa que fa que no expressen sempre tots els atributs de positivitat, neutralitat o negativitat en l'actitud davant el turisme i els turistes, sinó que les barregen i modulen amb diferents graus d'intensitat.

No obstant, l'estudi ha servit per detectar tres tipus d'actituds predominants entre els residents, a partir de la mostra analitzada sobre dos municipis amb gran volum de freqüentació turística. Els tipus d'actituds identificades són les següents: 1) La primera és l'actitud positiva davant del turisme i dels turistes. La percepció dels problemes de la freqüentació del turisme és baixa, entre els que assumeixen aquesta actitud, o no s'associa a una situació problemàtica a la destinació. El balanç personal que, des d'aquesta actitud, es fa del turisme i els turistes és positiu. A nivell de la resposta emocional, aquest patró d'actitud es caracteritza pel domini de les emocions positives sobre les negatives, l'empatia amb el turista i la continuïtat del creixement turístic tot i què amb limitacions i expressant un desig per incorporar noves formes de gestió del turisme; 2) La segona actitud identificada és positiva davant del turisme, però desfavorable als turistes. Malgrat que el nivell de percepció dels problemes de la massificació del turisme és baix i no els genera estrès ni malestar, el seu discomfort i manca d'empatia augmenta quan es refereixen als turistes. Aquesta discordança entre percepció del turisme i dels turistes s'expressa en una resposta emocional que es basa, respectivament, en el domini d'emocions positives i negatives en relació a aquests dos elements. També es caracteritza per la relativa poca empatia amb els turistes en comparació amb l'anterior actitud, fet que suggereix l'existència d'un xoc cultural impulsat per la seva presència o d'una pèrdua de control en l'entorn quotidià. En canvi, des d'aquesta actitud es qüestiona molt poc el model de desenvolupament del turisme, o bé se'l condiciona puntualment a la introducció de determinats canvis en la gestió i orientació; i 3) La tercera actitud observada és la desfavorable tant al turisme com als turistes. Aquest patró manifesta un posicionament

Anna Soliguer Guix

desfavorable envers la l’activitat turística i els seus practicants i genera respostes emocionals i empàtiques molt més negatives comparades a la de la resta de patrons, tant referides al turisme com als turistes. L’actitud que en deriva es basa en la sensació que el turisme i, sobretot la presència de persones externes a la comunitat local, fa perdre el control percebut sobre els llocs quotidians, accentua l’estrès dels residents i empitjora la seva salut, impulsant cap a un balanç personal negatiu entre els beneficis i perjudicis percebuts del turisme. Les actituds desfavorables es manifesten, per tant, en el predomini de les emocions negatives, la poca empatia amb els turistes i la voluntat de transformar el model de turisme o d’orientar-lo cap a la disminució del seu creixement.

Aquestes tres actituds s’observen en les dues destinacions que s’han comparat, Barcelona i Lloret de Mar. No obstant, hi ha diferències importants entre ambdues en la manera com els residents entenen el turisme i els turistes en cada lloc. A Lloret de Mar els residents perceben menys els problemes vinculats amb la massificació i la freqüentació de turistes que a Barcelona. També senten més afecte, empatia i relació amb els turistes i valoren més positivament els impactes del turisme. No obstant, els residents de Lloret de Mar també es mostren més crítics que els de Barcelona amb els turistes, als quals els associen característiques emocionals més negatives que els residents de Barcelona. Aquesta relació d’amor-odi amb els turistes és complicada d’entendre, a nivell individual, sense tenir en compte les relacions de dependència econòmica amb el turisme, però també suggerim una nova via d’exploració global per al conjunt de la destinació, a partir de la seva naturalesa turística percebuda. Malgrat que la naturalesa exploratòria amb que s’ha treballat aquest aspecte en aquesta recerca no permet establir relacions causals entre el fet de pertànyer a un lloc percebut com a turístic i la resposta emocional que genera en els seus residents, sí que suggereix la necessitat d’obrir noves hipòtesis i preguntes futures per explicar com s’estableix aquesta relació. Així, la internalització del component turístic de la ciutat i la percepció del turisme com a fenomen “natural” del lloc són suggerits aquí com a elements explicatius de les diferències en la resposta emocional dels residents davant del turisme i dels turistes. A Lloret de Mar es considera que el turisme forma part de l’ADN col·lectiu i de la identitat del lloc. És a dir, considerat en abstracte, s’entén que el turisme forma part d’una identitat col·lectiva que s’ha anat teixint al llarg dels anys. No obstant,

Anna Soliguer Guix

suggerim, a tall d’hipòtesi, que la resposta emocional associada als turistes queden exclosos d’aquesta identitat col·lectiva donat que són percebuts com a agents externs a la destinació, i això fa que la valoració emocional cap a ells empitjori. A Barcelona la situació és la contrària.

Els residents tenen menys interioritzat el turisme com a part de la identitat urbana i els impactes percebuts tendeixen a generar respostes emocionals negatives i menys gratitud i interès pel turisme. En canvi, la resposta emocional més positiva envers els turistes la interpretem per una associació simbòlica amb el cosmopolitisme i la modernitat que no pas amb l’acceptació d’una tradició turística d’acollida a la ciutat. Malgrat que la nostra recerca ha aportat dades valuoses i ha permès confeccionar un model conceptual de l’actitud dels residents, la complexitat dels temes abordats fan necessària més recerques empíriques, comparacions amb altres contextos geogràfics i noves aproximacions conceptuals per entendre encara millor el fenomen de la resposta emocional dels llocs turístics.

### **7.3. Reflexions finals sobre la resposta emocional dels residents i aportacions des de la Teoria de la Solidaritat Emocional**

El nostre estudi corrobora les visions que apunten que l’actitud dels residents davant del turisme i dels turistes té un caràcter emocional, i no només econòmic. L’anàlisi efectuat a tres segments de residents de Barcelona i Lloret de Mar a partir de la Teoria de la Solidaritat Emocional permet corroborar aquest aspecte. Els tres elements fonamentals de l’escala de la teoria es relacionen, manifestant respostes emocionals diverses, amb els efectes sobre l’actitud dels residents davant dels impactes del turisme sobre la massificació i l’estrès i sobre el model de desenvolupament turístic desitjat. L’actitud favorable a l’acollida envers els turistes és un factor present entre els segments de residents que perceben menys l’impacte de la massificació i estrès i que donen suport a models de desenvolupament turístic basats en la continuïtat del creixement, i a la inversa, és menor en els segments de residents més afectats i menys favorables al creixement del

Anna Soliguer Guix

turisme o que aposten per models alternatius. De forma similar, la proximitat emocional als turistes, és major entre els residents amb menor percepció dels impactes i postures favorables al creixement del turisme, i viceversa. Finalment, la comprensió empàtica està present de la mateixa forma entre els residents. Els qui més empatia senten pels turistes i millor s’identifiquen amb ells, perceben menys els impactes de massificació i estrès i defensen més el desenvolupament turístic. Aquests resultats coincideixen amb estudis previs sobre l’actitud dels residents a partir de la seva resposta emocional (Woosnam & Norman, 2010; Woosnam, 2011). L’estudi corrobora la relació entre l’estrès percebut i la resposta de solidaritat emocional. Aquest resultat també està en sintonia amb altres estudis que posen de manifest que l’estrès actua com un mediador de la relació entre resposta emocional i percepció de la qualitat de vida (Seo, Evan, Woosnam, Lee & Lee, 2021).

El concepte de proximitat emocional i la solidaritat emocional resulta d’utilitat per superar les visions que estableixen de forma automàtica la presència d’un xoc cultural i l’existència d’una relació superficial entre residents i turistes, permetent enriquir el debat sobre l’actitud i reconeixement mutu. En aquest sentit la teoria considera que els residents que han forjat relacions amb els turistes són més propensos a la empatia cap a ells (Woosnam, 2012) tal com s’ha corroborat en el nostre estudi.

Dit això, cal també tenir en compte que el caràcter emocional pot dependre o estar relacionat amb la resta de variables tant sociodemogràfiques i psicosocials com també socioeconòmiques. Per exemple, els resultats obtinguts suggereixen que poden existir relacions causals entre la resposta emocional dels residents i seva la dependència econòmica del turisme, fet que hauria de poder contrastar-se amb noves recerques específiques. De donar-se relacions significatives entre la resposta basada en la solidaritat emocional i la dependència econòmica del turisme caldria revisar fins quin punt la variable emocional adopta un paper independent o dependent, de forma similar al que ja s’ha apuntat en diversos estudis sobre l’actitud dels residents que conclouen que com més una comunitat és econòmicament dependent del turisme, més probable es que doni suport al turisme i al desenvolupament (Long, Perdue & Allen, 1990; Lankford & Howard 1994;

Anna Soliguer Guix

Jurowski, Uysal & Williams 1997; Smith & Krannich 1998; McGehee & Andereck 2004). Un altre camp d’interès per a la futura recerca és el caràcter de la solidaritat que expressa la teoria. L’existència d’una hipotètica relació entre la solidaritat emocional i la sexual obre una via de recerca, la qual no ha estat explorada en les investigacions en el camp de la solidaritat emocional, com a condicionant de les relacions de proximitat i de caràcter eròtic que estan a la base de l’activitat turística (Carr & Berdychevsky, 2022) al tractar als turistes com un tot sense limitar el gènere. Aquesta visió de la solidaritat emocional que, més enllà de l’amistat, incorpori el sexe (affair/romance) com a variable pot tenir un potencial interessant per avaluar l’actitud dels residents des de la perspectiva de gènere. Aquesta visió permet també aprofundir sobre el concepte de solidaritat afegint aspectes que poden contribuir al balanç personal a partir de la relació entre residents i turistes, més enllà de la empatia i el reconeixement.

Una altra contribució del nostre estudi ha estat constatar que la resposta de solidaritat emocional no només no és homogènia entre els residents, sinó també entre els llocs turístics. L’existència de diferències notables entre la distribució dels residents segons la seva visió emocional dels turistes així ho indica. Per explicar aquestes diferències caldrà encetar també noves recerques que examinin la relació potencial entre la resposta emocional i altres variables com les característiques del lloc i el sentit de pertinença, la relació de la comunitat i la dependència històrica del turisme, l’evolució de la gestió turística, o el sentiment de protesta existent.

Finalment, a diferència del que s’ha observat en alguns estudis previs (McGhee & Andereck, 2004) la nostra recerca ha posat de manifest que no existeixen diferències significatives en la diferent resposta de solidaritat emocional entre els segments de residents en funció de les variables sociodemogràfiques, ni per edat ni per gènere (deguda a la limitació de categoritzar als turistes com un tot). En canvi, sí que s’aprecia que els segments dels residents tenen una resposta de solidaritat emocional significativament diferent en funció de la proximitat de residència als llocs turístics, en la mateixa línia que apunten altres estudis (Belisle & Hoy, 1980).

Anna Soliguer Guix

#### **7.4. Recomanacions per al sector turístic i la gestió sostenible de la destinació**

En aquest apartat es treballa l'objectiu 8 de la recerca (“Avaluar les implicacions pràctiques que, per als gestors del turisme, pot tenir l'actitud davant del turisme dels residents fonamentades en la seva resposta emocional i fer recomanacions per a la gestió sostenible del turisme que les tingui en compte”) on es prenen en consideració els resultats obtinguts per a la realització de recomanacions per a la millora de la gestió del turisme a les destinacions estudiades.

Els resultats sobre les actituds dels residents basats en la seva resposta emocional davant del turisme i dels turistes suggereixen la necessitat d'incorporar aquesta dimensió per a la gestió del turisme a les destinacions. Una gestió del turisme que tingui en compte la visió dels residents, des del punt de vista emocional, és necessària per entendre millor el seu posicionament i, en conseqüència, abordar de forma més precisa els aspectes conflictius que genera el contacte prolongat entre turistes i residents en un mateix espai. Comprendre la resposta emocional és, des del punt de vista de la gestió, un element estratègic rellevant, donat que pot ser un instrument per orientar les actituds i posicionaments preconcebuts cap a comportaments reals més empàtics i respectuosos, tant per part dels residents com dels turistes. Destaquem a continuació, en forma de recomanacions, alguns aspectes en què la incorporació dels factors psicosocials i de resposta emocional poden contribuir a millorar la gestió turística a les destinacions analitzades:

S'ha detectat que no tots els turistes són percebuts de forma igual entre els residents. És a dir, si bé els turistes no són responsables col·lectivament de l'existència de respostes emocionals negatives, alguns perfils i comportaments sí que generen rebuig. Cal tenir això en compte en les estratègies de comercialització de la destinació per identificar millor els *targets* de demanda i en el disseny de campanyes de promoció turística. Per exemple, l'autora considera important introduir formes de segmentació i preselecció de turistes de mutu acord amb els principals operadors per frenar l'increment de l'incivisme, un dels comportaments que més resposta emocional negativa produeixen entre els residents a les dues destinacions analitzades. Altres vies a explorar poden ser a través de l'enduriment de la política turística restrictiva, la imposició de taxes d'accés o exigir el pagament dels



Anna Soliguer Guix

serveis amb targetes de crèdit. Finalment cal adreçar polítiques, ordenances i normatives específiques públiques, però també privades (per exemple la insonorització de locals i establiments turístics) orientades a prevenir i sancionar les actuacions que generen més estrès emocional entre els residents (comportaments incívics, baralles, soroll nocturn o destrucció del patrimoni local) especialment els que tenen lloc en l’espai públic i que, per tant, tenen una visualització extrema entre els residents.

La diferent percepció i caracterització dels turistes, a nivell emocional, té també implicacions sobre la gestió de les zones amb més turistes considerats conflictius o desagradables per als residents. Cal replantejar, per tant, models de gestió que contribueixin a reprogramar l’oferta turística en funció de l’atracció de determinats perfils de turistes, especialment els que generen una resposta emocional negativa o tenir-ho en compte com un criteri a l’hora de planificar la nova oferta generada.

En aquesta recerca s’ha demostrat que la relació que manté cada resident amb la seva destinació i la manera com entén que forma part de la identitat local pot influir en la resposta emocional. Barcelona i Lloret de Mar tenen una marcada diferenciació en la manera com els residents es relacionen amb la identitat local turística. La gestió turística hauria de ser capaç, en conseqüència, d’incorporar aquestes sensibilitats diferents cap al propi municipi com una variable més de planificació turística. L’estudi demostra que la resposta emocional és una variable més que incideix sobre el model de turisme desitjat en el futur. Per aquest motiu és important que es tingui en compte aquest criteri en les tasques de planificació i gestió del model turístic. Cal debatre també quina és la millor manera per introduir la visió dels residents en la política urbana i turística de les destinacions, de forma que s’incorpori la resposta emocional com a criteri de gestió sostenible de les destinacions. L’autora no creu que les formes habituals de participació ciutadana dirigides que suposen una visió de dalt a baix, pugui servir com a mecanisme eficaç per a aquesta tasca. S’aconsella, per tant reflexionar sobre com fer més efectives aquestes dinàmiques de participació en la planificació urbana i turística que encaixin millor amb les necessitats emocionals de la comunitat local o buscar altres mecanismes de participació alternatius que donin protagonisme real als residents.

Anna Soliguer Guix

Malgrat que la resposta emocional té, segons els resultats d’aquesta recerca, una escassa relació amb les condicions laborals, cal no deixar arraconat la importància del debat laboral en el sector turístic. Les polítiques que propiciïn millores laborals i un millor clima laboral segueixen sent igualment necessàries per al benestar dels treballadors i treballadores locals. A les dues destinacions turístiques analitzades és important entendre que la relació dels residents amb els turistes no implica un conflicte latent en la majoria dels casos. Tenint en compte aquests resultats, la gestió de conflictes de legitimització i ideològics, com per exemple els relacionats amb les acusacions de turismefòbia, pot

ser matisada i millor entesa a partir de les aportacions basades en estudis sobre la resposta emocional dels residents. Finalment, la planificació a mig i llarg termini del turisme exigeix tenir especial cura en fer un seguiment temporal de l’evolució de la resposta emocional dels residents. Això ha de permetre crear indicadors i fer comparacions que permetin relacionar els canvis en les respostes emocionals i l’evolució de les mesures correctores i de gestió desenvolupades a les destinacions.

## 8. Conclusions

### 8.1 Objectius i hipòtesis

La pregunta de recerca establerta es refereix a l’existència d’una base cultural i psicosocial que permet explicar el posicionament i l’actitud de la comunitat local davant el turisme. La hipòtesi principal d’aquesta recerca planteja que l’actitud de la comunitat local d’un lloc turístic cap al turisme es construeix socialment i de manera simultània i interrelacionada entre els diferents actors que la integren. Aquest fet s’ha contrastat i es pot apreciar al llarg dels diferents aportacions de la tesi. En aquest sentit, és important destacar que la major part del coneixement individual no deriva tan sols de l’experiència directa, sinó que també és obtingut socialment. És a dir, en el procés de formació de les percepcions dels individus hi intervé molt directament el context social i històric en què es produeixen i no únicament les valoracions derivades d’un balanç “racional” i individual dels pros i dels contres. Per donar resposta a la pregunta de recerca, com veurem a continuació, s’ha tingut en compte aquesta doble dimensió, individual i col·lectiva, de la creació del coneixement que incideix sobre la formació de percepcions i, finalment, sobre les actituds davant del turisme.

Els resultats d’aquesta tesi ens permeten confirmar que els aspectes emocionals influeixen sobre l’actitud dels residents sobre el turisme i els turistes. Aquesta actitud es manifesta però de forma diferent en la comunitat local, donat el seu caràcter heterogeni i en funció dels interessos, valors, objectius i creences. Aquest fet reforça la nostra hipòtesi de que l’actitud es construeix socialment i que està condicionada pels elements psicosocials abordats. La hipòtesi de partida es confirma, per tant, en la mesura que la mirada cap al turisme està condicionada per discursos, posicionaments i debats compartits que s’originen, es difonen i tenen repercussió en la societat. El fet d’haver identificat grups homogenis de residents, estratègies discursives no espontànies i estratègies de protesta compartides reforça aquest plantejament.

Anna Soliguer Guix

No obstant, cal distingir entre els factors que condicionen socialment la resposta a nivell d'actors socials i la posició individual de les persones, que obeeixen també a característiques personals i trets individuals, els quals no han format part principal de l'objecte d'estudi en aquesta tesi. Els condicionants socials existeixen, però s'acaben traduint en expressions particulars diferenciades, les quals sí que poden diferenciar-se entre actors (o agrupacions d'actors) tal de poder-les abastar i examinar amb més deteniment. Així, hem pogut comprovar que els mitjans de comunicació, els residents i els col·lectius i moviments activistes de base local generen diferents aproximacions al turisme. A més, aquests actors adopten diferents estratègies de relació que acaben condicionat la mirada col·lectiva cap el turisme i els turistes en funció del balanç personal que el turisme ofereix, les relacions de poder i la capacitat d'influència social que cada actor té individual i col·lectivament. Els tres grups d'actors actuen en funció dels seus interessos, siguin ideològics, polítics o econòmics, i en funció d'aquestes accions obtenen uns resultats o altres orientats a la consecució d'objectius personals i/col·lectius.

### **Hipòtesis parcials:**

H<sub>1</sub> Les posicions de poder i legitimació que adopten els diferents mitjans de comunicació influeixen sobre les narratives al voltant del turisme que expressen en les seves informacions i relats.

Els resultats obtinguts al voltant de les narratives de poder expressades pels mitjans de comunicació en el discurs ofert sobre la turismefòbia permeten corroborar aquesta hipòtesi

H<sub>2</sub> El context històric en què s'han format, els diferents posicionaments polítics i ideològics i la relació amb l'entorn expliquen que existeixin diferències entre els moviments socials i l'activisme en la manera com aborden la protesta i com expressen l'acció de protesta turística.

Els discursos de protesta i les condicions d'historicitat en el qual s'integren i que els fan emergir permeten corroborar aquesta hipòtesi.

Anna Soliguer Guix

H<sub>3</sub> La resposta emocional dels residents influeix sobre l’actitud que tenen davant del turisme i dels turistes, la qual pot ser favorable, desfavorable o neutral.

Els resultats obtinguts en base a la classificació dels residents en funció de categories i tipus d’actituds permeten corroborar aquesta hipòtesi.

H<sub>4</sub> La resposta emocional dels residents difereix en la seva apreciació psicosocial de les persones que realitzen l’activitat (turistes) i de l’activitat turística com a abstracció.

Les diferències observades entre les actituds dels residents al voltant dels turistes (més favorables) i el turisme (menys favorables), permeten corroborar aquesta hipòtesi.

H<sub>5</sub> La resposta emocional dels residents es relaciona amb la percepció del turisme com a factor de l’entorn i de la història local.

Aquesta hipòtesi no ha quedat plenament confirmada d’acord amb els resultats obtinguts. No obstant la mantenim com a un element exploratori que caldrà afinar més en el futur amb nous plantejaments de disseny de recerca. La transformació de l’entorn i la història per forces externes com el fet de passar de ser un poble a una destinació turística, o els xocs culturals, que modifiquen el turisme i els llocs on es produeix aquesta activitat indiquen que pot tenir rellevància. Malgrat això calen incloure nous factors i noves aproximacions per confirmar el seu paper de condicionant de l’actitud dels residents en llocs turístics.

## **8.2 Aportacions de la recerca**

L’Objectiu General d’aquesta tesi (OG) ha consistit en analitzar la construcció de la visió del turisme entre els diferents agents de la comunitat local en dues ciutats i destinacions turístiques (Barcelona i Lloret de Mar), identificant diferències i patrons comuns i explorant els factors explicatius dels diferents posicionaments, discursos i actituds existents. Aquest objectiu s’ha acomplert a través del desenvolupament de tres capítols de recerca, on s’ha obtingut informació inèdita sobre diferents aspectes de la relació entre la comunitat local i el turisme. Així, en el capítol 5 s’han identificat les diverses narratives

Anna Soliguer Guix

sobre turismefòbia a Espanya, i en especial a la ciutat de Barcelona, que han aparegut a la premsa escrita entre 2008 i 2019 i que obeeixen a l’establiment de relacions de poder. En el capítol 6 s’han exposat els diferents discursos que els moviments socials de Barcelona articulen sobre el turisme i els models de desenvolupament urbà, amb la finalitat de classificar-los, comparar-los i diferenciar-los entre sí. Finalment en el capítol 7, s’ha analitzat, de forma comparada entre Barcelona i Lloret de Mar, l’actitud dels residents davant del turisme i el turisme, amb la finalitat de distingir diferències i similituds del seu comportament davant del turisme en relació a aspectes psicosocials.

L’anàlisi del discurs sobre la turismefòbia a Barcelona i els debats paral·lels que han emergit a la premsa escrita entre els anys 2008 i 2019 ha permès identificar tres temes que han protagonitzat aquest debat, els quals es poden equiparar a tres dimensions o mirades diferenciades sobre el turisme. En primer lloc un discurs sobre la materialització física del turisme, entès com a causa de turismefòbia. En aquest discurs la turismefòbia es vincula a l’existència d’uns límits del creixement turístic en una mirada que, més que quantificar o definir una capacitat de càrrega, és assimilable a actituds socials i perceptuals. Així, el discurs descriu la traducció social i el valor intangible que per al conjunt dels actors tenen els aspectes materials com el volum d’activitat i la freqüentació turística. En concret s’han identificat diferents atributs d’aquesta materialitat que són reinterpretats socialment: 1) el nou paper social que assumeix la densitat urbana en un context de creixent ús del terme massificació, especialment referida a l’espai públic; i 2) el reclam social d’un límit físic al turisme vinculat al fet que s’ha sobreexigit la seva capacitat de càrrega social, aspecte especialment expressat en el debat al voltant del concepte de sobreturisme. En segon lloc s’ha identificat un discurs que gira al voltant del dret a la ciutat, molt relacionat amb el debat sobre com es pot compatibilitzar la irrupció del turisme a la ciutat amb una qualitat de vida digna i una habitabilitat urbana. Malgrat que aquest debat té molts punts en comú amb l’anterior, la gran diferència és que no obeeix a un element físic, sinó a la manera com s’entén que el turisme transforma els processos de producció i consum urbà a la ciutat contemporània. El tercer discurs identificat, té un caràcter programàtic i gira al voltant del model de desenvolupament turístic de la ciutat. Es tracta d’una continuació lògica dels dos discursos anteriors, ja que

Anna Soliguer Guix

un cop identificades les causes que fan aparèixer turismefòbia els mitjans intenten oferir solucions tècniques.

Des del punt de vista de la producció d’interès comunicatiu, la turismefòbia ha estat un tema reclam que ha recollit portades i titulars degut al seu abast social de les notícies. Si bé és cert que, en part, aquest interès de la premsa per la temàtica obeeix a un interès per recollir les principals preocupacions dels residents en relació al turisme, sobretot es justifica per les relacions de poder i per l’interès públic generat, el qual incideix en la capacitat de millorar els resultats dels diaris o per defensar determinades postures polítiques i anunciants. D’altra banda, s’ha constatat que, malgrat l’enorme volum d’informació i notícies generades, l’abast del debat s’ha vist molt limitat a mesura que ha anat guanyant pes el caràcter ideològic, per sobre del debat instrumental i tècnic, com altres estudis han posat de manifest (Blanco-Romero, Blázquez-Salom, Morell & Fletcher, 2019). Finalment, des del punt de vista comunicatiu, l’anàlisi mètrica ha permès corroborar que la turismefòbia ha estat un referent de curta durada en els mitjans de comunicació, tal i com suggereixen els models teòrics de l’“issue-attention cycle”. Aquest cicle és habitual en l’aparició de temes de debat a la premsa i l’atenció gradual que li presten els mitjans. En termes generals, el cicle inclou una elevada atenció inicial que evoluciona cap a una caiguda de l’interès i l’oblit parcial o total (Hall, 2003; Downs, 1972). En el cas analitzat sobre turismefòbia a Barcelona es contrasta aquest model evolutiu. L’interès inicial mediàtic es justifica perquè genera controvèrsia social àmplia (Velasco & Carrillo, 2021) i polaritat (opinions a favor o en contra) (Huertas, Ferrer-Rosell, Marine-Roig & Cristobal-Fransi, 2021) però progressivament i a mesura que el debat es va polititzant perd eficàcia i valor d’actualitat. El debat sobre el turisme a través de la turismefòbia obre la porta a la seva politització a través dels moviments socials destacant un biaix mediàtic que utilitzant el micropoder s’enfronten al poder hegemònic a la vegada que els mitjans de comunicació silencien els moviments socials urbans.

En definitiva, el que va començar com una reflexió acadèmica i la incorporació d’un concepte, ha anat donant pas, a mesura que la intervenció dels mitjans de comunicació se l’han apropiat, a una manifestació més de la pugna per la legitimització social del turisme,

Anna Soliguer Guix

entre detractors acusats de turismefòbics, i defensors del marc establert, acusadors. En conseqüència, la major part del debat sobre la TFB en el període analitzat, té un fort caràcter ideològic vinculat a les relacions de poder existents, i amb una forta càrrega narrativa emocional (ús d’elements retòrics estratègies de posicionament emocional, ús de tècniques lingüístiques com l’animalització, o l’ús de metàfores). Es detecta, per tant la necessitat de que l’anàlisi sigui molt més crítica, tècnica i amb caràcter analític si es pretén fer alguna contribució a la gestió i la planificació del turisme a partir dels problemes de fons que planteja a les ciutats contemporànies (Phi, 2020).

L’anàlisi dels moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona, d’acord amb els objectius 3 i 4, ha permès conèixer les seves característiques i posicionaments davant del turisme. Una primera aportació rau en el fet que es detecta que la protesta turística depèn de la continuïtat històrica de les lluites polítiques dels grans temes de preocupació social a la ciutat. En aquest sentit, l’entrada del turisme a l’agenda dels moviments socials corrobora el concepte de repolitització del turisme que apunten alguns autors (Milano, 2018) vinculat a la inclusió de la problemàtica del turisme en l’agenda pública del govern municipal amb l’objectiu de contrarestar les desigualtats i desequilibris de les ciutats contemporànies.

Una altra contribució ha estat la identificació de diferències internes, a partir de l’anàlisi de l’estructura i composició dels grups de protesta antiturística. Aquesta naturalesa és heterogènia, tant pel que fa a les seves característiques compositives com als seus interessos, objectius i missió. Per primer cop s’ha examinat, per al cas de Barcelona, sistemàticament aquesta diferenciació i s’han obtingut resultats que corroboren els d’estudis anteriors en altres contextos geogràfics (Novy & Colomb, 2019). S’ha posat de manifest també, igual que en l’anterior estudi, que la diversitat existent en l’àmbit de la protesta turística justifica la creació de tipologies i classificacions de moviments socials i grups de protesta anti turística. També es corrobora la complexitat dels moviments socials estudiats, d’acord amb la perspectiva d’anàlisi abordada des de la complexitat d’actors i col·lectius (Le Galès, 2002; Subirats 2002).



Anna Soliguer Guix

La caracterització tipològica dels moviments i associacions veïnals de Barcelona s’ha realitzat a partir d’elements estructurals i formals i, malgrat que en termes generals tenen un paper similar en la construcció del debat social sobre el turisme, també presenten diferències significatives entre ells. Així, el paper estructurador dels moviments socials urbans i associacions de veïns té lloc en termes de generadors d’alertes i sensibilització al voltant del turisme com un element de disrupció de la vida a la ciutat, de representativitat i abast social de la protesta, de l’organització de nodes d’una xarxa més àmplia de protesta interconnectada, d’elements estructuradors de les relacions de poder local, i també pel desplegament d’accions de protesta i de temes comuns (Mathieu, 2021). Les diferències observades emergeixen des dels tres àmbits categòrics de la protesta identificats per Castells: 1) el dret a la ciutat, associat en el cas de la protesta anti-turística a les externalitats produïdes pel turisme; 2) la defensa de la identitat, associada en el cas del turisme a l’erosió de la comunitat local i el seu caràcter genuí; i 3) la demanda d’empoderament de la comunitat local, per ocupar el buit que deixen les administracions (Castells, 1986).

Les diferències observades entre grups de protesta tenen també a veure en els enfocaments i eixos temàtics de la protesta, l’escala territorial de referència per abordar la problemàtica i l’abast dels objectius i missió. Per exemple, s’han identificat grups amb enfocaments territorials de la protesta molt diferents. D’una banda, alguns grups (com les associacions veïnals) s’interessen per temàtiques rellevants a nivell local i de barri. D’altra banda, hi ha altres grups (com per exemple Arran o l’ABDT) que mantenen una visió global, sistèmica i ideològica però menys finalista. En segon lloc, existeix una diferència entre grups al voltant del que consideren factors clau de la identitat urbana i que deriva en l’interès per determinades temàtiques de protesta. Així, trobem una clara bifurcació dels temes d’interès entre les problemàtiques urbanes, i especialment les relacionades amb l’habitatge, i la problemàtica laboral. La detecció d’aquest doble interès coincideix amb els estudis recents sobre les dinàmiques de protesta anti turística (Harvey, 2013; Lefebvre, 2017; Walmsley, 2017; Cañada, 2018, Martínez-Gayo & Martínez-Quintana, 2020).

Anna Soliguer Guix

Una tercera diferència té a veure amb l’àmbit de les relacions de poder i l’empoderament de la ciutadania a través de la protesta. En aquest sentit hi ha diferents visions de com ha de ser l’aproximació i relació amb el poder, amb grups que aposten per tenir una actitud de distanciament i diferenciació total respecte a qualsevol ressort del poder i altres grups que sense rebutjar a la seva autonomia i capacitat de prendre decisions autònomes, col·laboren o participen amb el poder en una escala de geometria variable. Com a explicacions de l’aproximació al poder hi ha diferents factors a tenir en compte. D’una banda, l’origen, els contactes personals i les relacions directes que es desenvolupen entre grups i poder polític, fent que els grups de protesta exerceixin el paper de “vigilants del poder” i de la pressió “per proximitat” al mateix temps que actuen com a outsiders del sistema. Una altra explicació té a veure amb la triangulació de les relacions que permet el contacte amb el poder, la qual afavoreix l’establiment de mecanismes de pressió dels grups socials cap als actors turístics, mediat pel poder, i sense necessitat d’una confrontació directa. Finalment, i des d’un punt de vista més conceptual en aquesta recerca s’ha confirmat també que l’aproximació al poder deriva de l’existència de cicles de diferenciació i apropament entre les diferents parts (Zerva, Palou, Blasco & Donaire, 2019).

Un element important de l’anàlisi de la protesta anti-turística a Barcelona ha estat la detecció de temes no abordats i de l’absència de debat important i a fons sobre alguns temes. Entre aquests buits de la protesta hi ha el tema del gènere (Alcalde-González, Gálvez-Mozo & Valenzuela-Bustos, 2021), la problemàtica ambiental, el fenomen migratori i els enclaus transnacionals (Cocola-Gant & López-Gay, 2020), a més de la salut física i mental (Anguelovski, Triguero-Mas, Connolly, Kotsila, Shokry, Pérez Del Pulgar, Garcia-Lamarca, Argüelles, Mangione, Dietz & Cole, 2019) i els impactes psicosocials de l’activitat turística sobre els residents (González-Reverté, 2022). Aquests temes que comencen a tenir interès, o fins i tot estan ja consolidats en la producció de recerca sobre els impactes i efectes del turisme a les ciutats, encara representen un camí a recórrer per tal de donar format a l’agenda futura dels grups de protesta. Veure fins quin punt, en el futur, s’integren o no aquests nous temes en les agendes suposa, a més, un laboratori d’observació dels grups de protesta. Això pot permetre avaluar la seva capacitat

Anna Soliguer Guix

per recollir noves propostes i per compartir amb o desplaçar del debat públic altres temes de protesta actualment molt arrelats, com l’habitatge i el dret a la ciutat, els quals, malgrat els canvis estructurals generats durant la pandèmia de COVID, s’han mantingut centrals en el discurs dels grups.

L’anàlisi de la resposta emocional de la comunitat local davant del turisme i la presència de turistes permet donar resposta als objectius 5,6,7 i 8. En primer lloc es contrasta l’existència de diferències en la percepció emocional dels residents davant situacions de pressió turística. Aquestes diferències responen a l’heterogeneïtat de situacions contextuals de relació amb el turisme, tal i com posa de manifest la Social Exchange Theory (Harrill, 2004; Sharpley, 2014). A més, com a contribució, el nostre estudi ha identificat altres paràmetres que, més enllà de la dependència, també influeixen en la percepció de la resposta emocional, com la relació amb l’entorn turístic i la identitat turística local. Els resultats de l’anàlisi comparada entre dues destinacions amb una diferent evolució de l’activitat turística, com Lloret de Mar i Barcelona, suggereixen que la interiorització de la identitat i la corresponent naturalització del turisme per part dels residents en cada entorn concret ofereixen diferents respostes actitudinals davant situacions de pressió turística elevada. A més, els resultats obtinguts sobre la percepció emocional també contribueixen a desmitificar el paper de la turismefòbia, fomentat per determinats mitjans de comunicació, com una mirada estrictament anti turística i a entendre-la fonamentalment com una pràctica socialment construïda. Així, en les dues destinacions analitzades apareixen pautes coincidents en assenyalar que els impactes emocionals davant la freqüència i densitat turística i els seus efectes sobre l’estrès, a més de la pèrdua de control sobre l’entorn extern i intern, deriven molt més del turisme, en abstracte i quan es llegeix com una activitat els efectes de la qual queden fora del control de la comunitat, que dels turistes, amb els quals es tendeix a expressar un major nivell d’empatia i proximitat social. Aquests resultats s’acosten als detectats en altres estudis similars (Woosnam, 2012; Gössling, McCabe & Chen, 2020; Seo, Evan, Woosnam, Lee & Lee, 2021; González-Reverté, 2022).

