

De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona.

Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín

*Jessica Alcalde Garcia, Núria Guitart Casalderrey,
Anna Pitarch Mach, Óscar Vallvé Fernández*

Campus de Turismo, Hotelería y Gastronomía CETT-UB
Barcelona, España

Enviado: 27 Abril 2018; Reenviado: 7 Octubre 2018; Aceptado: 9 Octubre 2018. e-ISSN: 2014-4458

Resumen

■ El fenómeno de la turismofobia y los problemas de convivencia turística son el objeto de estudio del presente artículo, realizado en base a un análisis comparativo de las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín. El objetivo principal es estudiar el concepto turismofobia con la finalidad de conocer las características comunes que provocan la aparición de varios problemas de convivencia turística.

Para el estudio de la extensión del fenómeno se ha llevado a cabo una búsqueda de cifras y artículos divulgativos con el objetivo de definir los problemas provocados por la actividad turística en las tres ciudades. Paralelamente se han realizado entrevistas a 27 personalidades del sector, pertenecientes tanto a la administración pública como a asociaciones vecinales, al mundo académico y al sector privado.

Los resultados llevan a considerar que la concepción del término turismofobia, teniendo en cuenta su significado etimológico, se aleja de las líneas más extendidas. Las tres ciudades presentan distintos problemas de convivencia entre turistas y residentes provocados, principalmente, por la masificación de los espacios públicos y por la mala planificación del entorno, hechos que causan malestar entre la ciudadanía y que ha sido entendido como odio al turismo tanto por diversos actores del sector como por los medios de comunicación.

Palabras clave:

Convivencia Turística, Masificación, Planificación Turística, Sostenibilidad, Turismofobia, Viviendas de Uso Turístico.

Abstract

■ The phenomenon of tourism phobia and the problems of tourist coexistence are the subject matter, by means of a comparative analysis between the cities of Amsterdam, Barcelona and Berlin. The main objective of the study is to explain the tourism phobia phenomenon with the purpose of knowing the common characteristics that cause the appearance of problems of tourist coexistence.

In order to be able to study this phenomenon, a statistical data search and informative articles analysis have been executed to point out the problems of the tourist activity in this three cities. At the same time, interviews to personalities of the sector have been carried out, and include professionals from the public administration, associations, teachers and members of the private sector.

This research has led us to consider that tourism phobia, etymologically speaking, gets away of the most common thoughts and opinions. All three cities present several problems of coexistence between tourists and residents which appear from the overcrowding of public spaces and as a result of a bad planning of the territory, causing discomfort among citizens. These problems have been understood as the hate to tourism by some industry players and the media.

Key Words:

Local Planning, Overcrowding, Sustainability, Tourist Coexistence, Tourist Housing, Tourism Phobia.

Introducción

■ Durante los últimos años, el turismo ha dejado de considerarse únicamente una fuente de beneficios económicos y, tanto la ciudadanía como las administraciones, han empezado a identificar varias externalidades negativas. En consecuencia, estos impactos han generado, en algunas destinaciones, manifestaciones contra el turismo, lo que ha provocado la aparición de un nuevo término, la turismofobia.

El interés de la temática que se presenta en este estudio es que se trata de un tema de actualidad en el contexto turístico y que genera controversia entre los diversos agentes implicados en la actividad turística. Por ello, se cree necesaria la realización de una aproximación teórica al concepto de la turismofobia, debido a la incidencia que este tipo de denominación pueda tener en la imagen que los destinos reflejan a sus mercados potenciales.

Objetivos

■ El objetivo general de esta investigación es comprobar si existen características comunes que podrían explicar el origen de la turismofobia como capa superficial a los problemas de convivencia turística, mediante la comparación de las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín. A partir del propósito principal se desprenden dos objetivos específicos:

1. Identificar los antecedentes e impactos socioculturales surgidos del fenómeno turístico que actúan como precursores de la aparición de la turismofobia, con la finalidad de comprobar en base a un análisis científico y teórico si el término se adecua a la realidad.
2. Realizar una radiografía, mediante tres casos de estudio, de las diversas reacciones ciudadanas frente a los cambios de paradigma económico, social y cultural provocados por la explotación intensiva de la actividad turística así como de las medias públicas y privadas llevadas a cabo para tratar el fenómeno.

La hipótesis de la presente investigación afirma la existencia de rasgos comunes entre los problemas de convivencia turística en las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín; ciudades escogidas de acuerdo con el creciente número de medios de comunicación que identifican paralelismos entre destinos con entornos geográficos y características similares, donde la población ha iniciado movimientos contra los efectos turísticos.

En este contexto, se han seleccionado tres ciudades basadas en un modelo de turismo urbano y que presentan un marcado periodo de renovación urbanística a finales del siglo XX; Ámsterdam, donde a partir del 1970 se vivió un proceso de recuperación urbana mediante la

peatonalización del casco antiguo (Van der Werf et al. 2016); Barcelona, en que los Juegos Olímpicos del 1992 representaron la palanca para el reconocimiento internacional de la ciudad y para llevar a cabo importantes proyectos de renovación y acondicionamiento urbano (P. Subirós, 1999) y Berlín, donde el año 1990 se inició la reunificación tanto urbanística como administrativa y política, con la caída del Muro de Berlín (Pozcka, 1997).

