

Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido

Claudio Milano*

Escuela Universitaria de Turismo Ostelea Universidad de Lleida (España)

Resumen: El artículo comparte algunas reflexiones sustraídas de los debates que recientemente han irrumpido en la propaganda política, las agendas de los medios de comunicación, las reivindicaciones de los movimientos sociales y las asociaciones vecinales. En primer lugar, se hace una reflexión partiendo de la hipótesis que el llamado *overtourism* también sinónimo de masificación, saturación o presión turística, no es un fenómeno ni tan novedoso ni tan reciente. En segundo lugar, se observan algunos elementos que han despertado el malestar social y que han desencadenado el efecto amplificador de estos debates en diversos entornos turísticos. Por último, se observan algunas estrategias que se denominan como 5D (desestacionalización, descongestión, descentralización, diversificación, *deluxe tourism*) que son promocionadas como potenciales soluciones para enfrentar la problemática analizada. Estas reflexiones nacen en el marco de una investigación en la ciudad de Barcelona, que se alimenta prevalentemente de la etnografía y el análisis cuantitativo.

Palabras Clave: Overtourism; Saturación; Turismofobia; Movimientos Sociales; 5D; Barcelona.

Overtourism, Social Unrest and Tourismphobia. A controversial debate

Abstract: The paper shares some reflections of the debates emerging from the political propaganda, social movements and neighborhood associations complaints. The paper takes into account the impact that overtourism, social unrest and tourismphobia have had on the media agenda. These insights are based on the hypothesis that these developments are neither a new nor recent phenomena. Beyond that, the research focuses on elements that have awakened social unrest and triggered the amplification of these debates. Finally, the paper analyzes some strategies referred to as the 5D (deseasonalization, decongestion, decentralization, diversification, deluxe tourism), which are being promoted as an analytical tool to unpack the complexities and current developments unfolding overtourism. Ethnographic and quantitative research conducted in the city of Barcelona informs this study

Keywords: Overtourism; Saturation; Tourismphobia; Social Movements; 5D; Barcelona.

1. Introducción

El fenómeno turístico es una maquina en constante evolución y la explicación del imparable crecimiento es fundamentalmente de tipo económico. Desde mediados del siglo pasado, la llamada industria sin chimeneas ha garantizado plusvalías, acumulación de capital e inducido el fenómeno que David Harvey (1982; 2001) denomina como “arreglo espacial”¹. Es decir, la fijación del capital para el propio funcionamiento del sistema capitalista con el objetivo de dar paso a nuevas acumulaciones de capital en nuevos espacios. Con este propósito, el geógrafo estadounidense nos explica cómo la insaciabilidad del capitalismo resuelve las crisis internas a través de la reestructuración geográfica. Además, estos mecanismos de dependencia han mostrado que el notable éxito del turismo se debe, en cierta medida, a su función como sostén del sistema capitalista (Fletcher, 2011). Es también en este marco económico en el que debemos situar la actual crisis del fenómeno turístico.

* Director del Máster en Destinos turísticos sostenibles y planificación turística territorial. Escuela Universitaria de Turismo Ostelea - Universitat de Lleida (España); E-mail: claudiomilanouab@gmail.com

Los titulares de los medios de comunicación internacionales, las marchas, los bloqueos, las protestas, la toma de espacios públicos, las pintadas, las diversas acciones contestatarias, las manifestaciones de denuncia y, con ello, las nuevas plataformas y colectivos que han nacido en diferentes contextos han puesto el foco sobre una renovada crítica de los efectos colaterales del humo de las intangibles chimeneas turísticas. Ahora bien, esta reciente cadena de expresiones de descontento del modelo de producción de la industria turística se enmarca inevitablemente en los desafíos y las desiguales oportunidades de las sociedades contemporáneas inscritas en un nuevo paradigma de movilidad (Hannam, 2008; Cohen y Cohen, 2012).

Si aceptamos que hay relaciones de poder por todas partes en el turismo (Cheong y Miller, 2010) y que el turismo es otro nombre del poder (Nogués-Pedregal, 2016) no son de extrañar las actuales eclosiones de malestar, los movimientos sociales urbanos de resistencia² (Castells, 1986) y las recientes señales de crisis del sector turístico. Si, por un lado, notamos que esta crisis ya había sido revelada, por el otro, es en esta última década que se han registrado con fuerza muchas manifestaciones de malestar que ponen en cuestión el modelo económico, el constante crecimiento turístico y el paradigma desarrollista en el cual se inscribe. Aunque parezca un fenómeno reciente, desde la década de los '70 y de los '80, diversos científicos sociales ya venían desarrollando teorías como el Índice de Irritación Turística de George Doxey (1975), el Ciclo de Vida Turístico de Richard Butler (1980) y la Capacidad de Carga Turística de Ainsley O'Reilly (1986) que alertaban sobre declives, antagonismos y límites del constante crecimiento turístico. Asimismo, no han faltado herramientas de valoración, análisis, diagnosis de casos específicos y estudios críticos respecto a la relación entre turismo y desarrollo (de Kadt, 1979), las analogías entre turismo e imperialismo (Nash, 1989; Turner y Ash, 1975) y las afinidades entre turismo y colonialismo (Bruner, 2009). Por ello, para una aproximación epistemológica a este fenómeno podría ser más adecuado hablar de viejos debates que han adquirido nuevas configuraciones. Es decir, las consecuencias del desarrollo turístico no han cambiado mucho, más bien se han adaptado a los niveles de vida actuales. Con este propósito Diana Dredge³ se refiere al enfoque del *overtourism* como un vino añejo en nuevas botellas.

En la introducción del libro "*Travels in Paradox: Remapping Tourism*" los autores comentan que para unos investigadores turísticos estar en Venecia sería como pescar en un acuario (Minca y Oakes, 2006). De igual manera, al observar los fenómenos de masificación y saturación turística y la multiplicidad de respuestas de los movimientos sociales en Barcelona, concluiríamos en una metáfora parecida. La presente investigación empieza a pensarse a sí misma en la primavera del año 2014, cuando se me encargó realizar una ponencia en el *Barcelona Centre for International Affairs* (CIDOB) sobre la relación entre turismo y movimientos sociales en la ciudad de Barcelona. Desde esta fecha, se ha empleado la teorización, la observación, la revisión bibliográfica y, desde el año 2016, el trabajo de campo etnográfico y el análisis de matiz cuantitativa. La investigación forma parte de un estudio de mayor envergadura en colaboración con diversos investigadores⁴ cuyo objetivo es observar las respuestas locales de críticas al modelo turístico e identificar las percepciones de este malestar. Este análisis aúna métodos etnográficos y técnicas de recolección de datos primarios y secundarios. Con respecto a los primeros se ha priorizado la observación participante, las entrevistas semiestructuradas y las conversaciones informales y, en relación a los segundos, la revisión bibliográfica que no se centra sólo en libros y artículos científicos sino más bien en periódicos, archivos públicos, sitios web y redes sociales. También se han revisado fuentes estadísticas municipales e informes institucionales. La investigación se desarrolla principalmente en Barcelona, aunque se ha participado en eventos, reuniones y acciones contestatarias en otras ciudades como Palma de Mallorca o San Sebastián, en donde se tuvo la oportunidad de establecer conversaciones informales y realizar entrevistas a miembros de otros movimientos sociales europeos de ciudades como Lisboa, Florencia, Venecia, Nápoles, Madrid y Valencia.