Anna Soliguer Guix

No obstant, l’existència d’aquests paràmetres comuns no vol dir que no existeixin diferències entre residents. Precisament, una altra aportació d’aquest treball té a veure amb la parametrització i caracterització d’aquestes diferències, les quals han conduït a la construcció d’un model de l’actitud dels residents davant del turisme i els turistes a partir de la resposta emocional. L’estudi ha servit per detectar tres tipus d’actituds (positiva davant del turisme i dels turistes, positiva davant del turisme però desfavorable als turistes, i desfavorable tant al turisme com als turistes). Algunes de les diferències observades a les dues destinacions estudiades, estan relacionades amb la percepció de la massificació i la freqüència, l’efecte, empatia i relació amb els turistes, a més de la dependència econòmica. Aquesta tipologia i el model explicatiu aportat proporcionen un marc comparatiu, tant a nivell nacional com internacional, que permet ser reproduït per d’altres persones investigadores i desenvolupar nous estudis interessats en la incidència de la resposta emocional dels residents en la seva actitud sobre el turisme i els turistes.

En resum, l’objecte d’estudi pel qual ha apostat aquesta recerca ha servit per conèixer més en profunditat l’actitud de la comunitat davant del turisme, prenent com a exemples el punt de vista dels residents, la premsa i els moviments de protesta anti-turística. La reacció i la protesta forma part del paisatge quotidià de les ciutats i destinacions turístiques i amb molta probabilitat continuarà sent-ho en un futur proper. És per aquest motiu que cal posar fonaments teòrics sòlids i proporcionar dades empíriques que permetin apreciar el paper de la comunitat local en la seva relació amb el turisme i el model de ciutat. S’han aportat dades noves i s’ha realitzat un esforç de síntesi conceptual per tal de definir i discutir la relació existent entre la percepció dels impactes del turisme entre la comunitat local. Aquesta reacció s’ha parametritzat en funció de diversos paràmetres com el discurs mediàtic, l’articulació de la protesta per part de diferents grups i la resposta emocional dels residents.

En aquesta recerca hem pogut identificar que malgrat que les condicions d’emergència de la protesta obeeixen a un marc comú i un context espacial i socioeconòmic específic, el seu caràcter i la manifestació final resultant són molt variats. Diferents elements ajuden a comprendre aquest marc de geometria variable, i amb diferents intensitats de la protesta

Anna Soliguer Guix

duta a terme per la comunitat local. La capacitat de transformar discursos segons una major proximitat al poder, la diversitat de procedències i punts de vista de l’ecosistema de l’activisme local, la influència de la dependència del sector turístic en els balanços personals que condicionen l’actitud o la presència d’atributs psicosocials que proporcionen una resposta emocional que no obeeix a factors estrictament econòmics o de lluita social han estat exposats al llarg d’aquestes pàgines. Estem convençuts que tots ells són elements a tenir en compte per proporcionar una futura teoria integrada de la protesta turística des del punt de vista de la comunitat local en llocs turístics. De ben segur, però que caldrà destinar més esforços i proposar nous enfocaments d’anàlisi.

### **8.3. Línies de recerca futures**

Som de l’opinió que tota recerca acaba generant més preguntes que respostes. Per aquest motiu cal mirar endavant, a partir del que s’ha aportat, i plantejar noves possibilitats de recerca futura que complementin la realitzada i l’ampliïn. Per exemple, té molt d’interès les recerques relacionades amb les actituds dels residents a les xarxes socials (Lu, Mihalik, Heere, Meng & Fairchild, 2019) ja que permeten copsar millor les característiques distintives i augmentar la base teòrica en la comprensió de les actituds dels residents envers el turisme. El seu estudi també és d’utilitat per entendre millor la percepció del desenvolupament turístic i especialment, com afecten emocionalment les notícies que les institucions o els mitjans de comunicació en línia s’expandeixen per les xarxes socials. Els estudis qualitatius sobre les reaccions dels residents locals ha de contribuir també a oferir un punt de vista complementari i ampliar els matisos de de la resposta emocional dels residents (Hao, Fu, Hsu, Li & Chen, 2019). Per fer-ho serà necessari emprendre anàlisis des d’altres marcs conceptuals, com per exemple la Teoria de la Representació Social, usades en la caracterització de la construcció social de la protesta, la percepció dels impactes o la discussió de temes que representen dilemes socials (Fredline & Faulkner, 2000) però també prendre en consideració conceptes com el place attachment (Lalicic & Garaus, 2022).

Anna Soliguer Guix

Altres línies de recerca a tenir en compte inclouen l’anàlisi de la turismefòbia des del punt de vista de l’emocionalitat, combinant una metodologia quantitativa (anàlisi de continguts) i qualitativa (per exemple a partir de l’anàlisi discursiva). En el futur resulta de gran interès ampliar l’aplicació dels mètodes que analitzen la freqüència d’adjectius i l’anàlisi semàntica o les valoracions subjectives (introduïdes parcialment en la nostra recerca) per conèixer millor les emocions vinculades a l’activitat turística i finalment, entendre millor l’actitud dels residents. També seria força interessant obrir noves vies de recerca sobre alguns dels temes poc abordats en la protesta dels grups d’activisme, amb l’objectiu de saber les causes dels silencis. Igualment es detecta la necessitat d’ampliar l’estudi de les respostes emocionals a partir de la introducció de noves variables com les cosmovisions (worldviews) o les característiques personals a nivell de caràcter i de comportament, d’aspectes ètics i preferències ambientals. Això requerirà explorar més en profunditat les teories emocionals com a marc conceptual, les quals en aquesta investigació s’han usat de forma introductòria. Una altra línia de recerca que emergeix d’aquesta tesi és centrar-se en analitzar l’actitud dels residents en contextos diferents on la pressió turística no és tan elevada i comparar-ho amb llocs amb elevada freqüentació turística, com les dues destinacions analitzades aquí.

Finalment, considerem essencial, per entendre millor el paper de la comunitat local, afegir una nova línia de recerca a partir de la consideració de les persones treballadores en el sector turístic i la seva actitud davant del turisme. Aquesta línia, que malgrat ser contemplada en un inici no ha tingut temps material de desenvolupar-se de forma consistent en aquesta tesi, suggereix diferents àmbits rics en debat i contingut conceptual. En són un exemple la influència de la protesta sindical i els temes de conciliació laboral i sobrecàrrega de feina, l’estudi de la diferenciació de les emocions entre treballadors i no treballadors del sector turístic i l’aparició de malalties físiques i mentals entre els treballadors i treballadores del sector. Un cas d’estudi que seria de força interès i fins ara, gens treballat en turisme, seria el cas de les recepcions d’hotel.

Anna Soliguer Guix

#### **8.4. Limitacions**

La limitació de temps i d’espai a la qual s’ajusta aquesta recerca no ha permès introduir amb major profunditat alguns dels actors que més importància tenen en la comunitat local (les persones treballadores en el sector turístic). Tampoc s’han estudiat en profunditat els grups d’interès i les relacions de poder polítiques que frenen el benestar dels residents (Velasco, 2016; Huete i Mantecón, 2018). Analitzar la introducció de noves formes de desigualtat a través de la perspectiva biopolítica, ètica i moral i analitzar la generació d’un entorn de complexitat cal que sigui abordat amb més profunditat des de l’acadèmia amb l’objectiu de superar la inoperància de la sostenibilitat actual. Altres limitacions que han condicionat el nostre estudi tenen a veure amb l’ús d’una mostra reduïda de residents per valorar la seva actitud grupal davant del turisme i la manca d’una aproximació qualitativa a la seva resposta emocional. Analitzar qualitativament les percepcions dels residents podria permetre ampliar la representativitat social i demogràfica dels perfils que per diferents motius no es senten còmodes contestant enquestes i especialment, afegir matisos i noves valoracions sobre la seva relació psicosocial amb el turisme.

## 9. Referències bibliogràfiques

Abril-Sellares, M., Azpelicueta, M. C. y Sánchez-Fernández, M. D. (2015). Turismo sostenible: lugareños frente a turistas. El caso de la ciudad de Barcelona. *Holos*, 31(3), p. 331-337.

Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tourism Management* 17(7), 481-94.

Alamilla Canto, C. (2016). Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, (11), 1-11.

Alcalde González, V., Gálvez Mozo, A. & Valenzuela Bustos, A. (2022). Diffusion of intersectionality across contemporary Spanish activism: the case of Las Kellys. *Social Movement Studies*, 1-17. DOI: 10.1080/14742837.2022.2142546

Alcalde-González, V., Gálvez Mozo, A. & Valenzuela Bustos, A. (2021). No clean rooms, no hotel business: Subversion tactics in Las Kellys' struggle for dignity in hotel housekeeping. *Annals of Tourism Research*, Volume 91, 103315.

Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., Tasci, A. D. & Ramkissoon, H. (2022). Antecedents and outcomes of resident empowerment through tourism. *Journal of Travel Research*, 61(3), 656-673.

Allredge, R.B. (1973). Some capacity theory for parks and recreation areas. *Trends in Parks and Recreation*, 10 (Oct.-Dec.), 20-30.

Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1993). Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 31(4), 27–33.

Almeida-García, F., Cortés-Macías, R. & Balbuena-Vázquez, A. (2019). Tourism-phobia in historic centres: the case of Málaga. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (83). <https://doi.org/10.21138/bage.2823>



Anna Soliguer Guix

Alonso-Monasterio, P. (2019). Análisis de la igualdad de género en el sector turístico. El caso de los SICTED de la Comunitat Valenciana en 2018. *Papers de Turisme*, 62, 1-23.

Álvarez Sousa, A. (2020). La percepción de los problemas del overtourism en Barcelona. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi*, 26(1), 59-92.

Anastasopoulos, P. G. (1992). Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. *Annals of Tourism Research*, 19, 629–642.

Ancelovici, M. (2021) Conceptualizing the context of collective action: an introduction. *Social Movement Studies*, 20(2), 125-138.

Andereck, K. L. & Becker, R. H. (1993). Perceptions of carry-over crowding in recreation environments. *Leisure Sciences*, 15(1), 25-35.

Andereck, K. L. & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260.

Andereck, K., Valentine, K., Knop R. & Vogt, C. (2005). Residents’ perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076.

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> >

Andriotis, K. (2002). Options in Tourism Development: Conscious versus Conventional Tourism. *Anatolia. An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 73-85.

Andriotis, K. (2005). Community groups’ perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67–90.

Anna Soliguer Guix

Andriotis, K. (2014) Keynote speech: tourism development and the degrowth paradigm. In: Conference Proceedings of the 2nd Belgrade International Tourism Conference (BITSCO2014), College of Tourism Belgrade, Serbia 27–29 March 2014.

Andriotis, K. (2018). *Degrowth in tourism: Conceptual, theoretical and philosophical issues*. New York, NY: CABI.

Andriotis, K. (2021). *Issues and Cases of Degrowth in Tourism*, CABI: Wallingford.

Andriotis, K. & Vaughan, R.D. (2003). “Urban residents’ attitudes toward tourism development: the case of Crete”. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.

Anguelovski, I., Triguero-Mas, M., Connolly, J.J., Kotsila, P., Shokry, G., Pérez Del Pulgar, C., Garcia-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.

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

Ap, J. & Crompton J. L. (1993). Residents’ Strategies for Responding to Tourism Impacts. *Journal of Travel Research*, 32, 47–50.

Ap, J. & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.

Araya López, A. (2021). A summer of phobias: media discourses on ‘radical’ acts of dissent against ‘mass tourism’ in Barcelona. *Open research Europe*, Vol, 1, p.66.

Arias-Sans, A. (2019). Turisme i metròpoli. Reflexions per a una agenda integrada. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 1(62), p. 10-19.

Arias-Sans, A. & Quagliari Domínguez, A. (2016). Unravelling Airbnb: Urban Perspectives from Barcelona. In *Reinventing the local in tourism*, 209-228.

Anna Soliguer Guix

Arias-Sans, A. & Russo, A.P. (2016). The right to Gaudí. What can we learn from the commoning of Park Güell, Barcelona?. In C. Colomb & J. Novy (Eds.), *Protest and resistance in the tourist city* (247–263). London: Routledge.

Ariza-Montes, A., Hernández-Perlines, F., Han, H. & Law, R. (2019). Human dimension of the hospitality industry: Working conditions and psychological well-being among European servers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 138–147.

Asara, V., Otero, I., Demaria, F. & Corbera, E. (2015). Socially sustainable degrowth as a social–ecological transformation: repoliticizing sustainability. *Sustainability Science*; Dordrecht, 10( 3), 375-384.

Ateljevic, I. (2020). Transforming the (tourism) world for good and (re)generating the potential ‘new normal’. *Tourism Geographies*, 22(3), 467-475.

Ateljevic, I., Morgan N. & Pritchard, A. (2012). *The Critical Turn in Tourism Studies. Creating an Academy of Hope*. Routledge.

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.

Barbaza, Y. (1996). *Le paysage humain de la Costa Brava*. Paris: A. Colin.

Baum, T. (2018). Sustainable human resource management as a driver in tourism policy and planning: a serious sin of omission?. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 873-889.

Beaumont, N. & Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 7–28.  
<https://doi.org/10.1080/09669580903215139>

Belisle, F. J. & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.

Anna Soliguer Guix

Bernini, C., Matteucci, M. & Mignani, S. (2015). Investigating heterogeneity in residents' attitudes toward tourism with an IRT multidimensional approach. *Quality and Quantity*, 49(2), 805-826.

Berno, T. (1999). When is a guest a guest?: Cook Islanders conceptualize tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 565–675.

Berno, T. (2003). Local control and the sustainability of tourism in the Pacific. In D. Harrison (Ed.). *Pacific island tourism* (94–109). London: Cognizant Publications.

Berno, T. & Ward, C. (2005). Innocence abroad: A pocket guide to psychological research on tourism. *American Psychologist*, 60, 593–600.

Bimonte, S., D’Agostino, A., Grilli, G. & Pagliuca, M. (2019). Tourist season and residents’ life satisfaction: Empirical evidence from a longitudinal design in a Mediterranean destination. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 323–333.

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M. & Cànoves, G. (2018). Barcelona, Housing Rent Bubble in a Tourist City. Social Responses and Local Policies. *Sustainability*, 10(6), 2043

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*. Madrid, Spain, (83). doi: 10.21138/bage.2834.

Blasco, D., Palou, S. & Poch, M. (2021), Spread of Critical Discourses Opposing Tourism: The Case of Girona, an Urban Satellite Destination of Barcelona. *Tourism, Planning and Development*, DOI: 10.1080/21568316.2021.1873840

Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.

Blázquez-Salom, Blanco-Romero, A., Vera-Rebollo, F. & Ivars-Baidal, J. (2019). Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1764–1785.

Anna Soliguer Guix

Blázquez, M., Cañada, E. y Murray, I. (2011). Búnker playa -sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica. *Scripta Nova*, 15(368), 741 -798.

Bobic, S. & Akhavan, M. (2022). Tourism gentrification in Mediterranean heritage cities. The necessity for multidisciplinary planning. *Cities*, 124, 103616.

Boissevain, J. (Ed.). (1996). *Coping with tourists: European reactions to mass tourism* (Vol. 1). Providence, Oxford: Berghahn Books.

Boley, B.B., McGehee, N.G., Perdue, R.R. & Long, P. (2014). “Empowerment and resident attitudes toward tourism: strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 49, 33-50.

Boluk, K., Cavaliere, C. & Higgins-Desbiolles, F. (2019) A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847-864.

Boonstra, W.J. & Joose, S. (2013). The social dynamics of degrowth. *Environmental Values* 22(2), 171–189.

Boukhris & Peyvel, E. (2019). El Turismo bajo la óptica de los modelos postcoloniales y de la descolonización. *Via Tourism Review*, 16(16).  
<https://doi.org/10.4000/viatourism.4106>

Bourdeau, P. & Berthelot, L. (2008). Tourisme et décroissance : De la critique et l'utopie ? In F. Flipo & F. Schneider (Eds.), *Proceedings of the First International Conference on Economic De-Growth for Ecological Sustainability and Social Equity*, Paris, 18–19 April, 78–85. Paris: Research & Degrowth.

Bramwell, B. & Lane, B. (1993). Interpretation and sustainable tourism: The potential and the pitfalls. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 71–80.

Bramwell, B. & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411–421.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>

Anna Soliguer Guix

Brida, J. G. & Zapata-Aguirre, S. (2009). Cruise tourism: Economic, socio-cultural and environmental impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1(3), 205–226. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2010.029585>

Brouder, P. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490.

Brougham, J. & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569–590.

Bruckner, P. & Finkelkraut, A. (1979). *Au coin de la rue, l'aventure*. Paris : Éditions du Soleil.

Brunt, P. & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515.

Bruttomesso, E. (2018). Making sense of the square: Facing the touristification of public space through playful protest in Barcelona. *Tourist Studies*, 18(4) 467-485.

Buechler, S. M. (1995). New social movement theories. *The Sociological Quarterly*, 36(3), 441–464.

Buhalis, D. & Law, R. (2008). “Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet – the state of eTourism research”. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

Buitrago, E. M. & Yñiguez, R. (2021). Measuring overtourism: A necessary tool for landscape planning. *Land*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/land10090889>

Burns, P. (1997). Hard-skills, soft-skills: undervaluing hospitality's 'service with a smile'. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3(3), 239-248.

Burns, P. M. & Novelli, M. (2007). *Tourism and politics. Global frameworks and local realities*. Edited by Peter M. Burns, Marina Novelli. Amsterdam, Boston. Elsevier.

Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24(1), 5-12. 4.

Anna Soliguer Guix

Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.

Butler, R. (2019). Overtourism and the tourism area life cycle. In R. Dodds, & R. W. Butler (Eds.). *Overtourism: Issues, realities and solutions* (250-261). Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH.

Butler R. & Dodds R. (2022). Overcoming overtourism: a review of failure. *Tourism Review* 77(1):35–53.

Bystrzanowski, J. (1989). *Tourism as a factor of Change: A Socio-cultural Study*. Vienna: Centre for Research and Documentation in Social Sciences.

Calzada, I. (2020). Seeing Tourism Transformations in Europe through Algorithmic, Techno-Political and City-Regional Lenses, In *Transforming Tourism: Regional Perspectives on a Global Phenomenon*. Coppieters and Ezkerraberri Foundations Chapter 6. pp 74-89 Brussels: Centre Maurits Coppieters ISBN: 978-90-826321-0-1. doi:10.13140/RG.2.2.33522.45769/1.

Campos-Soria, J. A., Ortega-Aguaza, B. & Roperó-García, M. A. (2009). Gender segregation and wage difference in the hospitality industry. *Tourism economics: the business and finance of tourism and recreation*, 15(4), 847-866.

Canan, P. & Hennessy, M. (1989). The Growth Machine, Tourism, and the Selling of Culture. *Sociological Perspectives*, 32(2), 227–243.

Caneday, L. & Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gambling community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research* 30(2), 45-49.

Canestrelli, E. & Costa, P. (1991). Tourist carrying capacity: A fuzzy approach. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 295–311.

Cantero-Exojo, M. (2020). Semiotic landscapes and discourses of protest in Barcelona: Tourism Kills. *Moderna Språk*, 114 (Special Issue): 145-175.

Anna Soliguer Guix

Cañada, E. (2015). *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria Editorial.

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 críticas en turismo*. Albasud. Barcelona: Icaria Editorial.

Cañada, E. y Murray, I. (2021). *#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada*. Barcelona: Alba Sud Editorial. Colección Turismos, 7.

Capel, H. (2005). *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona, Ediciones del Serbal.

Carbonell, M. (2019). El turisme o la vida. Treball i precarietat a la ciutat neoliberal. Observatori del Deute en la Globalització (ODG). Barcelona.

Cardona J.R. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza*. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears.

Carr, N. & Berdychevsky, L. (Eds.) (2022). *Sex in tourism. Exploring the light and dark*. Bristol: Channel View Publications.

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.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial, Madrid.

Castells, M. (2017). *Ruptura: la crisis de la democràcia liberal*. Alianza Editorial. Madrid.

Castree, N. (Ed.) (2010). *The point is to change it: Geographies of hope and survival in an age of crisis*. New York, NY: John Wiley & Sons.



Anna Soliguer Guix

Cattaneo, C., D’Alisa, G., Kallis, G. & Zografos, C. (2012). *Degrowth futures and democracy*. *Futures*, 44(6), 515–523.

Cavus, S. & Tanrisevdi, A. (2002). Residents’ attitudes toward tourism: A case study of Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis* 7, 3-4: 259-68.

Cocola-Gant, A. (2016a). La producción de Barcelona como espacio de consumo. Gentrificación, turismo y lucha de clases. En: *Cartografía de la ciudad capitalista. Transformación urbana y conflicto social en el Estado Español* (31-56). Asociación de Estudios Antropológicos La Corrala. Traficantes de Sueños.

Cocola-Gant, A. (2016b). Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 1–9. <https://doi.org/10.5153/sro.4071>

Cocola-Gant, A. (2018). Tourism gentrification. In L. Lees & M. Phillips (Eds.), *Handbook of gentrification studies* (281–293). Cheltenham and Northampton: Edward Elgar.

Cocola-Gant, A., Gago, A. & Jover, J. (2020). Tourism, gentrification and neighbourhood change: an analytical framework. Reflections from Southern European cities. In Jeroen Oskam (Ed). *The Overtourism Debate. NIMBY, Nuisance, Commodification*. Bingley: Emerald. p. 121-135.

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

Colomb, C. & Novy, J. (2016). *Protest and resistance in the tourist city*. New York: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315719306>

Conceicao, C. C., Dos Anjos, F. A., & Gadotti dos Anjos, S. J. (2019). Power relationship in the governance of regional tourism organizations in Brazil. *Sustainability*, 11(11), 3062–3015. <https://doi.org/10.3390/su11113062>

Consiglio, I. Angelis, M. & Costabile, M. (2018). The effect of social density on word of mouth. *Journal of Consumer Research*, 45(2018), 511-528.

Anna Soliguer Guix

Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Tourism Research* 21(1) 22-28.

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Cosme, I., Santos, R. & O'Neill, D. W. (2017). Assessing the degrowth discourse: A review and analysis of academic degrowth policy proposals. *Journal of Cleaner Production*, 149, 321–334.

Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R. & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *The Academy of Management Annals*, 11(1), 479–516.

Cropanzano, R. & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900.

Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. (2012). Destination competitiveness and its implications for host-community QOL. In *Handbook of tourism and quality-of-life research* (491-513). Springer, Dordrecht.

Chambers, D. (2021). Are we all in this together? Gender intersectionality and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2021.1903907.

Chang, K.C. (2021). The affecting tourism development attitudes based on the social exchange theory and the social network Theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 167-182.

Chappel, S. (2002). Hospitality and Emotional Labour in an International Context. In N. D'Annunzio-Green, G. Maxwell & S. Watson (Eds.), *Human Resource Management. International Perspectives in Hospitality and Tourism* (225-240). London: Thomson.

Chassagne, N. & Everingham, P. (2019). Buen Vivir: Degrowing extractivism and growing wellbeing through tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1909–1925.

Anna Soliguer Guix

Chen, N., Hsu, C. H. & Li, X. R. (2018). Feeling superior or deprived? Attitudes and underlying mentalities of residents towards mainland Chinese tourists. *Tourism Management*, 66, 94–107.

Chen, N., Hsu, C. H. & Li, X. (2021). Resident sentiment toward a dominant tourist market: scale development and validation. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1408-1425.

Cheer, J.M. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: a conceptual touchstone, *Tourism Geographies*, 22(3), 514-524.

Cheer, J. M., Milano, C. & Novelli, M. (2019). Tourism and community resilience in the Anthropocene: Accentuating temporal overtourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(4), 554–572. DOI: 10.1080/09669582.2019.1578363

Chernyak-Hai, L. & Rabenu, E. (2018). Industrial and Organizational Psychology: *Perspectives on Science and Practice*, 11(3): 456-481.

Cheung & Li, L.-H. (2019). Understanding visitor-resident relations in overtourism: developing resilience for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1197–1216.

Crespí Vallbona, M. y Mascarilla Miró, O. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). EURE. *Revista latinoamericana de estudios urbano regionales*, 44(133), 51-70.

D’Alisa, G., Demaria, F. & Cattaneo, C. (2013). Civil and uncivil actors for a degrowth society. *Journal of Civil Society*, 9(2), 212–224.

D’Alisa, G., Demaria, F. & Kallis, G. (Eds.) (2014). *Degrowth: A vocabulary for a new era*. London: Routledge.

Dai, Y., Zhuang, W., Lu, S. & Huan, T. (2020). Work engagement or job burnout? Psychological ownership amongst the employees of international tourist hotels. *Tourism Review*, 75. doi:10.1108/TR-03-2020-0087

Anna Soliguer Guix

Damayanti, M., Scott, N. & Ruhanen, L. (2019). Coopetition for tourism destination policy and governance: The century of local power?. In Fayos-Solà, E. & Cooper C. (Eds.). *The Future of Tourism* (285–299). Springer

Davis, D., Allen, J. & Cosenza R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourists. *Journal of Travel Research* 27(2), 2-8.

Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64–73.

Degen, M. & García, M. (2012). The Transformation of the ‘Barcelona Model’: An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance. *International Journal of Urban and Regional Research*. Flight. 36.5, 1022-1038.

De Lucia, C., Pazienza, P., & Balena, P. (2021). How does ICT influence residents’ attitudes towards tourism as a driver of development? A generalised ordered logistic regression analysis: ICT for tourism as driver of development in lagging behind regions. *The International Journal of Tourism Research*, 23(6), 1126–1150.

Delgado, M. (2007). *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del modelo Barcelona*. Madrid: Catarata.

Delgado, M. (2008) Turistofobia. El País. [https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html)

Demaria, F., Schneider, F., Calsamiglia, A., Blanco, L. & Domeneghini, D. (2011) Degrowth in Sudeuropa: Komplementarität in der Vielfalt. In: Rätz, W., von Egan-Krieger, T., Muraca, B., Passadakis, A., Schmelzer, M., et al. (eds) *Ausgewachsen! Ökologische Gerechtigkeit. Sozial Rechte. Gutes Leben*. VSA-Verlag Hamburg, Germany, 161–172.

De Souza, M. L. (2006). Social movements as ‘critical urban planning’ agents. *City*, 10(3), 327–342.

Deutsch, M. & Krauss, R.M. (1965). *Theories in social psychology*. Oxford: Basic Books.

Anna Soliguer Guix

Devos, T., Silver, L. A., Mackie, D. M. & Smith, E. R. (2002). Experiencing intergroup emotions. In D. M. Mackie & E. R. Smith (Eds.), *From prejudice to intergroup emotions: Differentiated reactions to social groups* (111–134). New York: Psychology Press.

Dichter, A. & Guevara, G. (2017). *Coping with success: Managing overcrowding in tourism destinations*. World Travel and Tourism Council, London.

Diedrich, A. & Garcia-Buades, E. (2009): «Local perceptions of tourism as indicators of destination decline», *Tourism Management*, nº 30, 512-521.

Dirksmeier, P. & Helbrecht, I. (2015). Resident Perceptions of New Urban Tourism: A Neglected Geography of Prejudice. *Geography Compass*, 9(5), 276-285.

Ditton, R. B., Fedler, A. J. & Graefe, A. R. (1983). Factors contributing to perceptions of recreational crowding. *Leisure Sciences*, 5(4), 273–288.

Doágan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: socio-cultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216-236.

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 urbanos*, junio-septiembre.

Donaire, J.A. i Duro, J.A. (2014). Barcelona, del turisme de masses al turisme d’experiències. Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.

Donaire, J.A., Fraguell, R.M. y Mundet, Ll. (1997). La Costa Brava ante los nuevos retos del turismo. *Estudios Turísticos* nº 133, (77-96).

Donaire, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S. & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1-26.

Anna Soliguer Guix

Donnelly, M. P., Vaske, J. J., Whittaker, D. & Shelby, B. (2000). Toward an understanding of norm prevalence: A comparative analysis of 20 years of research. *Environmental Management*, 25(4), 403–414.

Downs, A. (1972). Up and down with ecology: The 'issue-attention cycle'. *The Public Interest*, 28, 38-50.

Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. The impact of tourism. In the sixth annual TTRA conference proceedings (195-198). San Diego: The Travel Research Association.

Draper, J., Woosnam, K. M. & Norman, W. (2011). Tourism Use History: Exploring a New Framework for Understanding Residents' Attitudes toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64–77.

Durkheim, E. ([ 1915]1995). *The Elementary Forms of the Religious Life*. New York: Free Press.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, R. & Carter, J. (2007). Structural modelling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.

Elosua, P. & Mujika, J. (2015). Partial scalar invariance and observed differences across gender in a reasoning test battery. *Psicothema*, 27(3), 296-302.

Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362.

Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Erul, E., & Woosnam, K. M. (2022). Explaining Residents' Behavioral Support for Tourism through Two Theoretical Frameworks. *Journal of Travel Research*, 61(2), 362–377.

Anna Soliguer Guix

Erul, E., Woosnam, K. & McIntosh, W.A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.

Esses, V. M., Jackson, L. M., Dovidio, J. F. & Hodson, G. (2005). Instrumental relations among groups: Group competition, conflict and prejudice. In J. F. Dovidio, P. S. Glick, & A. L. Rudman (Eds.), *On the nature of prejudice. Fifty years after Allport* (227–243). Malden, MA: Blackwell.

Estivill, J. (1979). Lloret de Mar: destruccions i resistències d’un poble en mans del turisme. *Papers : revista de sociologia*, 10. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v10n0.1107>

Evans-Pritchard, D. (1989). How “they” see “us”: Native American images of tourists. *Annals of Tourism Research* 16: 89-105.

Everitt, B. (2001). *Cluster Analysis*. London: Arnold.

Fakfare, P. & Wattanacharoensil, W. (2021). Impacts of community market development on the residents’ well-being and satisfaction. *Tourism Review* 76(5), 1123–1140.

Farreras, A. (1973). *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936*. Barcelona: Porter.

Fernández Gutiérrez, F., & Morata Toledo, D. (2011). La contaminación acústica en las ciudades turísticas litorales de Andalucía 2001-2010. *Cuadernos de Turismo*, (27), 357–372.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Beliefs, Attitudes, Intentions, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison- Wesley.

Fisher, F. & Gottweis, H. (2012). *The argumentative turn revised: Public policy as communicative practice*. New York: Duke University Press.

Anna Soliguer Guix

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902.

Fleishman, L., Feitelson, E. & Salomon, I. (2004). The role of cultural and demographic diversity in crowding perception: Evidence from nature reserves in Israel. *Tourism Analysis*, 9(1–2), 23–40.

Fletcher, R., Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Cañada, E., Murray, I. & Sekulova, F. (2021). Pathways to post-capitalist tourism. *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2021.1965202

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.

Fletcher, R., Murray, I., Blázquez-Salom, M. & Blanco-Romero, A. (2020). *Tourism, degrowth, and the COVID-19 crisis*. Available at: <https://politicalecologynetwork.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-COVID-19-crisis/> (accessed 12 December 2022).

Fligstein, N. & McAdam, D. (2011). Toward a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory*, 29(1), 1–26.

Font, X., Higham, J., Miller, G. & Pourfakhimi, S. (2019). Research engagement, impact and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 1–11.

Fontanari, M., Traskevich, A. & Seraphin, H. (2021). (De)growth Imperative: The Importance of Destination Resilience in the Context of Overtourism. In: *Issues and Cases of Degrowth in Tourism* (ed. K. Andriotis), 22-41.

Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica: curso en el Collège de France 1978-1979*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Foucault, M. (2019). *Microfísica del poder*. Siglo Veintiuno Editores Argentina. Buenos Aires.



Anna Soliguer Guix

Fredline, E. & Faulkner, G. (2000). Host community reactions. A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3) 763-784.

Fredrickson, B. L. & Joiner, T. (2018). Reflections on positive emotions and upward spirals. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 194–199.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

Freytag, T. & Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies* 20(3), 443–460.

Fridgen, J., D. (1991). Dimensions of tourism. Lansing, MI: The Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.

Fuster-Márquez, M. & Gregori-Signes, C. (2019). La construcción discursiva del turismo en la prensa española (verano del 2017). *Discurso & Sociedad*, (2), 195-224

Fyall, A. & Garrod, B. (2020). "Destination management: a perspective article", *Tourism Review*, 75(1), 165-169.

Galvani, A., Alan A. Lew, A. & Sotelo, M. (2020). COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 567-576.

Gao, Y.L., Mattila, A.S. & Lee, S. (2016). “A Meta-analysis of behavioural intentions for environment- friendly initiatives in hospitality research”. *International Journal of Hospitality Management*, Vol 54, 107-115.

Garau-Vadell, J., Díaz-Armas, R. & Gutiérrez-Taño, D. (2014). Residents’ Perceptions of Tourism Impacts on Island Destinations: A Comparative Analysis. *The International Journal of Tourism Research*, 16(6), 578–585.

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.

Anna Soliguer Guix

Garay, L., Morales, S. & Wilson, J. (2020). Tweeting the right to the city: digital protest and resistance surrounding the Airbnb effect. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 20(3), 246-267.

Garcés, M. (2014). «Desmarcar Barcelona». Conferencia pronunciada el día 23 de mayo de 2014 en el Centre de Cultura Contemporànea de Barcelona (CCCB).

Gartner, W. C. (1994). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-216.

Gascón, J. (2018). “Conflictos redistributivos en el turismo”, en Gascón, J. et al. *Economia i treball en l’agenda post 2015* (13-42). Girona, Lleida, Tarragona: UG; UdL; URV.

Gascón, J. (2019). Tourism as a right: a “frivolous claim” against degrowth?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1825-1838.

Gascón, J. y Cañada, E. (2005). *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*, Icaria Editorial.

Gautam, V. (2022). Why local residents support sustainable tourism development?. *Journal of Sustainable Tourism*, ahead-of-print(ahead-of-print), 1-17.

Georgescu-Roegen N. (1971). *The Entropy law and the Economic Process*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Getz, D. (1994). Residents’ attitudes towards Tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management*, 15(4), 247-258.