Aproximación al concepto de turismofobia

■ Actualmente destaca la conflictividad en la convivencia entre la población local y los turistas en un mismo tejido urbano. Este hecho se debe al modelo de turismo de masas en que se centran muchas ciudades Europeas y que se contraponen al modelo turístico sostenible.

Se considera turismo de masas al fenómeno social por el cual los turistas viajan al mismo tiempo y a los mismos lugares, canalizando la mayoría de visitas a los mismos destinos, que se ven sobrepasados (Clavé y González, 2007).

Se trata de un modelo poco definido en forma, tiempo y territorio (Clavé y González, 2007). Adicionalmente, la aparición del turismo low cost ha comportado la movilización de un número elevado de turistas de bajo coste, dando lugar a la popularización de los city breaks.

Ávila y Barrado (2005) consideran que los modelos de masas comportan diversos desequilibrios: la estacionalidad, la concentración territorial y la falta de diversificación en la oferta turística.

Según Gabancho (2016), los problemas del exceso de turismo se pueden resumir en un modelo de desarrollo de baja calidad, un mal reparto de la riqueza creada, la apropiación del espacio público, una presión excesiva en el centro de las ciudades y el cambio en el tejido comercial, entre otros. De esta manera, el turismo deviene totalmente antagónico a los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad, creando el rechazo de esta actividad por parte de algunos habitantes.

Son diversos los factores que determinan la conflictividad y que influyen en la actitud de los ciudadanos. Estos factores son principalmente económicos, ya que el turismo deviene el motor económico de la región pero al mismo tiempo presenta un carácter tematizador de la ciudad (Carrasco, Lopez-Levi y Selvas, 2015), socioculturales y medioambientales.

Doxey (1975) por otra parte, plantea el Índice de Irritabilidad como herramienta para relacionar la reacción de los residentes frente a los factores comentados, sentando las bases y planteamiento de la conflictividad turística.

El índice se compone de cuatro etapas: la euforia, la apatía, las molestias y el antagonismo. Estas, guardan cierta correlación con las planteadas en el Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (Butler, 1980).

Es en la última fase del Índice de Irritabilidad donde aparecen los primeros síntomas de la turismofobia, entendida como la irritación de los locales debido a los impactos negativos, pudiendo desembocar en la pérdida de prestigio del destino turístico.

Tabla 1 Comparativa entre el Índice de Irritabilidad y el Ciclo de vida de los Destinos Turísticos

Índice de Irritabilidad (Doxey, 1975)	Ciclo de vida de los Destinos Turísticos (Butler, 1980)
1. Euforia	Exploración/Participación
2. Apatía	Desarrollo
3. Molestias	Consolidación
4. Antagonismo	Estancamiento y Declive

Fuente: Elaboración propia (2017)

El término turismofobia surgió en 2008 como rechazo a la masificación turística y a los impactos provocados en el tejido social y económico de las ciudades. Actualmente, el concepto ha sufrido una transformación, promoviendo una patología entre los ciudadanos que, percibiendo en el extranjero un índice de peligro, pasan a ser calificados de personas fóbicas (Delgado, 2008).

Son varios los autores que han intentado explicar el fenómeno de la turismofobia desde distintas perspectivas. Lime y Sankey, citados por Echamendi (2001), explican en fenómeno desde el punto de vista de la capacidad de carga, entendida como el número máximo de visitantes que puede recibir un espacio sin provocar alteraciones significativas en el medio ambiente y sin disminuir la calidad de la experiencia de los visitantes.

Según Gutiérrez (2010), la capacidad de carga se ve superada cuando se da un aumento desmedido del número de turistas y una falta de consideración por el efecto social que este crecimiento provoca.

De acuerdo con Arteaga y Hernández (2017), la desconexión entre la estrategia turística propuesta por la administración y la visión que tienen los ciudadanos de su propia ciudad provocan el fenómeno de la turismofobia, entre otras resistencias sociales.

El estudio de Blanco-Romero et al. (2017), defiende que son la mercantilización y apropiación del espacio urbano

multifuncional, como medida para rentabilizar el capital apalancado, los que generan la homogeneización urbana, la masificación turística y las tensiones sociales. Además, la falta de una normativa clara para la ordenación turística ha permitido que se impliquen en el tejido turístico, las vías públicas y viviendas residenciales.

Por otro lado, la búsqueda del beneficio a corto plazo contribuye en perder de vista las consecuencias generadas sobre las dinámicas de la ciudad, desplazando a los vecinos y generando acciones espontáneas de rechazo.