Algunos de los movimientos de crítica en torno al desarrollo y crecimiento turístico de los últimos años han pasado por las protestas contra los siguientes procesos que dan cuenta de que es un fenómeno compartido y global:

- Procesos de gentrificación y turistificación en Berlín (Füller y Michel, 2014; Novy, 2016).
- Las tensiones debidas a las transformaciones socio-espaciales y a los procesos de turistificación en las favelas de Río de Janeiro (Broudehoux, 2016).
- El malestar social en relación a la desposesión de vivienda y los procesos de revalorización y turistificación urbana en el centro histórico de Palma de Mallorca (Vives-Miró y Rullan, 2017).
- El emergente malestar e irritación en torno al hacinamiento y las transformaciones socio-espaciales en el centro de Ámsterdam (Gerritsma y Vork, 2017; Pinkster y Boterman, 2017).
- Las emergentes movilizaciones relacionadas con los impactos del turismo en París, sobre todo respecto a la proliferación de los apartamentos turísticos (Gravari-Barbas y Jacquot, 2016).

- El denominado síndrome de Airbnb en la ciudad Reikiavik (Mermet, 2017).
- Las protestas contra los cruceros y el aumento de cruceristas (Vianello, 2016) y el referéndum consultivo celebrado en Venecia.
- Las protestas de los *hongkongers* contra los turistas chinos (Garrett, 2016).
- Así como la emergencia de identidades resistentes respecto al uso de la tierra y los recursos locales en Goa, India (Routledge, 2010).

En muchos destinos turísticos, el debate se ha centrado en un análisis más amplio de los procesos urbanos, políticos y de las fuerzas existentes que están propiciando una creciente “politización desde abajo” (Novy y Colomb, 2016). En cualquier caso, este fenómeno no es tan reciente como podría parecer. En la década de los 90, las reacciones ya se describían en países como España, Grecia, Malta y Francia contra prácticas turísticas masivas (Boissevain, 1996), así como en México y Centro América debido a los procesos de desposesión, de desplazamiento, de explotación laboral y de especulación turística residencial (Hiernaux, 1999; Bonilla y Mortd, 2008; Blázquez y Cañada, 2011; Sosa y Jiménez, 2010; Cañada, 2010). Ahora bien, cabe observar que esta ola crítica, a pesar de las particularidades locales de cada contexto, se intensifica a escala global muchas décadas después de la bienvenida a los quehaceres turísticos y la hospitalidad internacional en estos destinos.

Por todo ello, la presente investigación pretende trazar unas líneas prospectivas para identificar los motivos de la emergencia de los discursos que se vertebran en torno a posicionamientos críticos sobre el desarrollo turístico. Asimismo, indaga sobre el éxito y las conexiones transnacionales entre movimientos sociales que han producido el actual efecto amplificador y mediático de unos viejos, y al mismo tiempo nuevos, debates sobre la cara oculta del turismo. Por tanto, más allá de las cuestiones dialécticas y mediáticas en torno al *overtourism* y a la denominada turismofobia, cabe reflexionar sobre si las manifestaciones de este malestar en torno al desarrollo turístico se relacionan exclusivamente con el aumento de visitantes o también con otros motivos.

2. ¿Cuántos turistas son muchos turistas? Más allá de los números

Normalmente cuando se habla de masificación, saturación turística u *overtourism*, estos términos parecen ser sinónimos y hacer referencia al volumen de visitantes. Si damos un salto a los estudios rurales, la terminología y la fenomenología de la actividad pesquera nos puede servir de ejemplo. Para referirnos a la sobreexplotación de la pesca y sus recursos nos referiríamos en castellano con el término de sobrepesca (en inglés *fishing* y *overfishing*). De la misma manera, cuando se alcanza la explotación excesiva de recursos y bienes comunes en un entorno turístico se podría utilizar la terminología sobreturismo (en inglés *overtourism*). Sin embargo, se suelen utilizar sinónimos tales como masificación, saturación o presión turística.

Sin embargo, cabe especificar que en el escenario turístico no se trata solo de agotar los recursos, sino también de la ruptura de las condiciones necesarias para que la actividad turística sea satisfactoria para todos los actores implicados. Por ello, cada destino dependiendo de sus especificidades, productos y servicios, tendrá que ser evaluado temporal y puntualmente teniendo en cuenta su capacidad de asumir la presión turística (Nogués-Pedregal, Travé-Molero y Carmona-Zubiri, 2017). El turismo urbano y, los casos de Venecia y Barcelona, no pueden ser tomados como únicas referencias de *overtourism*. Asimismo, la masificación o saturación no será solo una cuestión de volumen de llegadas y el *overtourism* se puede dar paradójicamente sin registrar grandes flujos de turistas. Por ello, no se puede comparar la saturación de un gran evento turístico (ferias y mercados gastronómicos, eventos, festivales, etc.) con prácticas turísticas realizadas en la de naturaleza como podrían ser, por ejemplo, una ruta de senderismo, un safari, un tour de avistamiento de animales marinos o un mirador. La percepción de saturación será diferente y dependerá siempre de la percepción subjetiva o colectiva de los actores implicados y no tendrá que ver solamente con el elemento cuantitativo. Es decir, se puede sobrecargar un entorno natural o un espacio público e incluso perjudicar derechos sin registrar flujos exorbitantes de visitas con tan sólo poner en marcha la maquinaria turística y los procesos de acumulación. Una vez más, para respaldar estas hipótesis la trayectoria de los estudios rurales nos brinda varios casos de estudio. En tales contextos, e incluso en regiones isleñas, se muestra que la saturación turística, la explotación de los recursos locales, la disminución de los recursos hídricos (Cole, 2012; Cole y Browne, 2015), las privatizaciones de espacios públicos, playas y áreas costeras (Blázquez, Cañada y Murray, 2011), las limitaciones de accesos a los medios rurales (Milano, 2016), la descampesinización (Gascón, 2016), el

acaparamiento de tierras - también llamado *landgrabbing* - (Van Noorloos, 2011), la gentrificación rural (Gascón y Cañada, 2016) y la variación de la significación sobre el patrimonio natural (Rodríguez-Darias, Santana-Talavera y Díaz-Rodríguez, 2016), entre otros casos, pueden ser considerados de igual manera una forma de presión en los medios y los recursos socioculturales y socioeconómicos locales incluso en la mera fase de promoción y preparación de desarrollo turístico de un destino.

Volviendo a los contextos urbanos, la democratización del turismo y el incesante aumento de visitantes a nivel global han amplificado indudablemente la percepción y el despertar del malestar en torno a la dependencia y la especialización de las economías internas hacia lo que podría definirse como monocultivo turístico. La inscripción de las ciudades en el paradigma neoliberal y en la lógica de mercado ha sido ampliamente abordada y cuestionada críticamente (Levfebre, 1968; Molotch, 1976; Smith, 1996; Delgado, 2007; Harvey, 2013). Sin embargo, cabe destacar que en este paradigma participa vigorosamente otra fuerza productiva: el turismo.