Girard, T. C. & Gartner, W. (1993). Second home second view: Host community perceptions. *Annals of Tourism Research* 20(4), 685- 700.

Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. London: Transaction Publishers.

Godovykh, M. & Ridderstaat, J. (2020). Health outcomes of tourism development: A longitudinal study of the impact of tourism arrivals on residents’ health. *Journal of*

Anna Soliguer Guix

*Destination Marketing & Management*, 17,  
100462.<http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100462>

Gomà, R. (2018). La metròpoli entre la gentrificació i el dret a la ciutat. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 60, 10-14.

Gómez, F. (2012). Análisis del cambio del modelo turístico de Lloret de Mar. Máster Tesis del programa en Dirección y Planificación del Turismo. Cursos 2012-2013.

González, V., Coromina, L. & Gali, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism review*. 73(3), 277-296.

González-Morales, O., Álvarez-González, J., Sanfiel-Fumero, M. & Armas Cruz, Y. (2016). Governance, corporate social responsibility and cooperation in sustainable tourist destinations: The case of the island of Fuerteventura. *Island Studies Journal* 11(2): 561–584.

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. 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.

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.

Goodwin H. (2017). *The challenge of overtourism*. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. Manchester: Manchester Metropolitan University.

Anna Soliguer Guix

Gössling, S., McCabe, S. & Chen, N. C. (2020). A socio-psychological conceptualisation of overtourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102976.

Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2020). “Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19”. *Tourism Geographies*, 22(3), 1-20.

Graefe, A. R., Vaske, J. J. & Kuss, F. R. (1984). Social carrying capacity: An integration and synthesis of twenty years of research. *Leisure Sciences*, 6(4), 395–431.

Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident attitudes. A structural modelling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105.

Gursoy, D. & Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events: modelling locals’ support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623.

Gursoy, D. & Nunkoo, R. (Eds.). (2019). *The Routledge handbook of tourism impacts: Theoretical and applied perspectives*. Routledge.

Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R. & Wei, W. (2018). “Residents’ impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a Meta-analysis”. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), 306-333.

Gursoy, D. & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.

Gutiérrez-Aragón, O., Alcaraz-Espriu, E., & Solano-Tatché, M. (2022). Efectos de la masificación turística y de los cambios en el consumo sobre los mercados locales. El caso de La Boquería de Barcelona. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(1), 153-167.

Hadinejad, A., Moyle, B., Scott, N., Kralj, A. & Nunkoo, R. (2019). "Residents’ attitudes to tourism: a review". *Tourism Review*, 74(2), 150-165.

Hall, M. (2003). Tourism issues, agenda setting and the media. *E-review of Tourism Research*, 1(3), 42-45.

Anna Soliguer Guix

Hall C. M. (2009). “Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism”. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 46–61.

Hall, C.M. (2010). Changing paradigms and global change: from sustainable to steady-state tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 131–145.

Hall, C. M. & Page, S. J. (2002). *Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space* (London: Routledge).

Hall M.C., Scott D. & Gössling S., (2013). “The Primacy of Climate Change for Sustainable International Tourism”. *Sustainable Development*, 21 (112–121).

Hall, M., Scott, D. & Gössling S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598.

Hamel, P. (2014). Urban social movements. In H. A. van der Heijden (Ed.), *Handbook of political citizenship and social movements* (464–492). Cheltenham: Edward Elgar.

Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3) 503-26.

Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of planning literature*, 18(3), 251-266.

Harrill, R. & Potts., T. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3) 233-244.

Harvey D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Ediciones Akal.

Hasani, A., Moghavvemi, S. & Hamzah, A. (2016). The impact of emotional solidarity on residents' attitude and tourism development. *PLoS One*, 11(6), e0157624.

Anna Soliguer Guix

Hassan, A., Ramkissoon, H. & Shabnam, S. (2017). Community resilience of the Sundarbans: restoring tourism after oil spillage. *Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 1–18.

Haukeland, J.V. (1984). Sociocultural impacts of tourism in Scandinavia: Studies of three host communities. *Tourism Management*, 5(3) 207-213.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley.

Hernández -Cordero, A. (2017). “Los mercados públicos. Espacios urbanos en disputa”. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 38(83), 165 -186.

Hester, R. T. (1993). Sacred structures and everyday life: A return to Manteo, NC. In *Dwelling, seeing, and designing*, D. Seamon, ed. Albany: State University of New York Press.

Hetland, G. & Goodwin, J. (2013). The strange disappearance of capitalism from social movement studies. In C. Barker, L. Cox, J. Krinsky, & A. G. Nilsen (Eds.). *Marxism and social movements* (83–102). Haymarket Books.

Hickel, J. (2021). The anti-colonial politics of degrowth. *Political Geography*, 88, 102404.

Hickel, J., Kallis, G., Jackson, T., O’Neill, D. Schor, J., Steinberger, J., Victor, P. & Ürges-Vorsatz, D. (2022). Degrowth can work-here’s how science can help. *Nature*, Vol. 612, 400-403.

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.

Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives* 25, 157–160.

Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G. & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1926-1944.

Anna Soliguer Guix

Higgins-Desbiolles, F. & Whyte, K. P. (2013). No high hopes for hopeful tourism: A critical comment. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 428–433.

Himanen, P. (2001). *The hacker ethic and the spirit of the information age*. Nueva York, Random House

Homans, G. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63, 597-606.

Homans, G. (1961). *Social Behavior in Elementary Forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Hopwood, B., Mellor, M. & O’Brien, G. (2005). Sustainable development: Mapping different approaches. *Sustainable Development*, 13(1), 38–52.

Horn, C. & Simmons, D. (2002). Community Adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management* 23,133-143.

Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Caušević, S. & Odeh, K. (2015). Measuring tourists’ emotional experiences: Further validation of the destination emotion scale. *Journal of Travel Research*, 54(4), 482–495.

Hsu, C. H. C. & Chen, N. (2019). Resident Attribution and Tourist Stereotypes. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(4), 489–516.

Hu, B., Tuou, Y. & Liu, J. (2019). How does destination social responsibility impact residents’ pro-tourism behaviors? The mediating role of place attachment. *Sustainability*, 11(12), 3373.

Huertas, A., Ferrer-Rosell, B., Marine-Roig, E. & Cristóbal-Fransi, E. (2020). Treatment of the Airbnb controversy by the press. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 1-12

Huete, R., Brotons, M. y Sigüenza, M. C. (2016). La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 73-87.

Anna Soliguer Guix

Huete, R. y Mantecón, A. (2015). La construcción de la opinión pública sobre el turismo: Crítica a la teoría del intercambio social. En: D. Hiernaux-Nicolas (coord.) *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica*, Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro, México, 311-325

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. (2018). ‘Tourists go home’: anti-tourism industry protest in Barcelona, *Social Movement Studies*, 471-477.

Hughes, N. & Mansilla, J. A. (2021). Political Discourse Analysis of the Degrowth Challenge to Dominant Tourism Narratives in Spain. In Andriotis, K. (ed.), *Issues and Cases of Degrowth in Tourism* (86-103). London: Cabi.

Husbands, W. (1989). Social status and perception of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research* 16(2), 237-53.

Husu, H.-M. (2013). *Social Movements and Bourdieu. Class, Embodiment and the Politics of Identity*, PhD. dissertation, University of Jyväskylä.

Innerhofer, E., Fontanari, M. & Pechlaner, H. (eds) (2018). *Destination Resilience: Challenges and Opportunities for Destination Management and Governance*. Routledge (Taylor & Francis Group), Oxford, UK.

Ioannides, D. & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624-632

Jacobsen, J. K. S. & Iversen, N. M. & Hem, L. E., (2019). "Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness". *Annals of Tourism Research*, Elsevier, 76(C), 53-66.

Jacobsen, J. K. S. (2000). Anti-tourist attitudes: Mediterranean charter tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 284-300.

Jamal, T. (2019). *Integrating Justice and Ethics in Tourism*. Routledge, London.



Anna Soliguer Guix

Jasper, J. M. & Polletta, F. (2019). The cultural context of social movements. In D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon (Eds.). *The Wiley Blackwell companion to social movements* (63–78). Oxford University Press.

Jin, Q., Hu, H. & Kavan, P. (2016). Factors Influencing Perceived Crowding of Tourists and Sustainable Tourism Destination Management. *Sustainability*, 8(10), 976.

Jones, M.D., McBeth M.K. & Shanahan, E.A. (eds) (2014). *The Science of Stories: Applications of the Narrative Policy Framework in Public Policy Analysis*, New York: Palgrave Macmillan.

Jolliffe, L. & Farnsworth, R. (2003). Seasonality in tourism employment: Human resource challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6), 312-316

Joo, D., Tasci, A., Woosnam, K., Maruyama, N., Hollas, C. & Aleshinloye, K. (2018). Residents’ attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. *Tourism Management*, 64, 245–257.

Jordan, J. W. (1980). The summer people and the natives: Some effects of tourism in a Vermont vacation village. *Annals of Tourism Research* 7(1) 34-55.

Jordan, E., Spencer, D. & Prayag, G. (2019). Tourism impacts, emotions and stress. *Annals of Tourism Research*, Volume 75, 213-226.

Jordan, E., Vieira, J. C., Santos, C. M. & Huang, T.-Y. (Tim). (2020). Do residents differentiate between the impacts of tourism, cruise tourism, and Airbnb tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, ahead-of-print(ahead-of-print), 1–19.

Jurado, E., Damian, I. & Fernández-Morales, A. (2013). Carrying capacity model applied in coastal destinations. *Annals of Tourism Research*, 43, 1-19.

Juris, J. (2006). Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global. *La sociedad red: una visión global* (Manuel Castells, ed.), 415-439.

Anna Soliguer Guix

Juris, J. (2010). Reinventing the Rose of Fire: Anarchism and the movements against corporate globalization in Barcelona. *HAOL* 21, 143-155.

Juris, J., Pereira, I., & Feixa, C. (2012). La globalización alternativa y los 'novísimos' movimientos sociales. *Revista del Centro de Investigación*. Universidad La Salle, 10(37), enero-junio, 23- 39.

Juris, J. S. & Pleyers, G.H. (2009). Alter-Activism: Emerging Cultures of Participation among Young Global Justice Activists. *Journal of Youth Studies*, 1(12), 57-75.

Jurowski, C., Uysal, M. & Williams, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(3), DOI: 10.1177/004728759703600202

Kagermeier, A. (2008). Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz. Grundlagen zu einem sich dynamisch entwickelnden touristischen Angebotssegment, in: T. Freytag & A. Kagermeier (Eds) *Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz*, 13–24 (München, Wien: Profil).

Kallis G, Kerschner C. & Martínez-Alier J. (2012). The economics of degrowth. *Ecological Economics*, 84:172–80.

Kamata, H. (2022). Tourist destination residents' attitudes towards tourism during and after the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 25(1), 134–149.

Kang., Y., Long, P. & Perdue, R.. (1996). Resident attitudes toward legal gambling. *Annals of Tourism Research* 23(1) 71-85.

Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rethink resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171- 191.

Kayat, K., Sharif, N.M. & Karnchanan, P. (2013) Individual and collective impacts and resident's perceptions of tourism. *Tourism Geographies*, 15(4), 640-653.

Keogh, B. (1990). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 449-465.

Anna Soliguer Guix

King, B., Pizam, A. & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 20, 650–655.

Ko, D.-W. & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521–530.

Koens, K., Melissen, F., Mayer, I. & Aall, C. (2019). The Smart City Hospitality Framework: Creating a foundation for collaborative reflections on overtourism that support destination design. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19 (March), 100376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100376>

Koens K., Postma A. & Papp B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability* 10(12): 4383–4398.

Kohl J. (2019). In focus 4: Managing overtourism through a holistic lens. In: Milano C, Cheer, JM and Novelli M (eds) *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*. London: CABI, 224–226.

Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences* 20 (3) 193-212.

Krinsky, J. (2021). Fields and dialectics in social movement studies. *Social Movement Studies*, 20(2), 174-192.

Kuscer K. & Mihalic T. (2019). Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation – the case of Ljubljana. *Sustainability* 11(6)1823.

Ladkin, A. (2011). Exploring Tourism Labour. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1135-1155.

Lalicic, L. & Garaus, M. (2022). Tourism-Induced Place Change: The Role of Place Attachment, Emotions, and Tourism Concern in Predicting Supportive or Oppositional Behavioral Responses. *Journal of Travel Research*, 61(1), 202–213. <https://doi.org/10.1177/0047287520967753>

Anna Soliguer Guix

Lalicic, L. (2020). Solastalgia: An application in the overtourism context. *Annals of Tourism Research*, 82(4):102766

Lan, T., Zheng, Z., Tian, D., Zhang, R., Law, R. & Zhang, M. (2021). Resident-Tourist Value Co-Creation in the Intangible Cultural Heritage Tourism Context: The Role of Residents' Perception of Tourism Development and Emotional Solidarity. *Sustainability*, 13(3), 1369.

Lankford, S.V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32(2), 35-43.

Lankford, S. V. (1996). Crime and tourism: a study of perceptions in the pacific northwest. En Pizam, A., & Mansfeld, Y. (edi). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: Wiley, 51-58.

Lankford, S. V. & Howard, D. R. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude Scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.

Latouche, S. (2009). *La apuesta por el decrecimiento*. Icaria.

Lawson, R., Williams, J., Young, T. & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand towns. *Tourism Management*, 19(3) 247-56.

Le Galès, P. (2002). *European Cities: Social Conflicts and Governance*. Oxford: Oxford University Press.

Lee, T.H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management* 34, 37-46.

Lefebvre, H. (2017). *El derecho a la Ciudad*. Madrid: Editorial Capitán Swing.

Lever, A. (1987). Spanish tourism migrants: The case of Lloret de Mar. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 449-470.

Li, X. & Wan, Y. K. P. (2017). Residents 'support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535.

Anna Soliguer Guix

Liang, Z., Luo, H. & Bao, J. (2021). A longitudinal study of residents' attitudes toward tourism development. *Current Issues in Tourism*, 24(23), 3309–3323.

Lindberg, K. & Johnson, R. L. (1997). Modelling residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.

Little, T.D. (1997). Mean and covariance structures (MACS) analyses of cross-cultural data: Practical and theoretical issues. *Multivariate Behavioral Research*, 32(1), 53-76.

Litvin, S., Smith, W. & McEwen, W. (2020). Not in My Backyard: Personal Politics and Resident Attitudes toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 59(4), 674–685.

Liu, J., Lin, H., Hu, B., Zhou, Z., Agyeiwaah, E. & Xu, Y. (2022). "Advancing the understanding of the resident pro-tourism behavior scale: An integration of item response theory and classical test theory". *Journal of Business Research*, 141(C), 113-125.

Liu, J. C., Sheldon, P.J. & Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research* 14, 17-34.

Liu, J. C. & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research* 13(2), 193-214.

Long, P. T. (1996). Early impacts of limited stakes casino gambling on rural community life. *Tourism Management* 17(5) ,341-53.

Long, P. T., R. R. Perdue & L. Allen. (1990). “Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism.” *Journal of Travel Research*, 28(3): 3-9.

López-Gay, A., Sales-Favà, J., Solana-Solana, M., Fernández, A. & Peralta, A. (2021). El avance de la gentrificación en Barcelona y Madrid, 2011-2019: análisis socioespacial a partir de un índice de gentrificación. *Estudios Geográficos*, 82(291), e084. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202195.095>

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.

Anna Soliguer Guix

López Palomeque, F. (2015). Barcelona, de Ciutat amb turisme a ciutat turística. Notes sobre un procés complex i inacabat. *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 483-506.

López Palomeque, F. (2017). L’estratègia territorial i la gestió del turisme en l’àmbit metropolità de Barcelona. (Document de relatoria del Pla Estratègic de Turisme 2020). Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

López Palomeque, F. y Torres-Delgado, A. (2019). El turisme a l’Àrea Metropolitana de Barcelona. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 2019, 1(62), 21-35.

Lu, Q., Mihalik, B. J., Heere, B., Meng, F. & Fairchild, A. (2019). Media effect on resident attitudes toward an Olympic bid. *Tourism Management Perspectives*, 29,66–75. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.009>.

Lundmark, L., Zhang, J. J., & Hall, C. M. (2021). *Degrowth and tourism: new perspectives on tourism entrepreneurship, destinations and policy* / edited by C. Michael Hall, Linda Lundmark and Jundan Jasmine Zhang. (Lundmark, L., J. J. Zhang, & C. M. Hall, Eds.). Routledge.

Luque-Gil, A. M., Gómez-Moreno, M. L. & Pelaez-Fernandez, M.A. (2018). Starting to enjoy nature in Mediterranean mountains: Crowding perception and satisfaction. *Tourism Management*, 25, 83-103.

MacCannell, D. (2003) [1976]. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.

Maitland, R. (2013). Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the search for the “real London”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, 12 – 19.

Madrigal, R. (1993). “A tale of tourism in two cities”. *Annals of Tourism Research*. 22 (2), 336-353.

Madrigal, R. (1995). Residents’ perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102.

Anna Soliguer Guix

Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information technology & tourism*, 22(3), 417-437.

Manning, R., Valliere, W., Minter, B., Wang, B. & Jacobi, C. (2000). Crowding in parks and outdoor recreation: A theoretical, empirical, and managerial analysis. *Journal of Park and Recreation Administration*, 18(4), 57–72.

Mansilla, J. A. (2018a). The city, a battlefield. Privatisation dynamics of urban spaces in one of Barcelona's neighbourhoods. Barcelona Societat. *Journal on Social Knowledge and Analysis*, 22, 1–16

Mansilla, J.A. (2018b). Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279– 286.

Mansilla, J. (2019). “The neighbourhood as a class front. Social movements and urban tourism in Poblenou, Barcelona”. *Revista Internacional de Sociología* 77(2) e128.

Mansilla, J.A. & Hughes, N. (2021). “En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia”. *Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona*. Barataria (Olías Del Rey), 30.

Mansilla, J.A. y Milano, C. (2018). Introducción a la Ciudad de Vacaciones. Apuntes sobre turismo y malestar social en Barcelona. En: *Ciudad de Vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*, (Mansilla i Milano, coords). Pol-len edicions, Barcelona.

Mansilla J.A. & Milano C (2019). Becoming centre: Tourism placemaking and space production in two neighbourhoods in Barcelona. *Tourism Geographies*. DOI: 10.1080/14616688.2019.1571097

Mantecón, A. (2012). El nexo entre urbanización y turismo. Análisis de la opinión pública. *Revista de Sociología*, 97(1), 249-272.

Mantecón, A. (2016). La opinión pública sobre el turismo. Crítica y propuesta para una nueva orientación. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(2), 110–123.

Anna Soliguer Guix

Mantecón, A. & Huete, R. (2011). Sociological Insights on Residential Tourism: Host Society Attitudes in a Mature Destination. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 109–122

Mantecón, A. y Huete, N. (2020). Posiciones políticas sobre el derecho al turismo. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi*, 26(1), 33-58. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2021.26.1.3>

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.

Marco-Lajara, B. & Úbeda-García, M. (2013). Human resource management approaches in Spanish hotels: An introductory analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 339-347.

Marin J. Grijalvo, M. & Mundet Ll. (2021). Can a Mature Sun & Beach Tourist Destination Change Its Image Among Tourists? The Case Study of Lloret de Mar. *Tourism, an International Interdisciplinary Journal*. 69(4), 527 – 542.

Martin, B., McGuire, F. & Allen, L. (1998). Retirees’ attitudes toward tourism: Implications for sustainable development. *Tourism Analysis* 3(1) 43-51.

Martín-Martín, J. M., Prados-Castillo, J. F., Jiménez Aguilera, J. D. D. & Porras González, E. (2020). Interferences generated on the well-being of local communities by the activity of online platforms for tourist accommodation. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20.

Martínez-Gayo, G. y Martínez Quintana, V. (2020). Precariedad laboral en el turismo español bajo la perspectiva de género. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(4), 649-665.

Martínez Quintana, V. y Martínez-Gayo, G. (2019). Empoderamiento y desigualdad en el trabajo turístico femenino. Una perspectiva comparada. *Papers de Turisme*, 62, 37-57.



Anna Soliguer Guix

Marx, K. (1965). *El capital: Crítica de la economía política*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mason, P. & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research* 27(2) 391- 411.

Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.

Mathieu, L. (2021). The space of social movements. *Social Movement Studies*, 20(2), 193-207.

Mauger, G. (2003). Pour une politique réflexive du mouvement social. In P. Cours-Salies & M. Vakaloulis (Eds.). *Les mobilisations collectives: Une controverse sociologique* (33–42). Paris: PUF.

Mayer, M. (2009). The 'right to the city' in the context of shifting mottos of urban social movements. *City*, 13(2), 362-374.

Mayer, M. (2013). City analysis of urban trends, culture, theory, policy, action. *City*, 17(1), 5-19.

McAdam, D., Tarrow, S. & Tilly, C. (2001). *Dynamics of Contention*. Cambridge: Cambridge University Press.

McAdam, D. & Tarrow, S. (2019). The political context of social movements. In D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon (Eds.). *The Wiley Blackwell companion to social movements* (19–42). Blackwell.

McCool, S. F. & Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research* 32(2), 29-34.

McGehee, N.G. (2001). Alternative tourism and social movements. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 124-143.

McGehee, N. G., Andereck, K. L. & Vogt, C. A. (2002). An examination of factors influencing resident attitudes toward tourism in twelve Arizona communities. Paper

Anna Soliguer Guix

presented at the Proceedings of the 33rd Annual Travel and Tourism Research Association Conference, Arlington, VA.

McGehee, N. & K. Andereck. (2004). “Factors Predicting Rural Residents’ Support of Tourism.” *Journal of Travel Research*, 43(2): 131-40.

McGehee, N.G., Kline, C. & Knollenberg, W. (2014). Social movements and tourism-related local action. *Annals of Tourism Research*, 48(1), 140-155.

McIntosh, A. & Johnson, H. (2004). Exploring the nature of the Maori experience in New Zealand: Views of hosts and tourists. *Tourism*, 52(2), 117–129.

McNaughton, D. (2006). The “host” as uninvited “guest”: Hospitality, violence and tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 645–665.

Mehta, R. (2013). Understanding perceived retail crowding: A critical review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 642-649.

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. (2019). Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1857-1875.

Anna Soliguer Guix

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

Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications

Milman, A. & Pizam, A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.

Milman, A., Reichel, A. & Pizam, A. (1990). The impact of tourism on ethnic attitudes: The Israeli-Egyptian case. *Journal of Travel Research*, 29, 5–9.

Moghavvemi, S., Woosnam, K.M., Paramanathan, T., Musa, G. & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.

Monterrubio, J.C. (2011). Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, 28, 171-189.

Monterrubio, C. (2017). Protests and tourism crises: A social movement approach to causality. *Tourism Management Perspectives*, 22, 82–89.

Morales-Pérez, S., Garay-Tamajón, Ll. & Wilson, J. (2020). Airbnb's contribution to socio-spatial inequalities and geographies of resistance in Barcelona. *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2020.1795712

Morgan, N. & Pritchard, A. (1998). *Tourism promotion and power. Creating images, Creating Identities*. New York: Chichester.

Moscardo, G. (2009). Tourism and quality of life: Towards a more critical approach. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 159-170.

Anna Soliguer Guix

Moscardo, G. (2011). Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 423–436. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.558625>

Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N.G. & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management* 6(4), 286–295.

Moscovici, S. (1984). The Phenomenon of Social Representations. En Farr R. M., & Moscovici S. (eds). *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Munanura, I., Needham, M., Lindberg, K., Kooistra, C. & Ghahramani, L. (2021). Support for tourism: the roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, ahead-of-print(ahead-of-print), 1–16.

Murray, I. (2016). El despertar de la ecología política. *Ecología Política* 52, 129-130

Navarro Jurado, E., Romero- Padilla, Y., Romero-Martínez, J.M., Serrano-Muñoz, E., Habegger, S. & Mora-Esteban, R. (2019). Growth machines and social movements in mature tourist destinations Costa del Sol-Málaga. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12),1786-1803.

Newsome, D., Moore, S. A. & Dowling, R. K. (2013). *Natural area tourism: ecology, impacts, and management*. 2nd ed. Bristol, Channel View Publications.

Nicholas, L., Thapa, B. & Ko, Y. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: the Pitons Management Area. St. Lucia. *Annals of Tourism Research*. 36(3), 390–412.

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*. London, Routledge, 52-72.

Anna Soliguer Guix

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.

Nunkoo, R. (2016). Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism. *Procedia. Economics and finance*, 39, 588-596.

Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2009). “Applying the means-end chain theory and the laddering technique to the study of host attitudes to tourism”. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 337-355.

Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.

Nunkoo, R., Smith, S.L.J. & Ramkissoon, H. (2013). “Residents' attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010”. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.

Nunkoo, R. & So, K.K.F., (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.

O'Leary, J. T. (1976). Land use redefinition and the rural community: disruption of community leisure space. *Journal of Leisure Research*, 8, 263-274.

Olga, H. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22, 335-353.

Ons-Cappa, M., García-Pozo, A. y Sánchez-Ollero, J. L. (2017). Incidencia de factores personales y laborales en los salarios del sector hostelero: una visión de género. *Cuadernos de Turismo*, 39, 417-436.

Palou, S. (2006). La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1), 13-28.

Palou Rubio, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Barcelona: Vitel·la. Turisme Cultura.

Anna Soliguer Guix

Palou, S. (2019a). El estudio del turismo a modo de contestación social. En *Turistificación Global*, Cañada, E. y Murray, I. Icària editorial, Barcelona.

Palou, S. (2019b). Discursos turístics sobre el paisatge i el patrimoni cultural de Barcelona. Imatges contra la ciutat. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 1(62), p. 48-58.

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>

Papastathopoulos, A., Ahmad, S. Z., Al Sabri, N. & Kaminakis, K. (2020). Demographic analysis of residents' support for tourism development in the UAE: A Bayesian structural equation modeling multigroup approach. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1119-1139.

Papathanassis, A. (2012). Guest-to-guest interaction on board cruise ships. *Tourism Management*, 33, 1148-1158.

Panzer-Krause, S. (2019). Networking towards sustainable tourism: innovations between green growth and degrowth strategies. *Regional Studies* 53(7), 927–938.

Paredes, A. & Spierings, B. (2020). Dynamics of protest and participation in the governance of tourism in Barcelona: a strategic action field perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2118-2135.

Parra-Lopez, E. Martinez-Gonzalez, J.A & Barrientos-Baez, A. (2021). Millennials' support for tourism development: The effect of market orientation by governments. *Tourism Review*, 76(4), 858-870.

Pasquinelli, C. & Trunfio, M. (2020). Overtouristified cities: an online news media narrative analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1805-1824.

Pasquinelli C. & Trunfio M. (2020). Reframing urban overtourism through the Smart-City lens. *Cities* 102: 10279.

Anna Soliguer Guix

Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. New York: Wiley.

Pearce, J. (1980). Host community acceptance of foreign tourists: Strategic considerations. *Annals of Tourism Research*, 7(2), 224-235.

Pearce, P. L., Moscardo, G. & Ross, G. F. (1991). Tourism impact and community perception: An equity-social representational perspective. *Australian Psychologist*, 26(3), 147-152.

Pearce, P. L., Moscardo, G. & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Tunbridge Wells, Kent: Pergamon.

Peet, R.; Robbins, P.; Watts, M. J. (eds.) (2011). *Global Political Ecology*. Londres: Routledge (2.<sup>a</sup> edició).

Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. & Postma, A., (2018). Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

Perdue, R. R., Long, P. T. & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.

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.

Pérez, E. A. & Nadal, J. R. (2005). Host community perceptions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.

Pernecky, T. (2020). Critical tourism scholars: brokers of hope. *Tourism Geographies*, 22(3), 657-666.

Perkumienė, D. & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the right to travel and residents' rights. *Sustainability*, 11(7), 2138.

Anna Soliguer Guix

Pettigrew, T. F. & Tropp, L. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 751–783.

Phi, G. (2020). Framing overtourism: a critical news media analysis. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2093-2097.

Pickvance, C. (2003). From Urban Social Movements to Urban Movements: A Review and Introduction to a Symposium on Urban Movements. *International Journal of Urban and Regional Research* 27(1), 102-109.

Pié, R., i Vilanova, J. M. (2019). Els reptes del planejament urbanístic metropolità enfront el turisme. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 1(62), 60-68.

Pinke-Sziva, I., Smith, M., Olt, G. & Berezvai, Z. (2019). Overtourism and the night-time economy: A case study of Budapest. *International Journal of Tourism Cities*, 5(1), 1–16. DOI: 10.1108/IJTC-04-2018-0028.

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.

Pizam, A., Milman, A. & King, B. (1993). The perceptions of tourism employees and their families towards tourism: A cross-cultural comparison. *Tourism Management*, 15(1), 53–61.

Pizam, A. & Pokela, J. (1985). The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research* 12(2), 147-65.

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.

Popp, M. (2012). Positive and Negative Urban Tourist Crowding: Florence, Italy. *Tourism Geographies*, 14(1), 50-72.



Anna Soliguer Guix

Porfido, E., Pérez, C., y Pesoa, M. (2019). Cuando el planeamiento atrae el turismo. El caso del barrio del Raval. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 1(62), 78-91.

Porter, C. (2018). Long Live Social Exchange Theory. *Industrial and Organizational Psychology*, 11(3), 498-504.

Postma, A. (2013). *'When the tourists flew in': critical encounters in the development of tourism*. Groningen: [s.n.], 2013.

Postma, A. & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: Conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144–156.

Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management* 14(3) 218-27.

Presenza, A., Del Chiappa, G. & Sheehan, L. (2013). Residents' engagement and local tourism governance in maturing beach destinations. Evidence from an Italian case study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 22-30.

Pritchard, A., Morgan, N. & Ateljevic, I. (2011). Hopeful tourism: A new transformative perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 941–963.

Pueyo-Ros, J. (2018). The Role of Tourism in the Ecosystem Services Framework. *Land*, 7(3), 111.

Quaglieri Domínguez, A. (2017). Paisajes de la gentrificación en el barrio del Raval de Barcelona, Dossier, 40.

Qin, X., Shen, H.L., Ye, S. & Zhou, L.Q., (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 114-123.

Anna Soliguer Guix

Rasoolimanesh, S.M., Ali, F. & Jaafar, M. (2018). “Modeling residents’ perceptions of tourism development: linear versus non-linear models”. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 10, 1-9.

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.

Rasoolimanesh, S. & Seyfi, S. (2021). Residents’ perceptions and attitudes towards tourism development: A perspective article. *Tourism Review of Aiest - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 76(1), 51-57.

Rasoolimanesh, S.M., Taheri, B., Gannon, M., Vafaei-Zadeh, A. & Hanifah, H. (2019). “Does living in the vicinity of heritage tourism sites influence residents’ perceptions and attitudes?”. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1295-1317.

Reichel, A. (2015). Re-taking sustainable development for degrowth. Available at: <https://www.degrowth.info/en/2015/12/re-taking-sustainable-development-for-degrowth/> (accessed 20 January 2023).

Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. & Woosnam, K. M. (2017). Residents’ attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries. *Tourism Management*, 61, 523–537.

Riganti, P. & Nijkamp, P. (2008). Congestion in popular tourist areas: a multi-attribute experimental choice analysis of willingness-to-wait in Amsterdam. *Tourism Economics*, 14(1), 25–44.

Ritchie, J. R. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-212.

Ritchie, B.W. & Inkari, M. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: The case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, 8, 27-44.

Anna Soliguer Guix

Robinson, R.N.S., Martins, A., Solnet, D. & Baum, T. (2019). Sustaining precarity: Critically examining tourism and employment. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1008-1025.

Roelofsen, M. & Minca, C. (2018). The Superhost. Biopolitics, home and community in the Airbnb dream-world of global hospitality. *Geoforum*, (91),170-181.

Romagnoli, M. (2021). The Other’s Wave: Ethnographic Insights on Three “Tsunamis of Tourism” in Barcelona". *Journal of Tourismology*, 7(1), 101-121.

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.

Ross, G. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *Journal of Travel Research*, 30(3), 13-17.

Rothman, R. A. (1978). Residents and transients: Community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3) 8-13.

Runyan, D. & Wu, C. T. (1979). Assessing tourism's more complex consequences. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 448-463.

Russo, A.P. & Scarnato, A. (2018). “Barcelona in Common”: A new urban regime for the 21st-century tourist city?. *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455-474.

Ryan, C. (1993). Crime, violence, terrorism and tourism: An accident or intrinsic relationship. *Tourism Management*, 14(3), 173-183.

Ryan, C. & Cessford, G. (2003). Developing a visitor satisfaction monitoring methodology: Quality gaps, crowding and some results. *Current Issues in Tourism*, 6(6), 457–507.

Ryan, C. & Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism issues in community response tourism. *Tourism Management*, 15(4), 358-369.

Saarinen, J. (2013). Critical sustainability: Setting the limits to growth and responsibility in tourism. *Sustainability*, 6(1), 1–17.

Anna Soliguer Guix

Sánchez-Teba, E. M., Benítez-Márquez, M. D. & Romero-Navas, T. (2019). Residents’ negative perceptions towards tourism, loyalty and happiness: The case of Fuengirola, Spain. *Sustainability*, 11(23), 6841.

Sanmartín Sáez, J. (2019). Análisis del discurso, ideología y neologismos: ‘turismofobia’, ‘turistización’ y ‘turistificación’ en el punto de mira. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, Nº 78, 63-90.

Sanmartín Garcia, J. & Gómez Jacinto, L. (1998). Influencia del turismo en el cambio de actitud: Una perspectiva intergrupala [The influence of tourism in attitude change: An intergroup perspective]. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 8, 5–18.

Sassen, S. (2015). *Expulsiones. Brutalidad y complejidad en la economía global*. Katz Ediciones.

Sassen, S. (2010). *Territorio, autoridad y derechos. De los ensamblajes medievales a los ensamblajes globales*. Katz editores. Madrid.

Schweinsberg, S., Darcy, S. & Cheng, M. (2017). The agenda setting power of news media in framing the future role of tourism in protected areas. *Tourism Management*, 62, 241–252.

Schmidt, D. & Keating, J. (1979). Human crowding and personal control: An integration of the research. *Psychological Bulletin*, 86, 680–700.

Sennett, R. y Sendra, P. (2021). *Diseñar el desorden*. Alianza Editorial. Madrid.

Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Madrid: Anagrama.

Sentha, R. (1980). Social impact of tourism in selected caribbean countries. En Hawkins, D. E., Shafer, E. L., & Rovelstad, J. M. (edi.). *Tourism Planning and Development Issues*. Washington: George Washington University, 239-249

Seo, K., Evan J., Woosnam, K., Lee, Ch. & Lee, E. (2021). Effects of emotional solidarity and tourism-related stress on residents' quality of life. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 40, 10087.