Desde el punto de vista antropológico, planteado por Delgado (2008), algunos segmentos sociales han encontrado en el visitante el blanco cómodo al que atribuir todos los males de la vida urbana, simplificando la relación social que se establece entre ambos actores cuando comparten un mismo espacio. Sin embargo, dicho autor defiende que el problema no es que haya turistas, sino que se gestione la ciudad como negocio y se permita a agentes económicos del sector turístico monitorizar a los recién llegados, implicándolos en un proceso de sustitución de las clases populares y de depredación territorial.

Para otros autores, el concepto turismofobia se ha usado de manera desafortunada y poco adecuada, confundiendo el malestar social por el exceso de turismo, planteado como recurso económico principal para sostener una economía urbana, por el rechazo a los turistas como individuos.

En este contexto de amplio alcance y generalización del término turismofobia junto a la falta de homogeneidad respecto a su correcta definición, surge la necesidad de buscar nuevos conceptos menos inculpatorios. Milano (2017) propone el término *overtourism*, concepto que enfoca la problemática a partir de la situación vivida en varios destinos afectados por la sobrepoblación turística.

Metodología

■ La investigación que se ha realizado es de carácter exploratorio, ya que ante la inexistencia de una conceptualización consensuada del término turismofobia, se pretende obtener una visión general del fenómeno turismofóbico en las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín. El artículo presenta una orientación descriptiva con el fin de identificar las características comunes y los problemas que la actividad genera en la gestión turística de estas ciudades.

Con el fin de alcanzar los objetivos establecidos se ha seguido una metodología cualitativa, estructurada en el uso de varias técnicas según los distintos apartados de la investigación. Por un lado, se ha realizado una revisión bibliográfica que ha permitido analizar el contexto actual, acompañada de una búsqueda sistemática de noticias que permitan analizar el estado de las tres ciudades objeto de estudio.

Tabla 2 Tabla metodológica de los indicadores de sostenibilidad turística escogidos como instrumento de comparación

Indicadores	Cálculo	Umbrales McKinsey	
Presión turística	Crecimiento anual del número de llegadas	Quintil superior (mayor riesgo)	> 7,7 %
		Segundo quintil	6,6 – 7,7 %
		Tercer quintil	4,0 – 6,1 %
		Cuarto quintil	2,0 – 3,9 %
		Quinto quintil (menor riesgo)	<2,0 %
Intensidad de uso	Número de visitantes por quilómetro cuadrado	Quintil superior (mayor riesgo)	> 930.000
		Segundo quintil	475.001 – 930.000
		Tercer quintil	200.001 – 475.000
		Cuarto quintil	75.000 – 200.000
		Quinto quintil (menor riesgo)	< 75.000
Impacto social	Número de visitantes por residentes	Quintil superior (mayor riesgo)	> 5,3
		Segundo quintil	2,8 – 5,3
		Tercer quintil	1,8 – 2,7
		Cuarto quintil	1,0 – 1,7
		Quinto quintil (menor riesgo)	< 1,0
Contribución del turismo en la economía local	Porcentaje de creación de ocupación y aportación al PIB de la ciudad	Quintil superior (mayor riesgo)	> 8,5 %
		Segundo quintil	6,1 – 8,5 %
		Tercer quintil	4,5 – 6,0 %
		Cuarto quintil	3,2 – 4,4 %
		Quinto quintil (menor riesgo)	< 3,2 %

Fuente: Elaboración propia a partir de los indicadores de la OMT, (1997) y el estudio de Mc Kinsey&Company (2017)

Paralelamente, se ha llevado a cabo la creación de una ficha de análisis (Tabla 2) basada en los indicadores clave para el turismo sostenible, propuestos por la Organización Mundial del Turismo en el 1997 y que responden a los principales problemas de masificación turística en distintos destinos urbanos.

Adicionalmente, se han comparado estos indicadores con los umbrales de riesgo de masificación presentados en el estudio de McKinsey&Company (2017) con el objetivo de establecer el impacto territorial, económico y social del turismo.

Para abordar la temática de estudio desde otra perspectiva se han realizado 27 entrevistas a diferentes actores del sector turístico. Del total, ocho se han realizado a expertos del mundo académico nacional e internacional en ámbitos de turismo, geografía y antropología; ocho a miembros de la administración pública; siete a miembros del sector privado, de los cuales tres pertenecen al sector hotelero y, finalmente cuatro entrevistas a asociaciones de vecinos.

Respecto los criterios de elección de los entrevistados, se ha seguido un método no probabilístico según la apreciación de los autores, queriendo garantizar la representación y participación de todos los actores implicados y con relevancia en el proceso de desarrollo turístico. Para ello, se ha usado como guía la red de participantes en el Consejo de Turismo y Ciudad de Barcelona, órgano de participación de la ciudad.

En cuanto a la muestra del estudio, se han seleccionado tres destinos turísticos que se encuentran en la fase de antagonismo del Índice de Irritabilidad Turística de Doxey (1975), lo que se comprueba por el surgimiento de diversas manifestaciones y movimientos vecinales contra los efectos del turismo, común en los tres destinos.