Por ello, en términos de trayectoria, volumen y crecimiento turístico, Barcelona resulta ser un caso emblemático. En el recientemente publicado documento de diagnóstico estratégico del Plan Estratégico de Turismo de Barcelona 2016-2020 se estiman 30 millones de visitantes anuales (la mitad de los cuales pernoctan, mientras que la otra mitad son excursionistas de un día, pasajeros de crucero, etc.), cerca de 40 millones de usuarios en el aeropuerto de El Prat y más de 130.000 plazas de alojamiento turístico reglamentadas (Ayuntamiento de Barcelona, 2016; 2017) en una ciudad de menos de 2 millones de habitantes. Asimismo, la celebración de los Juegos Olímpicos en 1992, junto con la experiencia Barcelona (García Ramón y Albet, 2000) y el modelo exportado a nivel internacional (Capel, 2005), la ciudad condal ha empezado a mostrar su cara más oculta (Delgado, 2007) dentro del marco de aquellas que vienen a denominarse las ciudades globales, centros de mando del capitalismo global (Sassen, 2001). De este modo, el desarrollo turístico en la ciudad catalana se inserta en la reestructuración del capitalismo español donde el turismo ha sido utilizado como estrategia urbana de acumulación (Murray, 2015). Asimismo, el éxito de su proyección internacional y, el proceso de construcción de la marca Barcelona como ciudad turística, reside en su instrumentalización e institucionalización política a lo largo de muchas décadas y a la más reciente consagración de su imagen global (Palou Rubio, 2011) y su marketing urbano (Mansilla, 2016).

A partir de estos primeros años de investigación y aproximación etnográfica, se han empezado a describir algunas de las percepciones de malestar en torno a las prácticas turísticas que se han situado en el eje de las reivindicaciones y denuncias de los movimientos sociales, plataformas y asociaciones vecinales. Algunas parecen coincidir en los discursos y folletos de protesta de diferentes contextos, mientras que otras reflejan prácticas propias, como es el caso del turismo de crucero en entornos turísticos concretos. Durante esta primera fase de investigación (Milano, 2017b), algunos elementos clave que aparecen en las denuncias y discursos contestatarios se describen a continuación:

- Aumento de los precios de la vivienda (alquiler y compra por metro cuadrado)
- Congestión y privatización de los espacios públicos
- Pérdida o disminución del poder adquisitivo de los residentes
- Desequilibrios en el número de visitantes y residentes
- Precarización y externalización del empleo en el sector turístico
- Transformación del tejido comercial
- Crecimiento de cruceristas y de turismo de cruceros
- Impacto ambiental, contaminación y generación de residuos

El eco de las críticas al modelo turístico, no se debe sólo a las noticias que nos han llegado desde el Estado español y en específico desde Barcelona. Otros escenarios también han vivido una sorprendente progresión en términos de números de visitantes, acciones contestatarias y resonancia mediática. Otro emblemático ejemplo es la ciudad de Venecia. La ciudad lacustre ha sido una de las primeras ciudades europeas en denunciar los efectos nefastos del constante aumento de visitantes. La expresión “el síndrome de Venecia”⁵ se utiliza a menudo para referirse a los fenómenos de despoblamiento de los centros históricos como es el caso del éxodo de residentes del centro de dicha ciudad hacia áreas periféricas de la tierra firme. En el año 2017 la ciudad de Venecia contaba con aproximadamente 261.321 habitantes y su centro histórico, que es la zona más visitada de la ciudad, con 53.799 habitantes⁶. Asimismo, recibió 11.685.819 millones de pernoctaciones en 2017⁷. La crítica sobre la excesiva presión turística en Venecia se ha relacionado también con el aumento y la presión del turismo de cruceros en la laguna. Por ello, desde su constitución en 2012, un movimiento social local denominado *Comitato No*

Grandi Navi – Laguna Bene Comune ha despertado la crítica sobre el impacto del turismo de crucero en la ciudad lacustre (Vianello, 2016). Junto al *Comitato No Grandi Navi*, otra plataforma cívica, el *Gruppo 25 Aprile* organizó diversas campañas, entre ellas “*Venecia, mi futuro*”, durante el verano 2017, denunciando el éxodo forzoso de muchos residentes, la sustitución de las tiendas de la vida cotidiana por otras de suvenires y boutiques turísticas, el aumento de los precios de la vivienda y el crecimiento constante de los cruceros turísticos.

En los años 70 se describían las hordas doradas de turistas que visitaban las “periferias del placer” (Turner y Ash, 1975). Actualmente, estas hordas doradas de turistas no acuden solamente a las periferias sino también a ciudades como Berlín y Reikiavik, lugares que han experimentado un despertar del malestar social relacionado con el crecimiento de las llegadas de visitantes y, sobre todo, con la proliferación de apartamentos turísticos. Según los datos publicados por la oficina de estadística *Visit Berlin* (2017), el número de llegadas de turistas fue de 12.966.347 y el número de pernoctaciones de 31.150.090. Algunas investigaciones han puesto el foco sobre las protestas y las críticas al desarrollo turístico y las transformaciones urbanas de la capital del “cool” (Füller y Michel, 2014; Novy, 2016). Más al norte, precisamente en Islandia, y especialmente en su capital Reikiavik, se ha registrado un aumento sorprendente en el número de visitantes después de la crisis financiera del bienio 2008/2009. En 2010, Islandia registró menos de 500.000 visitantes extranjeros, mientras que, en 2017, estos alcanzaron los 2.195.271⁸ en un país que a finales de dicho año contaba únicamente con 348.580 habitantes⁹. El boom turístico ha ido acompañado por otros factores como la una proliferación de los alquileres turísticos en el centro de la capital y el debilitamiento de la situación socioeconómica de los lugareños que han exacerbado los efectos colaterales del inesperado aumento de visitas (Mermet, 2017). No es sorprendente que la Conferencia “*13th International Conference on Responsible Tourism in Destinations*” sobre el tema “*Tackling Overtourism – Local Responses* (Enfrentando el *overtourism* – respuestas locales)” tuviese lugar en la ciudad de Reikiavik en el mes de septiembre 2017 y fuese patrocinada por el mismo ayuntamiento de la capital islandesa, el *Icelandic Tourism Research Centre*, el *Icelandic Tourist Board*, así como por la University of Iceland, contando con la presencia del Director del Plan Estratégico de Turismo de Barcelona 2016-2020.

Estos ejemplos ofrecen datos cuantitativos que inevitablemente nos conducen a identificar el aumento de visitantes y el constante crecimiento como elementos distintivos del *overtourism*. Si bien, se ha mencionado anteriormente que teorías y movimientos críticos ya habían alertado sobre las limitaciones, los antagonismos y la sobrecarga de una excesiva dependencia del turismo, el efecto característico de la ola de crítica y de los movimientos de protestas actuales se debe a la labor de los movimientos sociales, a la politización del debate y a su resonancia mediática. La movilización de esta “politización de abajo” (Colomb y Novy, 2016) en torno a la crítica al desarrollo turístico ha actuado como efecto detonante y amplificador a nivel global.

3. La turistificación de los movimientos sociales y la politización del turismo

La relación entre turismo y movimientos sociales se puede dar de forma desigual y asimétrica. Por un lado, los quehaceres de los movimientos sociales entran en el abanico de las ofertas y atracciones turísticas como pueden ser los casos del turismo político (Coronado, 2008), el apoyo al activismo de movimientos sociales de turistas/voluntarios en proyectos de prácticas turísticas alternativas (McGehee, 2002) o la conversión del movimiento “*squatters*” en atractivo turístico (Owens, 2008). Mientras que, por el otro, el turismo se posiciona en el eje reivindicativo de la agenda de los movimientos sociales. Originariamente, los sindicatos en la esfera productiva y las asociaciones vecinales en la esfera reproductiva han estado interesados en la lucha obrera, la precariedad laboral, la sanidad pública y el sistema educativo, entre otras reivindicaciones (Milano, 2017a). Sin embargo, recientemente han empezado a centrarse también en los debates y cuestionamientos turísticos. Así, no podemos entender la relación entre el fenómeno turístico y los movimientos sociales urbanos meramente desde la perspectiva de la explotación y la resistencia (Owens, 2008).