Anna Soliguer Guix

Sequera, J. & Nofre, J. (2019). Urban activism and touristification in Southern Europe. In J. Ibrahim & J. M. Roberts (Eds.), *Contemporary left-wing activism, vol 2: Democracy, participation and dissent in a global context* (88–105). Routledge.

Seraphin, H., Gladkikh, T. & Vo Thanh, T. (2020). *Overtourism Causes, Implications and Solutions*. Palgrave, New York.

Seraphin, 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.

Seraphin, H., Ivanov, S., Dosquet, F. & Bourliataux-Lajoinie, S. (2020). Archetypes of locals in destinations victim of overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 43, 283-288.

Seraphin, H., Zaman, M., Olver, S., Bourliataux-Lajoinie, S. & Dosquet, F. (2019). Destination branding and overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 1-4.

Servillo L., Atkinson R. & Russo A.P. (2012). Territorial attractiveness in EU urban and spatial policy: A critical review and future research agenda. *European Urban and Regional Studies* 19: 349–365.

Sharma, B. & Gursoy, D. (2015). “An examination of changes in residents’ perceptions of tourism impacts over time: the impact of residents’ socio-demographic characteristics” *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(12), 1332-1352.

Sharpley, R. (2022). Tourism and Development Theory: Which Way Now?. *Tourism Planning & Development*, 19(1), 1–12.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49.

Sheldon, P.J. & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management* 5(2) 40-47.

Anna Soliguer Guix

Shen, K., Geng, C. & Su, X. (2019). Antecedents of residents' pro-tourism behavioral intention: Place image, place attachment, and attitude. *Frontiers in psychology*, 10, 2349.

Shore, L. M., Tetrick, L. E., Taylor, M. S., Coyle Shapiro, J. A.M., Liden, R. C., McLean Parks, J. & Van Dyne, L. (2004). In *Research in personnel and human resources management*, 291-370.

Sigüenza, M., Brotons, M. & Huete, R. (2013). The evolution of gender inequality in tourism employment in Spain. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 6, 182-200.

Silver, H., Scott, A. & Kazepov, Y. (2010) Participation in urban contention and deliberation. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(3), 453-477.

Sinclair-Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 5-12.

Snaith, T. & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management* 20(1), 595-603.

Smith, M. D. & Krannich, R.S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research* 25(4), 783-801.

Smith, M. K., Sziva, I. P. & Olt, G. (2019). Overtourism and resident resistance in Budapest. *Tourism Planning and Development*. DOI: 10.1080/21568316.2019.1595705.

Snepenger, D., O'Connell, R. & Snepenger, M. (2001). The Embrace-Withdraw Continuum Scale: Operationalizing Residents' Responses toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 155-161.

Soares da Silva, A. y Cabral Sánchez, T. (2012). Participación política y políticas públicas: Estudio sobre las consecuencias psicopolíticas del turismo en Paranapiacaba Santo André/Sao Paulo, Brasil. MEC-EDUPAZ, 2.

Soliguer, A. (2017). Gestión pública socialmente responsable del turismo en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 319-332.

Anna Soliguer Guix

Soutar, G. & McLeod., P.B. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research* 20(3), 571- 82.

Standing, G. (2013). *El precariado. Una nueva clase social*. Madrid: Pasado y presente.

Steen, J. K., Iversen, N. M. & Hem, L. E. (2019). Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness. *Annals of Tourism Research*, 76, 53–66.

Stephan, W. G., Diaz-Loving, R. & Duran, A. (2000). Integrated threat theory and intercultural attitudes: Mexico and the United States. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 31, 240–249.

Stephan, W. G. & Stephan, C. W. (1985). Intergroup anxiety. *Journal of Social Issues*, 41, 157–175.

Stephan, W. G. & Stephan, C. W. (1996). Intergroup relations. Boulder, CO: Westview Press.

Steyn, R., de Bruin, G.P. (2020). An investigation of gender-based differences in assessment instruments: A test of measurement invariance. *Journal of Industrial Psychology*, 46 (1), 1-12.

Stokols, D. (1976). The experience of crowding in primary and secondary environments. *Environment and Behavior*, 8(1), 49–86.

Stylidis. (2020). Using Destination Image and Place Attachment to Explore Support for Tourism Development: The Case of Tourism Versus Non-tourism Employees in EILAT. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(6), 951–973.

Stylidis, D. & Quintero, A. M. (2022). Understanding the Effect of Place Image and Knowledge of Tourism on Residents' Attitudes Towards Tourism and Their Word-of-Mouth Intentions: Evidence from Seville, Spain. *Tourism Planning & Development*, 19(5), 433–450.

Anna Soliguer Guix

Stylidis, D. & Terzidou, M. (2021). Exploring how perceived tourism impacts evolve over time (2009–2019) in an era of uncertainty: Economic crisis, host-guest interactions, and Airbnb. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–24.

Stoffelen, A. & Ioannides, D. (2022) Handbook of Tourism Impacts. *Social and Environmental Perspectives*. <https://doi.org/10.4337/9781800377684>

Su, X., Spierings, B. & Hooimeijer, P. (2022). Different urban settings affect multi-dimensional tourist-resident interactions. *Tourism Geographies*, 24(4-5), 815–836.

Su, L. & Swanson, S. R. (2020). The effect of personal benefits from, and support of, tourism development: The role of relational quality and quality-of-life. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), 433-454.

Subirats, J., coord. (2002). *Redes, territorios y gobierno: nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Barcelona: Diputació Barcelona.

Swyngedouw, E. (2010). Apocalypse forever? Post-political populism and the spectre of climate change. *Theory, Culture & Society*, 27(2–3), 213–232.

Tasci, A. D. A. & Gartner, W. C. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413–425.

Teye, V., & Sirakaya, E. & Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.

Thibaut, J. W. & Kelley, H. H., (1959). *The social psychology of groups*. New York: Wiley.

Thomason, P., Crompton, J. & Dan Kamp, B. (1979). A study of the attitudes of impacted groups within a host community toward prolonged stay tourist visitors. *Journal of Travel Research* 17(3), 2-6.

Thyne, M., Woosnam, K. M., Watkins, L. & Ribeiro, M. (2022). Social Distance between Residents and Tourists Explained by Residents' Attitudes Concerning Tourism. *Journal of Travel Research*, 61(1), 150–169.



Anna Soliguer Guix

Tilly, C. (2006). Why and how history matters. In R. E. Goodin & C. Tilly (Eds.), *The Oxford handbook of contextual analysis* (417–437). Oxford University Press.

Ting, H., Lim, X.J., Meng, L., Cheah, J. & Cheer, J. (2020). Responsible Tourism: A Call to Action for Turbulent Times. *Asian Journal of Business Research*, 10 (2) 1-13.

Tomljenovic, R. & Faulkner, B. (1999). Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research* 27(1), 93-114.

Torres, R. M. (2021). The empty boxes of Venice: Overtourism—Conflicts, politicisation and activism. In *The power of new urban tourism* (147–160). Routledge.

Torres, E. N., Ridderstaat J. & Wei, W. (2021). Negative affectivity and people’s return intentions to hospitality and tourism activities: The early stages of COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49,89–100.

Traskevich, A. & Fontanari, M. (2018). Mental wellness in resilient destinations. *International Journal of Spa and Wellness Industry* 1(3), 193–217.

Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360-381.

Tribe, J. & Paddison, B. (2021). Degrees of change: Activating philosophic practitioners, *Annals of Tourism Research*, Volume 91, 103290.

Tsaur, S. H., Yen, C. H. & Teng, H. Y. (2018). Tourist–resident conflict: A scale development and empirical study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 152–163.

Tse, S. & Tung, V. W. S. (2022a). Understanding residents’ attitudes towards tourists: Connecting stereotypes, emotions and behaviours. *Tourism Management*, 89, 104435–.

Tse, S. & Tung, V. W. S. (2022b). Measuring the Valence and Intensity of Residents’ Behaviors in Host–Tourist Interactions: Implications for Destination Image and Destination Competitiveness. *Journal of Travel Research*, 61(3), 565–580.

Tung, V. W. S., King, B. E. M. & Tse, S. (2020). The Tourist Stereotype Model: Positive and Negative Dimensions. *Journal of Travel Research*, 59(1), 37–51.

Anna Soliguer Guix

Tyrrell, T.J. & Johnston, R.J. (2006). The Economic Impacts of Tourism: A Special Issue. *Journal of Travel Research*, 45(1), 3-7.

Tyrell, T. J. & Spaulding, I.A. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-33.

Um, S. & Crompton, J.L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27- 29.

UNWTO. (2017). *Tourism and the sustainable development goals—Journey to 2030*.

UNWTO (2018). “Overtourism”? - understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. Madrid: United Nations World Tourism Organisation

Uysal, M., Sirgy, M.J., Woo, E. & Kim, H. L., (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.

Valdivielso, J. & Moranta, J. (2019). The social construction of the tourism degrowth discourse in the Balearic islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1876–1892.

van Wijk, J., Stam, W., Elfring, T., Zietsma, C. & den Hond, F. (2013). Activists and incumbents structuring change: the interplay of agency, culture, and networks in field evolution. *Academy of Management Journal*, 56(2), 358–386.

Valenzuela-García, H., Molina, J., Lubbers, M., García-Macías, A., Pampalona, J. & Lerner, J. (2014). On Heterogeneous and Homogeneous Networks in a Multilayered Reality: Clashing Interests in the Ethnic Enclave of Lloret de Mar. *Societies*, 4(1), 85–104.

Var, T., Kendall, K.W. & Tarakcioglu, E. (1985). Resident attitudes towards tourists in a Turkish resort town. *Annals of Tourism Research* 12(4), 652-58.

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. & Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining. *Journal of Travel Research*, 47, 373–387.

Anna Soliguer Guix

Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N. & Plaza-Mejía, M.A. (2013). “Residents’ attitude to tourism and seasonality”. *Journal of Travel Research*, 53(5), 581-596.

Vaske, J. & Kobrin, K. (2001). Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior. *The Journal of Environmental Education*, 32(4), 16-21, DOI: 10.1080/00958960109598658

Vaske, J. J. & Shelby, L. B. (2008). Crowding as a descriptive indicator and an evaluative standard: Results from 30 years of research. *Leisure Sciences*, 30(2), 111–126.

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594.

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.

Velasco, M. & Ruano, J.M. (2021). The Crossfire Rhetoric. Success in Danger vs. Unsustainable Growth. Analysis of Tourism Stakeholders’ Narratives in the Spanish Press (2008-2019). *Sustainability*, 13, 9127.

Verissimo, M., Moraes, M., Breda, Z., Guizi, A. & Costa, C. (2020). Overtourism and tourismphobia: A systematic literature review. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(2), 156-169.

Vesey, C. M. & Dimanche, F. (2000). *Urban residents’ perceptions of tourism and its impacts*. Unpublished manuscript, University of New Orleans, LA.

Vianello, M. (2016). The No Grandi Navi campaign: protests against cruise tourism in Venice. En Colomb, C. and Novy, J. (Eds.). *Protest and Resistance in the Tourist City*. London; New York: Routledge/Taylor & Francis (185 -204).

Waddoups, C. J. (2001). Unionism and poverty-level wages in the service sector: the case of Nevada's hotel-casino industry. *Applied Economics Letters* 8(3), 163-167.

Anna Soliguer Guix

Walmsley, A. (2017). *Overtourism and Underemployment: A modern labour market dilemma*. Paper presented at Responsible Tourism in Destinations 13 – Tackling Overtourism – Local Responses, Reykjavik, Iceland.

Wang, S. & Chen, J. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts). *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.

Wang, Y. & Pfister, R.E. (2008). Residents Attitudes toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. *Journal of Travel Research*, 47, 84-93.

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.

Ward, C. & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: attitude toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38, 1556–1569.

Ward, C. & Masgoret, A.-M. (2008). Attitudes toward immigrants, immigration and multiculturalism in New Zealand: A social psychological analysis. *International Migration Review*, 42, 222–243.

Weber, M. (1964) [1864-1920]. *Economía Y Sociedad. Esbozo De Sociología Comprensiva*. México Fondo de Cultura Económica.

Weber, F. (2017). Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations. BEST EN Think Tank XVII Innovation and Progress in Sustainable Tourism.

Wegerer, P. K. & Nadegger, M. (2020). It's time to act! Understanding online resistance against tourism development projects. *Journal of Sustainable Tourism*, 82(1),1–17.

Weiss, M. & Cattaneo, C. (2017). Degrowth – Taking Stock and Reviewing an Emerging Academic Paradigm. *Ecological Economics*, 137, 220–230.

Williams, J. & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research* 28(2), 269-90.

Anna Soliguer Guix

Williams, D. R., McDonald, C. D., Riden, C. M. & Uysal, M. (1995). Community attachment, regional identity and resident attitudes toward tourism. In In: Proceedings of the 26th Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings. Wheat Ridge, CO: Travel and Tourism Research Association: 424-428.

Wilson, J., Garay-Tamajón, Ll. & Morales-Pérez, S. (2022). Politicising platform-mediated tourism rentals in the digital sphere: Airbnb in Madrid and Barcelona. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(5), 1080-1101, DOI: 10.1080/09669582.2020.1866585

Winchenbach, A., Hanna, P. & Miller, G. (2019). Rethinking decent work: the value of dignity in tourism employment. *Journal of Sustainable Tourism* 27(7), 1026-1043.

Woo, E., Kim, H. & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.

Woosnam, K.M. (2011). “Testing a model of Durkheim’s theory of emotional solidarity among residents of a tourism community”. *Journal of Travel Research*, 50(5), 546-558.

Woosnam, K. (2012). Using emotional solidarity to explain residents’ attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.

Woosnam, K.M., Draper, J., Jiang, J.K., Aleshinloye, K.D. & Erul, E. (2018). “Applying self-perception theory to explain residents’ attitudes about tourism development through travel histories”. *Tourism Management*, (64), 357-368.

Woosman, K.M. & Norman, W.C. (2010). Measuring resident’s emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim’s theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49, 365-380.

Woosnam, K., Norman, W. & Ying, T. (2009). Exploring the Theoretical Framework of Emotional Solidarity between Residents and Tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245–258.

Woosnam, K. & Ribeiro, M. A. (2022). Methodological and theoretical advancements in social impacts of tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*, ahead-of-print(ahead-of-print), 1–17.

Anna Soliguer Guix

Young, G. (1973). *Tourism: Blessing or blight?*. London: Penguin.

Yu, C., Chancellor, H. C. & Shu T.C. (2011). Measuring Residents’ Attitudes toward Sustainable Tourism: A Reexamination of the Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57–63.

Yuan, Y., Tseng, Y. & Ho, C. (2019). “Tourism information technology research trends: 1990-2016”. *Tourism Review*, 74(1), 5-19.

Zampoukos, K. & Ioannides, D. (2011). The tourism labour conundrum: agenda for new research in the geography of hospitality workers. *Hospitality & Society*, 1(1), 25-45.

Zanardi, C. (2021). Complexity-cage. Toward a critical deconstruction of tourism-phobia. *The Urban Transcripts Journal*, 2 (1).

Zehrer, A. & Raich, F. (2016). The impact of perceived crowding on customer satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 88–98.

Zemla, M. (2020). Reasons and Consequences of Overtourism in Contemporary Cities-Knowledge Gaps and Future Research. *Sustainability*, 12,1729.

Zerva K., Palou S., Blasco D. & Donaire, J.A. (2019). Tourism-philialia versus tourism-phobia: Residents and destination management organization’s publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies* 21(2), 306–329.

Zhang, S., Chen, N. & Hsu, C. H. (2021). Facial expressions versus words: Unlocking complex emotional responses of residents toward tourists. *Tourism Management*, 83, 104226.

Zhang, J., Inbakaran, R. J. & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182–204.

Zheng, D., Ritchie, B. W., Benckendorff, P. J. & Bao, J. (2019). Emotional responses toward Tourism Performing Arts Development: A comparison of urban and rural residents in China. *Tourism Management*, 70, 238-249

Anna Soliguer Guix

## 10. Annexos

### Annex 1. Exemples destacats de notícies al voltant de les principals narratives identificades

Exemples sobre l’ús ideològic i polític de la turismefòbia

Diari	Notícia
La Vanguardia 29/09/2016	El Govern descarta cedir l'impost turístic a Barcelona. Colau demana la gestió del 100% de la taxa turística per Barcelona i la Generalitat es nega.
La Vanguardia 07/05/2017	Els hotelers demanen contundència contra els atacs als seus negocis. Conflictes de convivència entre hotelers i veïns. El Gremi d'Hotelers demana a l'Ajuntament la condemna ferma contra els atacs. Pisarello apunta la necessitat de treballar per un turisme sostenible, regulat i aplicar el PEUAT. Collboni dóna suport als hotelers, considerant-los aliats del turisme de qualitat (enfrent els pisos turístics de baix preu). Recasens acusa el govern de criminalitzar tot el sector turístic.
La Vanguardia 09/05/2017	Els hotelers volen mesures contra la turismefòbia. El govern de Colau no prendrà cap mesura especial contra els atacs. El sector hotelier exigeix a l'Ajuntament que posi fi a la criminalització i demonització del turisme.
La Vanguardia 24/05/2017	Fernández acusa al govern local de frenar l'economia. Fernández (PP) critica l'intervencionisme, dirigisme, sectarisme ideològic, clientelisme, confrontació i gesticulació del govern municipal. Es refereix a les moratòries i suspensions que frenen l'economia. Afirmar que l'alcaldessa promou la turismefòbia, els manters i els okupes. Culpa la Barcelona actual, com l'herència del PSC i ICV. També denuncia el clientelisme dels Comuns municipals amb la Generalitat.
La Vanguardia 25/05/2017	Colau, a mig mandat. Colau ha centrat moltes de les seves iniciatives en la contenció del turisme, enlloc de incentivar el desenvolupament de la ciutat.
La Vanguardia 20/06/2017	Una trentena d'entitats exigeixen a Colau que freni la turismefòbia. Entitats econòmiques contra els que ataquen els seus interessos.
La Vanguardia 20/06/2017	El PP denuncia la “cotxe fòbia”. Segons el PP, després de la turismefòbia, Colau ha implantat la cotxe fòbia.
La Vanguardia 29/06/2017	El sector empresarial es rebel·la. Cambra de Comerç, Pimec Comerç, Gremi d'Hotelers, Associació d'Apartaments Turístics (Apartur), Fundació Barcelona Promoció, Associació d'Agències de Viatges (ACAVE), Associació de Professionals del Turisme, Fundació Barcelona Comerç, Barcelona Oberta i Gremi de Restauració es queixen perquè Colau fa cas als veïns. Les associacions afirmen que no hi ha turismefòbia a Barcelona però el negoci turístic està expulsant els veïns de la Barceloneta, la Sagrada Família, Sant Antoni i Poble Sec que segons la CUP és barricidi. Els signants del manifest pro turisme fan autocrítica de l'actitud passiva de

Anna Soliguer Guix

---

	molts empresaris, d'un cert desinterès que dona ales a "plantejaments extremadament radicalitzats". Els actors econòmics, acostumats a tenir el poder amb CIU i altres partit capitalistes, critiquen la revisió "totalment innecessària" de l'ordenança del civisme. Demanen promoció del turisme de qualitat. I sobretot, mantenir la "governança públic-privada", especialment a Turisme de Barcelona.
La Vanguardia 30/07/2017	Tolerància zero envers la turismefòbia. Els pro turisme avisen que l'activisme violent contra el turisme va in crescendo i ja és hora de tallar-lo d'arrel. Demanen castigar la turismefòbia militant que està alimentada des de determinats àmbits polítics.
La Vanguardia 04/08/2017	La Generalitat assumeix la investigació sobre el bus turístic. La Generalitat mitjançant la Llei de Turisme vol protegir als turistes de l'atac d'Arran però no dels carteristes. Els mitjans de comunicació han fomentat que Colom, enduris la seva condemna dels fets.
La Vanguardia 05/08/2017	El govern local, obligat a donar explicacions. Reaccions dels actors polítics interessats (PP i Partit Demòcrata) enfront els atacs d'Arran exigent mà dura per part del govern municipal. La CUP avisa que és lluita de classes. CCOO aposta pel model convivencial. Tots parlen del debat de la massificació.
La Vanguardia 06/08/2017	El PDeCAT renya la CUP pels atacs al turisme. PDeCAT demana a la CUP que no caricaturitzi la societat catalana de cara al procés perquè son pacífics. Considera l'atac com a residual i li preocupa més Barcelona en Comú per no ajudar a consolidar un model turístic d'èxit.
La Vanguardia 08/08/2017	BComú minimitza l'assalt al bus i acusa l'oposició de magnificar-lo. L'oposició magnifica la turismefòbia i Colau la minimitza.
La Vanguardia 09/08/2017	Colau promet al sector que posarà fre a la turismefòbia. 30 petits i mitjans empresaris lideren la lluita contra la turismefòbia. Estan indignats i volen que Colau aturi les seves vacances. Colau promet frenar la turismefòbia i buscar una manera per a que el turisme beneficiï a tothom, no només als guanyadors.
La Vanguardia 10/08/2017	La Generalitat es persona contra Arran. El departament d'Empresa de la Generalitat es persona en els atacs d'Arran contra interessos turístics emparats en la Llei de Turisme per "protegir els drets i interessos dels visitants".
La Vanguardia 28/07/2018	Declaració contra la turismefòbia. Condemna dels Comuns, PDeCAT, Cs, ERC, PSC i PP a l'atac d'Arran al Bus Turístic.
La Vanguardia 16/08/2018	Els empresaris exigeixen a Colau que denunciï l'assalt a un Bus Turístic. El Consell de Turisme no condemna la turismefòbia. Criminalització i manca d'esperit democràtic per part del actors econòmics que exigeixen a Colau que condemni l'atac que va en contra dels seus interessos.
La Vanguardia 18/08/2018	Omnium i el turisme. Francesc Granell, de Foment, afirma que va ser el primer que va utilitzar la paraula turismefòbia a La Vanguardia. Avisa que la situació ha anat a més. Afirma que Colau permet incivisme de tota mena, frenant el turisme de qualitat i fomentant el turisme low cost. També es queixa de que Omnium utilitzi la temporada alta per fer propaganda de l'independentisme als turistes, i de la politització del turisme, que va més enllà de la ideologia dels moviments socials i ho estén a l'independentisme.
La Vanguardia 14/03/2019	Valls expressa el seu suport als hotelers. Valls ataca la turismefòbia, defensant als hotelers contra els prejudicis ideològics de l'equip de govern.

---



Anna Soliguer Guix

La Vanguardia 23/07/2019	Els empresaris demanen “despolititzar” el turisme. Barcelona Global demana despolititzar la gestió del turisme. Es lamenten que Barcelona Turisme no fa promoció. Amenacen amb marxar i crear un altre organisme. Barcelona Global vol que es fomenti el turisme nadalenc i de compres. Apostar per la cultura i no per la borratxera. Qualitat vs baix preu. Demanen revitalitzar la col·laboració públic privada. Enfront la gran inseguretat, crear un alcalde de nit per coordinar totes les polítiques d'àmbit nocturn. Volen que el turisme sigui una prioritat municipal i no una qüestió municipal.
La Vanguardia 01/09/2019	Apartur alerta de l'augment d'habitacions turístiques. El lloguer d'habitacions desregulades substitueix al lloguer de pisos turístics il·legals. Apartur demana que també paguin la taxa turística.
Ara 14/03/2017	Euram vs. Turismefòbia. El ministre Nadal del PP encén la turismefòbia contra els governs presumptament turismefòbics que son precisament, els dels Països Catalans (València, Catalunya Nord, Catalunya, Balears) davant els fòrums internacionals més prestigiosos a la ITB de Berlin.
Ara 02/08/ 2017	Les ganes d'importar la 'kale borroka' a Catalunya. El procés es posa abertzale i la turismefòbia val per kaleborritzar Catalunya. La CUP ha de ser conscient que, a dos mesos del referèndum, una acció així dona munició als mitjans de metàfora fàcil. Facilita el joc brut de l'Estat amb el qual justificar una repressió més contundent i evitar la implicació internacional.
Ara 08/08/ 2017	Se sap com es comença, però... Segons la notícia, és el PP qui ha inventat la paraula turismefòbia, "es tracta d'un insult inventat pel seu partit que els insultats hem engolit sense oposar-hi cap resistència". El PP relaciona turismefòbia amb ETA (turisme borroka).
Ara 09/08/2017	El delirant pim-pam- CUP de La Razón. La Razón insulta la CUP i retreu que la gent d'esquerres ha de ser famèlica, en al·lusió a Eulàlia Reguant (CUP) que va néixer a la Dexeus. Invalidada per ser d'esquerres des del dia zero. També menyspreava a Serra i Mireia Boya perquè els pares son rics.
Ara 09/04/2018	Turismefòbia. Opinió crítica envers els turismefòbics, reconeixent les necessitats de canvis per solucionar problemes d'habitatge i necessitat de taxació i millora dels impactes negatius que detecta (recuperar els equilibris). Es necessari que l'administració s'impliqui de manera que es solucionin els problemes que genera el turisme per a que tot sigui com abans.
Ara 10/07/2018	Gaspart veu "irresponsable" no donar importància a l'atac al Bus Turístic. Joan Gaspart considera una "gran irresponsabilitat" no donar importància a les pancartes perquè aquests accions perjudiquen la imatge de la ciutat com a lloc "amigable" i "atempten contra l'activitat econòmica".
Ara 10/07/2018	Tots els partits menys la CUP condemnen els atacs al Bus Turístic. Davant la competència deslleial i la massificació, el sector hotelier demana regular els pisos turístics.
Ara 20/07/2018	Colau retreu a Cs que demani condemnes de les protestes contra el turisme i no de l'agressió a Jordi Borràs. Colau es queixa que es magnifiqui l'atac al bus, que no és violència i en canvi, de l'atac a Jordi Borràs, no se'n digui res. El discurs de Cs acaba creant turismefòbia, allà on no n'hi ha.
Ara 05/08/2018	Colau, forçada a una reunió d'urgència sobre la turismefòbia. Endavant pren el relleu d'Arran i protagonitza diverses accions contra empreses turístiques a Ciutat Vella, un

Anna Soliguer Guix

---

		dels barris amb més massificació turística. No és turismefòbia, és lluita de classes. El PP i PDeCAT demanen una comissió extraordinària per condemnar els fets. El Daily Mail publica que els anticapitalistes d'Arran son un grup anarquista, una organització marxista juvenil.
Ara 13/08/2018		"Colau s'ha equivocat amb un discurs que ha fomentat la turismefòbia". La candidata del PDeCAT a l'alcaldia de Barcelona, afirma que Colau va començar el mandat amb un discurs turismefòbic. Considera que s'ha de fer una aposta per un turisme de qualitat i no de baix cost. Està en contra de regulacions i moratòries. Aposta per la descentralització.
El 20/01/2017	País	Vila contra la turismefòbia. Vila persegueix per via judicial els atacs d'Arran al turisme però al mateix temps demana corregir les externalitats negatives de l'activitat turística. Va destacar que el turisme és una activitat beneficiosa tant a nivell econòmic com social però apunta que alguna cosa no deu d'estar gestionada adequadament quan hi ha queixes ciutadanes.
El 08/06/2017	País	L'oposició acusa a Colau d'encoratjar la turismefòbia. PDeCAT, Cs, PP i ERC acusen Colau i volen que condemni les agressions i actes vandàlics contra allotjaments turístics. Demanen aturar el discurs del govern municipal per criminalitzar al sector turístic i millorar la governança del sector. La regidora de la CUP Maria José Lecha s'ha desmarcat de la resta amb un discurs en el que ha acusat al turisme d'expulsar a veïns i de precaritzar el mercat del treball.
El 09/06/2017	País	"Acusen a Colau de turismefòbia". PDeCAT, Cs, PP, ataquen Colau d'encoratjar actes vandàlics i agressions contra hotels a la ciutat.
El 01/08/2017	País	Els hotelers de Barcelona carreguen contra els lloguers vacacionals. El director general del Gremi d'Hotels de BCN, Manuel Casals, demana a les administracions lluitar contra la turismefòbia i els pisos turístics que en son els causants. Això ve del 2010 i es deu a la mala gestió de les Administracions. Els hotelers varen portar als tribunals el PEUAT perquè criminalitzava el turisme i implicava una situació de degradació progressiva de més de la meitat dels hotels de Barcelona. Tot i això, varen elegir les regulacions als pisos turístics de l'Ajuntament, que ha actuat amb més contundència que cap altra Administració.
El 02/08/2017	País	Els atacs al turisme obren una altra esquerda entre la CUP i Puigdemont. La diputada de la CUP Mireya Boya acusa al Govern de generar violència amb les seves polítiques. Aquest té por que els atacs contaminin el procés, del qual reivindica el seu pacifisme. Les dues parts asseguren que les friccions no afecten el referèndum. La presidenta de la CUP va abominar del model turístic de Barcelona que considera depredador, "Es violència pura i dura i obliga a malviure a moltes persones". Boya va recriminar Colau d'haver renunciat a qualsevol tipus de debat i explorar alternatives al model turístic actual També va acusar a l'Executiu català d'avaluar aquesta política. "Sempre ens diuen que renunciem a la violència quan la violència també la provoca el Govern", carregant contra la política neoliberal del conseller d'Empresa Vila. Arran no vol parar la seva campanya contra el que considera una invasió que encareix els preus i minva la qualitat de vida dels barcelonins. La patronal PIMEC va condemnar qualsevol acció que s'associï a la xenofòbia econòmica.
El 06/08/2017	País	Després de guanyar els comicis municipals l'any 2015 a Barcelona i les dues generals... Manuel Delgado afirma que Colau es conforma amb una "restauració maragalliana". Josep Ramoneda, analista polític, manifesta que els Comuns tenen dificultat per dibuixar el seu projecte polític. Té la sensació que s'han quedat paralitzats. Pensava que pecarien per atreviment i ho fan per contenció. Els hi falta

---

Anna Soliguer Guix

---

		coratge i han sigut temorosos. Jordi Borja, pròxim a Colau, admet que els Comuns han quedat fora de joc amb l'1 O però responsabilitza als partits independentistes de tenir precipitació en el procés sense aclarir per a que volen la secessió al no omplir-la de contingut social i econòmic.
El 10/08/2017	País	Rajoy demana aïllar als radicals que ataquin al turisme a Catalunya. Amb les accions contra el turisme i l'independentisme de fons, Rajoy diu que atacar el turisme és un sense sentit. Rajoy i Amancio López són amics i companys d'escola des dels 10 anys. Està perplex de que es protesti contra la massificació i la precarietat laboral. El president d'Hotusa va alabar la política econòmica desplegada per Rajoy des de la seva arribada a la Moncloa el 2011, especialment la reforma laboral que la seva companyia va aprofitar molt bé. No per acomiadar sinó per crear llocs de treball, a empleats en pràctiques amb un cost raonable. Rajoy va dir que era un acte en positiu.
El 14/08/2017	País	Empresaris i Generalitat busquen un front contra la "turismefòbia". Santi Vila, Conseller d'Empresa, vol anar cap el model de qualitat. Puigdemont també està contra la turismefòbia perquè produeix malestar als actors econòmics i assegura que es promou des de l'Ajuntament de Barcelona. El conseller accepta que el sector té externalitats i va demanar a l'Ajuntament que les gestioni a nivell de mobilitat, ordenances de civisme, taxes, etc. Vila justifica la necessitat de que una part de la taxa turística vagi a promoció però descarta augmentar el que es destina a l'Ajuntament per obres de millora o serveis que mitiguin l'impacte d'aquesta activitat econòmica.
El 15/08/2017	País	Les festes de Gràcia arranquen amb missatge contra l'excés turístic. Els veïns es queixen de les externalitats del turisme.
El 20/09/2017	País	Colau demana evitar el terme turismefòbia. Agustí Colom demana als grups municipals que s'eviti utilitzar la paraula turismefòbia per referir-se a les protestes contra les activitats turístiques. Si realment es vol protegir al sector, no hauríem d'utilitzar el terme turismefòbia. Colom insisteix en que el pitjor que es pot fer per la imatge de la ciutat és seguir propagant la idea de que existeix. Cs diu que s'ha d'actuar amb fermesa davant els atacs. Sònia Recasens acusa a Colau d'utilitzar electoralment el discurs de la turismefòbia. Alfred Bosch (ERC) alerta del perill de que el missatge acabi calant. PP lamenta l'existència del fenomen. Eulalia Reguant (CUP) va negar l'existència de la turismefòbia “S'ho han inventat per tapar les vergonyes del model econòmic del monocultiu turístic”.
El 09/08/2018	País	L'oposició reprova a Colau per el 'top manta'. Tota l'oposició excepte la CUP demana la dimissió de Colau pels narco pisos, la brutícia, la inseguretat i la sensació de desgovern, en al·lusió especialment al top manta. La CUP ho va considerar d'atacs electoralistes. L'alcaldeessa accidental recorda al PDeCAT que ells varen multiplicar per 4 els pisos de la Barceloneta.
El Periódico de Catalunya 25/02/2015		Una audiència agitada reflecteix l'esquerda ciutadana pel turisme. Participació ciutadana vs sector turístic al 2015. Recasens va rebutja qualsevol criminalització al sector turístic. Ciutat Vella demana un canvi de model i carrega contra la política municipal. Es queixen de l'Incivisme, del dèficit en la gestió del turisme, pisos turístics i capacitat de carrega. La FAVB presenta un decàleg de protestes. Demanen un model turístic que passi per millorar la gestió de l'oci, tallant els comportaments salvatges. Demanen que actuï la Guàrdia Urbana.