Estado de la cuestión

■ Ámsterdam, Barcelona y Berlín presentan tres realidades

turísticas complejas, como resultado de varias tipologías de visitantes confluentes y debido al rechazo de ser definidas por un único modelo. Estas tres ciudades han apostado por el turismo como palanca del desarrollo económico y para la revitalización del territorio, y actualmente son modelos referentes en Europa. Aun así, en los últimos años han empezado a aparecer manifestaciones de rechazo y malestar hacia el turismo.

El caso de Barcelona: “Tourists Go Home”

■ Barcelona se situó en el año 2016 como la duodécima ciudad más visitada del mundo y la tercera en Europa, según el “Global Destination Cities Index by MasterCard” (Choong y Hedrick-Wong, 2016), y se considera una destinación reconocida mundialmente. Como consecuencia del continuo crecimiento de la oferta y la demanda, en el año 2010 aparecieron los primeros síntomas de percepción negativa del turismo por parte de la ciudadanía, y por primera vez se incluye en el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015 la necesidad de tratar la gestión integrada del turismo para conseguir un equilibrio entre la realidad turística y ciudadana.

El turismo en Barcelona se conforma por un modelo con un crecimiento acelerado en un espacio reducido y en un breve periodo de tiempo, causando la concentración de turistas en torno a los iconos y atracciones más emblemáticas. Además, Barcelona es una ciudad compacta con una alta densidad y concentración territorial, por lo que el uso intensivo del espacio público por parte de los visitantes dificulta la convivencia de los diferentes usos del suelo.

Actualmente, la popularización de los denominados *city breaks* y los vuelos de bajo coste han facilitado el predominio de los turistas internacionales como principal mercado de procedencia. Por otro lado, la ciudad afronta la desestacionalización de la actividad turística gracias a la diversidad de motivaciones, perfiles turísticos y procedencia de los turistas que visitan la ciudad, gracias a la promoción de la ciudad en distintos ámbitos, en que destacan el turismo de sol y playa, el turismo cultural, el de compras y el de negocios (Ajuntament de Barcelona, 2014).

Debido a este modelo y a la creciente crispación de la ciudadanía por los efectos negativos del turismo, el Ayuntamiento de Barcelona, junto con otros agentes, han planteado mediante el Plan Estratégico de Turismo 2020, la exploración de un modelo que equilibre la convivencia entre residentes y visitantes, preserve su identidad y garantice la sostenibilidad y la continuidad del éxito turístico.

La Disneyficación de Ámsterdam

■ Ámsterdam presenta un centro compacto, en el que se

encuentran la mayoría de atractivos y empresas turísticas, por lo que el centro histórico se presenta congestionado y turistizado. En consecuencia, el principal objetivo del actual modelo turístico es descentralizar la llegada de turistas al centro de la ciudad. La principal tipología de turismo es el turismo cultural (Richards, 2001), aunque actualmente se ha detectado una tendencia de diversificación hacia un mayor peso del turismo de negocios y deportivo.

En 2004, el consorcio público-privado encargado del marketing de la ciudad creó la campaña “I Amsterdam”, planteada como una marca integral con la finalidad de definir la destinación turística, beneficiar los comercios y tiendas de la ciudad y fortalecer el sentimiento de arraigo de los residentes de la ciudad.

Pese a la voluntad de Ámsterdam de desarrollar su atractivo mediante una buena convivencia entre residentes y visitantes y el fomento de la diversidad cultural, actualmente existe una competencia entre la ciudadanía y los visitantes por el uso del territorio, ya que la campaña se orientó demasiado hacia los intereses de los turistas, dejando de lado el bienestar ciudadano.

El programa estratégico actual, en el que se centra la ciudad se denomina “City in Balance”, presenta un enfoque integral que pretende controlar el crecimiento de la ciudad en beneficio de residentes y visitantes y buscar un equilibrio entre el desarrollo y la calidad de vida (Gutiérrez, Hakvoort, Nollen, van Ette, van der Kooij, 2016) al mismo tiempo que se mantiene el atractivo de la ciudad. Aun así, el objetivo principal es centrarse en el retorno social de la actividad económica. Dicho programa enfatiza en el crecimiento sostenible y la prosperidad.

Berlín “Doesn’t Love You”

■ El turismo en Berlín ha sufrido un gran crecimiento desde el 1990, según las estadísticas oficiales de turismo, pero no fue hasta el año 2004 que se implementó el primer *Tourismuskonzept*, con el objetivo de mejorar el turismo.

Con el paso de los años y el aumento del número de turistas, se han ido agregando nuevas tareas y actividades de marketing y promoción con la intención de mejorar la accesibilidad, la distribución del alojamiento, el crecimiento del mercado de congresos y convenciones, entre otros.