Actualmente, la excesiva presión turística en algunas ciudades europeas ha legitimado la entrada del turismo en la agenda de los movimientos sociales produciendo lo que podríamos llamar provocadoramente una turistificación de los movimientos sociales. Es decir, los movimientos sociales que se ocupaban de otras luchas y derechos han empezado a identificar en el crecimiento turístico uno de los aceleradores y generadores de desigualdades (aumento del precio de la vivienda, especulación inmobiliaria, inflación de precios, desplazamientos, etc.), e igualmente se han constituido plataformas y colectivos *ad hoc* con el firme propósito de contrarrestar la presión turística en los destinos de acogida.

En la ciudad de Barcelona las premisas del gobierno municipal de “Barcelona en Comú”, constituido en el mes de mayo 2015, prometían conceder un papel protagonista a la regulación del sector turístico, generando expectativas sobre un nuevo régimen urbano (Russo y Scarnato, 2017). De la misma manera, el mismo año del comienzo de la alcaldía de Ada Colau, se instituyó un movimiento social con el objetivo de hacer frente y abrir el debate sobre la masificación turística en Barcelona: el ABTS (*Asamblea de Barris para un Turismo Sostenible*). Desde su constitución, los objetivos del ABTS han sido: revertir el relato turístico triunfalista, construir redes entre varios colectivos locales e internacionales y apostar por el discurso del decrecimiento turístico¹⁰.

Además, otro factor a destacar del ABTS ha sido su capacidad para colaborar con el mundo académico, lo que ha dado como resultado publicaciones en revistas científicas (Cocola Gant y Pardo, 2017; Medrano y Pardo, 2016) y, sobretodo, la visibilización e internacionalización del debate consiguiendo una enérgica presencia en la opinión pública y en los medios de comunicación. En el editorial de un número especial del 2016 de la revista *Ecología Política* dedicado a la Ecología Política del Turismo se mencionaba la necesidad de una mirada sobre las luchas que han surgido contra la turistificación y los monocultivos turísticos que están desvelando el turismo como una industria de despojo. En este número se concentran contribuciones de académicos y activistas sobre los conflictos turísticos y los movimientos de resistencia, entre otros temas. Una demostración de la emergencia y de la introducción del turismo en la agenda de los movimientos sociales y, a su vez, de esta misma relación en las líneas de la investigación académica.

Inevitablemente, este renovado debate ha adquirido otras dimensiones produciendo un efecto dominó en otras ciudades. A partir de determinadas críticas y denuncias los diferentes colectivos han ido tejiendo sinergias que han convergido en numerosos encuentros en ciudades tales como Barcelona, Madrid, Palma, Venecia, Sevilla, Lisboa y Donostia. En uno de estos encuentros realizado en Madrid, se empezó a gestar la idea de constituir una red de nodos de ciudades y territorios para denunciar los despojos turísticos a partir de las diferentes realidades y contextos, los grados de turistificación y las percepciones sociales del problema¹¹. Asimismo, estas sinergias se han traducido en una serie de acciones en diferentes entornos. Estas protestas han orientado cada vez más las agendas de las políticas locales, las de los propios movimientos sociales y las de los medios de comunicación hacia los cuestionamientos turísticos. En otras palabras, han fomentado una cierta politización del turismo y han entrado con fuerza en el debate de la opinión pública. No obstante, el eco actual de las acciones reivindicativas, en Barcelona y en otras ciudades del Estado español, se ha reducido a la instrumentalización política y al sensacionalismo mediático del apelativo de turismofobia y/o turistofobia. En uno de los textos que por primera vez utilizó el concepto, se afirmaba que el problema no es que haya turistas, sino que sólo haya turistas¹².

Por un lado, el uso incorrecto del término turismofobia ha eclipsado la labor, las críticas y las propuestas de los movimientos sociales. Además, con respecto a la potencial instrumentalización política y la burbuja mediática de la turismofobia coincide con las denuncias de las organizaciones sindicales y asociaciones profesionales sobre la precarización, la conflictividad laboral y los procesos de externalización y subcontratación en el sector turístico y hotelero (Cañada, 2015; 2016). Por el otro, el uso del término ha proporcionado una mayor visibilidad a las denuncias y reivindicaciones a nivel internacional. Sin lugar a dudas, en esta última década los movimientos sociales han conseguido exportar las discusiones críticas de las asambleas al debate mediático *mainstream*. Por ello, este efecto amplificador está obligado a dar respuestas desde los ámbitos públicos y privados.

4. El mito de las 5D (Desestacionalización, Descongestión, Descentralización, Diversificación, *Deluxe Tourism*)

El 10 de agosto 2017, el ex Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, declaró en una entrevista para el periódico *The Guardian* que “el sentimiento anti-turístico es una situación muy grave que precisa una gestión correcta”¹³. Asimismo, en un comunicado de prensa de la OMT publicado el mismo mes de agosto explicó que “el crecimiento no es el enemigo, los números no son los enemigos y el sector necesita regulaciones y directrices que aseguren su gestión sostenible”¹⁴. Hasta aquel entonces, la OMT no había hecho declaraciones explícitas respecto a la emergencia turística y al eco de las denuncias de los destinos más saturados. Asimismo, pocas instituciones gubernamentales se habían mostrado reactivas a las peticiones de las organizaciones vecinales. Los motivos residen sin duda en la caótica malla de relaciones de poder imbricadas entre turismo y política (Burns y Novelli, 2007). Algunas excepciones

las han proporcionado las restricciones, parciales y totales, de la concesión de licencias de alojamientos turísticos de los gobiernos municipales de Palma de Mallorca, Ámsterdam, Madrid y Barcelona.

Indudablemente, tras varios diagnósticos de los fenómenos de saturación en diversos entornos turísticos, el mayor desafío actual de la clase política, del sector privado y de los académicos es proponer estrategias para dar soluciones a este malestar social. Desde hace varias décadas se han estado debatiendo las posibles medidas para mejorar y hacer más eficiente un destino turístico, así como para optimizar la experiencia turística de los visitantes y mejorar la competencia de productos y servicios concretos. Pocas veces estas estrategias han estado dirigidas a mejorar la calidad de vida de quienes residen en las áreas de acogida y no obtienen un beneficio directo y tangible de las plusvalías turísticas. A continuación, se observan algunas de estas estrategias que podrían considerarse técnicas más que políticas y que parecen soslayar el origen del problema (la consideración del espacio como mercancía) al establecer sus propuestas de solución.

Para ello, se discuten las controvertidas múltiples perspectivas de algunas de estas estrategias, reagrupadas bajo el apelativo 5D (Véase Figura 1). Es decir, desestacionalización, descongestión, descentralización, diversificación y turismo de calidad (*deluxe tourism*). Muchas de ellas han sido propuestas por organismos institucionales, consultores turísticos, técnicos del sector y académicos. Si bien estas estrategias pueden resolver puntualmente la saturación de un área turística, la presión durante una cierta época del año o la maximización de los beneficios, no parecen ser estructuralmente resolutivas. No es de extrañar que en un informe del World Travel & Tourism Council (WTTC) en colaboración con la empresa McKinsey & Company “*Coping with Success. Managing Overcrowding in Tourism Destinations*” (2017) se propongan algunas acciones prácticas, a corto y largo plazo, como por ejemplo la desestacionalización de los flujos turísticos durante ciertas épocas, semanas o días concretos, la descentralización y distribución de los visitantes en áreas residenciales y poco visitadas, o la puesta en marcha de políticas de precios para apostar por una elitización, el denominado turismo de calidad, de los flujos turísticos.