---

Anna Soliguer Guix

---

El Periódico de Catalunya 08/06/2017	L'oposició assenyala a Colau com a turismefòbica; La comissió d'Economia aprova una proposició que acusa l'alcaldesa de criminalitzar al turisme. Recasens es pregunta fins quin punt el fet que el turisme sigui la segona preocupació dels ciutadans, es responsabilitat de qui va donar suport a la turismefòbia, en al·lusió a Colau. El regidor de Turisme, Colom (Els Comuns) lamenta que ERC s'alineés amb els seus opositors. Lecha (CUP) afirma que va ser el sector hotelier el que va forçar la comissió extraordinària i va cridar a la participació de la manifestació de demà contra els efectes negatius del turisme, que transcorrerà sota el lema Barcelona no està en venda.
El Periódico de Catalunya 02/07/2017	Ada Colau; "S'ha d'evitar parlar de 'turismefòbia'". Colau afirma que Barcelona és una ciutat d'èxit però que s'ha de combatre els efectes col·laterals del turisme: massificació, apartaments turístics il·legals, una bombolla immobiliària que expulsa veïns i comerciants. “La massificació és un problema fins i tot pels turistes. No volem una Barcelona especulativa. S'ha de trobar un equilibri, posar ordre i regular”. També evitar parlar de turismefòbia perquè és convertir en fenomen el que en realitat és un efecte: les molèsties, incomoditats, l'expulsió de veïns i comerços per a la pressió especulativa. Explica que a l'arribar al govern se'ls acusava de bojós i de comunistes per voler regular al turisme.
El Periódico de Catalunya 29/07/2017	El PP acusa Colau de ser "bombera piròmana" amb la turismefòbia. El PP és turismefílic i espanyol. Acusa a Colau de criminalitzar el motor econòmic. Fernández destaca que s'ha de controlar i fer sostenible el turisme i que no es pot menysprear. “Altres tenen petroli, nosaltres turisme”. Es queixa de que els d' Arran volen criminalitzar el turisme per donar una mala imatge d'Espanya i Catalunya perquè busquen posar en dificultats el creixement de l'economia i d'un dels seus sectors claus.
El Periódico de Catalunya 31/07/2017	El sector empresarial exigeix a Colau que "aturi d'arrel" els actes vandàlics contra el turisme. Gremis de comerç, restauradors, hotels i agències de viatges, exigeixen a Colau que es castigui als culpables de l'atac al bus. Manifestacions públiques injurioses constant contra l'activitat econòmica i empresarial que alguns afectats veuen encoratjada pels cupaires i Barcelona en Comú. Gabriel Jené lamenta la connivència municipal amb l'activitat il·legal i la persecució de l'activitat legal.
El Periódico de Catalunya 07/08/2017	L'oposició ataca el govern de Colau per la turismefòbia. La primera comissió en vacances a l'ajuntament pels atacs al bus turístic i les bicis. L'oposició afirma que Colau i el seu govern han fomentat la turismefòbia. El regidor de Turisme, Colom, diu que son actes simbòlics. La CUP no hi va per no participa en el teatre oportunista per criminalitzar les accions d'Arran.
El Periódico de Catalunya 09/08/2017	Les agències de viatges acusen Colau de fomentar la 'turismefòbia'. El seu president afirma que l'alcaldesa va incendiar el debat. El President de la Confederació Espanyola d'Agències de Viatges (CEAV), Rafael Gallego, va expressar la seva preocupació per l'augment d'incidents de turismefòbia a varies ciutats espanyoles. Gallego diu que això va començar l'any passat amb pintades i declaracions de Colau.
El Periódico de Catalunya 02/09/2017	Álvaro Nadal: "La fòbia al turisme és per la congestió de serveis". El Ministre Nadal del PP, arrel de l'atac terrorista diu que Barcelona té una imatge molt forta i que a xarxes socials hi ha hagut molta solidaritat. No hi ha inseguretat a Barcelona. La imatge de Barcelona com a marca és molt forta, molt alabada i molt estimada. No li agrada parlar de turismefòbia perquè els considera actes vandàlics. Considera que no es el turisme el que causa el malestar sinó la congestió de determinants serveis. Parla de regulació tributària i seguretat. Els veïns poden decidir si accepten pisos turístics

---

Anna Soliguer Guix

---

	o no. Els ajuntaments hi poden fer moltes coses però els que tenen les competències de la gestió turística són les comunitats autònomes.
El Periódico de Catalunya 21/01/2018	L'alcalde de Venècia carrega contra la política turística de Colau. L'alcalde neoliberal o turismefílic de Venècia no entén que Colau freni el creixement. Brugnarò s'ha oposat a prendre mesures dràstiques com ara restringir el nombre de turistes que visiten la ciutat. A Venecià els que protesten són una minoria i a Barcelona són molts.
El Periódico de Catalunya 08/08/2018	Colau és reprovada per tercera vegada per l'atac d'uns manters a un turista. Turismefòbia segona part: oposició contra alcaldessa: seguretat i civisme. Manters ataquen turista nord-americà. L'oposició exigeix el seu cessament com a responsable de seguretat i tutelar l'elecció del substitut Laia Ortiz acusa els grups de construir "una aliança contra Barcelona" i "buscar titulars" perquè estan fent campanya electoral.
El Periódico de Catalunya 03/02/2019	Contra la Colau. Juli Capella explica que Colau es va colar a l'alcaldia sense que els poders fàctics que es pensaven que sempre manarien, hi hagués qui hi hagués a l'alcaldia, se n'adonessin. Del xoc varen passar a l'enuig. Anava de debò i calia parlar-ho. Desqualificació dient que l'ajuntament estava paralitzat però al contrari, estava redefinint molts assumptes, i això encara era pitjor. Varen buscar problemes dels quals responsabilitzar-la, com les terrasses, que era una normativa creada per Trias. També se la va acusar de turismefòbia però eren els ciutadans els que estaven farts de suportar inconveniències mentre que uns quants es repartien els beneficis. Al menys ara es buscava una solució al tema. Ha sigut el primer consistori que s'ha pres en serio el tema dels pisos turístics, tot i els narco pisos, malgrat el desemparament de la Generalitat. Delinqüència i inseguretat que des d'alguns diaris i TV3 van atiant exageradament. Colau ha buscat defensar les classes mitges i populars, buscant un reequilibri social en una ciutat a la deriva, cada vegada més injusta, només apta per a acabats, executius i visitants. Per això rep tanta canya perquè va de debò. Amb el rumb social clar i sense assemblar-se de moment, a cap política professional.
Crònica Global 29/06/2017	ACAVE: “La paraula turismefòbia hauria d'eliminar-se del diccionari”. Martí Serrate de l'ACAVE “està molt deprimat” perquè aquest cap de setmana han vist en els mitjans que el que més preocupa als barcelonins és el turisme. La paraula turismefòbia hauria d'eliminar-se del diccionari perquè no és bona, costa molt aconseguir una imatge que te ara la ciutat i molt poc destruir-la. S'han de buscar solucions perquè els turistes molesten dins els autobusos i al metro.
Crònica Global 29/06/2017	El sector turístic llegeix la cartilla a Colau per la turismefòbia. Colau té l'oposició en contra per no defensar els interessos econòmics i donar suport a la gent que pateix els efectes negatius de la seva cobdícia. A la reunió del Consell de Ciutat i Turisme, els empresaris es varen queixar per la manca de suport institucional.
Crònica Global 04/08/2017	Nova onada de actes vandàlics contra el turisme a Barcelona. Un altre col·lectiu, Endavant, ha reivindicat actes vandàlics contra empreses turístiques. No és turismefòbia. Es lluita de classes.
Crònica Global 05/08/2017	Toc d'atenció del PDeCAT a la CUP sobre els actes violents dels seus 'cadells'. El PDeCAT condemna els atemptats i diu a la CUP que el que menys convé a Catalunya és que, en un moment excepcional, alguna cosa local es converteixi en un pretext per a que tinguin arguments els que volen fer una caricatura o un relat inflat sobre la convivència.

---

Anna Soliguer Guix

---

Crònica Global 06/08/2017	El problema es que s’ha fet política del turisme. Marian Muro afirma que el problema es que s’ha fet política del turisme. Nega la capacitat de carrega. Nega que el procés afecti el turisme. Ataca les ideologies. Vol un pacte global pel turisme al marge de les ideologies. Sap que hi ha externalitats negatives que s’han de gestionar. La promoció es molt important.
Crònica Global 06/08/2017	Arran nega la turismefòbia i justifica l’atac al bus turístic per el bé del conductor. Arran lluita contra els lobbies. No son turismefòbics. Arran no vol saber res amb Jordi Pujol i es distancien de Puigdemont, Son uns 500 i no estan en contra del turista
Crònica Global 07/08/2017	Colau trampeja a l’ oposició en el debat sobre els atacs d’ Arran al turisme. Atacs a Colau. Bosch d’ERC ataca als unionistes per la gestió d’ El Prat i ataca al PP per dir que la CUP son vandàlics.
Crònica Global 15/08/2017	El PP català acusa a Colau d’ actuar com "bombera piròmana" amb la turismefòbia. El PP es queixa que Colau menysprea el turisme que és un gran motor econòmic "altres tenen petroli, nosaltres turisme". Arran criminalitza el turisme per donar una mala imatge d’Espanya i busca posar en escac el creixement de l’economia. Arran és una organització revolucionària i estalinista, diu. Vol destruir tot per construir un nou món a la manera de Mao Zetoeng.
Crònica Global 09/02/2018	Colau intenta ara municipalitzar el turisme. Des que els Comuns han entrat al consistori, han intentat ofegar Turisme de Barcelona. Les seves aportacions s’han anat reduint i es desvien a Barcelona Activa. L’objectiu es potenciar el Consell de Turisme i Ciutat, format per experts, associacions, entitats de districte, representants tècnics de l’ajuntament i grups municipals. La idea dels Comuns és anar traient contingut a Turisme de Barcelona i dotar de competències al consell. Enfront al model públic-privat del consorci, els Comuns volen imposar una qüestió exclusivament publica d’un sector que ha promès ordenar.
Crònica Global 03/04/2018	ERC es lia amb el turisme a Barcelona. Bosch d’ERC demana un altre model, sostenible per Barcelona, sense caure en la turismefòbia perquè ells son turismefílics. Els hotelers, agències i pisos turístics s’han enfadat entre ells pels seus models de negoci. Un representant del Gremi d’Hotelers avisa d’una onada de saturació si la Generalitat regula i legalitza el lloguer d’habitacions (home sharing). També demana que els pisos il·legals paguin impostos. Airbnb anima a redistribuir el 50% de la taxa en el veïnat i a ampliar el turisme a totes les zones per no saturar. El turisme ha mutat. Els visitants busquen ara experiències, un amor, un record. Les plataformes son el motor per repartir-los per les ciutats i fer que aquestes siguin mes dinàmiques.
Crònica Global 26/06/2018	Campanya de las joventuts d’ ERC contra els turistes. ERC s’apunta amb una campanya contra el turisme: “Guiri, no ens expulsis (JERC). Els joves no volem turisme. L’actual model turístic és nociu per la ciutat i el turisme”. Segons Bosch d’ERC, ells son turismefílics però s’han de solucionar problemes.
Crònica Global 09/08/2018	Pisarello rebutja condemnar l’ assalt d’ Arran a un bus turístic per "simbòlic". Pisarello no condemna els atacs d’Arran perquè son simbòlics. Mejías diu que la CUP segueix atacant actius turístic i arruinant el turisme de Barcelona. Exigeixen a l’alcaldessa que condemni els fets i no segueixi mirant cap un altre costat. Aposta per un model turístic de qualitat i solucions pel sector. PP turisme borroka. Perjudica la imatge de BCN. Passivitat del govern de Colau amb la turismefòbia.
Crònica Global 21/08/2018	L’ajuntament de Barcelona retirarà els cartells que inciten al 'balconing' L’ajuntament retira cartells anti turístics donant suport al balconing. La premsa anglesa se’n fa ressò.

---

Anna Soliguer Guix

Crònica Global 03/09/2018	Arran amenaça amb un altre estiu 'calent' contra el turisme. Arran torna a la càrrega als Països Catalans i avisen que no és turismefòbia, és lluita de classes. El capitalisme és l'arrel d'on neix aquest turisme que atempta contra la vida de les persones. Volen prohibir l'activitat de les empreses relacionades. Es amb els pisos turístics, reduir i limitar el numero de creuers, augmentar impostos o expropiar les principals empreses turístiques (ports esportius, hotel Vela, Les Arenes). Model turístic insostenible a nivell humà i pel territori.
Crònica Global 02/08/2019	El pèssim castellà de la líder dels anti turisme de Barcelona. Informen que la portaveu de la líder dels antiturisme te un pèssim castellà. Ana Menéndez, portaveu de la Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona (FAVB) va demanar als visitants que no tornin a Barcelona. Va repartir pasquins on es demanava als turistes que no expliquin que havien estat a la ciutat. La campanya buscava lluitar contra la massificació, no contra el turisme.
Expansión 07/05/2017	"La turismefòbia ens posa els pels de punta". Zoreda: la paraula turismefòbia em posa els pels de punta. No volem ser un ninot de pim, pam, pum en mans dels partits polítics. Som un lobby i el sector ha d' estar al marge de les baralles polítiques. Entenem que no pot haver-hi ideologia darrera del turisme.
Expansión 09/06/2017	Revés a la gestió turística d' Ada Colau. L'oposició ataca la gestió del turisme de Colau. Insten a la alcaldessa a deixar de criminalitzar al sector turístic i posar fi a l'actual turismefòbia. Consideren que la gestió de Colau es turismefòbia perquè es regulació.
Expansión 10/08/2017	Rajoy: "S'ha d'aïllar als extremistes". Rajoy diu que s'han d'aïllar als extremistes i radicals independentistes que van contra el sector turístic i condicionen el govern de la Generalitat i posen en una situació límit als 7 milions de persones que viuen del turisme. El turisme constitueix una font de riquesa per a Espanya i considera un sense sentit atacar un sector que genera el 13% de la feina al conjunt de l'estat espanyol.
Expansión 11/08/2017	El Govern demana mesures a l' Abogacía per defensar al turisme .Davant els atacs d'Arran, el govern demana mesures a l' Abogacía del Estado per no frenar l'avantatge competitiu.
Expansión 13/08/2017	Las agències de viatges culpen als polítics com Ada Colau de la pujada de la turismefòbia. El president de la Confederació Espanyola d'Agències de Viatges, va senyalar que els fets turismefòbics es produeixen "casualment" a destinacions o comunitats on governen partits del "mismo pelaje" propers a Podemos. Rafael Gallego responsabilitza a l'equip de la senyora Ada Colau dels actes vandàlics en contra del turisme a la ciutat de Barcelona. Això no es nou i recordà que ja ho varen advertir el 2016 i té lloc a destinacions o comunitats on governen partits del mateix pelatge propers a Podemos perquè a la resta de llocs no es donen aquest tipus de situacions. Gallego els qualifica de descerebrats. A curt termini no tindrà influència en el turisme, però a mig termini, si que pot influir perquè els turistes no es sentiran segurs. Demana seny respecte a les proclames bolivarianes.
Expansión 02/11/2017	El vandalisme turístic es ceba amb les bicicletes de lloguer a Barcelona. El conflicte polític del procés ha eclipsat la resta de problemes i ja ningú s' en recorda de la turismefòbia. El sector turístic també ja ha oblidat el bus turístic i l'atemptat. Però el vandalisme continua atacant a les empreses turístiques mes vulnerables com les de lloguer de bicis. Veïns contra empreses. Les empreses de serveis de vehicles compartits asseguren que els atacs de ciutadans descontents amb el turisme els està provocant costos que fan perillar els seus negocis.

Anna Soliguer Guix

Expansión 10/07/2018	Les joventuts de la CUP iniciaran una altra campanya de 'turismefòbia'. Pintades i atacs de la CUP a autobusos turístics. Parem la massificació turística als Països Catalans. BCN, Valencia, Mallorca. Arran defineix l'atac al bus com "una acció reivindicativa contra el model turístic". En les properes setmanes s'esperen més accions per tot el país. El model turístic esta comportant un augment dels preus del lloguer a les ciutats. Pisarello va qualificar l'acció com una "iniciativa simbòlica", al on haver-se produït incidents. L'oposició, l'acció va rebre una critica frontal unànime.
Expansión 22/01/2019	El sector hotelier exigeix regular els pisos turístics Davant la competència deslleial i la massificació, el sector hotelier demana regular els pisos turístics

## Exemple sobre la turismefòbia com a expressió del dret a la ciutat

Diari	Noticia
La Vanguardia 19/09/2008	Fa uns dies a Guillem Carbonell.cat aparegué la foto del rètol que han... Quim Monzó critica la ciutat-franquícia derivada de la massificació que pateix Barcelona, juntament amb el tipus de turista de baixa qualitat.
La Vanguardia 24/09/2008	Set milions de turistes visitaran aquest any Barcelona que s'ha convertit en... Explica que BCN es troba segons l'índex de Doxey en etapa d'irritació i antagonisme. Marius Carol es posiciona al costat dels utilitaristes (actors econòmics) i contra els paranoics que critiquen que Barcelona es converteix en un parc temàtic perquè tampoc tindria sentit una ciutat museu per a l'èxtasi dels locals.
La Vanguardia 14/11/2009	El diagnòstic del Pla Estratègic de Turisme anticipa que Barcelona no està... El diagnòstic del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona adverteix que Barcelona no està disposada a renunciar a la gallina dels ous d'or però apunta la necessitat d'una revisió del model, repartint més els beneficis entre tota la població i minimitzant les molèsties que causa a les zones més congestionades. Admet l'existència de conflictes i punts negres, entre ells la inseguretad ciutadana, el soroll, la brutícia i la massificació. Alerta del perill que s'acabi imposant una certa turismefòbia detectada en la opinió pública.
La Vanguardia 26/09/2014	Hisenda destapa un frau fiscal a més de cent pisos turístics a Barcelona. La manca de regulació i taxació dels pisos turístics és un pas més dintre de la política municipal i de la Generalitat
La Vanguardia 07/10/2014	La 'turismefòbia força un canvi d' estratègia. La detecció de la turismefòbia al Pla Estratègic de Barcelona, i la seva clara exposició a tots els actors, adverteix de reconciliar la vida dels turistes amb la dels residents. S'havien d'adoptar solucions si no es volia acabar desprestigiant el turisme davant la ciutadania. No es va fer el que els tècnics varen suggerir. Enric Truñó, coordinador de l'anterior pla estratègic afirma que no li preguntí per què no es va fer, perquè no ho sap. A la vegada, Sonia Recasens, afegeix que per garantir la coexistència pacífica entre veïns i turistes, i la sostenibilitat, el camí és la corresponsabilitat del sector públic i privat. Davant aquesta inconsciència i mala gestió política-privada, ICV va començar amb manifestacions per limitar el creixement del turisme. No més hotels, ni apartaments ni creuers. Es manifesten per protestar contra el model turístic. Pocs experts advoquen per un canvi radical. Diuen que el problema no és de xifres si no que s'han d'abordar els problemes concrets i resoldre'ls.



Anna Soliguer Guix

---

La Vanguardia 16/04/2017	Turismefòbia contra turismefilia. Cohabitació entre turismefòbia i turismefilia. Els barris més turismefòbics: Gòtic, Gràcia, Vila Olímpica del Poblenou, Barceloneta, Sagrada Família, Sant Pere, Santa Caterina, la Ribera, Sant Antoni, La Salut. El turisme encareix tot, especialment, l'habitatge.
La Vanguardia 09/07/2017	Excessos de la turismefòbia. Opinió crítica envers els turismefòbics, reconeixent les necessitats de canvis per solucionar problemes d'habitatge i necessitat de taxació i millora dels impactes negatius que detecta (recuperar els equilibris). Crític amb anar en contra del turisme. Necessitat que l'administració s'impliqui de manera que es solucionin els problemes que genera el turisme per a que tot sigui com abans (creixement que no afecti als veïns)
La Vanguardia 03/08/2017	Els últims brots de turismefòbia. Llista d'atacs a hotels i bus turístic. Segons l'alcalde accidental Collboni, son atemptats contra la convivència. El conseller d'Empresa, Vila, demana als serveis jurídics que actuïn.
La Vanguardia 05/08/2017	Un informe municipal tem que creixi la turismefòbia i planteja per evitar-ho...L'any 2009 es va redactar un informe municipal avisant dels problemes de la turismefòbia. Plantejava mesures per minimitzar les molèsties provocades per tants visitants. El Pla Estratègic de Barcelona planteja la necessitat de revisar el model de negoci per evitar morir d'èxit.
La Vanguardia 10/08/2017	Les raons de la turismefòbia. Miquel Puig explica l'engany de presentar els atacs com anti mercat i antiprogrés. També explica la falsedat de la riquesa generalitzada i que el turisme baixa l'atur. Com, el model actual és incapaç de transformar la riquesa en prosperitat i els llocs de treball en nivells d'ocupació decent. Proposa el canvi de model cap un model que permeti la distribució decent de la prosperitat. Afirma que qui se'n beneficia son els propietaris immobiliaris.
La Vanguardia 13/08/2017	“No és turismefòbia, és cabreig”. Reaccions polítiques a l'ocupació de la platja per part dels veïns de la Barceloneta per manifestar-se contra els pisos turístics, l'especulació i l'Incivisme. Els polítics locals aprofiten per atacar Colau. Discurs liderat per Sònia Recasens (PDeCAT).
La Vanguardia 13/08/2017	I si pensem. Situació insostenible per veïns i turistes no només a Barcelona. No demonitzar el turisme ni massa, ni massa aviat perquè és bàsic per l'economia. El canvi de model requereix de temps i consens. Por al canvi de model.
La Vanguardia 14/08/2017	La CUP exigeix la destitució del conseller Vila després de l'1-O. Ana Gabriel (CUP) demana la destitució del Conseller d'Empresa per denunciar-los per turismefòbia, essent socis de govern.
La Vanguardia 14/08/2017	La Cambra vol que es gravi al màxim el turista d'un dia. El President de la Cambra de Comerç afirma que a Barcelona no vol turisme de parc temàtic, turisme d'un dia. Volen turisme de qualitat, que gastí. Per això s'ha de gravar al turista que fa visites d'un dia. Com més elevada millor.
La Vanguardia 16/09/2017	Pacte per a què els turistes vagin en grups reduïts. Gràcies a l'atemptat, la turismefòbia ha desaparegut del diccionari però la polèmica segueix latent. Ja hi ha gestió municipal del turisme (limitacions de grups...) No es tracta però de menys turistes sinó de gestionar-ho d'una altra manera. Es considera al turista com la solució, no com el problema.
La Vanguardia 10/06/2019	Repensar el model turístic. Desacceleració del creixement. Demanen canviar el model de sol i platja per evitar morir d'èxit. Cansament del model turístic més enllà de Barcelona i Espanya. Diversos estudis expliquen que els beneficis econòmics estan sobreestimats i que els costos per la comunitat estan

---

Anna Soliguer Guix

---

	infravalorats. Es demana un turisme sostenible que ja marca tendència en altres competidors.
La Vanguardia 03/07/2019	Arran inicia una nova campanya de turismefòbia. 2019 nova campanya d'Arran contra el turisme. Pancarta a la Pedrera "el turisme mata la ciutat".
La Vanguardia 05/07/2019	Sonòmetres i serenos contra el soroll als pisos turístics. Problemes de convivència als edificis. Apareixen encarregats de seguretat, alarmes anti soroll per pal·liar els problemes ocasionats pel relaxament dels turistes en la seva conducta cívica.
Ara 07/10/2012	Turismefòbia: la creu de l'èxit turístic. L'any 2012 el professor de la UB Jordi Tresserras, va avisar que hi havia turismefòbia a BCN (entre 6,5 i 8%) i a Lloret (per motius d' incivisme i soroll). El vicepresident de l'Associació de Veïns del Casc Antic de Lloret, aconsellava als barcelonins, que la capital catalana "tingui més en compte l'experiència de Lloret, els seus errors i els problemes que ha tingut per evitar repetir-los". La lloretització de Barcelona, ja estava avisada al 2012, amb el turisme de borratxera, baixa qualitat, el soroll, l'Incivisme i la pèrdua de població resident al centre. Potser es varen pensar que els veïns de Barcelona es resignarien com els de Lloret. El terme turismefòbia, ja formava part de la lingüística dels antropòlegs, geògrafs i experts turístics al 2012. Es referia a tot allò que ve i va contra el desenvolupament de l'activitat turística. Aquesta arma llancívola, a nivell polític significa, tot allò que va contra els interessos econòmics d'empreses, partits polítics i governança públic-privada que lideren la gestió del turisme als territoris turistificats.
Ara 19/10/2013	L'Ajuntament busca mesures per oxigenar els barris amb més turisme. Davant la saturació, regulació.
Ara 07/09/2014	Debat turístic; Com es pot evitar caure en la turismefòbia? Els experts alerten que si no es prenen mesures, els veïns rebutjaran cada cop més el turisme (2014). Els veïns es queixen que el problema ve més enllà dels pisos turístics il·legals. Demanen un altre model de turisme perquè se'ls està expulsant dels barris i desapareix el teixit comercial. Donaire afirma que cal centrifugar i enviar els turistes a altres barris i fer rutes alternatives. Regular, limitar. Ser bel·ligerants amb les webs que fan publicitat de Barcelona com un destí de borratxera". Els veïns defensen els inspectors dels pisos turístics i el control policial. "Si l'administració els escoltés, no es deixarien podrir certes situacions i, per tant, no les hauríem de guarir amb teràpies de xoc". S'han de repartir les decisions i no les han de prendre els lobbies. Donaire afirma que cal repartir els beneficis i els costos. La FAVB considera que tots els agents socials haurien de ser prescriptors d'un turisme responsable i assumible pels barris. A Ciutat Vella el problema no són els pisos sinó la concentració d'hotels. Cal preservar la identitat dels barris. El comerç cohesionaria.
Ara 18/04/2015	"Si Barcelona continua gestionant així el turisme, morirà d'èxit". La vicepresidenta dels guies es queixa que l'ajuntament no vetlla pel turisme organitzat i si pel de borratxera. Els veïns es senten expulsats, i afirma, que des de diferents sectors s'està promovent la turismefòbia.
Ara 13/08/2016	Vers la sostenibilitat pel decreixement turístic. Macià Blàzquez al 2016 ja explicava que el turisme afavoreix als propietaris del capital (grans hotelers, inversors, especuladors) que no creen riquesa, sinó que se n'apropien, amb l'explotació dels treballadors que els empeny fins el llindar de la pobresa i a

---

Anna Soliguer Guix

---

	l'endeutament. Els empresaris demanen desestacionalitzar i més infraestructures (ports, aeroports, autopistes, carreteres, platges).
Ara 23/09/2016	“El discurs del turisme com a únic motor econòmic és el que ens ha dut al col·lapse”. Daniel Pardo de l'ABDT pensa que la solució està en altres models col·laboratius que puguin substituir la sobre activitat del sector turístic. La màxima responsabilitat és de la indústria turística i de les institucions còmplices.
Ara 12/02/2017	Els límits del turisme a Barcelona ja estan identificats, ara cal actuar. Conflictes constants del turisme que per una part crea inseguretat i problemes de convivència amb Airbnb i per l'altra permet als afectats de la crisi arribar a finals de mes. S'ha de regular i buscar la manera de tenir convivència per tots. Limitar i regular el turisme.
Ara 19/03/2017	Sagrada Família: Conviure amb 7 milions de turistes passant per la porta de casa. Els veïns es queixen que el turisme deixa pocs diners. Especialment els excursionistes. I molesten.
Ara 30/05/2017	Turismefòbia? Residentofòbia? Crítica als empresaris i polítics residentofòbics, és a dir, aquells que miren pels seus interessos i els hi dona igual el mal que puguin produir als residents. Davant el mite que el turisme crea riquesa i llocs de treball, dir que aquests llocs son semi esclavitud i que la riquesa va als paradisos fiscals perquè no té retorn social.
Ara 12/07/2017	Barcelona posarà una taxa per als turistes que no fan nit a la ciutat. Proposta de nou impost (taxa) als visitants d'un dia amb autocar que dormen a la costa perquè no fan despesa, col·lapsen el trànsit, saturen i degraden. Cs, avisa que no es pot aplicar la taxa perquè l'ajuntament no té competències. Qui gestiona el turisme és la Generalitat.
Ara 03/08/ 2017	Ja ens han colat la turismefòbia. Arrel dels atacs d'Arran, els polítics, empresaris i mitjans de comunicació han colat la mentida de la turismefòbia. Va ser el ministre de Turisme, Nadal que la va utilitzar a la Fira de Berlin per desacreditar als governs autonòmics difícils.
Ara 06/08/2017	"La turismefòbia augmentarà si no es reparteixen els beneficis". Carles Tudurí coincideix amb Miquel Puig al destacar la necessitat de revisar el model turístic actual i gestionar els problemes que genera a la població. Afirmar que els atacs no son bons per la imatge de Barcelona però que els turistes vindran igualment. De fet, molts no sabien dels atacs però els mitjans de comunicació dels seus països varen almar a familiars que els hi varen fer saber.
Ara 13/08/2017	L'augment de visitants és un fenomen global que obliga les ciutats a repensar quin model econòmic volen. Professionals del sector turístic (guies, agències de viatges) expliquen la necessitat de revisar el model. Martí Serrate (ACAVE) afirma que tots els agents implicats hem de col·laborar per aconseguir un equilibri, a través del debat i recorda la necessitat de regular, més inversions per al bé de la convivència com urinaris i pàrquings d'autobusos. L'associació espanyola d'agències de viatges afirma que el sector està molt preocupat per la imatge. L' Aguicat (guies) afegeix que els veïns estan molestos pels grups grans, sorolls i més. Nega l'existència de la turismefòbia i diu que és culpa de la massificació i la falta de regulació . El turisme responsable i de qualitat també interessa al sector. Són professionals i veïns, a la vegada. Miquel Puig explica que els atacs al turisme són un símptoma del malestar de la població perquè el turisme provoca molèsties i beneficia poca gent. S'ha d'apostar per un model econòmic que reparteixi els beneficis entre més població per equilibrar-ho.

---

Anna Soliguer Guix

Ara 19/06/2018	Joves d'Arran s'encadenen al drac del Parc Güell en protesta contra el model turístic. La lluita de classes segueix. Arran han protestat i s'han encadenat al drac del Parc Güell amb pancartes crítiques per com es gestiona l'activitat turística a la ciutat. Denuncien el model turístic que explota i destrossa el país.
Ara 19/02/2018	Ricard Santomà: "Si vols ser una destinació turística mediocre, tingues salaris mediocres". Ricard Santomà (degà de la facultat de turisme Sant Ignasi) avisa que si vols ser una destinació turística mediocre, tingues salaris mediocres . Necessites personal ben format, amb salaris d'acord amb les capacitats. No tothom pot ser cambrer, al contrari del que la gent es pensa. Es una professió. hem de potenciar el talent.
Ara 20/07/2018	Immobilitzen bicicletes de lloguer per protestar contra l'especulació turística. Arran protesta contra l'especulació turística immobilitzant bicicletes de lloguer turístic.
Ara 04/09/2018	El pitjor agost de l'atur des del 2010. L'atur es deu a la fi de la temporada turística i l'estacionalitat. Un 88% dels nous contractes del sector son precaris a causa de l'alta temporalitat. CCOO reclama derogar la reforma laboral.
El País 28/05/2017 28/28/05/2017	Turismefòbia: la cara menys amable d' una industria milionària. A Barcelona segueixen apareixent pintades perquè en 5 anys, el turisme ha pujat un 30%. Les patronals estan preocupades i el ministre Nadal diu que "no és tant un fenomen social com polític. La irrupció del turisme massiu a la vida quotidiana dels ciutadans causa problemes perquè no poden caminar pel carrer, pels problemes per la convivència, o l'increment dels preus de l'habitatge, principalment. Claudio Milano afirma que la turismefòbia no és exclusiva d'Espanya. També n'hi ha a Nova Orleans i el sud-est asiàtic. Paolo Russo, professor de Gestió Turística Urbana URV manifesta que els ciutadans s'equivoquen al anar contra el turista. Es la industria turística, el port que porta creuers, els polítics, l'urbanisme....Qualsevol ciutat que ha estat acollidora amb els turistes, s'enemista amb ells quan augmenta la pressió. L'Ajuntament de Barcelona calcula que el lloguer turístic és fins a 4 vegades més rentable que el convencional. El problema son els pisos turístics il·legals. Molas diu que els hi preocupa perquè els seus treballadors tenen problemes per trobar allotjament. Reme Gómez, activista del Gòtic: explica que la turismefòbia no li agrada perquè desvia el focus d'atenció, dona arguments als grans lobbies i senyala a col·lectius que porten anys denunciant les conseqüències negatives amb arguments. La massificació està destruint el teixit social local i aposta pel decreixement.
El País 15/07/2017	...I ara la lletania de la “turismefòbia”. Durant dècades la imatge del turisme ha estat gairebé santa gràcies a la propaganda de les autoritats econòmiques i ha perpetuat una societat de cambrers i paletes. Les externalitats del turisme les estan pagant els nadius. Es noten les senyals d'irritació social. Vandalisme, soroll, incivisme, saturació de serveis, etc. Alteren convulsivament la vida ciutadana però amb intensitat diferent segons les zones. Durant dècades, els ajuntaments i l'Estat han ignorat aquests costos. Els think tanks de la propaganda han inventat la paraula turismefòbia que es presenta com una reacció patològica contigua al racisme o al chauvinisme. El terme trasllada la càrrega de la culpa a l'indígena de a peu. Queden exculpades de cop les polítiques negligents o ineptes dels gestors públics, responsables de que s'hagi arribat a una situació d'estar farts. El segon moviment és lenitiu. Consisteix en minimitzar les externalitats aplicant-les

Anna Soliguer Guix

		l'etiqueta de molèsties. Es pueril. Remei? Impostos i que la font d'or mani per tots.
El 05/08/2017	País	Especula amb la violència. Josep Ramoneda manifesta que tot l'embolic mediàtic l'ha conformat l'atac al bus i unes bicicletes. Qui passegi per BCN pot veure que no hi ha cap problema ni alteració a la vida urbana, els turistes gasten més que mai. Gent de responsabilitats de primer ordre especulen per evidents interessos partidistes amb unes accions violentes perfectament marginals. Als atacs d'Arran han coincidit interessos oposats: els de l'unionisme contra l'independentisme i els del govern català, especialment el PDeCAT contra l'ajuntament d'Ada Colau que ha ossat dir que s'ha de posar ordre al turisme. Dir que els altres son violents es una manera burda de negar els problemes i evitar d'aquesta manera tenir que afrontar-los. El govern espanyol vol aprofitar l'oportunitat que li regala Arran per associar violència amb independentisme, cosa difícil de creure després de 5 anys de mobilitzacions pacífiques. El PDeCAT ha convertit el discurs de la turismefòbia com a signe d'identitat de la seva obsessió contra la figura d'Ada Colau, com si el fet d'haver fet emergir un problema real fos causa directa d'uns actes violents. Es curiós que sigui el turisme el que ha fet emergir les contradiccions, que en llenguatge clàssic diríem de classe, entre l'ala dreta i l'esquerra del sobiranisme. No hi ha dret a especular políticament amb la violència per molt que el govern espanyol pensi que els beneficiï perquè és el més fort.
El 06/08/2017	País	Turismefòbia, ciutats de lloguer. Els turistes s'han convertit en els invasors causants de la massificació i l'augment dels preus.
El 09/08/2017	País	Barcelona és el primer mercat d' Espanya per Airbnb. L'ajuntament ja lluitava contra les plataformes de pisos turístics abans dels atacs. Els principals problemes els va tenir amb Airbnb.
El 19/08/2017	País	Cop al turisme en ple debat sobre els seus límits. Tota mena de problemes derivats de la massificació turística han produït actes de vandalisme per part d'activistes radicals anti capitalisme. Arrel de l'atemptat, Ricard Santomà HSTI diu que no hi ha lloc segur perquè una furgoneta ho pot canviar tot. El sector turístic se li tira en contra i diuen que no és veritat. Rafael Gallego (CEAV) i Martí Serrate (ACAVE) afirmen que les visites no es reduiran a curt termini perquè els turistes europeus ja coneixen la situació. Zoreda, espera que gràcies a l'atemptat, sorgeixi un renovat sentiment d'acollida al turista i al turisme com activitat econòmica.
El 30/08/2017	País	Indefensos davant els lloguers turístics. Necessitat de regular els pisos turístics i la saturació dels serveis perquè sinó els veïns son cada vegada més turismefòbics perquè no poden més amb l'Incivisme dels turistes.
El 16/12/2017	País	Barcelona es situa entre les ciutats més amenaçades per la massificació turística. Estudi de les causes de la massificació a les principals ciutats del món que la pateixen. El cas de Barcelona situa la massificació als pisos turístics.
El 29/01/2019	País	Neix l' Airbnb ètic i sostenible L' Airbnb ètica es diu Fairbnb. Els beneficis es reinverteixen a les comunitats on operen. Son activistes, programadors i creatius de tot el món. Són una alternativa a la regulació, la transparència i la responsabilitat.