El *Tourismuskonzept 2011+* se desarrolló en el año 2010, y es la estrategia que actualmente está en marcha en la ciudad, ya que se adapta a las condiciones y oportunidades actuales. Dicho plan tiene como principal objetivo expandir la competitividad del sector turístico de Berlín y fortalecer de manera sostenible el factor económico del turismo. Además, el *Tourismuskonzept 2011+* tiene la voluntad de que Berlín se convierta en la tercera ciudad de viajes de Europa, sobretodo quieren que la capital alemana se convierta en una de las principales ciudades internacionales

en el ámbito de congresos. Por eso se están desarrollando mejoras en cuanto a la accesibilidad e instalaciones. En definitiva, pretenden que el crecimiento turístico sea un factor clave para el desarrollo económico de la ciudad.

Aun así, debido a que el actual modelo turístico de la ciudad está basado en la atracción de turistas han comenzado a aparecer varios conflictos entre turistas y residentes. En ciertos barrios de la ciudad los vecinos están comenzando a sufrir los efectos de la turistización y la gentrificación así como una transformación del tejido comercial.

Resultados de la investigación

■ En cuanto al impacto general del turismo, las tres ciudades se encuentran en altos índices de intensidad de turistas por metro cuadrado y de presión de visitantes por habitante. Así pues, se afirma que las tres ciudades sufren el problema de la masificación, que se ve acentuada en algunos barrios y puntos que concentran una mayor cantidad de atractivos y servicios turísticos.

También se observa una relación indirecta entre la presión turística y la satisfacción de los habitantes respecto a la actividad turística desarrollada en sus ciudades. En aquellas ciudades donde hay más densidad de turistas por metro cuadrado y por habitante, la percepción sobre el turismo es peor, como es el caso de Ámsterdam.

En cambio, en las ciudades como Berlín, con menos presión turística a causa de una mayor extensión en km² y una mayor dispersión de los atractivos, la percepción del turismo mejora, ya que se generan menos conflictos de convivencia por el uso del territorio.

Comparando los indicadores de impacto turístico estudiados en el marco de referencia creado por McKinsey & Company (2017), se puede comprobar como las tres ciudades se encuentran en una situación de riesgo por masificación turística.

A causa de esta masificación turística y los comportamientos incívicos, las tres ciudades han experimentado varias manifestaciones de malestar, dando lugar a diferentes reacciones críticas hacia el turismo, que han ido aumentando cada año.

En el caso de Barcelona, las principales manifestaciones de malestar han sido protagonizadas por movimientos vecinales. Por ejemplo, las manifestaciones en el barrio de la Barceloneta, rechazando el modelo turístico y las molestias provocadas por las viviendas de uso turístico, la creación de plataformas críticas con la actividad turística, como la Asamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS) o la plataforma "Stop Creuers", la cual convoca manifestaciones en contra del impacto medioambiental de los cruceros.

En Ámsterdam el malestar ciudadano se ha manifestado principalmente mediante graffitis y pintadas en varios blo-

Tabla 3 Cuadro comparativo del impacto general del turismo

Indicadores	Ciudades a comparar		
	Barcelona	Ámsterdam	Berlín
Presión turística (crecimiento anual del número de llegadas)	9,19% crecimiento*	5% crecimiento**	3,25% crecimiento *
Intensidad de uso (número de visitantes por kilómetro cuadrado)	246.291 turistas/km ²	83.561 turistas/km ²	16.816 turistas/km ²
Impacto social (número de visitantes por residentes)	15,51 turistas/residentes	21,92 turistas/residentes	4,28 turistas/residentes
Contribución del turismo en la economía local (Porcentaje de creación de ocupación de la ciudad)	4,9 % puestos de trabajo 5,3 % de aportación al PIB	9,8 % puestos de trabajo 4,1 % de aportación al PIB	6,5 % puestos de trabajo 4,0 % de aportación al PIB

* Datos del 2016 ** Datos del 2015
Fuente: Elaboración propia (2017)

ques de edificios y en el centro de la ciudad, que denuncian los apartamentos turísticos ilegales y la masificación turística.

La plataforma "Fair City" organiza varias protestas en contra de la promoción de la ciudad, y algunos activistas ocuparon bloques de apartamentos de Booking como protesta. De la colaboración entre el gobierno y las asociaciones vecinales surgió Fairbnb, una plataforma a favor del turismo sostenible.

Finalmente, en Berlín el sentimiento de rechazo ha dado lugar a distintas reacciones, como la aparición de graffitis y pegatinas en contra del turismo en bares y calles del centro de la ciudad, y se han llevado a cabo manifestaciones con el soporte del partido político laborista alemán. Por otra parte, los activistas han mostrado su malestar mediante carteles que critican la proliferación de los pisos turísticos. Hace falta destacar que Berlín ha sido la única ciudad donde se ha querido defender los derechos de los turistas mediante la creación de asociaciones en defensa de estos en los barrios más conflictivos y en los que no se ha creado grandes asociaciones para combatir el crecimiento turístico.

La investigación ha comprobado como las manifestaciones ciudadanas de malestar se muestran más activas en las ciudades de Barcelona y Berlín. Sin embargo, algunos ciudadanos de las tres ciudades han llevado a cabo actos vandálicos, algunos de carácter violento, protagonizando agresiones puntuales en contra del sector privado, tanto en hoteles como en otros equipamientos turísticos.

Con tal de dar respuesta a las crecientes manifestaciones de malestar y rechazo, anteriormente mencionadas, se observa una tendencia a promocionar las ciudades y paliar los impactos negativos del turismo. En general, las tres ciudades han adoptado medidas de regulación, seguidas de medidas fiscales y, finalmente, medidas de carácter preventivo.

Por lo que hace referencia a los procesos de planificación y de promoción turística, entre los años 2008 y 2015 se ha dado un cambio de posicionamiento y perspectiva de las administraciones, y a partir de este, se han implementado medidas de integración al tejido de la ciudad y planes municipales que en el caso de Barcelona y Ámsterdam tienen la intención de conciliar la relación entre turistas y habitantes, así como la forma en que estos interactúan en el uso del espacio.

No obstante, Berlín se centra en un plan municipal que tiene por objetivo el crecimiento turístico y la promoción de la ciudad como destino de eventos corporativos, y no contempla la sostenibilidad turística como hoja de ruta específico para el crecimiento.

Respecto a las medidas de política turística, en general, las tres ciudades han apostado por la regulación de las

viviendas turísticas y para luchar contra la proliferación de los pisos ilegales, que operan sin licencia. En el caso de Barcelona y Berlín, se ha frenado la posibilidad de crear nuevos apartamentos turísticos, mediante la aplicación de una moratoria hotelera.

Mientras que en Berlín, las actuaciones de regulación turística se han centrado en la ilegalización de los apartamentos turísticos, en Barcelona y Ámsterdam se han realizado un gran abanico de actuaciones para combatir diferentes malestares de los habitantes, en un contexto donde los impactos negativos del turismo, se ha hecho muy latentes.

En cuanto a las medidas fiscales, las tres ciudades ha optado por la fiscalización de la actividad turística como herramienta para reinvertir el dinero en promoción y gestión del turismo en la ciudad, a pesar de que se observa ciertas diferencias en su aplicación.

Por lo que respecta a las medidas preventivas, Ámsterdam es la ciudad que más apuesta por la utilización tecnológica para realizar una gestión eficaz, y previa del turismo, mientras que en Barcelona y Berlín, se ha apostado por la creación de una declaración de buenas prácticas en la guía de grupos y un código de conducta para los turistas respectivamente, con la intención de reducir los conflictos turísticos que crea el hecho de haber de compartir un espacio público y acabar con los comportamientos incívicos.

Del análisis de las entrevistas en profundidad realizadas a expertos en turismo y sostenibilidad, se ha podido establecer que la definición de turismofobia gira, en general, entre dos puntos de vista diferentes: la definición del fenómeno asociándolo a las consecuencias negativas de la actividad turística, y a la definición etimológica y propia del término, entendiéndose como fobia al turismo, siendo esta última rechazada por una gran parte de los entrevistados.

En general, los expertos acuerdan que el término turismofobia se ha visto manipulado y tergiversado por los medios de comunicación, tachando los movimientos y reivindicaciones sociales de fóbicas, hasta el punto de relacionarlo con un término tan extremo como la xenofobia.

Los expertos han identificado como consecuencias negativas del sector y por ende causantes principales de la problemática, la congestión de los espacios públicos, los comportamientos incívicos y la subida de precios del alquiler. Sin embargo no existe unanimidad en las respuestas obtenidas, habiendo una gran variedad de respuestas e incluso llegando a plantear que el fenómeno es un ciclo, del que se puede escoger cualquier punto como causa principal. Por ello, los entrevistados afirman que los pisos turísticos, a los que los medios atribuyen como principal causante del rechazo social, en realidad

no lo son. Solo en dos ocasiones entrevistados del sector hotelero y de las asociaciones sociales achacan el problema a los pisos turísticos.

Estos mismos expertos entrevistados han presentado opiniones muy diversas respecto a la posibilidad de crear un sistema de indicadores como herramienta preventiva de los problemas de convivencia. Para muchos de ellos no es un fenómeno que se pueda medir estadísticamente o empíricamente, ya que se trata de un problema real o tangible, sino de manifestaciones de malestar puntuales.

A pesar de que se ha contrastado las respuestas de los entrevistados, no se observa una tendencia clara de un mismo sector hacia la viabilidad y relevancia de este sistema de indicadores. Por lo tanto, las respuestas no dependen de un tipo de colectivo, hecho por el que se podría llegar a pensar que se debe al desconocimiento general de los posibles usos de este tipo de herramienta.

Una vez identificada la limitación en materia preventiva, los entrevistados han identificado como solución existente para la mitigación de la problemática, la sostenibilidad social del turismo. Por consiguiente, siguiendo la opinión de los expertos, se ve la necesidad de adoptar una visión integrada del fenómeno. Por lo tanto, las soluciones deberían de ser de carácter social y no estar estrictamente relacionadas con el turismo, sino que han de afectar a la movilidad, la vivienda, y el uso de espacios, haciendo partícipes y dando voz a todos los agentes implicados en el desarrollo turístico de la destinación.

Gracias a las entrevistas en profundidad de los expertos y el análisis de los diferentes planes estratégicos, se constata, que los diversos problemas de convivencia turística surgidos, en las destinaciones estudiadas, a causa de la masificación. Por un lado, la superpoblación y su incidencia desequilibrada en diferentes puntos de la ciudad generar conflictos entre los residentes y los visitantes, dificultando la coexistencia y la utilización de los espacios e infraestructuras públicas. Aun así, de la masificación se desprenden otros problemas como la acumulación de basura, el aumento del sonido, o la gentrificación de los centros históricos. Adicionalmente, cabe destacar que la gran proliferación de los pisos turísticos a causa de la aparición de plataformas *online* intermediarias agravan los efectos negativos de la actividad. Por otro lado, la masificación se produce como consecuencia de la falta de planificación previa al desarrollo de la actividad turística y la falta de un modelo turístico poco definido por la administración.

Conclusiones

■ A partir del análisis del fenómeno, se puede afirmar que no existe turismofobia en las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín, sino una serie de problemas de

convivencia turística. De hecho, respondiendo al objetivo general de la investigación, se concluye que los problemas de convivencia de las ciudades anteriormente mencionadas comparten su origen, siendo provocados por la masificación y sus efectos.

Del análisis científico y teórico del concepto turismofobia así como de los antecedentes que actúan como sus precursores y, teniendo en cuenta su adecuación a la realidad de las ciudades estudiadas, se plantea la necesidad de sustituir el vocablo por otro término que no culpabilice a la ciudadanía del malestar cotidiano que provoca el turismo.

Es necesario destacar que, de acuerdo con la opinión de los entrevistados se tiene que evitar relacionar el malestar ciudadano con el odio al turismo, ya que la atribución de malestares sociales no recae exclusivamente en la actividad turística. Según dichos expertos, el mal uso del término, fomentado en parte por los medios de comunicación, ha contribuido en la demonización del sector.

De las anteriores reflexiones se desprende el cumplimiento de los objetivos planteados y la validación de la hipótesis, ya que se confirma que los problemas de convivencia entre turistas y residentes de las ciudades de Ámsterdam, Barcelona y Berlín tienen un origen en común, la superpoblación turística. Como se ha podido ver, las tres ciudades presentan un alto grado de irritabilidad respecto al turismo a causa de los impactos de la masificación. Al mismo tiempo, el crecimiento turístico progresivo ha hecho aparecer una fuerte reacción social por parte de algunos sectores de la ciudadanía así como un cambio paulatino y discreto de las medidas municipales respecto a la gestión del turismo.

Se observa que los principales problemas provocados por el turismo afectan a la vida cotidiana y que hay una clara carencia de un modelo turístico definido en las ciudades estudiadas, hecho que dificulta el desarrollo de medidas preventivas. Considerando estos resultados y, de acuerdo con la opinión de los entrevistados, las actuaciones futuras para apaciguar los efectos negativos del turismo deberían de estar activa y mayormente orientadas en gestionar el *overtourism*, término que se entiende como superpoblación turística, y en la aplicación de la sostenibilidad social como base de la actividad turística, persiguiendo la mejora de la repercusión social.

Respecto a la dificultad de prevenir un fenómeno basado en manifestaciones de malestar puntual y sujeto a la psicología de los individuos y, a pesar de la falta de homogeneidad obtenida en las entrevistas, se propone la tabla metodológica utilizada en esta investigación, como un punto de partida para poder detectar los primeros indicios de los problemas de convivencia turística o de sus posibles orígenes.

Para terminar, cabe mencionar que entre los inconvenientes más notables que se han encontrado durante el estudio,

destaca la discrepancia entre los datos de una misma ciudad y periodo realizados por diferentes sectores. Por ese motivo, alguno de los resultados obtenidos de las comparaciones podría variar si se toman como ciertas las cifras presentadas por otras fuentes, en lugar de las citadas en el presente proyecto. De esta dificultad se desprende la necesidad de academizar el turismo y la elaboración de datos estadísticos.

Por último, la investigación destaca y aporta conocimiento alrededor de un concepto que no tiene un gran recorrido histórico en el mundo académico y abre las puertas a nuevas conceptualizaciones sobre el fenómeno. Además, destaca la transversalidad y la búsqueda exhaustiva de estudios, artículos y datos relacionados con los efectos del turismo a las destinaciones.

Referencias

- Ajuntament de Barcelona, & INSETUR Higher Institute for Tourism Research. (2014). *Barcelona's tourism activity: development and management*. Barcelona: University of Girona. Recuperado el 10 de Noviembre del 2017
https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141204_barcelonas_tourism_activity_0.pdf
- Arteaga, J., & Hernández, A. (2017). *Citizen Engagement versus Tourism-phobia: The Role of Citizens in a Country's Brand* (Special Report). Mexico: Developing Ideas by Llorente & Cuenca. Recuperado el 2 de Noviembre del 2017, de
http://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2017/09/170905_DI_Informe_Marca_Pa%C3%ADs_ENG.pdf
- Ávila, R., & Barrado, D. A. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destino turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión* (Tesis). Universidad Autónoma de Madrid y ANTAR Taller de Estrategias Creativas, Madrid. Recuperado el 1 de Noviembre del 2017, de
<http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541/17881>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M. & Mínguez, C. (2017). *Claves en la reestructuración turística de la ciudad*. Naturaleza, Territorio y Ciudad en un mundo global. Actas del XXV Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles, p. 1516-1524. Madrid. Recuperado de
https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-36039/Naturaleza_Territorio_y_Ciudad_AGE2017_BBM.pdf
- Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24, pp. 5-12.
- Carrasco, M., López-Levi, L., & Selvas, S. (2015). *Turismo, tematización de la ciudad y urbanismo contra-hegemónico: una introducción* (Tesis). Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Ciudad de México. Recuperado el 1 de Noviembre del 2017, de
http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/viewFile/levi_carrasco_selvas/246
- Choong, D., Hedrick-Wong, Y., & Mastercard. (2016). *Global Destination Cities Index by Mastercard* (No. 2016). Recuperado el 20 de Octubre del 2017
<https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf>
- Clavé, S., & González, F. (2007). *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico* (first edition). Barcelona. Recuperado el 18 de Octubre del 2017, de
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oAOEvV4gS_0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=+planes+turisticos+contra+turismofobia&ots=_CKNX2WtII&sig=vYM8ZxJX62LUjojWY0DfWUwTKDg#v=onepage&q&f=false
- Delgado, M. (2008, July). Turistofobia. *El País*. Recuperado el 20 de Octubre del 2017, de
https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html
- Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism. (pp. 195–198). Sixth Annual Conference of the Travel Research Association: San Diego, USA.
- Gabancho, P. (2016). Febleses de Barcelona davant el turisme. In S. Palou, *Destinació Barcelona: Història del turisme a la ciutat de Barcelona* (First Edition). Barcelona: Efadós.
- Gutiérrez, D. (2010). *Las actitudes de los residentes ante el turismo* (Tesis Doctoral). Universidad de la Laguna, Santa Cruz de Tenerife. Recuperado el 13 de Octubre del 2017, de <ftp://tesis.bbtk.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>
- Gutiérrez, K., Hakvoort, L., Nollen, O., van Ette, C., & van der Kooij, E. (2016). *Stad in Balns "City in Balance"* (Plan Amsterdam). Amsterdam: Amsterdam City Council.
- Lorente, P. (2001). *La capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación* (Anales de Geografía). Universidad Complutense, Madrid. Recuperado el 13 de Octubre del 2017, de

http://www.tuciudadcolonial.do/aplicacion/attachments/article/26/Capacidad_carga.pdf

McKinsey&Company. (2017). *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations*. (Travel, Transport & Logistics). World Travel & Tourism Council.

Milano, C. (2017). *Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales* (pp. 5–6). Barcelona: Grupo de Investigación Interdisciplinaria GRIT - OSTELEA. Recuperado el 15 de Octubre del 2017, de http://www.aept.org/archivos/files/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf

Richards, G. (2001). *El desarrollo del turismo cultural en Europa* (Estudios turísticos No. 155) (pp. 3–13). Madrid: Instituto de Estudios Turísticos. Recuperado el 18 de Noviembre, del 2017, de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-150-2001-pag3-13-87318.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (1997). *Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. Lo que todo gestor turístico debe saber*. Madrid: OMT.

Pozcka, C. (1997). Berlín: Reunificación urbana. Una ciudad símbolo. *Urbanismo: Revista Oficial Del Colegio de Arquitectos de Madrid*, 32. Recuperado el 4 de Noviembre del 2017 <https://www.coam.org/media/Default%20Files/fundacion/biblioteca/revista-urbanismo/docs-2/revista-urbanismo-n32-pag52-61.pdf>

Subirós, J. (1999). *Barcelona: Estrategias Culturales y Renovación Urbanística*. Barcelona: Aula Barcelona. Recuperado el 10 de Octubre del 2017, de http://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/7492/dyo7_54.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Van del Werf, J., Zweerink, K., van Teeffelen, J., & Laven, J. (2016). History of the city, street and plinth. In H. Karssenbergh, *The City at Eye Level*. Amsterdam. Recuperado el 23 de Noviembre del 2017 https://thecityateyelevel.files.wordpress.com/2016/02/ebook_the-city-at-eye-level_english.pdf

Datos de contacto

Jessica Alcalde Garcia
jessica.alcalde.garcia@gmail.com

Núria Guitart Casalderrey
nuguica@telefonica.net

Anna Pitarch Mach
annapitarchmach@gmail.com

Óscar Vallvé Fernández
oscar.vallve.fe@gmail.com