Ahora bien, si alguien ha estado en contacto con el sector turístico habrá en algún momento escuchado hablar de la estacionalidad. Ésta última, ha sido ampliamente abordada desde la literatura científica en sus múltiples perspectivas, causas e implicaciones (Allcock, 1989; Butler, 1998). Además, la estacionalidad no es un fenómeno que afecte únicamente el sector turístico, sino más bien a toda la cadena productiva y de consumo de numerosas actividades económicas. Junto al fenómeno estacional del turismo, la desestacionalización ha sido un importante instrumento para poner en marcha medidas y acciones de promoción de un mismo destino fuera de las temporadas altas y, así, reconducir la movilidad turística.

Inevitablemente, la eficacia de las diferentes políticas de desestacionalización turística dependerá de múltiples factores y no asegura siempre una mejor gestión y gobernanza de los flujos turísticos. Sin lugar a dudas, puede mejorar la competitividad de un destino, pero no se puede comprobar su eficacia para evadir la saturación turística de un área congestionada. Igualmente hay casos, sobre todo insulares, donde el componente estacional permite volver a los modos de vida tradicionales y garantiza “la vuelta a casa” de los residentes que se dedican al turismo sólo durante las temporadas altas. Por ejemplo, en el caso de la isla de Creta, el factor estacional a pesar de dar lugar a algunos desequilibrios (ambientales y económicos, entre otros) no debe ser considerado sólo negativamente y puede estar relacionado directamente con la forma de vida de los residentes isleños (Andriotis, 2005). En esta línea, se ha observado que no siempre la estacionalidad tiene un efecto perjudicial y, por el contrario, desde una perspectiva ambiental podría ayudar a reequilibrar el gasto ambiental que se produce durante la temporada alta (Chung, 2009) o favorecer la combinación de los empleos turísticos durante la temporada alta con las actividades agropecuarias durante la baja (Andriotis, 2005). Para hacer un paralelismo, sería como apagar el interruptor durante un tiempo para evitar el sobrecalentamiento (Chung, 2009). La gestión turística de la ciudad de Barcelona, por ejemplo, ha estado históricamente orientada a la desestacionalización dirigida a la promoción del turismo de congresos (*Mobile World Congress* y la celebración de congresos del ámbito médico entre otros) y el turismo de crucero. Con respecto a este último, el Puerto de Barcelona lleva años impulsando la desestacionalización de la actividad de cruceros (Ayuntamiento de Barcelona, 2015) y los datos del primer semestre de 2018 anuncian un importante incremento de cruceristas en la temporada baja. El resultado de estas políticas ha sido una evolución ascendente de la ocupación media en los meses de menor actividad turística (de noviembre a febrero), que ha pasado del 58,5 % en el 2013 al 68,1 % en el 2016¹⁵. Ahora bien, cabe preguntarse si estas políticas desestacionalizadoras están contribuyendo a mantener la competitividad del destino durante todo el año o si favorecen realmente a la descongestión de la ciudad.

Otra medida que muchas veces acompaña a la desestacionalización es la diversificación de los productos, las actividades y las experiencias turísticas. Tomamos como ejemplo el clima, su papel puede representar un

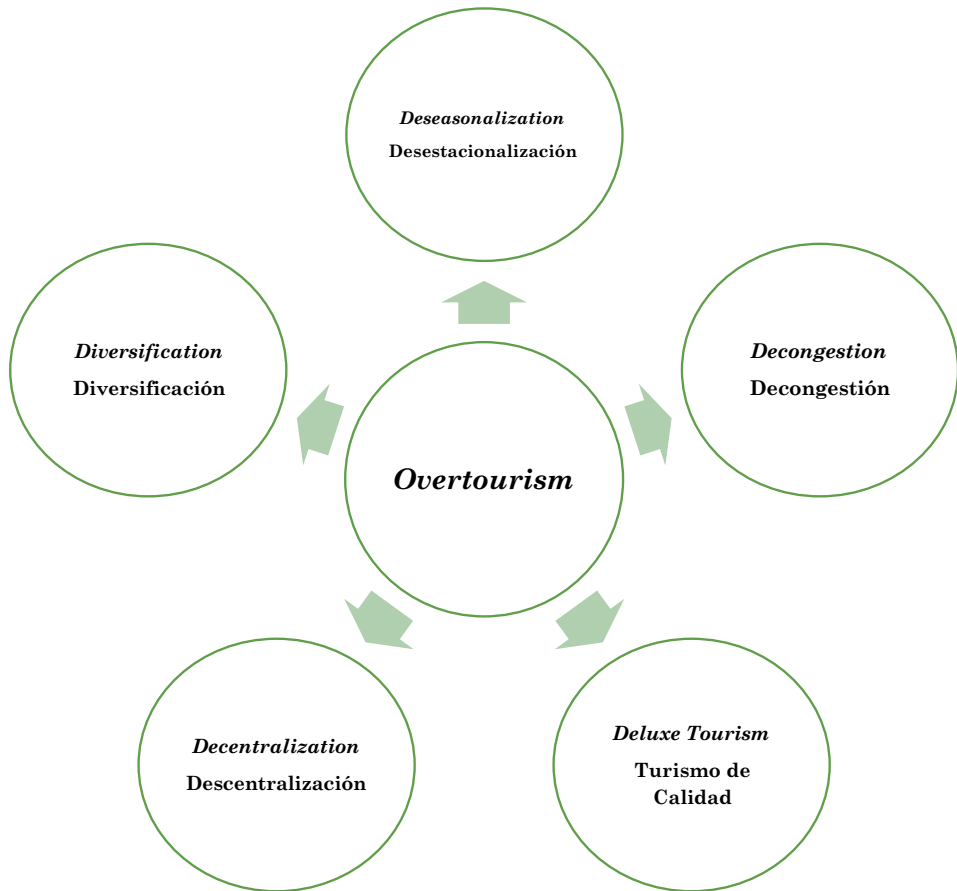
factor fundamental en la configuración de las ofertas turísticas. Muchas veces, el clima se asocia a la oferta turística tradicional de sol y playa. Con este propósito, varios destinos han apostado, para revertir su imagen de destino turístico masivo, por apuntar a nichos de mercados que van desde lo cultural y lo gastronómico a los deportes de aventuras. La diversificación de los servicios, atracciones y prácticas turísticas forma parte sobre todo de las políticas empresariales e institucionales del sector en un marco economicista neoliberal. Un ejemplo emblemático nos lo brinda la Costa Brava con el “Plan Operativo de Renovación Turística 2015-2020” y el previo “Plan Estratégico de Turismo 2010-2014” de Lloret de Mar que representan la apuesta por relanzar y revalorizar el ciclo de vida del destino y revertir su imagen promocionando otras narrativas y “conceptos limpios” tales como los de turismo familiar, turismo cultural y turismo deportivo (Yanes Torrado, 2016). En el caso de Barcelona la política de diversificación de la demanda ha pasado por la promoción del turismo de eventos, negocios y congresos para generar otras oportunidades de acumulación de productos y servicios. Sin embargo, estas políticas no siempre aseguran soluciones a largo plazo.