Anna Soliguer Guix

El Periódico de Catalunya 13/10/2008	de	'Turismofobia' en augment. Els veïns de molts barris es queixen de la invasió turística. No poden gaudir de la ciutat i han de marxar a altres platges, a altres indrets. Es revoltent: tourist go home. No poden anar a la platja ni passejar per la Rambla. Des de Turisme de Barcelona, amb experts, empresaris, polítics i intel·lectuals es busquen solucions tipus plans estratègics i ordenances.
El Periódico de Catalunya 30/09/2014	de	L' irritació puja a un nivell 4. Índex de Doxey: eufòria, apatia, molèstia, antagonisme, rendició (resignació, submissió). Transformació absoluta. Trias afirma que el turisme és un boom i ens hi hem d'acostumar. Calvinisme econòmic.
El Periódico de Catalunya 12/03/2015	de	Milers d' universitaris arriben a Barcelona de festa. Barcelona canvia els congressos pel sol i platja. Triomf de l'oci i el turisme jove. Lloretització de Barcelona: discoteques i festes.
El Periódico de Catalunya 01/08/2016	de	Vivint amb el turista. Els veïns es queixen de les molèsties produïdes pels pisos turístics (sorolls, incivisme, saturació, etc). El barri ja no és el barri. Han perdut qualitat de vida per la invasió turística.
El Periódico de Catalunya 05/09/2016	de	La Barceloneta apareix sembrada d'agressives pintades anti turistes a les voreres. Pintades, pancartes, plataformes veïnals. La Barceloneta diu Prou, problemes veïnals, massificació turística, borratxos, sexe, oci nocturn. Els veïns no poden més.
El Periódico de Catalunya 05/06/2017	de	'No és turismefòbia, és 'Barcelonafília'. La turismefòbia és contra la lloretització de Barcelona: turisme massificat, oci nocturn, incivisme.
El Periódico de Catalunya 18/06/2017	de	La situació dels assalariats no ha millorat malgrat que ha augmentat la rendibilitat per plaça d'allotjament. Pobresa laboral. Augmenta la rendibilitat i el que no millora són les condicions en què els treballadors duen a terme la seva activitat. Gairebé el 96% dels contractes d'aquest sector són de caràcter temporal, en pràctiques i becaris per pagar menys. En la professió hi ha ocupació pobre (CCOO) perquè hi ha molts treballadors que reben salaris d'uns 500 euros que poden sumar 200 euros més si es netegen més habitacions. La pobresa salarial repercuteix enormement en la qualitat del servei in en aquests condicions no hi pot haver un model sostenible de turisme. Els beneficis del sector han crescut per sobre dels que hi havia abans de la crisi, és indecent i immoral. El repartiment de la riquesa no arriba a la gent. La precarització que en els últims anys impera en el sector té dues causes relacionades: l'entrada de les empreses multiserveis que són tentacles de les turístiques pròpiament dites i la falta de convenis col·lectius (reforma laboral).
El Periódico de Catalunya 23/06/2017	de	El turisme ja és vist com el principal problema pels barcelonins. El turisme és el principal problema i porta a Colau a l'alcaldia. Neoliberalisme contra regulació, limitació. No es un problema de turismefòbia sinó de massificació. Augment dels preus dels lloguers.
El Periódico de Catalunya 27/06/2017	de	Turisme, reiniciant; Algunes zones de Barcelona s'acosten a un límit de sostenibilitat o de càrrega turística que seria bo conèixer. Pablo Luque de la UOC explica els problemes de capacitat de càrrega de BCN. La turismefòbia ha aparegut amb força al vocabulari periodístic com a qualificatiu pejoratiu al que és un rebuig evident al creixement desorbitat del turisme. Quin model de ciutat es vol aconseguir? Limitació d'entrades de grups al mercat de la Boqueria. El model oposat: deixar al lliure albir l'evolució del territori. Suposaria abandonar a les lleis de l'oferta i la demanda la convivència entre la població local i els

Anna Soliguer Guix

---

		turistes; sense tenir en compte la sostenibilitat a llarg termini de la ciutat en si mateixa i com a destí turístic. L'equilibri intermedi passava per la perseverança en una regulació i aplicació d'aquesta que busqui el desenvolupament harmoniós de la ciutat per als seus veïns i visitants.
El Periódico de Catalunya	de	Oriol Nel·lo, professor de geografia de la UAB: "El repte és distribuir millor els beneficis del turisme". Oriol Nel·lo: El repte és redistribuir millor els beneficis del turisme perquè els beneficis i les carregues d'aquesta activitat no es distribueixen equitativament, ni entre les persones ni entre les territoris. Em sembla correcte que es destini una part de l'impost turístic a millorar les condicions de vida als barris que estan sotmesos a més pressió turística. Descentralització i millor repartiment dels beneficis que reverteixin en el paisatge urbà, el medi ambient i la qualitat de vida de la ciutat. És necessari posar les activitats econòmiques al servei del benestar del conjunt de la població, i no al contrari.
El Periódico de Catalunya	de	L'estiu escalfa la Barceloneta. “És evident que tenim molts problemes, però ara tot es magnifica amb les xarxes socials i en aquest cas no és res que no passi fa anys aquí i en moltes destinacions amb platja massificats” (Juan Tamillero). En general els veïns es queixen dels pisos turístics, l'incivisme, el gamberrisme, la inseguretat i la necessitat de més control policial més Guardia Urbana. No poden ni passar pel carrer de la quantitat de gent. Hi ha una regressió al 2014, un descontrol.
El Periódico de Catalunya	de	Garcés dedica el pregó a aquella Barcelona rebel i atabalada però inimitable. Marina Garcés fa el pregó de la Mercè 2017 i els neoliberals no ho troben bé. Una ciutat no és una mercaderia ni un espai de consum, ni una empresa ni una marca. La marca Barcelona és com l'home de Plató. L'obstinació de reduir un lloc socialment tan ric com Barcelona a una simple marca, que sembla només un pollastre.
El Periódico de Catalunya	de	El negoci dels pisos turístics va baixar el 2018 mentre creixia el de les habitacions per dies a Barcelona. El 2018 va ser menys rendible pels pisos turístics i creixien les habitacions per lloguer però no hi ha xifres perquè no està regulat. Després de l'atemptat va malament, més la turismefòbia i la inestabilitat política. El president Alcántara diu que l'augment de nits s'ha nodrit d'un viatger amb menor poder adquisitiu. Taxa turística, la patronal considera que s'ha de revertir en el sector, els veïns i la convivència turística. Les zones amb més èxit de reserves són el centre, l'Eixample i Ciutat Vella.
El Periódico de Catalunya	de	Colau, la regulació hotelera i les plagues de llagostes. El govern de Trias, amb recolzament del PP, havia aprovat, uns mesos abans de les municipals en que va ser derrotat per Colau, un acord a diverses bandes que permetia l'hotel. Colau va frustrar aquesta operació. Colau s'ha centrat en el combat dels pisos turístics il·legals, un dels pocs camps on l'oposició aplaudeix la seva gestió. Colau deia que Barcelona es podia convertir en Venècia i per això diuen que promocionava la turismefòbia.
Crónica Global		El turisme, principal preocupació dels barcelonins per damunt l'atur. Gerardo Pisarello explica que l'ajuntament està prenent mesures davant el problema del turisme. Considera que el concepte de turismefòbia és poc afortunat. No és un problema de turismefòbia, sinó un malestar concret que produeix la massificació en determinats barris i zones de la ciutat.

---

Anna Soliguer Guix

Crònica 22/07/2017	Global	Onada de pintades anti turistes a Barcelona. Moltes pintures antiturisme a Barcelona. L'ajuntament les esborra però amb les xarxes socials, es vitalitzen i arriben a la premsa internacional. Al zoo han penjat cartells convidant als turistes a entrar a les gàbies de lleons i cocodrils. Augmenten les protestes veïnals
Crònica 12/08/2017	Global	Vallcarca: un 'photocall' per sublevar als turistes.. La posada en valor del parc Güell com a actiu turístic. El turismefòbic es aquell que te capacitat sensorial i de consciència per detectar la perversitat dels comportaments neoliberals. Pintades, contra la gentrificació, l'expulsió dels veïns, l'impacte ecològic. La massificació també la pateixen els turistes.
Crònica 27/11/2017	Global	Retrat del turisme massiu a Barcelona. Uns alumnes capten imatges fotogràfiques del turisme, no com a record. Han intentat reproduir que les coses no son com semblen i que hi ha problemes més enllà de la imatge. Han captat l'Incivisme i la contrarietat que es respira als autòctons. Han aconseguit captar els problemes socials del turisme.
Expansión 11/12/2014		Un pacto contra la massificació en el centro de Barcelona. Hereu consultor de transformació urbana dona suport a la sostenibilitat econòmica descentralitzant el turisme. Donar valor a la prosperitat econòmica i evitar la turismefòbia.
Expansión 12/01/2019		“L'únic repte dels pisos turístics és la regulació” Tolo Gomila avisa que el problema de l'habitatge ve per l'exigència de regulació del sector hotelier.

## Exemples sobre la turismefòbia en el debat sobre el model turístic

Diari	Notícia
La Vanguardia 16/10/2017	Pèrdues en la restauració El clima polític actual no afavoreix el gremi de restauradors.
La Vanguardia 08/07/2017	El turista afirma que no percep, de moment, hostilitat a Barcelona. Els turistes no perceben la animadversió. Més aviat al contrari, consideren la gent com amable, en comparació amb altres llocs. Es considera però necessari, gestionar els fluxos turístics, planificar, limitar i solucionar els problemes de mobilitat ocasionats per la visibilitat dels turistes. Els turistes estan més preocupats pels carteristes que pels turismefòbics.
La Vanguardia 20/06/2017	Revisió de la publicitat de les marquesines. El comerciants ataquen una vegada més la criminalització de les pancartes i pintades. Colom avisa que estan convertint aquests fets anecdòtics en munició política.
La Vanguardia 21/05/2017	La turismefòbia a Barcelona arriba a la premsa britànica La premsa anglesa ataca Colau per la seva turismefòbia (no acceptar el model turístic d'èxit).
La Vanguardia 23/08/2017	Turisme i altres prioritats L'atemptat marca un abans i un després en les relacions govern i empresaris del sector turístic. Ja no s'ataca al turisme.
La Vanguardia 29/05/2017	“Barcelona ha d'estar orgullosa de ser una destinació turística”. Dos anys després, Pisarello s'allunya de la turismefòbia i està orgullós de que Barcelona sigui una



Anna Soliguer Guix

---

	destinació turística. S’ha de treballar per una activitat turística compatible amb la qualitat de vida dels barris i e s veïns. Reclama al govern espanyol i al català que actuïn per limitar els lloguers. Aposta per la descentralització del turisme en l’àmbit metropolità.
La Vanguardia 10/05/2017	Més de 16.100 barcelonins ofereixen pisos amb Airbnb. Increment del lloguer de pisos turístics. Malestar govern municipal- Airbnb. Airbnb és un dels pilars de la turismefòbia.
La Vanguardia 16/10/2018	El PP reclama una campanya per recuperar la bona imatge de Barcelona a Espanya. El PP demana una nova campanya d’imatge i promoció de la ciutat, enfront la turismefòbia, la inseguretats i el procés.
La Vanguardia 08/06/2018	Amics del Passeig de Gràcia reconeix a John Hoffman la seva aposta per Barcelona. Conflictes de convivència entre hotelers i veïns. El Gremi d’Hotelers demana a l’Ajuntament la condemna ferma contra els atacs. Pisarello apunta la necessitat de treballar per un turisme sostenible, regulat i aplicar el PEUAT. Collboni dóna suport als hotelers, considerant-los aliats del turisme de qualitat. Recasens acusa el govern de criminalitzar tot el sector turístic. Afirma que s’hauria de reforçar i crear llocs de treball de qualitat.
La Vanguardia 01/02/2018	El PDeCAT denuncia passivitat contra els narco pisos.. El PP també es queixa perquè no solucionen el tema dels okupes. Consideren a Colau permissiva perquè permet la venda ambulants i el consum d’alcohol al carrers. Barcelona té una imatge que tot s’hi val i tot es permet. El PP afirma que Colau promou l’Incivisme, la inseguretats i la turismefòbia.
La Vanguardia 18/02/2019	“Els nous turistes volen compartir el menú entre tres”. La turismefòbia i la inseguretats fomenten un turisme de baixa qualitat. El comerç i la restauració es queixen de la rotació de negocis i el descens del 30% de la facturació. S’ha perdut el turisme familiar i cultural. Ara, tenen "altres tipus de turistes". Sense diners. Entre tres, comparteixen un menú.
La Vanguardia 08/03/2019	El turisme de negocis cedeix terreny al de borrarxera. El turisme de negocis no deixa de perdre posicions davant del de lleure i aquest, no deixa de perdre qualitat. El turisme de negocis no arriba al 30%. La gent amb inquietuds culturals no troba tantes raons per visitar Barcelona. Bona feina de l’ajuntament tancant pisos turístics però proliferen les habitacions de lloguer.
Ara 20/08/ 2018	Una Barcelona millor. Jaume Collboni avisa que els problemes de BCN son fenòmens globals que esdevenen virulents davant d’un model de gestió esgotat. Atac de manters a un turista. I atac d’Arran. Turisme de borrarxera. Es queixa dels comportaments incívics que poden ser objecte d’atenció permissiva o tractar amb rigors des de l’autoritat pública. L’esquerra no pot renunciar a promoure un civisme responsable amb seguretats i respecte a les normes vigents. Les solucions als problemes derivats del tràfic de drogues, prostitució o venda il·legal de falsificacions no ens han de fer oblidar els conflictes socials que comporten però en cap cas es poden afrontar amb total tolerància. La política del governs, si no es modifica, corre el perill de convertir Barcelona en un parc temàtic de la impunitat. El model de Barcelona ha de fer compatible l’èxit global amb una ciutat per viure. Treballar per aconseguir turisme de qualitat i millors serveis per als ciutadans.
Ara 14/12/2019	Jordi Mestre Masdeu: "Barcelona ha perdut nivell: 'top manta', bici taxis... La part negativa de Barcelona és que ha perdut el nivell de qualitat de turisme i de civisme a causa de negocis il·legals (pisos, habitacions), top manta, bici taxis, mojiteros,

---

Anna Soliguer Guix

		insegurat. Considera que Colau des que fa pacte amb PSC ha millorat. La taxa l'han de pagar tots: també restaurants, segons quins comerços, autobusos.
Ara 09/05/2019		Barcelona lliure: el lema de campanya del PP a Barcelona. El PP es presenta a Barcelona per lluitar contra el populisme, el separatisme, els CDR, maners, narcotraficants, turismefòbia i ocupes. Volen fer de la seguretat i l'independentisme els seus eixos de campanya.
El 06/08/2017	País	Els turistes no perceben els atacs com amenaça. S'ha de posar ordre per la saturació i l'encariment del cost de la vida. Turistes amb preses i pocs diners. Necessitat de regular. Els turistes però no tenen la sensació de problemes, a causa de l'atac i les protestes
El 15/08/2017	País	Borratxera. David Trueba diu que la TFB és una paraula repel·lent que tracta de convertir en malaltia el que és un símptoma. Aqueta paraula desvia l'atenció per encobrir un problema. Ningú detesta el turisme. El que odia es percebre que el negoci turístic ha devorat el seu entorn vital, que la comercialització sense límits i la rapinya desperten elogis en lloc de denúncies. Parla d'un país trencat, de les dues Espanyes, la que es lucra amb el turisme i la que no. La única aposta és la correcció continua dels problemes segons apareixen. Convé analitzar el cost del turisme, més enllà de la informació blanca de cada estiu, que celebra els milions de visitants, les divises. L'impacte als lloguers de les ciutats massificades, amb expulsions sense pietat, brutícia. etc. Prostitució, drogues i economia submergida que utilitzen el turisme desbocat per infiltrar les màfies al nostre teixit social. Varis punts saturats de turistes que ja no poden oferir qualitat ni valor, sinó exprimir-los en remat i poder dir que Espanya va bé.
El 2017	País 01/08/	Els hotelers de Barcelona tatxen el final de 2017 de "trimestre fatídic" El president del Gremi de Hoteles de Barcelona Jordi Clos qualifica el 2017 com un any que va començar extraordinàriament però que va acabar amb un trimestre fatídic amb la caiguda de la facturació del 18% que es va menjar els augments registrats en els primers mesos. Tot degut a la turismefòbia, les vagues, l'atemptat i el procés. Son els hotels de 5 estrelles els que han tingut caigudes del 35% i fins i tot, un 42% durant el pont de la Constitució. En global, la facturació va tancar un 6% respecte el 2016 i el preu d'habitació va pujar un 7,5% més. Respecte a la feina, des de l'agost no es varen renovar 2000 contractes. Clos celebra que Calau posi en marxa una campanya per posicionar la marca i la reputació de la ciutat. Diu que el govern municipal ha de traslladar missatges contundents a l'opinió pública local i internacional que ajudin a percebre que Barcelona és una ciutat que aprecia al turisme. En aquest moment és més que mai important pensar en la promoció que en l'administració. El turisme de negocis baixa amb el procés i suposa un 45% de la facturació hotelera. Aquest era part important del turisme de qualitat.
El 29/09/2017	País	Les agències de viatges neguen cancel·lacions per l'1-0 La patronal de les agències de viatges considera que ni els atemptats, ni la turismefòbia ni el procés tenen efectes negatius en el turisme a Barcelona ni Catalunya. Martí Serrate: Barcelona està plena, el preu mitjà dels hotels està en record, i la gent ve sense entrar en temes polítics. Acusa al ministre Nadal de fer declaracions partidistes. Que no intoxici amb desinformació, les xifres han de sortir de lo veritable i les tenim els professionals. Els hotels de Barcelona estan al 85% d'ocupació i a l'aeroport no deixen de créixer els turistes.

Anna Soliguer Guix

El 05/08/2017	País	"Ara frenem aquells excessos". Del descontrol amb la promoció a Barcelona l'any 1992 a ara és impensable el que ha passat. Massificació i problemes de convivència amb els veïns. La ciutat s'ha convertit en un gran hotel.
El 17/08/2017	País	"El que existeix darrera de la hostilitat al turisme és, sens dubte, xenofòbia". Carlos Espinosa de los Monteros, alt comissionat de la marca Espanya, entén la situació de la saturació però no li agrada l'intervencionisme però s'han de complir les normes i castigar als incívics. S'ha de regular els pisos turístics, causants de la turismefòbia.
El 13/02/2018	País	Els empresaris s' alien per millorar la gestió del turisme. El lobby Barcelona Global abordarà les friccions i conseqüències del model turístic barceloní i estudiarà com reconstruir i gestionar la marca en un congrés. Rodes vol que després de tots els problemes, especialment el procés, com que la ciutat funciona, que la gent ho sàpiga. Volen saber com gestionar per no regular. Fins i tot, posar sobre la taula el tema dels salaris i la convivència.
El 28/01/2018	País	La marca Barcelona reivindica ser "la millor opció" malgrat el 'procés'. Rellançar la marca Barcelona i la bona reputació perquè s'ha perdut aquell esperit de la ciutat que la feia especial. Barcelona Global s'encarrega de la reputació, malgrat el procés.
El 20/04/2018	País	El turisme repunta a Barcelona després de la caiguda per la situació política. Tots els partits excepte la CUP estan contra Colau a qui acusen de donar suport a la turismefòbia al no fer promoció turística i no aprofitar la segmentació a tota la ciutat. Avisa a Recasens que el principal problema de la ciutat, el turisme, ho va ser un semestre, després i ara ho és el procés. L'augment del turisme s'ha produït en poc temps i s'ha concentrat a determinades zones que estan molt saturades. Colom explica que les mesures es fan pensant en l'interès general i els més vulnerables. El turisme no està exempt de conflictes: pressió dels barris i la precarietat laboral, sobretot de les cambres d'hotel.
El 04/01/2019	País	La inseguretat desbanca al 'procés' como primer problema dels barcelonins. El problema de la inseguretat és un problema polític. PP i Cs l'utilitzen contra Colau que el nega. Colau demana ajuda a la Generalitat amb més mossos i aquest neguen l'ajut. Les associacions veïnals ara es queixen de la inseguretat i els narco pisos.
El Periódico de Catalunya 02/08/2016	de	¿Turisme sostenible o de sangria? Quin tipus de turisme ofereix BCN, quin país es vol, quin es el comportament idoni d'una estructura que realça l'economia però que al mateix temps manté un alt grau de precarització? Es una activitat transversal (transport, allotjament, comerç, restauració, oci, ofertes recreatives o culturals). S'opta pel turisme com a eix vertebrador d'activitats econòmiques en la línia de la sostenibilitat o seguir apostant per un fenomen de baix cost i rendibilitat immediata a l'ombra del sol, sorra i sangria? Debat turismefilia, turismefòbia.
El Periódico de Catalunya 16/10/2017	de	Restauradors pessimistes i hotelers expectants. Terrassafòbia institucional. Descens de rendibilitat. Problemes violència policial i O. Pessimisme restauració. Poc marge de benefici. El consumidor no es comporta igual i correm el risc que es torni a acostumar a no consumir, com va passar durant la crisi, cosa que posaria en dubte la recuperació econòmica.
El Periódico de Catalunya 06/06/2017	de	"Els hotelers son els nostres aliats per generar turisme de qualitat a Barcelona. Jaume Collboni, segon tinent d'alcalde del PSC considera que els hotelers son els aliats per aconseguir turisme de qualitat. El PSC defensa combatre l'emergència social fruit de la crisi, defensar els drets socials, i dibuixar l'horitzó per donar oportunitats a la gent per viure i treballar a la ciutat. El PSC nomes vol decreixement en l'atur i la precarietat laboral. volen creixement sostenible. El turisme és molt

Anna Soliguer Guix

---

	important però s'ha de governar. Aquest govern ha pres mesures per governar el turisme. El govern d'Hereu va fer un pla estratègic de turisme que suposava un punt d'inflexió i Trias el va deixar en un calaix. No crec que hi hagi turismefòbia. Hi ha sectors radicals que aprofiten el debat. Les propostes contra els hotels son injustes (es referia a la CUP) i han de ser condemnades. Si tenim aliats per genera turisme de qualitat aquests son els hotels: estan controlats i paguen impostos. el que genera turismefòbia son els pisos turístics il·legals . ERC ha preferit prioritzar l'agenda catalana a la de la ciutat: governar amb Convergència a la Generalitat i no amb l'esquerra a Barcelona.
El Periódico de Catalunya 27/06/2017	The Independent col·loca Barcelona entre les vuit destinacions mundials que més odien el turisme i es parla ja de turismefòbia. The Independent col·loca Barcelona entre les 8 ciutats que més odien els turistes. Augmenta la tensió gairebé a tots els barris centrals de la ciutat. La imatge d'antipatia creix a l'estranger amb la cantarella que aquí els turistes no son benvinguts. La Barcelona turística ha sabut aprofitar Airbnb, Booking.com, Tripadvisor, Hotels.com, Vacation HomeAway. Es tracta de frenar fluxos turístics i redistribuir-los per Catalunya. L'estudi de la capacitat de carrega percebuda dels espais de la ciutat seran la pedra angular que facilitarà la redacció de la reglamentació que freni la sobreexplotació de l'espai públic, la degradació dels llocs singulars, l'ús de vehicles, preferentment elèctrics, els horaris dels recintes públics i comercials i l'estètica de les terrasses. Tot això haurà d'anar acompanyat amb la creació d'una oferta de qualitat, descentralitzada. No tenen perquè pagar els menys afavorits l'enriquiment desigual de la ciutat. Des de l'àmbit professional s'hauran d'incentivar els salaris del sector millorant la imatge i la formació . No pot ser treballar en el sector que aporta més diners amb els salaris més baixos i mes precaris.
El Periódico de Catalunya 30/08/2017	Turistes i criminals al Raval. Els veïns del Raval senten inseguretat i angoixa pels narco pisos. Demanen gestió del turisme, regulació. Gentrificació va ser encunyat per la sociòloga Ruth Glass, 1964 per descriure l'expulsió i substitució dels pobres autòctons per una nova classe mitjana. Ocupació de pisos buits per part de traficants d'heroïna i cocaïna. Els veïns han decidit protestar per tots els que es punxen al barri. Mes de 60 pisos han sigut ocupats davant la passivitat de l'ajuntament i els Mossos. Darrera s'amaguen intencions ocultes de propietaris d'immobles que volen expulsar la gent del barri per especular amb pisos i rebre més turistes. Els veïns senten ràbia davant la sordesa als seus problemes.
El Periódico de Catalunya 24/11/2017	Així seran les festes nadalenques a Barcelona. Crisi d'imatge, sector comercial al bord de l'atac de nervis, Colau passa. Demanen més i més diners per promoció. Colom diu que el procés ha fet més mal que l'atemptat i que 4,5 milions d'euros és més que suficient.
El Periódico de Catalunya 11/11/2018	La guerra de les terrasses continua oberta a Ciutat Vella. A Ciutat Vella els restauradors no estan d'acord amb la nova ordenança perquè els limita i els hi fa pagar mes. No entenen tots els frens a fer negoci. Pallarols, cap del gremi considera que el projecte parteix d'un plantejament de turismefòbia municipal i va criticar que la fase de la participació ciutadana en la redacció de la proposta guanyadora de l'equip Km-zero, no ha estat tal i no ha tingut en compte els agents econòmics que actuen a la zona.
El Periódico de Catalunya 06/11/2017	Alarma en el sector turístic barceloní per la inestabilitat política. El procés, la inestabilitat política, alarma al sector turístic. Menys contractes després de l' 10. Es dona la paradoxa que Barcelona ha passat en tan sols dos mesos de mantenir un debat sobre la turismefòbia a plantejar-se la necessitat de començar a fer polítiques de promoció del turisme.

---

Anna Soliguer Guix

El Periódico de Catalunya 26/01/2018	SOS dels hotelers a Colau davant la severa caiguda de l'ocupació i les males perspectives. El gremi reclama a l'ajuntament un esforç econòmic important per relançar la imatge de Barcelona perquè la facturació va caure del 15 al 25% entre l'octubre i el desembre però l'any va acabar amb rècord econòmic pels bons resultats fins l'estiu. L'atemptat gairebé no va tenir repercussió ja que la ciutat va tenir una bona reacció davant la tragèdia. Reclamen a Colau un esforç econòmic important, sigui a través del que es recapta amb la taxa turística, o per una altra via. Els més afectats són els hotels de luxe (35% menys). Els que menys pateixen són els de 2 i 3 estrelles.
El Periódico de Catalunya 28/07/2018	El comerç alerta de les greus conseqüències de la crisi del taxi per a l'economia i la imatge de Barcelona. El comerç alerta de la pèrdua de vendes pels problemes de mobilitat (vagues de taxis) que afecten la imatge de la ciutat. Barcelona Oberta, i el comerç en general avisen que l'alcalde ha de preservar l'espai públic i la imatge de la ciutat.
El Periódico de Catalunya 31/08/2018	La crisi del taxi tensa la corda amb els sectors econòmics. La vaga del taxi l'embolica. Comerços i restaurants desesperats. Els hotelers no tenen cancel·lacions però sí l'oferta complementària (restauració), Preocupació per la imatge de la ciutat perquè es projecta la imatge de ciutat poc amable com a destinació, i sense un lideratge per protegir el seu bon funcionament. Imatge lamentable que no beneficia a ningú. Dues postures hoteleres: els que no els hi ha afectat i els que sí (per problemes a l'aeroport).
El Periódico de Catalunya 08/08/2018	Colau absent, reprovada i sola. Crítiques a Colau de tots els partits, excepte la CUP que passa, referent a problemes d'inseguretat. Els polítics de l'oposició manifesten que Colau té escàs sentit institucional.
El Periódico de Catalunya 22/06/2019	'Quo vadis', turisme? Necessitat de crear fonts d'ingressos alternatives per sostenir l'economia local. El turisme i els hotels (amb una projecció i influència pública enormes), tapen sovint que aquesta dependència es fomenta en contractacions precàries, condicions laborals abusives, plantilles cremades i una temporalitat desmesurada, sense respecte pel medi ambient. Barcelona necessita tornar a produir i vendre alguna cosa més que la seva pròpia imatge.
El Periódico de Catalunya 03/09/2019	Cs exhibeix al Raval la seva política de mà dura contra la inseguretat. Cs aporta un còctel de propostes jurídiques i policials que descarreguen contra l'alcalde Ada Colau, a qui acusen de transformar la capital catalana en un brou de cultiu per a lladres. Exposen un pla integral de seguretat que contempla la reforma del codi penal per apaivagar la multi reincidència i endurir les penes per ocupar pisos. Una llei que permeti actuar directament als veïns, i l'augment de les plantilles dels cossos policials per multiplicar el patrullatge als carrers. Quant més degradarà Barcelona? No en teníem prou amb la turismefòbia o amb el senyor Torra cridant a la confrontació i aclamant als CDR. Tot això en forma de míting al Raval.
Crónica Global 21/11/2017	La primera factura de nuestro desastre. El PP que viu del turisme, està en contra de l'independentisme i Colau. Els hi han destrossat la ciutat. El foment de la turismefòbia. La marca Barcelona està ferida per mèrits d'un govern municipal que governa per l'independentisme.
Crónica Global 11/08/2017	Com pot aconseguir Barcelona un turisme de qualitat? El PP força la comissió extraordinària d'estiu pels atacs. Carina Mejías (Cs) dona suport a la idea de repartir el turisme. No volen turisme de baixa qualitat. Necessitat de descentralitzar el turisme per a que sigui de qualitat. El PP proposa inspeccions als pisos turístics i als que molesten als veïns, ma dura contra l'Incivisme, control de la mobilitat

Anna Soliguer Guix

---

	(patinets). Perill de desprestigiar la marca Barcelona amb l’Incivisme i el turisme de borratxera.
Crònica Global 20/11/2017	Les reserves als restaurants de Catalunya cauen després del 1-O. El procés (referèndum), l’atemptat i la turismefòbia, fan baixar els ingressos dels restaurants, bars i el gremi es queixa. Ho solucionen a basa de reduir plantilles i explotar. Menys consum turístic i menys consum local.
Crònica Global 20/03/2018	Estirada d’orelles a Colau por la falta de promoció de Barcelona. Els hotelers es queixen de que el govern de Colau no fa promoció, polítiques clàssiques institucionals. Els hotelers pateixen assetjament per la turismefòbia. Volen que es convenci a la població per a que entenguin que el turisme és bo i que siguin hospitalaris. Altres senyalen que són diferents factors els que influeixen: com els problemes de l’aeroport, els visats i la competència deslleial amb els pisos turístics.
Crònica Global 03/09/2018	Cs denuncia l’ “absència” de Colau davant els problemes de Barcelona. Cs i Carolina Mejías denuncien que Colau passa del tema, caiguda de reputació de Barcelona. Problemes com la reputació internacional, inseguretat que afecta als comerços, absència de policia de proximitat, brutícia, independentisme i símbols ideològics que expulsen als veïns que no son independentistes.
Crònica Global 28/11/2018	Els comerciants esclaten contra el deteriorament de la marca Barcelona. Barcelona Oberta es queixa a Colau de que ha perdut el turisme de qualitat, la turismefòbia i la inseguretat. També li recriminen la mala gestió del govern. El sector privat es queixa que no se'ls escolti.
Crònica Global 03/08/2018	El PP llança una campanya a favor del turisme a Catalunya. El PP vol que Colau demostrï que no hi ha turismefòbia a la ciutat. Aposta per una campanya pro turisme, pro riquesa.
Crònica Global 01/08/2018	La imatge que projecta Barcelona l’ 1 d’ agost. La vaga de taxistes sense samarreta jugant una timba al carrer i una piscina portàtil amb aigua portada a cubells des d’una font. Es la imatge de BCN l’1 d’agost. La vaga indefinida del taxi està desesperant al sector turístic que té por de que caiguin les reserves i es deteriori el prestigi de la ciutat per l’ocupació del centre neuràlgic i el tap als accessos a l’aeroport i port. Passivitat de les autoritats. La Confederació Espanyola d’Agències de Viatges (CEAV) admeten que no consten cancel·lacions pel bloqueig de 2000 vehicles de taxi a la Gran Via però si trucades de clients preocupats. Avisen que els taxistes també fan intrusisme amb els creuers, oferint visites a la ciutat. El problema és el perjudici sobre la imatge de la ciutat: moratòries, prohibicions, turismefòbia (atacs), inestabilitat política. La marca Barcelona està ressentida. Altres mercats es beneficien. Els clients de qualitat que volen seguretat com l’americà, anglosaxó i asiàtic, no vindran. No consten cancel·lacions de reserves. Però sí afectacions sobre la oferta complementaria a la que accedeixen els turistes.
Crònica Global 16/05/2019	Jaume Collboni: "Una victòria del PSC donarà tranquil·litat a les empreses" Collboni i el PSC fan campanya per donar suport a les empreses. Amb la turismefòbia, Colau estigmatitza l’activitat econòmica i la ciutat té una crisi de seguretat.
Crònica Global 28/07/2019	La nova Cambra de Comerç tindrà difícil el control de Barcelona Turisme. La Cambra de Comerç de Barcelona està polititzada. Independentistes i unionistes.
Crònica Global 27/03/2019	Josep Bou vol paracaigudistes de l’ Exèrcit a la Guardia Urbana. El candidat del PP diu que Barcelona no pot ser un refugi d’okupes, narcos, traficants, manters i

---

Anna Soliguer Guix

	turismefòbia. Indepes i comuns. Ha carregat contra Colau. Un moviment populista i un separatista. El PP protegeix molt el Mobile.
Crònica Global 31/01/2019	Cau la facturació dels pisos turístics a Barcelona. Apartur afirma que cau la facturació dels pisos turístics degut al procés, l'atemptat, els problemes polítics, de l'aeroport i la turismefòbia.
Crònica Global 02/05/2019	Elsa Artadi: "Barcelona ha tornat al 1987 en inseguretat". La candidata del PDeCAT, Elsa Artadi, ataca Colau amb el tema de la inseguretat. Prescriu la col·laboració públic-privada enfront el populisme i la demagògia. Critica que prometés nova política i ha deixat antipolítica i mala política. Abandonament del sector del comerç, bloqueig a la promoció i rehabilitació de la hoteleria.
Expansión 25/10/2018	Torrella: "La marca Barcelona és molt forta però no és immune". Model de qualitat però amb feina de qualitat. Necessitat de millorar la imatge i la promoció. El procés no és el culpable si no les imatges de violència.
Expansión 12/09/2017	"S'està posant en perill un sector absolutament necessari". A Jordi Clos, president del Gremi d'Hotelers de Barcelona no li agrada la paraula turismefòbia per referir-se als atacs al bus perquè va ser un acte vandàlic contra el turisme. Atacar un hotel o un auto bus turístic és terrorisme. S'està posant en perill una economia absolutament necessària per a la ciutat. Amb l'atemptat no hi ha hagut un volum de cancel·lacions significatives (entre 3 i 5 %). El procés, al turista estranger, no li afecta. Nomes al nacional.
Expansión 17/03/2018	Nathan Blecharczyk: A Airbnb li preocupa la seva reputació. La turismefòbia és un problema a curt termini provocat per mirar a través de la lent equivocada. Empresas como Airbnb aconseguiran que la gent s'allotgi en barris on no es quedarien perquè allà no hi ha oferta hotelera, i que l'impacte econòmic que deixen en una ciutat es reparteixi a diferents àrees. És un imperatiu pels governs resoldre com fer-ho de manera sostenible. La regulació és inevitable però s'ha de fer amb regles justes i evitar que es facin pels que volen mantenir l'estatus quo. En aquest debat hi ha molta gent fent soroll i no necessàriament volen el millor per el sector.
Expansión 26/01/2018	Barcelona s'ha caigut de la llista de les ciutats candidates a acollir esdeveniments. A causa del procés cauen les reserves del mercat nacional i de l'americà (turisme de luxe). Clos és pessimista enfront 2018 i 2019. Al procés independentista s'han sumat la vaga a l'aeroport, els actes vandàlics i la turismefòbia dels residents i del govern municipal. Clos es queixa que arrel del procés han marxat empreses i turisme de negocis. Com que no entren reserves de congressos i esdeveniments, Clos demana més promoció.
Expansión 23/05/2018	Un anunci de Barcelona per atraure talent internacional. La marca Barcelona és molt potent però pateix la turismefòbia, l'atemptat i el procés.
Expansión 30/08/2018	Caiguda del 5% de l'ocupació a Barcelona. Els hotelers estan preocupats perquè després del 2017 cauen les reserves de turisme de luxe, congressos, etc a causa de la turismefòbia, el procés i les vagues de transport i taxis. Demanen més promoció.
Expansión 13/02/2018	Barcelona Global vol millorar la convivència entre veïns y turistes. Davant els atacs de turismefòbia al bus i hotels, varen saltar totes les alarmes del sector. Barcelona Global que té com objectiu impulsar la ciutat i posicionar-la entre les millors del món, ja pren cartes a l'assumpte. Han organitzat un cimera internacional. Barcelona Global Summit: Innovation in Urban Tourism que va de descentralització i

Anna Soliguer Guix

	desestacionalització, cerca del turista de qualitat, posar en valor els beneficis del sector sobre la ciutadania i la millora de la mobilitat.
Expansión 26/09/2018	La tensió a Barcelona paralitza las reserves de turistes aquest cap de setmana. Barcelona és el cor del turisme nacional y no hi ha reserves a causa de l’ 1 O. Però serà un impacte limitat al curt termini.
Expansión 13/06/2019	Barcelona reuneix a 200 inversors a Londres per millorar la seva reputació. Consideren que la turismefòbia és pels pisos turístic il·legals que els hi fan la competència deslleial. Airbnb diu que són complementaris a la indústria turística tradicional. Alguns actors consideren la turismefòbia com “aldeanisme demagògic”. Busquen diners, clients, consum. Volen consolidar un model turístic basat en la qualitat que va més enllà de la despesa elevada. No ha de ser massificat, diversificat geogràficament i amb baixa estacionalitat. Consideren que la pròpia evolució del sector alleujarà la turismefòbia. Els inversors saben que no hi ha gestors com els espanyols, que els hi donaran la rendibilitat que demanen. Afirmen que les destinacions de sol i platja han quedat estancats en el passat perquè són autèntic polígons industrials. Oliu (Banc Sabadell) es refereix a la turismefòbia com "soroll polític". Oliu es va referir al populisme que detecta les ansietats de la gent però que planteja solucions impossibles d’aconseguir. Demana potenciar la marca.