La diversificación puede estar relacionada también con la fijación y reestructuración geográfica del capital en otros espacios de acumulación. En este caso, podríamos hablar de descentralización. Ésta, no tiene que ser confundida por su potencial matiz político. Es decir, no debe entenderse como los cambios de poderes legislativos, ejecutivo y judicial a nivel institucional, como en algunos casos tales como la descentralización de la gobernanza turística en Turquía (Yüksel, Bramwell y Yüksel, 2005), o la descentralización política en términos de desarrollo turístico y participación comunitaria en el norte Tailandia (Lortanavanit, 2009). La política descentralizadora aquí es entendida como la estrategia de generar y promover atractivos turísticos más allá de la “burbuja turística” de un destino (Judd, 1999). Es decir, se trata de un proceso evolutivo del turismo donde aparece una amplia gama de nuevos productos turísticos tales como nuevos paisajes urbanos, exposiciones, infraestructuras, eventos, museos y servicios de última generación (Marchena Gómez, 1995). Volviendo a Barcelona, en estos últimos años se han propuesto varias *acupunturas* turísticas descentralizadoras como la apertura de la Casa Vincens, la renovación del *Mercat de l'Abaceria* en el barrio de Gràcia, la inauguración del *Mercat de Sant Antoni* en el barrio homónimo o las concesiones de licencias de apartamentos turísticos fuera de las zonas congestionadas propuestas en el PEUAT (Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos). Con este propósito, en 2013 se presentó en el Consejo Plenario la Medida de Gobierno “Desconcentración territorial de la actividad turística” y la puesta en marcha de los Planes de Turismo de Distrito como estrategia para promover atractivos periféricos y, así, descentralizar la actividad turística en la ciudad. Muy a menudo, las medidas descentralizadoras vienen propuestas como solución a la congestión de áreas turísticas saturadas. En este marco, se sitúa otra medida: la descongestión.

La estrategia de descongestionar puede ser considerada como un paso previo a la de descentralizar. A pesar de sus múltiples interpretaciones, la descongestión ha actuado centrándose no sólo en un marco de centro/periferia, sino más bien en términos de redistribución de los flujos turísticos de ciertas áreas hacia otras. Bajo este presupuesto, el Plan Estratégico del Turismo de Barcelona 2020 hace referencia a la apuesta del anterior Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015 que apuntaba a la necesidad de descongestionar y señalar los potenciales beneficios de estas medidas. El actual Plan alerta de las posibles disfunciones y “nuevas problemáticas de sobreocupación en espacios frágiles que no están preparados para acoger un gran volumen de visitantes (por ejemplo, el Turó de la Rovira)” (Ayuntamiento de Barcelona, 2017: 82). Ahora bien, si descongestionar y descentralizar pueden parecer medidas necesarias para dar salida a áreas turísticamente saturadas, es necesario preguntarse de qué forma podemos evitar producir sólo un mero desplazamiento del problema.

Por último, otra estrategia de reconversión de la oferta turística ha sido dirigida a las políticas de precios para alinear la demanda con lo que se viene denominando como turismo de calidad (*Deluxe Tourism*). Es decir, aumentar los costos de visita de un destino, sitio o atractivo turístico tratando de elitizar a los turistas que lo visitan. Esta medida también podría estar justificadas por el ilusorio objetivo de descongestionar áreas concretas. Este tipo de reconversión turística, muy a menudo está relacionada con políticas de diversificación que además de renovar sus atractivos están dirigidas a reconvertir su público objetivo. Inevitablemente, este tipo de medidas y las consecuencias económicas de la elitización ponen en cuestión la naturaleza misma del fenómeno turístico. Asimismo, presentan matices clasistas que no parecen poder beneficiar y dar respuesta directa a temas como el encarecimiento de la vivienda, la transformación del tejido comercial o la privatización del espacio público, entre otros. Sin embargo, hay pruebas de que el supuesto turismo de calidad presenta una mayor distancia socio económica con los residentes que podría producir una inflación de los precios y un encarecimiento de los bienes y productos locales. Por último, en gran medida estos flujos turísticos (un ejemplo son los cruceristas o los viajes organizados por operadores turísticos) están guiados y gestionados en torno a burbujas turísticas concretas con lo cual la redistribución de los beneficios resultaría mucho más reducida.

Figura 1: Las 5D



Fuente: Elaboración Propia

Puesto que las estrategias propuestas a nivel institucional no siempre han alcanzado soluciones satisfactorias para todos los actores implicados, la complejidad del desafío queda al descubierto. Actualmente, persiste una crítica de los movimientos sociales en torno a las estrategias mencionadas. Éstas son descritas como una manera de dar soluciones temporales, desviando y no tomando en serio la propuesta que, en el caso de la ABTS en Barcelona y de algunos grupos de investigación académica, se asume como la solución más plausible y resolutiva: el decrecimiento turístico. Por último, el turismo se ha convertido en una actividad permanente en la ciudad de Barcelona y, por ello, la puesta en marcha de estrategias aisladas y direccionadas meramente a resolver la “cuestión turística” no tomaría en cuenta los sistemas subyacentes y la necesidad de integrar el turismo en un régimen más amplio de gobernanza urbana.

5. Reflexiones finales

Lo que venimos observando desde el inicio del tercer milenio es sin lugar a dudas una crítica, entre las más mediáticas, a los efectos del turismo por parte de movimientos sociales locales. Asimismo, se ha dado una concurrencia y un efecto en cadena. Más arriba, ya se ha señalado que las acciones contestarías y los movimientos sociales que han puesto en sus agendas el turismo no son un fenómeno nuevo ni desde la perspectiva teórica ni desde la discursiva. Ahora bien, la concurrencia de eventos similares, con más y menos participación de movimientos ciudadanos organizados en ciudades europeas como Barcelona,

Lisboa, Madrid, Donostia, Palma de Mallorca, Dubrovnik, Reikiavik, Berlín y Ámsterdam no puede ser sólo una coincidencia. Han pasado muchas décadas desde el brote de la democratización turística, por lo que la conexión de redes de nodos entre movimientos sociales y vecinales transnacionales ha desatado un efecto dominó que va más allá de las burbujas turísticas. Esto tiene una clara relación con las políticas turísticas neoliberales que se han impuesto en las ciudades globales desde finales del siglo pasado. Cabe destacar también que entre los motivos esenciales del efecto amplificador ha estado la denominada turistificación de los movimientos sociales. Es decir, la organización y las sinergias entre movimientos sociales y vecinales de distintos lugares que ha permitido trasladar los debates asamblearios a la opinión pública y al debate político.

Por otra parte, el indiscriminado uso del concepto turismofobia si bien, por un lado, ha invisibilizado las reivindicaciones y denuncias de los movimientos sociales, por el otro, su instrumentalización política ha favorecido y legitimado el debate en varios ámbitos, ahí donde la problemática subyace sólidamente detrás del sensacionalismo mediático. Ahora bien, la actual crisis propone nuevos retos y desafíos entre los múltiples agentes que conforman este poliédrico sector. Aunque muy a menudo parezca que las soluciones pueden ser técnicas, y no políticas, es necesario proponer cambios estructurales al modelo económico en el cual se inscribe actualmente el fenómeno turístico. En este sentido el debate sobre las 5D (desestacionalización; descongestión; descentralización; diversificación; *deluxe tourism*) deja abierta la discusión de las potenciales medidas para hacer frente a lo que se presenta como el gran desafío de las sociedades complejas inscritas en el paradigma de la movilidad. No obstante, aunque algunas de estas parecen ser instrumentos adicionales de acumulación de productos, espacios y servicios turísticos, se precisa de futuros estudios e investigaciones empíricas que puedan orientar el análisis a largo plazo de estas medidas en áreas concretas.