## Annex 2. Exemples d'actors socials que apareixen als diaris

### Exemple 1: La Vanguardia

Agent social	Notícia
Empresaris	<p>Maig 2017. Gremi d’hotelers: “Els hotelers demanen contundència contra els atacs als seus negocis”.</p> <p>Maig 2017. Barcelona Global:” Els empresaris demanen “despolititzar” el turisme”.</p> <p>Juny 2017. Cambra de Comerç, Pimec Comerç, Gremi d’Hotelers, Associació d’Apartaments Turístics (Apartur), Fundació BCN Promoció, Associació d’Agències de Viatges (ACAVE), Associació de Professionals del Turisme, Fundació Barcelona Comerç, Barcelona Oberta (Gabriel Jené), Gremi de Restauració: ” El sector empresarial es rebel·la”.</p> <p>Agost 2017. Entitats: “Una trentena d’entitats exigeixen a Colau que freni la turismofòbia”.</p> <p>Juliol 2018. Empresaris turístics:” Els empresaris exigeixen a Colau que denunciï l’assalt a un Bus Turístic”.</p>
Administració pública	<p>Octubre 2014. ICV: “La 'turismofobia' fuerza un cambio de estrategia”.</p> <p>Maig 2017. Gerard Pisarello: “Barcelona ha d’estar orgullosa de ser una destinació turística”.</p>



Anna Soliguer Guix

---

	<p>Maig 2017. Albert Fernández (PP): “Fernández acusa al gobierno local de frenar la economía”.</p> <p>Juny 2017. Agustí Colom (regidor de Turisme): “Revisió de la publicitat de les marquesines”.</p> <p>Juliol 2017.CUP: “Les joventuts de la CUP reivindiquen l’atac al bus turístic”.</p> <p>Juliol 2017. PDeCAT: “El PDeCAT renya la CUP pels atacs al turisme”.</p> <p>Agost 2017. Colau: “Colau promet al sector que posarà fre a la turismofòbia”.</p> <p>Agost 2017. Collboni (PSC), “Collboni qualifica l’atac al Bus Turístic d’atemptat a la convivència”.</p> <p>Agost 2017. Santi Vila (Conseller d’Empresa Generalitat): “ Santi Vila”.</p> <p>Agost 2017. Anna Gabriel (CUP). “La CUP exigeix la destitució del conseller Vila després de l’1-O”.</p> <p>Agost 2017. Els Comuns: “BComú minimitza l’assalt al bus i acusa l’oposició de magnificar-lo”.</p> <p>Març 2019. Manuel Valls. “Valls expressa el seu suport als hotelers”.</p>
Acadèmics i tècnics experts	<p>Novembre 2009. Tècnics experts: “El diagnóstico del Plan Estratégico del Turismo anticipa que BCN no está...”.</p> <p>Agost 2017. Miquel Puig :”Les raons de la turismofòbia”.</p> <p>Agost 2017. Tècnics experts “Un informe municipal teme que crezca la turismofobia y plantea para evitarlo...”.</p> <p>Agost 2018. Francesc Granell: “Corregir la turismofòbia”, Maig 2017. “Omnium y el turismo”.</p> <p>Juny 2019. Tècnics experts: “Repensar el model turístic”.</p>
Representants veïnals o d’organitzacions socials	<p>Agost 2017. La Barceloneta Diu Prou i Plataforma en Defensa de la Barceloneta: “No és turismofòbia, és cabreig”.</p>
ONGs	
Altres	<p>Setembre 2008. Marius Carol (articulista): “La ciudad museo”.</p> <p>Setembre 2008. Quim Monzó (articulista): “Hace unos días, en Guillem Carbonell.cat apareció la foto del letrado que han...”.</p>

---

## Exemple 2: Diari Ara

---

<b>Agent social</b>	<b>Notícia</b>
---------------------	----------------

---

Anna Soliguer Guix

Empresaris	Abril 2015. Maria José Antó (Vicepresidentadel’AssociacióProfessionaldeGuiesTurísticsdeCatalunya): "Si Barcelona continua gestionant així el turisme, morirà d'èxit". Agost 2017. Jordi Clos (Gremi Hotelers): “Turismofòbia: símptoma d'un excés de visitants?”. Agost 2017. Martí Sarrate (ACAVE), guies i Miquel Puig: “L'auge de visitants és un fenomen global que obliga les ciutats a repensar quin model econòmic volen”. Juliol 2018. Joan Gaspart (Turisme de Barcelona): ”De la tonteria a la infàmia i més avall”. Agost 2017. “ Gaspart veu "irresponsable" no donar importància a l'atac al bus turístic”.
Administració pública	Juliol 2017. Alfred Bosch (ERC): “Arran reivindica l'atac al bus turístic”. Agost 2017. Ada Colau: “Colau retreu a Cs que demani condemnes de les protestes contra el turisme i no de l'agressió a Jordi Borràs”. Agost 2018. Jaume Collboni (PSC): “Una Barcelona millor”.
Acadèmics i tècnics experts	Octubre 2012. Jordi Tresserras (UB): “Turismefòbia: la creu de l'èxit turístic”. Octubre 2013. Jordi Ficapal (HTSI): “Barcelona corre el risc de morir d'èxit”. Setembre 2014. José Antonio Donaire: “Debat turístic; Com es pot evitar caure en la turismofòbia?”. Agost 2016. Macià Blázquez (UIB): “Vers la sostenibilitat pel decreixement turístic”. Agost 2017. Carles Tudurí: "La turismofòbia augmentarà si no es reparteixen els beneficis". Febrer 2018. Ricard Santomà (HTSI): "Si vols ser una destinació turística mediocre, tingues salaris mediocres".
Representants veïnals o d’organitzacions socials	Setembre 2016. Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic: “El discurs del turisme com a únic motor econòmic és el que ens ha dut al col·lapse”. Març 2017. Veïns Sagrada Família: “Conviure amb 7 milions de turistes passant per la porta de casa”.
ONGs	
Altres	Agost 2018. Sebastià Alzamora (articulista): “Turismofobia i turismofilia”. Setembre 2018. CCOO: “El pitjor agost de l'atur des del 2010”.

### Exemple 3: Crònica Global

Agent social	Notícia
--------------	---------

Anna Soliguer Guix

Empresaris	<p>Junio 2017. Martí Sarrate (ACAVE): “La palabra turismofobia debería eliminarse del diccionario”.</p> <p>Agosto 2017. Marian Muro (Turisme de BCN): “El problema es que se ha hecho política del turismo”.</p> <p>Marzo 2018. Gremi d’ Hotelers: “Rapapolvo a Colau por la falta de promoción de Barcelona”. Març 2018.</p> <p>Noviembre 2018. Barcelona Oberta: “ Los comerciantes estallan contra el deterioro de la marca Barcelona”.</p> <p>Enero 2019. Apartur: “Cae la facturación de los pisos turísticos en Barcelona”.</p>
Administració pública	<p>Agosto 2017. Arran: “Arran niega su turismofobia y justifica el ataque al bus turístico por el bien del conductor”.</p> <p>Abril 2018. Alfred Bosch (ERC): “ERC se lía con el turismo en Barcelona”.</p> <p>Julio 2018. Gerard Pisarello (regidor de BCN en Comú) :”Pisarello rechaza condenar el asalto de Arran a un bus turístico por "simbólico".</p> <p>Septiembre 2018. Carolina Mejías (Cs):” Cs denuncia la "ausencia" de Colau ante los problemas de Barcelona”.</p> <p>Mayo 2019. Jaume Collboni: "Una victoria del PSC dará tranquilidad a las empresas".</p> <p>Mayo 2019. Elsa Artadi (PDeCAT) : "Barcelona ha vuelto a 1987 en inseguridad".</p>
Acadèmics i tècnics experts	<p>Agosto 2019. José Mansilla (OACU): “Diez chorizos machos y la escasez informativa”.</p>
Representants de veïnals o d’organitzacions socials	<p>Agost 2017. Ana Menéndez, portaveu de la Federació d’Associacions de Veïns de Barcelona (FAVB):” El pésimo castellano de la líder de los antiturismo de Barcelona”.</p>
ONGs	
Altres	<p>Novembre 2017. Sindicat anarcosindicalista Confederació General de Treballadors (CGT):” La turismofobia y el procés' se dan la mano en Vallcarca”.</p>

#### Exemple 4: El Periódico

Agent social	Notícia
Empresaris	<p>Agost 2017. Barcelona Oberta, Fundació Barcelona Comerç, Comertia, RetailCat, ConfeCat, Gremi Hotelers, Gremi Restauració, Associació Catalana Agències de Viatges, Associació Catalana d’Empreses per a Gais i Lesbianes, Apartur, PROHUT,</p>

Anna Soliguer Guix

---

	<p>Fundacio el Molino: “El sector empresarial exigeix a Colau que "aturi d'arrel" els actes vandàlics contra el turisme”.</p> <p>Desembre 2017. Rafael Gallego: “Les agències de viatges acusen Colau de fomentar la 'turismofobia'.</p> <p>Juliol 2018. Gremi de Comerciants: “El comerç alerta de les greus conseqüències de la crisi del taxi per a l'economia i la imatge de Barcelona”.</p> <p>Gener 2019. Enrique Alcántara (President patronal Apartur): “El negoci dels pisos turístics va baixar el 2018 mentre creixia el de les habitacions per dies a Barcelona”.</p> <p>Gener 2019. Raúl González, (Grup Barceló) : "Barcelona pot passar a ser un lloc complicat per als turistes".</p> <p>Desembre 2019. Gremi de Restauració: “Els restauradors adverteixen que la pujada de taxes encarirà les consumicions a les terrasses”.</p>
Administració pública	<p>Juny 2017. Jaume Collboni (PSC): “Els hotelers son els nostres aliats per generar turisme de qualitat a Barcelona”.</p> <p>Juliol 2017. Ada Colau (Alcaldessa de Barcelona) : “Ada Colau; "S'ha d'evitar parlar de 'turismofobia'”.</p> <p>Agost 2017. Oposició al govern municipal (Collboni PSC, Mejías Cs, Recasens PDeCAT): “L'oposició ataca el govern de Colau pe la turismofòbia”.</p> <p>Setembre 2017. Álvaro Nadal: "La fòbia al turisme és per la congestió de serveis".</p> <p>Gener 2018. Luigi Brugnarò: “L'alcalde de Venècia carrega contra la política turística de Colau”.</p> <p>Juliol 2018. Àngels Chacón (Consellera d'Empresa i Coneixement): “Chacón avisa que la recuperació d'algunes destinacions repercutirà en el turisme a Catalunya”.</p> <p>Maig 2019. Arran: “Arran reivindica l'atac al bus turístic de Barcelona”.</p>
Acadèmics i tècnics experts	<p>Juny 2017. Pablo Luque (UOC). “Algunes zones de BCN s'acosten a un límit de sostenibilitat o de càrrega turística que seria bo conèixer”.</p> <p>Juny 2017. Oriol Nel·lo (UAB): "El repte és distribuir millor els beneficis del turisme”.</p> <p>Setembre 2017. Marina Garcés (UOC): “Garcés dedica el pregó a aquella Barcelona rebel i atabalada però inimitable”.</p> <p>Juliol 2019. Francesc Muñoz (UAB): “ La classe turista: viatjar no és el que creuen”.</p>
Representants veïnals o d'organitzacions socials	<p>Octubre 2008. Associacions de veïns: “Turismofobia' en auge”.</p> <p>Febrer 2015. Associacions de veïns i organitzacions socials: “Una audiència agitada reflecteix la bretxa ciutadana pel turisme”.</p> <p>Agost 2017. Associacions de veïns del Raval: “Turistes i criminals al Raval”.</p> <p>Agost 2017. Plataformes de la Barceloneta: “La Barceloneta, baròmetre sobre el turisme”.</p> <p>Agost 2017. Endavant (organització política i social): “Endavant, integrant de la CUP, se suma als atacs al turisme”.</p>

---

Anna Soliguer Guix

---

ONGs	
Altres	<p>Juny 2017. Gonzalo Fuente (sindicalista CCOO):” La situació dels assalariats no ha millorat malgrat que ha augmentat la rendibilitat per plaça d’allotjament”.</p> <p>Juny 2017. The Independent: “The Independent col·loca Barcelona entre les vuit destins mundials que més odien el turisme i es parla ja de turismofòbia”.</p> <p>Febrer 2019. Juli Capella (articulista): “Contra la Colau”.</p>

---

### Exemple: El País

---

Agent social	Notícia
Empresaris	<p>Agosto 2017. Amancio López (President Hotusa) “Rajoy pide aislar a los radicales que atacan el turismo en Cataluña”.</p> <p>Agosto 2017. Manuel Casals (Director General del Gremi d’Hotelers de Barcelona): “ Los hoteleros de Barcelona cargan contra los alquileres vacacionales”.</p> <p>Septiembre 2017. Martí Serrate (ACAVE): “Las agencias de viajes niegan cancelaciones por el 1-0”.</p> <p>Enero 2018. Barcelona Global: “La marca Barcelona reivindica ser "la mejor opción" pese al 'procés”.</p>
Administració pública	<p>Agosto 2017. Carlos Espinosa de los Monteros (Alt Comissionat de la Marca Espanya): "Lo que existe detrás de la hostilidad al turismo es, sin duda, xenofobia".</p> <p>Agosto 2017. Mireia Boya (Diputada CUP), “Los ataques al turismo abren otra brecha entre la CUP y Puigdemont”.</p> <p>Agosto 2017. Maria José Lecha (CUP), Josep Collboni (PSC): “ La tibieza de Colau ante los ataques al turismo indigna a los empresarios”.</p> <p>Setembre 2017. Eulalia Reguant, Alfred Bosch, Agustí Colom, Sonia Recasens, Carolina Mejías (regidors Ajuntament de Barcelona) : “Colau pide evitar el término turismofobia”.</p> <p>Gener 2018. Santi Vila (Conseller d’Empresa de la Generalitat):” Vila contra la turismofobia”.</p> <p>Juny 2018. Endavant (organització política) : “Un grupo vinculado a la CUP vandaliza empresas turísticas”.</p>
Acadèmics i tècnics experts	<p>Mayo 2017. Paolo Russo (Universitat Rovira i Virgili), Francesc Muñoz, David Bravo: “Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria”.</p> <p>Agosto 2017. Josep Ramoneda (analista polític): “Turismofobia”. Juliol 2017 i “Especular con la violencia”.</p> <p>Agosto 2017. Xavier Font (Universitat de Leeds) “Barcelona pone coto a los hoteles y pisos vacacionales”.</p>

---

Anna Soliguer Guix

	Agosto 2017. Josep Ramoneda i Jordi Borja (UOC) ”Tras ganar los comicios municipales en 2015 en Barcelona y las dos generales...”.
	Febrero 2018. Claudio Milano (Ostelea):” ¿Qué queda de la turismofobia?”.
Representants veïnals o d’organitzacions socials	Maig 2017. Reme Gómez (activista del Gòtic): “Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria”.
ONGs	
Altres	Junio 2017. David Trueba (Director de Cinema): “Borrachera”. .
	Agosto 2017. Xavier Vidal Folch (Periodista:)” El turismo es solo parte”.

### Exemple 6: Expansión

Agent social	Noticia
Empresaris	<p>Diciembre 2014. Hereu (President consultora Idensity): ” Un pacto contra la masificación en el centro de Barcelona”.</p> <p>Agosto 2017. Rafael Gallego (President de la Confederació Espanyola d’Agències de Viatges): “Las agencias de viajes culpan a los políticos como Ada Colau del auge de la turismofobia”.</p> <p>Agosto 2017. José Luis Zoreda (President del lobby Exceltur): "La turismofobia nos pone los pelos de punta. No somos el pim pam pum de los políticos".</p> <p>Septiembre 2017. Jordi Clos (President del Gremi d’Hotelers de Barcelona) : "Se está poniendo en peligro un sector absolutamente necesario”.</p> <p>Marzo 2018. Nathan Blecharczyk (Cofundador Airbnb): “A Airbnb le preocupa su reputación”.</p> <p>Abril 2018. Oscar Pirelli (Cap d’estudis d’ Exceltur): “Los "brotos de inestabilidad en Cataluña" están asestando un duro golpe al turismo”.</p> <p>Enero 2019. Tolo Gomila (President Federación Española de Viviendas de Alojamiento Turístico, FEVITUR): "El único reto de la vivienda turística es la regulación".</p> <p>Enero 2019. Gremio de Hoteleros: “Los hoteleros creen que los pisos turísticos son una amenaza para la sostenibilidad del sector”.</p> <p>Febrero 2019. Barcelona Global: ““Barcelona Global quiere mejorar la convivencia entre vecinos y turistas”.</p>
Administració publica	Enero 2017. Álvaro Nadal (Ministre de Turisme): “Nadal pide acabar con la "turismofobia".

Anna Soliguer Guix

	<p>Octubre 2018. Torrella (Director General de Turisme de Barcelona): "La marca Barcelona es muy fuerte, pero no es inmune".</p> <p>Mayo 2019. Rajoy (President del Govern Espanyol): Rajoy: "Hay que aislar a los extremistas".</p> <p>Octubre 2019. Albert Batlle (Tinent d’Alcalde de Seguretat de l’Ajuntament de Barcelona): “Albert Batlle da la cara en el Círculo Ecuestre”.</p>
Acadèmics i tècnics experts	<p>Junio 2019. José Ramón Pin (Professor del IESE) “Barcelona reúne a 200 inversores en Londres para mejorar su reputación”.</p>
Representants veïnals o d’organitzacions socials	
ONGs	
Altres	

### Annex 3. Arbre de codis de les notícies publicades sobre turismefòbia

Codi conflictes	Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme	Causas
1.1	GENTRIFICACIÓ	
2	Definició breu	Salt cap a un estatus més elevat de la població, qualitat urbana i estil de vida de la població d'un barri anteriorment degradat. Té connotacions negatives quan reproduceix les desigualtats socials a l'interior de la ciutat, per exemple fent desplaçar la població local del seu lloc de residència habitual per operacions d'especulació immobiliària, greening de la ciutat (construir parcs, espais lliures i zones verdes per exemple a Diagonal Mar) o similar
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	Cocola Gant (2019), Gentrificación Turística. A Turistificación Global, (291-308); Arias-Sans i Quaglieri-Domínguez (2016), Unravelling Airbnb . Urban perspectives from Barcelona. En P. Russo y G. Richards (eds.). Reinventing the local in Tourism.

Anna Soliguer Guix

---

Travel communities and peer-produced place experiences (209-228). Londres: Channel View.

Neil Smith (2012), *La Nueva Frontera Urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Traficantes de Sueños. Clark, Duque- Calvache y Palomares-Linares (2017), Place attachment and the decision to stay in the neighbourhood. *Population, Space and Place*, 23(2), e2001.

Colomb i Novy (2016). Urban Tourism and its discontents: an introduction. En C. Colomb I Novy (eds.). *Protests and Resistance in the Tourist City* (1-30). London: Routledge; Harvey (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governança in late capitalism. *Geografiska Annaler*, 71,3-17;

Hiernaux y González (2014) Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58,55-70; Harvey D. (2013), *Ciudades Rebeldes. Del derecho a la Ciudad a la revolución urbana*. Ed. Akal; Harvey, D. (2005), *El 'nuevo' imperialismo: acumulación por desposesión*. *Socialist Register*; Cocola-Gant, A. (2018), Tourism gentrification. En: *Handbook of Gentrification Studies*, 281-293.

Cocola-Gant A (2015) Tourism and commercial gentrification. In: *The ideal city. Between myth and reality*. RC21 Conference, Urbino: ISA, 1–25; Cocola-Gant A (2016) Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefield. *Sociological Research Online* 21(3): 10. Available from: <http://www.socresonline.org.uk/21/3/10.html>.; Cocola-Gant, A. (2016),

La producción de Barcelona como espacio de consumo. Gentrificación, turismo y lucha de clases. En: *Cartografía de la Ciudad Capitalista. Transformación urbana y conflicto social en el Estado español*, Traficantes de Sueños; Rodríguez, R., Espinoza M. (2017), *De la especulación al derecho a la vivienda*, Traficantes de Sueños; Delgado, M. (2007), *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del “Modelo Barcelona*, Madrid: Libros de la Catarata; Florida, R., (2009), *Las ciudades creativas. Porqué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona: Grupo Planeta; Antunes, B., March, H., Connolly, J., (2020), Spatializing gentrification in situ: A critical cartography of resident perceptions of neighbourhood change in Vallcarca, Barcelona. *Cities* 97, 102521;

---



Anna Soliguer Guix

4	Quan s’ha d’usar el codi?	Reconstrucció de barris degradats per a classes mitges
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Quan es pot confondre amb la turismificació
6	Exemple	Regeneració del Raval

<b>Codi conflictes:</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.2	<b>BOMBOLLA TURÍSTICA</b>	
2	Definició breu	El concepte de bombolla turística fa referència a aquelles àrees de la ciutat que s'han dedicat tant al turisme que han esdevingut diferents d'altres àrees similars o veïnes. Aquestes àrees han patit transformacions molt fortes degut a que el turisme les ha fet perdre personalitat, s'han especialitzat en comerços i serveis turístics, amb la conseqüència que els residents han perdut identitat urbana
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	Jud and Fanstein, (1999), <i>The Tourist City</i> . Yale University Press; López Palomeque, F., (2015), <i>Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística</i> . Notas sobre un proceso complejo e inacabado. <i>Documents d’Anàlisi Geogràfica</i> , vol. 61/3, 483-506; Fainstein, S. (2007) <i>Tourism and the Commodification of Urban Culture</i> . <i>The Urban Reinventors Issue 2</i> , November 07; Judd, D., (2003) <i>El turismo urbano y la geografía de la ciudad</i> , <i>Revista eure</i> (Vol. XXIX, N°87, 51-62), Santiago de Chile. Judd, D. (1999) “Constructing the tourist bubble”. In D. Judd and S. Fainstein (Eds.), <i>The Tourist</i>

Anna Soliguer Guix

		City (35-53). New Haven, CT: Yale University Press.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Espais, barris excessivament especialitzats en turisme i que han desplaçat altres usos tradicionals de la ciutat
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No s’ha de confondre amb un ghetto o amb la segregació residencial
6	Exemple	Àrees com les Rambles o el Passeig de Gràcia

<b>Codi conflictes:</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.3	PRECARIETAT LABORAL	
2	Definició breu	Feina precària abans i després de la reforma laboral i en concret, de la globalització i l’economia informacional
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Cañada, ABDT, Arran, Albasud Cañada, E. (2018), “Too precarious to be included? Hotel maid employment in Spain”, <i>Tourism Geographies</i> , 20 (4), 653-674.  Walmsley, A. (2017), “Overtourism and underemployment: a modern labour market dilemma”. Paper presented at Responsible Tourism in Destinations 13 – Tackling Overtourism – Local Responses, 29-30 September 2017 – Hannersholt, Reykjavik, Iceland. Abstract; Walton, J. (2012), ‘The tourism labour conundrum’ extended: Historical

Anna Soliguer Guix

		perspectives on hospitality workers, <i>Hospitality &amp; Society</i> , Vo. 2, N.1.
		Cañada, E. (2015) <i>Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral</i> . Icaria/Antrazyt: Barcelona.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	En casos d’explotació, sobreexplotació i precarietat laboral
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Sous i condicions de treball dignes
6	Exemple	Las Kellys Barcelona

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.4	DESIGUALTATS DE GÈNERE	
2	Definició breu	Patriarcat, masclisme
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Huete, R., Brotons, M. Sigüenza, M. Carmen, (2016), <i>La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español</i> , <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i> , vol. 25, n. 1, 73-87; Moreno, D., Cañada, E. (2018), <i>Dimensiones de Género en el Trabajo Turístico</i> , Alba Sud; Sinclair, T, (1997) <i>Gender, Work and Tourism</i> , Routledge, London; Costa, C., Carvalho, I., Breda, Z., (2011), <i>Gender inequalities in Tourism employment: The Portuguese case</i> , <i>Revista Turismo &amp; Desenvolvimento</i> , un. 15, 39-54; Ferguson, L. (2011), <i>Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal</i> , <i>Current Issues in Tourism</i> Vol. 14, No. 3, April 2011, 235 –249.

Anna Soliguer Guix

		Oliver, X., Sard, M. (202), Gender Wage Gap in Hospitality, Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. XX, N° X, Month 201X, 1-28; Ons-Cappa, M., García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.L. (2017), Incidencia de factores personales y laborales en los salarios del sector hotelero: una visión de género, Cuadernos de Turismo, N° 39, 417-436; Bakas, F., Costa, C., Breda, Z., Durao, M., (2018), A Critical Approach to the Gender Wage Gap in Tourism Labour, Tourism, Culture & Communication, Vol. 18, 35-49
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Situacions en que les dones queden excloses o són víctimes de la desigualtat (especialment de tipus salarial o laboral) o en pateixen les conseqüències, sent la més extrema la violència física
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No s’ha de confondre amb l’explotació laboral o precarietat sense perspectiva de gènere (és a dir que afecta al conjunt de treballadors, tant homes com dones)
6	Exemple	Diferències salarials homes/dones per a un mateix càrrec

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causas</b>	<b>Subcodis</b>
1.5	PROBLEMES D’HABITATGE		Narcopisos
2	Definició breu	L’increment dels preus en àrees turístiques pot portar associat també un augment del cost del preu del sòl i dels immobles que afecta als residents i pot generar pèrdua de capacitat adquisitiva per a la compra d’habitatge	

Anna Soliguer Guix

---

davant d'altres actors de rendes  
més elevades

3

Referències bibliogràfiques  
d'on s'ha extret o que en fan  
referència

Lee, D.: How Airbnb Short-Term Rentals Exacerbate Los Angeles's Affordable Housing Crisis: Analysis and Policy Recommendations. Harvard Law & Policy Review. February (2016). Wu, J., Ma, P. and Xie, K.: In sharing economy we trust: The effects of host attributes on short-term rental purchases. International Journal of Contemporary Hospitality Management 29(11), (2017). Zhang, Z., Chen, R. J. C., Han, L. D. and Yang, L.: Key Factors Affecting the Price of Airbnb Listings: A Geographically Weighted Approach. Sustainability 9 (1635), (2017); Herrero, C. (2017), Las viviendas de uso turístico: ¿El enemigo a abatir? Reflexiones sobre la normativa autonómica en materia de alojamientos turísticos. Revista de Estudios Europeos, N 70, julio-diciembre, 147-158; Ardura Urquiaga, A., Lorente-Riverola, I., Mohino, I. & Ruiz Sánchez, J. (2019), “No estamos tan mal como Barcelona”: análisis de la proliferación y regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2028, 1-47; Zaar M., (2017), El derecho a la vivienda en el contexto del Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) de Barcelona y de sus planes antecesores, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Vol. XXII,

Anna Soliguer Guix

		n. 1210; Lagonigro, R, Martori, J.C., Apparicio, P., (2020), Understanding Airbnb spatial distribution in a southern European city: The case of Barcelona, Applied Geography, 115, 102136;
		Sans, A. A., & Quagliari, A. (2016). Unravelling Airbnb: Urban perspectives from Barcelona. Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place, 73, 209.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan es descriuen problemes d'accés a l'habitatge o increment dels preus
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb l'especulació immobiliària no vinculada al turisme
6	Exemple	Encariment de l'habitatge/lloguer

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.6	COMERCIALITZACIÓ (COMODIFICACIÓ) DELS CENTRES URBANS	
2	Definició breu	Privatització o ús privat de l'espai públic urbà per a finalitats turístiques
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	Zaar, M., Da Fonseca, M., (2019), Turismo y consumo del espacio urbano en Barcelona. Análisis de la relación residente-turista en el barrio de la Barceloneta, Cuadernos de Turismo, N° 44, 487-514; Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and

		tourism. <i>Tourist studies</i> , 2(2), 183-201.
		Arias-Sans, A., & Russo, A. P. (2016). The right to Gaudí: what can we learn from the commoning of Park Güell, Barcelona? In <i>Protest and resistance in the tourist city</i> (61-277). Routledge.
		Cohen, E. (1988) “Authenticity and commoditization in tourism”. <i>Annals of tourism research</i> , 15(3): 371-386.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan hi ha apropiació de l’espai públic per a activitats privades vinculades al turisme
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb la desaparició de teixit comercial
6	Exemple	Ocupació de l’espai públic pel turisme, pacificació del capuccino, terrasses de bars, cobrar per entrar al Park Güell, la catedral..

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.7	DESAPARICIÓ DEL TEIXIT COMERCIAL TRADICIONAL	
2	Definició breu	Pèrdua del comerç local per increment de lloguers i altres causes
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Charnock G., Purcell, T., Ribera-Fumaz, R. (2014), <i>City of Rents: The limits to the Barcelona model of urban competitiveness</i> , <i>International Journal of Urban and Regional Research</i> , vol. 38.1, 198-217; Chen, W., Ting, T., (2019), <i>Contesting shopping tourism: neoliberal consumptions and conflicts in</i>

Anna Soliguer Guix

		host societies, Tourism, Culture & Communication, Vol. 19, 155-160; Bravo, P. (2018) Barcelona, laboratorio turístico. En: Exceso de equipaje. Por qué el turismo es un gran invento hasta que deja de serlo. Barcelona: Penguin Random House.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Tancament de botigues locals
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb comodificació
6	Exemple	Botiga Furest al Passeig de Gràcia

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.8	PÈRDUA DE POBLACIÓ RESIDENT	
2	Definició breu	Canvi de residència de població resident per problemes bàsicament econòmics (lloguers alts, mobbing immobiliari, etc) o molèsties percebudes
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Mansilla, J.A., (2018), Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona, Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 16, N2, 279-296;  Cocola, A. (2016), Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de la población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos. Disponible en <a href="https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/02/Informe_gotic_final.pdf">https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/02/Informe_gotic_final.pdf</a>



Anna Soliguer Guix

4	Quan s’ha d’usar el codi?	Gentrificació però no només gentrificació
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Amb tots aquells que no son residents
6	Exemple	Veïns que no poden assolir el pagament de l’habitatge

<b>Codi conflictes</b>	<b>Dret a la ciutat i desigualtats causades pel turisme</b>	<b>Causes</b>
1.9	ENCARIMENT DEL COST DE LA VIDA	
2	Definició breu	Augment del cost de la vida. Pèrdua de capacitat adquisitiva. Els residents no poden mantenir el nivell de vida dels turistes i classe creativa (preus inflats)
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Cañada, E., Murray, I. (eds.), (2019), Turistificación Global. Perspectivas críticas en turismo. Barcelona: Icaria.  Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. Global tourism, 3, 79-102.  Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. Journal of Tourism Futures.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Pèrdua de capacitat adquisitiva per l'encariment de l’habitatge i del cost de la vida
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb expulsió de la població

Anna Soliguer Guix

6	Exemple	Augment preus botiques i transport
---	---------	------------------------------------

Codi conflictes	Dret a la ciutat i desigualtats	Causes
1.10	MONOCULTIU TURÍSTIC	
2	Definició breu	Domini de l'activitat turística sobre la resta de sectors i manca d'alternatives per al desenvolupament local que no siguin basades en el turisme
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	<p>Palou Rubio, S., (2006), La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 4, número 1, p. 13-28;</p> <p>Capel, H., (2007), El debate sobre la construcción de la ciudad y el llamado "Modelo Barcelona". Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de febrero de 2007, vol. XI, núm. 233;</p> <p>Conti, G., &amp; Perelli, C. (2007). Governing tourism monoculture: Mediterranean mass tourism destinations and governance networks. Tourism and Politics. Global Frameworks and Local Realities, Amsterdam, Elsevier, 235-261.</p>
4	Quan s'ha d'usar el codi?	Percepció de que el turisme és l'única activitat productiva o que eclipsa a la major part de les altres
5	Quan NO s'ha d'usar el codi	Quan existeix una situació d'equilibri on no es perceben

Anna Soliguer Guix

6	Exemple	<p>desequilibris econòmics ni socials</p> <p>Propostes de reforçar el sector turístic com a únic o principal sector de l'economia i el desenvolupament a la ciutat</p>
---	---------	--

Codi conflictes	Percepció d'excés de turistes (OVERTOURISM)	Causes
2.1	IMPACTES AMBIENTALS	
2	Definició breu	<p>Problemes d'empitjorament de l'estat natural de l'entorn urbà per contaminació derivada de l'activitat turística</p>
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	<p>García, M. (2016). Cruceros: Colosos del turismo masivo de alta contaminación. <i>Ecología Política</i>, (52), 98-102.</p> <p>Murray, I. (2012). Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística (Doctoral dissertation, Universitat de les Illes Balears). Garay, L. A. (2015). Luces y sombras del turismo de cruceros: el caso de Barcelona. <i>Documents d'Anàlisi Geogràfica</i>, 61(3), 563-580.</p> <p>Vianello, M. (2016). The No Grandi Navi campaign: protests against cruise tourism in Venice. In <i>Protest and resistance in the tourist city</i> (185-204). Routledge.</p> <p>Rico, A., Martínez-Blanco, J., Montlleó, M., Rodríguez, G., Tavares, N., Arias, A., &amp; Oliver-Solà, J. (2019). Carbon footprint of</p>

Anna Soliguer Guix

		tourism in Barcelona. <i>Tourism Management</i> , 70, 491-504.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan es descriu que genera afectacions sobre els residents
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb brutícia i vandalisme
6	Exemple	Creuers, avions

Codi conflictives	Percepció d'excés de turistes (overtourism)	Causas	Subcodis
2.2	MOLÈSTIES I COMPORTAMENTS INADEQUATS		S1 Molèsties S2 Inseguretat S3 Incivisme S4 Brutícia S5 Sorolls S6 Convivència S7 Demanda de control policial
2	Definició breu	Molèsties, (sorolls, brutícia, problemes de convivència, vandalisme i incivisme a l'espai públic etc.) i/o problemes físics motivats per la presència de turistes o el seu comportament a l'espai públic o habitatges on s'allotjaven	
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	Casalderrey, N. G., García, J. A., Mach, A. P., & Fernández, O. V. (2018). De la turismofobia a la convivència turística: el caso de Barcelona.	

Anna Soliguer Guix

---

Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *ARA: Revista de Investigación en Turismo*, 8(2), 25-34.

Gutiérrez, F. F., & Toledo, D. M. (2011). La contaminación acústica en las ciudades turísticas litorales de Andalucía 2001-2010. *Cuadernos de Turismo*, (27), 357-372.

Mansilla, J. A. (2020). No es turismofobia, es lucha de clases. Políticas urbanas, malestar social y turismo en un barrio de Barcelona. *Revista nodo*, 13(26), 42-60.

Moronatti Angoitia, A. (2015). Los pisos turísticos en la Barceloneta: un análisis del conflicto de convivencia vecinal.

Rosa Vives, B. (2019). Los destinos turísticos inteligentes como sistema de gestión con capacidad para mejorar la convivencia entre residentes y turistas.

Abril-Sellarés, M., Azpelicueta, M. C., & Sánchez-Fernández, M. D. (2015). Turismo sostenible: lugareños frente a turistas. El caso de la ciudad de Barcelona. *Holos*, 3, 331-337.

Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido.

---

Anna Soliguer Guix

---

		Herranz, F. J. B. (2004). Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística. Estudios turísticos, (160), 5-30.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan falten a les normes de civisme i molesten als locals
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb capacitat de càrrega
6	Exemple	Turistes despullats comprant al supermercat. Borratxeres al carrer

---

<b>Codi conflictes</b>	<b>Percepció d’excés de turistes (overtourism)</b>	<b>Causes</b>
2.3	<b>CAPACITAT DE CÀRREGA</b>	
2	Definició breu	Percepció de superació d’un llindar físic o social derivat de la presència de turisme, especialment quan es considera que el volum genera externalitats negatives a la ciutat
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	García-Hernández, M., Ivars-Baidal, J., & Mendoza de Miguel, S. (2019). Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2830, 1–38; Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2829, 1–40; Bourliataux-Lajoie, S., Dosquet F., del Olmo, J.Ll.,

---

Anna Soliguer Guix

---

(2019) The dark side of digital Technology to overtourism: the case of Barcelona, *Worldwide Hospitality & Tourism Themes* Vol. 11 Issue 5, p582-593; Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns; Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*; Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? *Understanding the Impact of Tourism in a City Context. Sustainability*, 10(12), 4384.

García-Hernández, M., la Calle-Vaquero, D., & Yubero, C. (2017). Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. *Sustainability*, 9(8), 1346.

Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions* (Vol. 1). De Gruyter Oldenbourg.

Gonzalez, V. M., Coromina, L., & Galí, N. (2018). Overtourism: residents’ perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*.

Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the right to travel and residents’ rights. *Sustainability*, 11(7), 2138.

Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns.

---

4

Quan s’ha d’usar el codi?

Quan es percep que la presència de turistes és perjudicial o

Anna Soliguer Guix

		excessiva a nivell físic, social o cultural
5	Quan NO s ‘ha d’usar el codi	No confondre amb impactes físics/ambientals
6	Exemple	Rambles

Codi conflictives	Percepció d'excés de turistes (overtourism)	Causes	Subcodis
2.4	PROBLEMES DE MOBILITAT		Vagues del sector transport
2	Definició breu	Dificultat per accedir als serveis públics (transport...) congestió deguda a la circulació i embussos	
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Galeano Cossío, José Maria. (2019). Movilidad urbana sostenible y análisis de la movilidad turística en Barcelona Master Thesis, Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Hall, CM (2015). On the mobility of tourism mobilities. Current Issues in Tourism, 18(1), 7-10.  Albalate, D., & Bel, G. (2010). Tourism and urban public transport: Holding demand	



Anna Soliguer Guix

---

		pressure under supply constraints. <i>Tourism Management</i> , 31(3), 425-433.
		Hall, C. M. (2015). On the mobility of tourism mobilities. <i>Current Issues in Tourism</i> , 18(1), 7-10.
		Hannam, K., Butler, G., & Paris, C. M. (2014). Developments and key issues in tourism mobilities. <i>Annals of tourism research</i> , 44, 171-185.
		Sheller, M., & Urry, J. (2004). <i>Tourism mobilities: Places to play, places in play</i> . Routledge.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Saturació d’autobusos i metro, tardar més per arribar als llocs
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb capacitat de càrrega
6	Exemple	Trànsit autobusos Sagrada Família

---

<b>Codi conflictes</b>	<b>Percepció d'excés de turistes (overtourism)</b>	<b>Causes</b>
2.5	VISIBILITAT TURISTES	DELS
2	Definició breu	Molèsties (explicades per un factor d'actitud emocional i de rebuig cap a la figura del turista) per la presència de turistes a l'espai públic, expressant un

Anna Soliguer Guix

		rebuig al seu contacte i manca d'empatia amb el turisme.
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Russo, A. P. (2002). The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. <i>Annals of Tourism Research</i> , 29(1), 165-182.  Acebes García, P. (2018). El turismo de masas o turismo masivo en dos casos concretos: la playa de Las Catedrales (Galicia) y la Sagrada Familia (Barcelona).  López-Bonilla, J. M., & López-Bonilla, L. M. (2007). La capacidad de carga psicológica del turista como indicador del turismo sostenible. <i>Boletín económico de ICE</i> , 2911, 25-35.
4	Quan s'ha d'usar el codi?	Quan es descriu una actitud de rebuig davant la presència de turistes als carrers o quan se'ls identifica com a tals
5	Quan NO s'ha d'usar el codi	No confondre amb comodificació ni amb congestió
6	Exemple	Quan no pots caminar perquè els turistes no deixen passar ni avançar pel carrer

<b>Codi conflictes</b>	<b>Percepció d'excés de turistes (overtourism)</b>	<b>Causes</b>
2.6	PROBLEMES DE SALUT RESIDENTS	
2	Definició breu	Problemes a la salut derivats del turisme, associades a la presència i constant activitat turística

Anna Soliguer Guix

3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). <i>Overtourism: Issues, realities and solutions</i> (Vol. 1). De Gruyter Oldenbourg; Wall, G. (2020). From carrying capacity to overtourism: a perspective article. <i>Tourism Review</i> .  Picornell, C. (2015). Los impactos del turismo. <i>Papers de turisme</i> , (11), 65-91.
4	Quan s'ha d'usar el codi?	Malalties causades pels impactes negatius del turisme (especialment estrès i molèsties físiques)
5	Quan NO s'ha d'usar el codi	No confondre amb visibilitat de turistes ni capacitat de càrrega
6	Exemple	Estrès i fatiga o sensació d'agobi.

<b>Codi</b>	<b>Propostes per reduir les desigualtats creades pel turisme</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.1.1	GÈNERE	
2	Definició breu	Polítiques i accions relacionades amb les dones
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Ferguson, L., & Alarcón, D. M. (2015). Gender and sustainable tourism: reflections on theory and practice. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 23(3), 401-416.  Murguialday, C., Alarcón, D. M., Velázquez, N. T., Puigdueta, I., & Carraro, F. (2019). ¿Equidad de género en el turismo? muchas sombras y pocas luces: aproximación a tres experiencias de turismo no convencional. <i>Foro de Turismo Responsable</i> .

Anna Soliguer Guix

		Alarcón, D. M., & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 27(7), 903-919.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Polítiques d’igualtat de gènere a les empreses turístiques
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb polítiques laborals generals (que no es destinen a disminuir diferències entre els homes/dones)
6	Exemple	Sostre de vidre, igualtat de sous

<b>Codi</b>	<b>Propostes per reduir les desigualtats creades pel turisme</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.1.2	PROTECCIO DELS TREBALLADORS	
2	Definició breu	Defensa i acompanyament dels explotats a partir de polítiques sectorials
3	Foro de Turismo Responsable, revista HOAC Noticias Obreras	
4	Quan s’ha d’usar el codi?	En casos d’abusos, manifestacions, acció política
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb regulació ni amb legislació laboral
6	Exemple	Turisme responsable, Càrites, Hoac, sindicats, advocats laboralistes, serveis socials

Anna Soliguer Guix

<b>Codi</b>	<b>Propostes per reduir les desigualtats creades pel turisme</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.1.3	MILLORES LABORALS	
2	Definició breu	Accions encaminades a la millora laboral dels empleats del sector turístic
3	Albasud, CCOO	
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Polítiques i accions en benefici dels treballadors
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Reforma laboral
6	Exemple	

<b>Codi</b>	<b>Propostes per reduir les desigualtats creades pel turisme</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.1.4	POLÍTIQUES SOCIALS	
2	Definició breu	Polítiques de millora de les condicions de vida dels residents d’espais turístics
3	Foro de Turismo Responsable, Albasud, PEUAT	
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan es proposen accions de millora social o en la qualitat de vida residents
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb regulació
6	Exemple	Polítiques d’habitatge

Anna Soliguer Guix

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l'activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.2.1	LIMITACIÓ	
2	Definició breu	Propostes destinades a reduir el volum de turistes en una destinació o a evitar que augmentin
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Donaire Benito, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S., & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 1–26
4	Quan s'ha d'usar el codi?	Es proposen mesures per evitar el creixement de turistes o de l'activitat turística
5	Quan NO s'ha d'usar el codi	No confondre amb desconcentració
6	Exemple	Visites Park Güell

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l'activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.2.2	DESCONCENTRACIÓ	
2	Definició breu	Expandir turisme i turistes a zones descongestionades
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Donaire Benito, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S., & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 1–26
4	Quan s'ha d'usar el codi?	Quan es fan propostes per esponjar uns espais turístics o per redistribuir-los a d'altres llocs

Anna Soliguer Guix

5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb limitació
6	Exemple	Proposta de dispersar turisme pels barris

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l’activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.2.3	<b>MEDIACIÓ</b>	
2	Definició breu	Negociació
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Donaire Benito, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S., & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 1–26
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Cerca de solucions a problemes turístics amb varis actors, sempre mantenint el creixement del turisme però amb condicions
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Allà on no hi ha conflictes
6	Exemple	Pisos turístics

<b>Codi</b>	<b>Propostes i accions</b>	<b>Subcodis</b>
-------------	----------------------------	-----------------

Anna Soliguer Guix

3.2.4	REGULACIÓ	<p>Top- down</p> <p>S1 Inspecció turística</p> <p>S2 Polítiques clàssiques institucionals</p> <p>S3 Reformes legals</p> <p>S4 Consulta a experts</p> <p>S5 Creació de coneixement</p> <p>S6 Model redistributiu (proposta de repartir els beneficis del turisme socialment)</p> <p>S7 Model de qualitat (proposta de millorar la qualitat del turisme)</p> <p>Bottom-up</p> <p>S8 Participació ciutadana</p> <p>S9 Laboratoris urbans</p> <p>S10 Assemblees i jornades obertes</p> <p>S11 Acció política</p>
2	Definició breu	<p>Fer propostes de gestió de l'activitat turística i modificació de les condicions existents a partir de legislació específica, programes d'acció política, reformes recolzades per legislació, consells científics i propostes de millora per part de l'administració o dels agents socials</p>
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	<p>Hoffman, L. M., Fainstein, S. S., &amp; Judd, D. R. (Eds.). (2011). <i>Cities and visitors: regulating people, markets, and city space</i> (Vol. 57). John Wiley &amp; Sons.</p> <p>Martins, M. M. (2018). <i>Tourism planning and tourismphobia: an analysis of the strategic tourism plan of Barcelona 2010-2015</i>.</p> <p>Walo Argüello, A. I. (2019). <i>Participación ciudadana: solución de la turismofobia</i>.</p>



Anna Soliguer Guix

		Bové, M. A., & Guim, M. (2013). La eclosión turística de Barcelona: política de planificación vs. Cooperación público-privada. In Congreso Smart regions for a smarter growth strategy. Recuperado de <a href="https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Oviedo2013/htdocs/pdf/p717.pdf">https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Oviedo2013/htdocs/pdf/p717.pdf</a> .
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan hi ha documents legals o propostes que poden afectar la presa de decisions en turisme (ja sigui top-down o bottom-up)
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Allà on existeix legislació
6	Exemple	Pisos Airbnb

Codi	Gestió de l'activitat turística	Propostes i accions
3.2.5	DESESTACIONALITZACIÓ	
2	Definició breu	Fer accions per desestacionalitzar i potenciar mitjançant campanyes en moments de poca afluència (reserves) turística (temporada baixa)
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido.  Donaire Benito, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S., & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. Boletín

Anna Soliguer Guix

		de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 1–26
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Temporada baixa
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Temporada alta (juliol, agost, congressos importants)
6	Exemple	Febrer o mesos sense activitats importants

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l’activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.2.6	<b>DIVERSIFICACIÓ</b>	
2	Definició breu	Promoció i impuls de models econòmics i de desenvolupament urbà que no passin pel turisme. Altres sectors i economies alternatives
	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Propostes de desenvolupament urbà no basades en el turisme
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb regulació
6	Exemple	Indústria en general 22@

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l’activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>
3.2.7	<b>TAXACIÓ I IMPOSICIÓ</b>	
2	Definició breu	Crear impostos de tota mena per gravar el turisme
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan es descriu la necessitat de gravar l’activitat turística amb la taxa turística i tota mena d’impostos

Anna Soliguer Guix

5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb decreixement o models alternatius de turisme
6	Exemple	Proposta de taxa pel decreixement

<b>Codi</b>	<b>Gestió de l'activitat turística</b>	<b>Propostes i accions</b>	<b>Subcodi</b>
3.2.8	DECREIXEMENT		Crítica de la imatge
2	Definició breu	Canvi de model turístic menys consumista, respectuós amb el medi ambient, la justícia social i les desigualtats	
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	<p>Murray, I. (2016), El despertar de la ecologia política del turisme, <i>Ecología Política</i> 52,129-130;</p> <p>Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco-Romero, A., &amp; Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, 27(12), 1745-1763;</p> <p>Milano, C., Novelli, M., &amp; Cheer, J. M. (2019). Overtourism and degrowth: a social movements perspective. <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, 27(12), 1857-1875.</p> <p>Medrano, H. F., &amp; Rivacoba, D. P. (2016). La lucha por el decrecimiento turístico:</p>	

Anna Soliguer Guix

---

		El caso de Barcelona. Ecología Política, (52), 104-106.
		Rivera Mateos, M. (2012). Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. Romero, Asunción Blanco, et al. "Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification." BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 83 (2019): 3.
		Blanco-Romero, A. (2019). Decrecimiento turístico. El turismo en la geopolítica del Mediterráneo, 66-71.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Quan es proposen models alternatius econòmics i socials no basats en el consumisme i sí en la desmaterialització
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb impacte ambiental o capacitat de càrrega
6	Exemple	Desturismifació

---

**Codi**

**Protesta ciutadana**

**Bottom-up**

Anna Soliguer Guix

4.1	ACCIÓ CIUTADANA AL CARRER	
2	Definició breu	Mobilització de protesta dels moviments socials a l’espai públic
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	<p>Hughes, N., (2018), ‘Tourists go home’: anti-tourism industry protest in Barcelona. <i>Social Movements Studies</i>, Vol. 17, NO. 4, 471-477; Romero-Padilla, Y., Cerezo-Medina, A., Navarro-Jurado, E., Romero-Martínez, J. M., &amp; Guevara-Plaza, A. (2019). Conflicts in the tourist city from the perspective of local social movements. <i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i>, 83, 2837, 1–35; Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., &amp; Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders’ perceptions of urban touristification <i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i>, 83, 2834, 1–30.</p> <p>Milano, C., Mansilla, J.A., (2018), <i>Ciudad de Vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos</i>. Barcelona: Pol-len.</p> <p>Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. <i>Annals of tourism Research</i>, 19(4), 665-690.</p> <p>Johnson, J. D., Snepenger, D. J., &amp; Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. <i>Annals of tourism research</i>, 21(3), 629-642.</p> <p>Mateu, A. P., &amp; Salom, M. B. (2016). Turismo y caciquismo hotelero en las Baleares: La publicación <i>Tot Inclòs</i> y la quiebra del consenso social. <i>Ecología Política</i>, (52), 88-92.</p> <p>Alexis, P. (2017). Over-tourism and anti-tourist sentiment: An exploratory analysis and</p>

Anna Soliguer Guix

		discussion. Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, 17(2), 288-293.
		Russo, A. P., & Scarnato, A. (2018). “Barcelona in common”: A new urban regime for the 21st-century tourist city? Journal of Urban Affairs, 40(4), 455-474.
		Coldwell, W. (2017). First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe. The Guardian, 10, 2017.
		Matías Cruz, Gonzalo. "Perspectivas teóricas para el abordaje de los movimientos sociales y su incorporación en el campo de la investigación en turismo (Social Movement's theoretical Perspectives and their Incorporation in the Field of Tourism Research)." Turismo y Sociedad 25 (2019).
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Manifestacions, protestes, manifestos
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb accions de resistència directa
6	Exemple	Manifestacions anti turisme

<b>Codi</b>	<b>Protesta ciutadana</b>	<b>Bottom-up</b>
4.2	ACCIÓ DE RESISTÈNCIA DIRECTA	
2	Definició breu	Lluita ciutadana amb estratègies mediàtiques i comunicatives i accions de protesta i boicot a l'espai públic.
3	Referències bibliogràfiques d'on s’ha extret o que en fan referència	Borja, J., (2005), Revolución y contrarrevolución en la ciudad

Anna Soliguer Guix

---

		<p>global. Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, Vol. X, N° 578;</p> <p>McGehee, N. G. (2002). Alternative tourism and social movements. <i>Annals of tourism research</i>, 29(1), 124-143.</p> <p>McGehee, N. G., Kline, C., &amp; Knollenberg, W. (2014). Social movements and tourism-related local action. <i>Annals of Tourism Research</i>, 48, 140-155.</p> <p>Monterrubio, C. (2017). Protests and tourism crises: A social movement approach to causality. <i>Tourism management perspectives</i>, 22, 82-89.</p> <p>Colomb, C., &amp; Novy, J. (2016). Protest and resistance in the tourist city. Routledge.</p> <p>Novy, J., &amp; Colomb, C. (2016). Urban tourism and its discontents: an introduction. In <i>Protest and resistance in the tourist city</i> (15-44). Routledge.</p>
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Actes de boicot al turisme, lluita al carrer
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	No confondre amb l’acció ciutadana al carrer
6	Exemple	Atacs d’Arran a interessos turístics (encadenament davant Turisme de Barcelona), pintades antiturístiques als carrers

---



---

**Aspectes ideològics**

---

5.1	ÚS PARTIDISTA DEL CONCEPTE DE TURISMEFOBIA
-----	--

---

Anna Soliguer Guix

2	Definició breu	Oposició política en defensa dels interessos dels partits
3	Referències bibliogràfiques d'on s'ha extret o que en fan referència	<p>Vázquez, E. R., &amp; De la Cruz Davila, J. (2020). Turismofobia: un análisis social desde los medios de comunicación. Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca, 5(10), 33-37.</p> <p>Echeverría, M. (2017). Sesgo partidista en medios informativos. Una crítica metodológica y propuesta. Comunicación y sociedad, (30), 217-238.</p> <p>Vázquez, E. R., &amp; De la Cruz Davila, J. (2020). Turismofobia: un análisis social desde los medios de comunicación. Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca, 5(10), 33-37.</p> <p>Pérez-García, A., &amp; Abad, L. G. (2018). Turismofobia: presencia, impacto y percepción del concepto a través de los medios de comunicación impresos. adComunica, (16), 201-219. Sáez, J. S. (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.</p> <p>de Escalona, F. M. (2020). UN EFECTO IMPREVISTO POR LA ACTIVIDAD Y LA DOCTRINA TURÍSTICA: LA TURISMOFOBIA. Revista TURISMO: Estudios e Prácticas, 9(1).</p> <p>Castells, M. (2013). Comunicación y poder. Siglo XXI Editores México.</p> <p>Pascual, M. (2016). Política y propaganda: medios de</p>



---

		comunicación y opinión pública. Editorial UOC.
		Fuster-Márquez, M., & Gregori-Signes, C. (2019). La construcción discursiva del turismo en la prensa española (verano del 2017). <i>Discurso &amp; Sociedad</i> , (2), 195-224.
		Milian Hita, M. Processos de turistificació i gentrificació a la ciutat de Barcelona. Anàlisi crític de discursos en mitjans de premsa escrita.
		Huete, R., & Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?
		Pérez-García, A., & Abad, L. G. (2018). Turismofobia: presencia, impacto y percepción del concepto a través de los medios de comunicación impresos. <i>adComunica</i> , (16), 201-219.
		Alvarez-Sousa, A. (2018). The problems of tourist sustainability in cultural cities: Socio-political perceptions and interests management. <i>Sustainability</i> , 10(2), 503.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	En el desenvolupament de la lluita política municipal, de la Generalitat i els partits espanyols entre els interessos polítics que defensen als privilegiats que no volen canviar el sistema i els que sí.
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	ICV, CUP, els Comuns
6	Exemple	Interacció partits polítics municipals

---

Anna Soliguer Guix

Aspectes ideològics		
5.2	EFFECTES NEGATIUS DE L’ÚS DE LA TFB SOBRE LA IMATGE DE LA DESTINACIÓ	
2	Definició breu	Reacció per part del sector turístic, o de qui sigui que ho defensa, contrari a identificar la turismefòbia com un problema per a la ciutat, especialment pel fet que dóna mala imatge o perquè perjudica els interessos del sector. Es la protecció de la imatge turística.
3	Referències bibliogràfiques d’on s’ha extret o que en fan referència	Zerva, Konstantina, et al. "Tourism-philia versus tourism-phobia: residents and destination management organization’s publicly expressed tourism perceptions in Barcelona." <i>Tourism Geographies</i> 21.2 (2019): 306-329.
4	Quan s’ha d’usar el codi?	Amb els immobilitistes
5	Quan NO s’ha d’usar el codi	Amb els que volen canviar al model
6	Exemple	Comerç, PP, Recasens

#### Annex 4. Qüestionari d’opinió per als experts

Qüestionari per a experts en turisme (Barcelona). els moviments socials urbans i les associacions veïnals com a instrument de base local per la transformació del turisme

Objectiu: Generar informació qualitativa a partir de l’opinió dels experts en turisme sobre el paper que juguen els moviments socials urbans i associacions veïnals en la transformació del turisme a la ciutat i la seva governança.

Anna Soliguer Guix

## Qüestionari

### BLOC 1. Dades sobre l’entrevistat/da

(Sexe, edat i professió, relació amb el turisme -acadèmic, recerca, professional...)

### BLOC 2. La politització del turisme i els moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona

Per què creu que han pres importància els moviments socials i veïnals en el debat sobre turisme a la ciutat els darrers anys?

Per què creu que els moviments socials i veïnals han inclòs/prioritzat el turisme en el seu projecte/missió de transformació urbana?

Han aparegut moviments socials i veïnals només amb la finalitat de tractar el tema del turisme?

Pensa que els moviments socials i veïnals que inclouen el turisme en la seva missió/objectius els ha transformat internament? (canvis en la base estructura organitzativa, accions i propostes, etc.)

Creu que la inclusió del turisme en els objectius dels moviments socials i veïnals o l’aparició d’entitats dedicades principalment al turisme ha fet perdre l’interès de l’acció col·lectiva/participativa sobre altres aspectes de la ciutat que també generen preocupació entre els residents? (migracions, pobresa, exclusió social, habitatge, etc.)

Quina importància creu que tenen per als moviments socials i veïnals les aliances amb l’administració i els partits polítics locals.

Quina opció creu que actualment és predominant entre els moviments socials i veïnals: la tendència a cooperar amb l’administració o rebutjar-ho per tal de no formar part del sistema?

Creu que els moviments socials i veïnals estableixen un cicle de cooperació-protesta amb els poders establerts com a adaptació estratègica?

Anna Soliguer Guix

### BLOC 3. La capacitat de mobilització i d’acció real dels moviments socials urbans i les associacions veïnals de Barcelona

#### 3.1 Representativitat, capacitat de mobilització i abast social

Quina creu que és la representativitat social dels moviments socials i veïnals entre la comunitat local de Barcelona? Juguen un paper important a nivell de volum?

Són plurals i oberts a la societat? Representen interessos particulars (encara que no siguin privats) o col·lectius?

Quins són els moviments socials i veïnals de Barcelona que, segons el seu parer, són més actius i tenen major influència social i/o política a la ciutat?

Quin és el paper dels mitjans de comunicació de masses a l’hora de donar veu a les propostes de moviments socials i veïnals? Els silencien i se’ls deslegitima o els recolzen?

Quin és el paper de les xarxes socials en la seva estratègia de mobilització i acció col·lectiva? Ocupen el lloc dels mitjans de comunicació tradicional?

#### 3.2 Posicionament, estratègia i capacitat de transformació

Com valora l’acció i les propostes que fan els moviments socials i veïnals sobre la transformació del model turístic de la ciutat? Són realistes? Quina capacitat de transformació han tingut fins ara?

Creu que els objectius, estratègies i mètodes (accions) dels moviments socials i veïnals són coincidents o divergents?

Creu que el discurs dels moviments socials i veïnals ha contribuït de forma decisiva al canvi en la percepció del turisme per part dels residents?

Anna Soliguer Guix

Fins quin punt creu que el discurs dels moviments socials i veïnals i el de l’administració local i turística estan convergint o s’han acostat des dels seus posicionaments inicials? Creu que s’han influït mútuament?

Com estan transformant els moviments socials i veïnals la governança del turisme de la ciutat? En quins aspectes es nota més la seva influència (planificació, opinió i debat ciutadà, participació, etc.)

Quins efectes reals sobre el turisme a la ciutat està tenint la influència dels moviments socials i veïnals? (limitació de l’oferta i fluxos de visitants, implantació del model de decreixement, implantació de mesures concretes per fer front al sobreturisme (overtourism), noves propostes i models de desenvolupament urbà, etc?)

Creu que la COVID-19 està fent canviar les estratègies, propostes o accions dels moviments socials i veïnals en relació al model turístic de la ciutat? Com creu que evolucionarà el seu discurs en un futur proper?

## **Annex 5. Qüestionari d’opinió per als moviments socials urbans**

Qüestionari per als moviments socials urbans de Barcelona. els moviments socials urbans i les associacions veïnals com a instrument de base local per la transformació del turisme
--

Bloc 1: Característiques de l’entitat, missió, valors i composició

1.1 Valors i missió. M’agradaria que em parlessis sobre la vostra organització i sobre quina és la seva missió.

Qui sou? Què reivindiqueu? Quan es va fundar i per què? Quins són els valors filosòfics i morals que impulsen el moviment? Quantes persones en formen part? Quin perfil teniu (multicultural, multiclassista, gèneres?)? Teniu els membres alguna connexió amb el sector turístic? Ha influït el moviment del 15 M en la manera d’organitzar-vos?

Anna Soliguer Guix

1.2. Aspectes de gestió. Com us organitzeu? Com us financeu?

1.3. Relació amb la resta d'associacions i moviments. Teniu relació amb altres organitzacions? Hi col·laboreu activament? Participeu en alguna xarxa de moviments? Quina és la importància estratègica de les xarxes per a la vostra entitat?

1.4. Relació amb l'administració. Quina relació teniu amb l'administració de la ciutat? I amb l'administració turística? Hi col·laboreu activament? Teniu relació o col·laboreu amb algun partit polític? Quin tipus de relació teniu amb els mitjans de comunicació? (quan heu d'amplificar el vostre missatge confieu més en els xarxes socials que amb els mitjans de comunicació convencionals? Us sentiu silenciats?

1.5. Relació amb el turisme. La preocupació pel turisme tenia a veure amb les vostres reivindicacions i objectius inicials o s'ha incorporat posteriorment? Per què s'ha incorporat si inicialment no tenia relació amb el turisme?

Bloc 2: Valoració del turisme com a model de desenvolupament urbà vàlid per a la ciutat de Barcelona

2.1 Significació i importància del turisme. Què representa el turisme per a la ciutat de Barcelona segons el vostre parer? Quina importància social i econòmica té?

2.2 Valoració de les pràctiques actuals del turisme. Quines pràctiques o modalitats del turisme actual a la ciutat de Barcelona considereu que són més perjudicials? Per què?

2.3 Valoració de les pràctiques desitjades del turisme Per quines pràctiques o modalitats turístiques hauria d'apostar Barcelona? Per què?

2.4 Valoració post-COVID. Ha canviat la vostra visió del turisme després de la pandèmia de COVID-19?

2.5 Valoració sobre el concepte de Turismefòbia. Quina és la vostra opinió sobre la turismefòbia? Esteu d'acord amb que es qualifiqui els moviments socials amb aquesta etiqueta?

Anna Soliguer Guix

### Bloc 3: La representació social dels turistes i el dret a la ciutat i el lleure

3.1 Valoració del dret a la ciutat. Quina és la importància del dret a la ciutat en la vostra reivindicació o posicionament general? Fins quin punt penseu que el turisme vulnera el dret a la ciutat dels residents de Barcelona?

3.2 Valoració del dret al lleure. Fins quin punt penseu que el dret a la ciutat hauria de ser compatible amb el dret al lleure?

3.3 Valoració de la relació turista-resident. Des del vostre punt de vista, com hauria de ser la relació dels turistes amb els residents? I la dels residents amb els turistes?

3.4 Valoració dels turistes com a part de la solució dels problemes del turisme. Fins quin punt han de ser els turistes (o bé l'administració i gestors) els que donin solució als problemes del turisme? Com hi poden contribuir els turistes?

### Bloc 4: Valoració sobre les accions de gestió i transformació del turisme

4.1 Valoració del model de desenvolupament. Quin hauria de ser el model de desenvolupament de Barcelona? Quin paper hauria de tenir el turisme dins d'aquest model?

4.2 Valoració sobre el model de gestió del turisme. Com cal gestionar el turisme a la ciutat de Barcelona? Quines són les 3 idees clau que cal prioritzar en la gestió del turisme per a que encaixi en la manera com vosaltres enteneu la ciutat?

4.3 Valoració alternatives de desenvolupament al turisme. Actualment hi ha una alternativa realista que no incorpori el turisme com a model de desenvolupament de la ciutat? Per què?

4.4 Valoració del “transformative turn” en turisme. Les transformacions esdevingudes a la ciutat i al seu turisme arran de la pandèmia de COVID suposa un punt d'inflexió realista per transformar el model de la ciutat? I del seu model turístic?

Anna Soliguer Guix

4.5 Quines accions porteu habitualment a terme per manifestar la vostra posició davant del model turístic de la ciutat? Feu accions de protesta i mobilització al carrer (manifestacions, trobades, etc.) participació, informació, sensibilització als turistes, etc. o pel contrari feu accions per incentivar el turisme? Quines?

#### APARTAT DE LLIURE INFORMACIÓ

En aquest punt m’agradaria que em parlessis del que no t’he preguntat i consideres que és important què sàpiga.

#### **Annex 6. Enquesta als residents**

Enllaç a l’enquesta:

[https://docs.google.com/forms/d/1ojJgKNTX2d33XU56tlxeOID8HKdaup3nQ\\_u1XYHqEZc/edit](https://docs.google.com/forms/d/1ojJgKNTX2d33XU56tlxeOID8HKdaup3nQ_u1XYHqEZc/edit)