A pesar de las discusiones sobre la antigüedad o la novedad de este debate, se hacen necesarias nuevas investigaciones que tomen en cuenta las adaptaciones y los rasgos distintivos de las sociedades contemporáneas. Las reflexiones aquí recogidas forman parte de un estudio en marcha que persigue producir y profundizar muchos de los cuestionamientos y discusiones abiertas en torno al papel de la movilidad turística en las sociedades contemporáneas.

Bibliografía

- Ayuntamiento de Barcelona
2015. *Plan Estratégico de Turismo 2010-2015: Evaluación del Programa de Actuación*. Barcelona: Dirección de Turismo y Eventos, Gerencia de Empresa y Turismo.
- Ayuntamiento de Barcelona
2016. *Plan Estratégico de Turismo 2016-2020. Documento de diagnosis estratégica*. Barcelona: Dirección de Turismo, Gerencia de Empresa y Turismo.
- Ayuntamiento de Barcelona
2017. *Plan Estratégico de Turismo 2016-2020*. Barcelona: Dirección de Turismo, Gerencia de Empresa y Turismo.
- Allcock, J. B.
1989. Seasonality. En Witt, S. F. and Moutinho, L. (Eds.) *Tourism Marketing and Management Handbook*. (pp.387-392). London: Prentice Hall.
- Andriotis, K.
2005. Seasonality in Crete: Problem or a way of life?. *Tourism Economics*, 11(2), 207-224.
- Blázquez, M., & Cañada, E.
2011. (Eds.). *Turismo placebo: nueva colonización turística del Mediterráneo a Mesoamérica y el Caribe, lógicas espaciales del capital turístico*. Managua: EDISA.
- 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.
- Boissevain, J.
1996. (Ed.) *Coping with tourists: European reactions to mass tourism* (Vol. 1). Berghahn Books.
- Bonilla, A. & Mortd, M.
2008. *Turismo y conflictos territoriales en el Pacífico de Nicaragua: el caso de Tola, más allá de los titulares*. San Salvador: Fundación Prisma.
- Broudehoux, A. M.
2016. Favela tourism: negotiating visitors, socio-economic benefits, image and representation in pre-Olympics Rio de Janeiro. En Colomb, C. and Novy, J. (Eds.) *Protest and Resistance in the Tourist City*, (pp. 205-223). London; New York: Routledge/Taylor & Francis.

- Bruner, E. M.
2005. *Culture on tour: Ethnographies of travel*. Chicago: University of Chicago Press.
- Butler, R.W.
1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. W.
1998. Seasonality in tourism: Issues and implications, *The Tourist Review*, 53(3): 18-24.
- Burns, P. M., & Novelli, M.
2007. (Eds.). *Tourism and politics: Global frameworks and local realities*, 235-261. Elsevier.
- Cañada, E.
2010. (Ed.) *Turismo en Centroamérica: nuevo escenario de conflictividad*. Managua: Enlace Editorial.
- Cañada, E.
2015. *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria/Antrazyt.
- Cañada, E.
2016. *Externalización del trabajo en hoteles. Impactos en los departamentos de pisos*. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Capel, H.
2005. *El Modelo Barcelona: Un examen crítico*. Barcelona: Del Serbal.
- Castells, M.
1983. The city and the grassroots: a cross-cultural theory of urban social movements (No. 7). University of California Press.
- Castells, M.
1986. *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos urbanos*. Alianza Editorial, Madrid España.
- Cheong, S. M., & Miller, M. L.
2000. Power and tourism: A Foucauldian observation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 371-390.
- Chung, J. Y.
2009. Seasonality in tourism: a review. *E-review of Tourism Research*, 7(5): 82-96.
- Cocola-Gant, A. y Pardo, D.
2017. Resisting tourism gentrification: the experience of grassroots movements in Barcelona, *Urbanistica Tre, Giornale Online di Urbanistica*, 5(13): 39-47.
- Cohen, E.
1988. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of tourism research*, 15(3), 371-386.
- Cole, S.
2012. A political ecology of water equity and tourism: A case study from Bali. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 1221-1241.
- Cole, S. and Browne, M.
2015. Tourism and water inequity in Bali: A social-ecological systems analysis. *Human Ecology*, 43 (3), 439-450.
- Colomb, C. and Novy, J
2016. (Eds.) *Protest and Resistance in the Tourist City*. London; New York: Routledge/Taylor & Francis.
- Coronado, G.
2008. Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(1), 53-68.
- De Kadt, E.
1979. *Tourism: Passport to Development. Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. World Bank y UNESCO, Oxford University Press, Oxford.
- Delgado, M.
2007. *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del "modelo Barcelona"*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Diani, M.
1992. The concept of social movement. *The sociological review*, 40(1), 1-25.
- Diani, M.
2003 [2015]. *Social movements, networks and*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Doxey, G. V.
1975. A causation theory of visitor/resident irritants: Methodology and research inferences. *Proceedings of the Travel Research Association 6th Annual Conference* (pp. 195-198). San Diego: Travel Research Association.
- Fletcher, R.
2011. Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion. *Tourism Geographies* 13(3): 443-461.

- Füller, H., & Michel, B.
2014. 'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318.
- García-Ramón, M. D. & Albet, A.
2000. Pre-olympic and postolympic Barcelona, a 'model' for urban regeneration today? *Environment and Planning A*, 32(8), 1331-1334.
- Garrett, D.
2016. Contesting China's tourism wave: identity politics, protest and the rise of the Hongkonger city state movement. En Colomb, C. and Novy, J. (Eds.) *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 121-142). London; New York: Routledge/Taylor & Francis.
- Gascón, J.
2016. Residential tourism and depeasantisation in the Ecuadorian Andes. *The Journal of Peasant Studies*, 43(4), 868-885.
- Gascón, J. y Cañada, E.
2016. (Eds.) *Turismo residencial y gentrificación rural*. Tenerife y Xixón: Pasos RTPC; Foro de Turismo Responsable.
- Gerritsma, R., y Vork, J.
2017. Amsterdam Residents and Their Attitude Towards Tourists and Tourism. *Coactivity: Philosophy, Communication*, 25(1), 85-98.
- Gravari-Barbas, M., & Jacquot, S.
2016. No conflict? Discourses and management of tourism-related tensions in Paris. En Colomb, C. and Novy, J. 2016 (Eds.) *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 45-65). London; New York: Routledge/Taylor & Francis.
- Hannam, K.
2008. Tourism geographies, tourist studies and the turn towards mobilities. *Geography Compass*, 2(1), 127-139.
- Harvey, D.
1982. *The limits to capital*. Oxford.
- Harvey, D.
2001. Globalization and the "spatial fix", *Geographische Revue*, (2), 23-30.
- Harvey, D.
2013. *Ciudades rebeldes: del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Ediciones Akal.
- Hiernaux-Nicolas, D.
1999. Cancun Bliss. En Judd, D. & Fainstein, S. (Eds.), *The Tourist City* (pp.124-139) New Haven, CT, Yale University Press.
- Judd, D.
1999. Constructing the tourist bubble. In D. Judd and S. Fainstein (Eds.) *The Tourist City* (pp. 35-53). New Haven, CT: Yale University Press.
- Lefebvre, H.
1968. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península.
- Lortanavanit, D.
2009. Decentralization, Empowerment and Tourism Development. *Journal of Southeast Asian Studies*, 47(2), 150-179.
- Mansilla, J. A.
2016. Urbanismo, privatización y marketing urbano. La Barcelona neoliberal a través de tres ejemplos. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 11, 1-18.
- Marchena Gómez, M. J.
1995. El turismo metropolitano: una aproximación conceptual. *Estudios turísticos*, 126, 7-21.
- McGehee, N. G.
2002. Alternative tourism and social movements. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 124-143.
- McKinsey & Company y World Travel & Tourism Council
2017. *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations*. London
- Medrano, H. F. y Pardo, D.
2016. *La lucha por el decrecimiento turístico: el caso de Barcelona*, *Ecología política*, (52),104-106.
- Mermet, A. C.
2017. Airbnb and tourism gentrification: critical insights from the exploratory analysis of the 'Airbnb syndrome' in Reykjavik. En Gravari-Barbas, M. y Guinand, S. *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives* (pp. 52-74). London; New York: Routledge/Taylor & Francis.

- Milano, C.
2016. Campesinos y pescadores ante la promoción del turismo residencial en el Delta del Parnaíba (Brasil). En Gascón J. y Cañada, E. (Ed.) *Turismo residencial y gentrificación rural* (pp. 61-81). Tenerife y Xixón: Pasos RTPC; Foro de Turismo Responsable.
- Milano, Claudio
2017a. Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana* (1): 5-8.
- Milano, Claudio
2017b. *Overtourism* y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Minca, C., y Oakes, T. (eds)
2006. *Travels in Paradox: Remapping Tourism*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Molotch, H.
1976. The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology*, 82(2), 309-332.
- Murray, I. M.
2015. *Capitalismo y turismo en España: del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Alba Sud Editorial. Nash, D.
1989. Tourism as a form of Imperialism, en: Smith, V. L. Hosts and guests: The anthropology of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, 2ª edición, pp. 37-52.
- Nogués-Pedregal, A. M.
2016. Entre el lentisco y la jara. Cinco conclusiones socio-antropológicas sobre el turismo. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, (32), 29-50.
- Nogués-Pedregal, A. M., Travé-Molero, R., & Carmona-Zubiri, D. (2017). Thinking against "Empty Shells" in Tourism Development Projects. *Etnološka tribina*, 40(47), 88-108.
- Novy, J.
2016. The selling (out) of Berlin and the de-and re-politicization of urban tourism in Europe's 'Capital of Cool'. En Colomb, C. and Novy, J. (Eds.) *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 52-72). London; New York: Routledge/Taylor & Francis.
- O'Reilly, A. M.
1986. Tourism carrying capacity: concept and issues. *Tourism Management*, 7(4), 254-258.
- Owens, L.
2008. From tourists to anti-tourists to tourist attractions: the transformation of the Amsterdam squatters' movement. *Social Movement Studies*, 7(1), 43-59.
- Palou Rubio, S.
2011. *Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat* (1888-2010). Universitat de Barcelona: Tesis Doctoral.
- Pinkster, F. M., y Boterman, W. R.
2017. When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural Geographies*, 24(3), 457-472.
- Rodríguez-Darias, A., Santana-Talavera, A., & Díaz-Rodríguez, P.
2016. Landscape Perceptions and Social Evaluation of Heritage-Building Processes. *Environmental Policy and Governance*, 26(5), 394-408.
- Routledge, P.
2001. 'Selling the rain', resisting the sale: Resistant identities and the conflict over tourism in Goa. *Social & Cultural Geography*, 2(2), 221-240.
- Russo, A. P., & Scarnato, A.
2017. "Barcelona in common": A new urban regime for the 21st-century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 1-20.
- Santos, Boaventura de Sousa
2001. Los nuevos movimientos sociales. OSAL: Observatorio Social de América Latina (5), 177-188. CLACSO.
- Sassen, S.
2001. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press, Princeton.
- Smith, N.
1996. *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London and New York: Routledge.
- Sosa, A.P. y Jiménez, A.
2010. Crónica de un conflicto anunciado (o de-nunciado): el caso de Playa Delfines en Cancún. En Cañada, E., (Ed.) *Turismo en Centroamérica: un nuevo escenario de conflictividad*. Managua: Editorial Enlace.
- Touraine, A.
1985. An introduction to the study of social movements. *Social research*, 749-787.

- Turner, L., & Ash, J.
1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Constable Limited.
- Van Noorloos, F.
2011. Residential tourism causing land privatization and alienation: New pressures on Costa Rica's coasts. *Development*, 54(1), 85-90.
- Vianello, Michele
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 (pp. 185-204).
- Vives-Miró, S., & Rullan, O.
2017. Desposesión de vivienda por turistización?: Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca). *Revista de Geografía Norte Grande*, (67), 53-71.
- Yanes Torrado, S.
2016. *Abierto por vacaciones. Una etnografía de la apropiación turística en Lloret de Mar*. Universitat de Barcelona: Tesis Doctoral.
- Yüksel, F., Bramwell, B., & Yüksel, A.
2005. Centralized and decentralized tourism governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 859-886.

Notas

- ¹ En inglés "*Spatial Fix*". El verbo *fix* tiene múltiples significados aclara el autor. Entre ellos, el de fijar y el de arreglar. En este sentido David Harvey (2001) se refiere a la necesidad del capital de "fijarse" en un determinado territorio evitando las crisis, "arreglándolas" con la restructuración y expansión geográfica.
- ² Para una profundización de los debates dialécticos y epistemológicos sobre la categorización, la evolución y los debates entre viejos y nuevos movimientos sociales urbanos se ha acumulado una extensa bibliografía (Castells, 1983, Touraine 1985; Diani, 1992, 2003; de Sousa Santos, 2001 entre otros).
- ³ Dredge, D. "*Overtourism*" *Old wine in new bottles?* 12 de septiembre, 2017. <<https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge>> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ⁴ Actualmente se está trabajando en diversos proyectos académicos con otros investigadores como Marina Novelli, Joseph M. Cheer y José A. Mansilla López, entre otros.
- ⁵ "El Síndrome de Venecia" es un documental del 2012 de Andreas Pichler, que muestra el proceso de turistificación de la ciudad italiana.
- ⁶ *Comune di Venezia, Servizio Statistica e Ricerca - Serie storiche* <www.comune.venezia.it/it/content/serie-storiche> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ⁷ Elaborazioni Regione Veneto - U.O. Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto <http://statistica.regione.veneto.it/jsp/turismo_comune.jsp?anno=2017&provenienza=0&x1=5®ione=27042+-+Venezia&B1=Visualizza+in+Htm> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ⁸ Icelandic Tourist Board <<https://www.ferdamalastofa.is/en/research-and-statistics/numbers-of-foreign-visitors>> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ⁹ Statistics Iceland <www.static.is/> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ¹⁰ Diario de Campo (07/2017).
- ¹¹ Conversación Informal con un portavoz del ABTS.
- ¹² Manuel Delgado (2008). Turistofobia. *El País*, 12 de Julio. <www.elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ¹³ Coldwell Will (2017) First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe. *The Guardian*, 10 de Agosto. <<https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>> [Consultado el 12 de enero de 2018].
- ¹⁴ Rifai Taleb (2017) Tourism: growth is not the enemy; it's how we manage it that counts. *Comunicado de Prensa OMT*, 15 de Agosto. <<http://media.unwto.org/press-release/2017-08-15/tourism-growth-not-enemy-it-s-how-we-manage-it-counts>> [Consultado el 12 de enero de 2018].

Recibido: 15/09/2017
Reenviado: 22/02/2018
Aceptado: 24/02/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos