

# ¿Overtourism en la ciudad de Granada?: una aproximación a la percepción de turistas, residentes y partidos políticos locales

FRANCISCO ANTONIO NAVARRO VALVERDE<sup>1</sup> | ALBERTO CAPOTE LAMA<sup>2</sup>

Recibido: 22/02/2020 | Aceptado: 29/06/2020 | Publicado: 07/10/2020

## Resumen

La ciudad de Granada es una de las más visitadas del interior de la península, conociendo un proceso de turistificación que se ha acentuado en la última década. Sus atractivos culturales y monumentales son los principales motivos de llegada. Además incluso, muchos de estos turistas finalmente fijan su lugar de residencia en la ciudad dando lugar a un proceso de gentrificación. Con este trabajo se persiguen varios fines. A través de un estudio cualitativo gracias a dos modelos de preguntas y a una serie de indicadores perceptuales clave, se analiza la opinión de los turistas y residentes locales sobre el destino y sobre el sector, es decir, sus percepciones psicológica y social, respectivamente. Por otra parte, también se considera el posicionamiento de los partidos políticos ante el sector y su problemática. ¿Existe entre la población local turismofilia o turismofobia?, ¿los turistas se encuentran satisfechos con la experiencia turística en el destino, o lo encuentran masificado?, ¿los partidos políticos consideran que existe un sobredimensionamiento de la actividad? En líneas generales, aunque se aprecia el inicio de una serie de problemas y conflictos relacionados con el sector (sensación de masificación entre los turistas y residentes, pisos turísticos ilegales, dificultad de poder visitar los principales monumentos, ruido, inseguridad y delincuencia, pérdida de estilos de vida locales, ...), tanto turistas como residentes no perciben que la actividad sea negativa, sino al contrario. Estos atisbos iniciales pueden ser atribuidos también a una carencia de una adecuada gestión y planificación turística.

---

Palabras clave: overtourism; turismofobia; impactos del turismo; gentrificación; Granada.

---

## Abstract

*Over tourism in the city of Granada?: an analysis of the perception of tourists, residents and local political parties*

The city of Granada has become one of the most visited cities in inland Spain, with tourism booming over the last decade. Tourists are attracted to both its culture and its many historic monuments and edifices. Many tourists eventually decide actually to settle in the city, and this has led to the process of gentrification in certain areas. Utilizing two questionnaires and other perceptual indicators, the opinion of both tourists and residents about Granada is herein analysed, with particular regard to psychological and social factors. Also, the impact on political parties affected by this influx is studied. Does the local population of Granada view tourism with welcoming arms or with mistrust and concern? Are tourists satisfied with their experience in the town, or do they find it overcrowded with too many tourists? Do the local political parties concur that there is a

---

1. Universidad de Granada. [favalver@ugr.es](mailto:favalver@ugr.es)

2. Universidad de Granada. [alama@ugr.es](mailto:alama@ugr.es)

problem with over tourism? Some problems and conflicts are noted: both tourists and locals feeling that there is overcrowding, illegal use of tourist rental flats, difficulty visiting local attractions due to long lines and overcrowding, excess noise, crime, and a loss of a feeling of local culture and lifestyle for residents. Both tourists and residents want the best experience, but proper tourism management and planning is essential for this process to move forward.

---

Keywords: over tourism; tourism phobia; tourism impacts; gentrification; Granada

---

## 1. Introducción

Las ciudades europeas con atractivos culturales y monumentales, caso de Granada, están asistiendo en la actualidad, sobre todo en la última década, a un crecimiento exponencial en sus cifras de llegadas de turistas y excursionistas. Proceso que en algunas de ellas está dando lugar a estados de saturación turística, lo que ha pasado a denominarse *overtourism*, llegándose a situaciones de percepción negativa hacia la actividad, de “malestar urbano”, de disconformidad o de rechazo, de *turismofobia*, por parte de la población local hacia estos visitantes. Generalmente por los cambios en la vida cotidiana y la relectura del espacio público que se ha venido produciendo. Unido a ello, ese proceso de turistificación está dando lugar a procesos de expulsión de población de los centros urbanos e históricos, contribuyendo y/o siendo el origen de fenómenos de gentrificación y de elitización en ellos, y de segregación y segmentación social y funcional. Este proceso ha trascendido los ámbitos y foros académicos, y se ha trasladado también a movimientos sociales, medios de comunicación, partidos políticos y gobiernos locales.

En nuestro caso, ¿qué está sucediendo en la ciudad de Granada?, ¿cuál es la percepción por parte de los turistas y de los residentes?, ¿se está asistiendo a un proceso de *overtourism*, y al mismo tiempo, al abandono de la población local de los barrios históricos y su sustitución por nuevos residentes y nuevas funciones turísticas? Cabe recordar que la capital granadina es uno de los destinos urbanos con mayor presión turística, la cual mide la relación del número de turistas con la cantidad de habitantes que residen. En este trabajo se persiguen como principales objetivos, por un lado, conocer la percepción de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, en relación a la calidad y autenticidad de su experiencia turística en Granada. Por otro lado, analizar también la propia percepción de la población local en uno de los barrios más frecuentados por el turismo, el Albayzín: ¿cómo valoran el desarrollo del turismo en sus calles, en su barrio? ¿Se aprecian ya signos de hartazgo o de la denominada *turismofobia* entre los vecinos? En tercer lugar, se trata de hacer un balance del tipo de respuesta que los principales partidos políticos en la ciudad han manejado en sus propuestas. Si bien el caso de Granada no ha sido tan notorio como el de otros grandes núcleos urbanos como Sevilla, Madrid o, sobre todo, Barcelona, es cierto que desde hace pocos años se vislumbran algunos signos críticos por parte de la ciudadanía sobre el desarrollo reciente del turismo, problemática que los principales políticos no alcanzan a dar con una respuesta adecuada para su gestión.

A continuación, tras una revisión del estado de la cuestión, una presentación del área de estudio, la ciudad de Granada, y de las herramientas de análisis empleadas, se estudia las percepciones desde los vecinos, turistas y partidos políticos locales de la actividad turística; continuando con la comparación de nuestro caso y nuestro estudio, con el de otras ciudades y autores, respectivamente, y terminando con una serie de conclusiones y reflexiones finales.

## 2. Estado de la cuestión

En la década de los 90 del siglo pasado Urry (1990) apuntaba que el post-turismo buscaba la autenticidad de los destinos, pero superficialmente, no como una auténtica experiencia turística, sino como una diversión más a ser jugada, siendo ello otro componente de la experiencia turística post-moderna. Se podría añadir que este elemento esencial contribuiría significativamente al surgimiento posterior de los fenómenos de turistificación, gentrificación turística y *overtourism* en los centros históricos. En esos años también, Troitiño (1995 y 1998) profundizó en las relaciones entre turismo y patrimonio en las ciudades históricas españolas. Por su parte, Calle (2002) abordó las situaciones de turistificación en determinados sectores de Granada y Toledo.

Pero no es hasta los últimos años, y concretamente hasta 2018, cuando la Organización Mundial de Turismo define el *overtourism*. Lo conceptualiza como “el impacto del turismo en un destino, o en parte de éste, que se percibe que influye excesivamente y negativamente en la calidad de vida de los ciudadanos, y/o en la calidad de la experiencia de los visitantes” (WTO, 2018, 4). En este monográfico también especifica que la congestión del turismo no se debe únicamente al número de visitantes, sino también a la capacidad para gestionarlos; que esta cantidad también se ve agravada por la estacionalidad; por el excesivo impacto negativo de los visitantes; por la concentración en determinados espacios; que esa congestión no es únicamente un problema turístico, sino que trasciende a esta actividad; y por último, que las soluciones tecnológicas o inteligentes, son importantes, pero solo ellas no resuelven el problema de la congestión turística. Goodwin (2017, 1), por su parte, define este fenómeno como el que “describe destinos donde los residentes o los huéspedes, locales o visitantes, sienten que existen demasiados visitantes, y que la calidad de vida en el área o la calidad de la experiencia turística se han deteriorado inaceptablemente. (...). A menudo, tanto visitantes como huéspedes sufren el deterioro progresivo y se rebelan contra éste”. Milano (2017) lo define como un conjunto de prácticas de turismo masivo insostenibles. Es decir, la actividad queda fuera de control por parte de las autoridades administrativas: “no hay un diagnóstico preciso de la dimensión del problema, ni actividades inspectoras o de control suficientes y sistemáticas; no hay estudios que empleen indicadores de la transformación del tejido social y empresarial (...); y no hay una colaboración efectiva entre Administraciones para dar respuesta conjunta al problema” (Ruano de la Fuente, 2019, 31). Entre los autores que han abordado el tema del *overtourism* en centros urbanos hay que señalar a Colomb y Novy (2016); Koens et al. (2018); López et al. (2019), para el caso de Santiago de Compostela, y que resaltan el carácter espacial y temporal de este fenómeno; Peeters et al. (2018); Milano (2017) para los casos de Barcelona y Venecia; y la propia WTO (2018).

Como síntomas de esta sobrecarga turística son dignos de mencionar: la percepción de saturación en las calles y aceras, con una dificultad creciente para la movilidad; la pérdida de servicios y comercios para los residentes debido a la progresiva especialización turística; un acceso a la vivienda cada vez más problemático; y una gentrificación y pérdida de identidad (López et al., 2019).

Redundando en su problematización y búsqueda de solución efectiva, García-Hernández et al. (2019) exponen la necesidad de ir más allá de soluciones “inteligentes” a los problemas de saturación turística, ya que únicamente y aisladamente, con medidas de este tipo no se soluciona el problema, sino que deben incluir también procesos participativos y de gobernanza, además de que este tipo de alternativas aún no están maduras. Subrayan como medidas e inteligentes: la dispersión de los turistas en la ciudad y alrededores; la dispersión temporal de los visitantes;

la creación de nuevos lugares turísticos e itinerarios; la regulación de las actividades turísticas; la creación de experiencias que beneficien tanto a turistas como a residentes; un mejor uso de las infraestructuras urbanas; y el seguimiento y respuesta a la evolución de la actividad turística mediante el uso de *big data*.

Un fenómeno muy ligado por tanto al *overtourism*, es el de la *turismofobia*, la cual se desarrolla en la fase de antagonismo del ciclo de vida de los destinos turísticos. Ese rechazo de la población anfitriona hacia la actividad constituye también una temática de reciente estudio, y ha sido tratada por autores como Almeida-García et al. (2019), Álvarez-Sousa (2018); Blanco-Romero et al., 2019; Escudero (2019), para el caso de Toledo; González-Pérez (2019), para el caso de Palma de Mallorca; Huete y Mantecón (2018); Milano (2018); Séraphin et al. (2018); Yazdi y Khanalizadeh (2017); y Zerva et al. (2019), entre otros. Todos ellos coinciden en presentarlo como una determinada oposición social hacia la actividad turística y una actitud crítica frente a su gestión. Por su parte, también, llegan a matizar el término y lo asocian a percepciones de *urban-philia* (Blanco-Romero et al., 2019). Almeida-García et al. (2019) exponen en detalle las causas principales de este rechazo: el incremento de los precios de la propiedad, la privatización de espacios públicos, un descenso en el poder adquisitivo de los residentes, empleo precario en el sector turístico, la pérdida de negocios tradicionales frente a otros orientados a clientela foránea y la “gourmetización” de restaurantes y tiendas de alimentación, un desequilibrio entre el número de residentes y visitantes, impactos ambientales debidos al ruido -el propio que generan los trolleys con la llegada y marcha de turistas-, y un incremento en la oferta de alojamiento vía plataformas online, entre otros. Por su parte, González-Pérez (2019) menciona, como motivos principales, la especulación y aumento de los precios inmobiliarios, los desalojos, el incremento del número de hoteles y de apartamentos turísticos, y la transformación simbólica y comercial de la ciudad.

En cuanto a la *gentrificación turística*, se deriva del crecimiento de la funcionalidad turística de los barrios centrales e históricos de las ciudades, que da lugar a desplazamientos de población con menor poder adquisitivo (Ardura et al., 2019). El primero en hablar de este fenómeno, de una forma genérica, fue Smith (1996, 2012) para el casco histórico de Edimburgo o del barrio de Harlem en Nueva York. Incluso para el caso de Granada afirma que en los callejones adyacentes a la Alhambra la gentrificación avanza en una tenue afinidad con el turismo. Para este autor, la *gentrificación turística* es una forma bien representativa de la “tercera fase” de la gentrificación, que ya no se restringe a determinados países sino que es un proceso global y generalizado, muy conectado a los circuitos del capital y de la cultura global, y en el que el Estado juega un papel determinante. También lo estudia Gotham (2005) para el caso de Nueva Orleans, observando un desplazamiento de la población originaria debido a la proliferación de lugares de entretenimiento y turísticos. Es decir, el desplazamiento de los vecinos de menos ingresos, la desposesión simbólica y el extrañamiento respecto a espacios que devienen en mercancía turística, la expulsión del comercio de proximidad, siendo sustituida la población residente por una no-población. Por su parte, Wachsmuth y Weisler (2018) apuntan que los alquileres de estancias cortas facilitan la gentrificación, dando lugar a saltos en la renta en los barrios culturalmente e internacionalmente reconocidos.

Janoschka (2018), en lo referente al caso español, considera que para abordar los cambios radicales de los procesos de gentrificación en las ciudades españolas es necesario destacar en primer lugar la importancia del turismo, relacionado con tres fenómenos: la expansión hotelera; la demanda residencial internacional de personas en búsqueda de una calidad de vida mejor; y el impacto por la masificación de los pisos turísticos con la proliferación de plataformas como Airbnb.

En el caso de Sevilla, Díaz y Jover (2019 y 2020) apuntan que gentrificación y turistificación internacional son fenómenos muy ligados y complementarios, y que son empleados como estrategia y práctica urbana para revalorizar los bienes inmuebles y generar plusvalía, aunque al mismo tiempo, serían fenómenos dialécticos, ya que persiguen fines urbanos y funcionales distintos. Como efectos, generan una pérdida para los residentes de la vida cotidiana en el centro histórico, y son alienados de sus espacios locales, incluso haciendo la ciudad “no auténtica” también para residentes.

Algunos autores hablan incluso de la conversión en “parques temáticos” de los centros urbanos e históricos (Cócola, 2011), de la creación de paisajes y escenas urbanas donde predominan los elementos turísticos. Este monocultivo turístico da lugar a una degradación del paisaje urbano, a la creación de nuevos paisajes de la globalización, pero en su dimensión más banal, estética y deteriorada (Calle, 2019).

Por tanto, en la evolución de un destino, hay que considerar la afluencia de turistas, teniendo presente el modelo de ciclo de vida de un destino turístico de Butler (1980), concretamente en sus etapas de madurez y declive, y consecuentemente también, la capacidad de carga de éste. De hecho, Doxey (1975) detecta cinco fases o niveles en la percepción del turismo por parte de la población local: euforia, apatía, molestia, antagonismo y rendición.

Dentro de todo este proceso también es necesario estudiar el papel de la planificación urbana, incluso un poco más allá, si el desarrollo turístico ha sido controlado o no por la acción política local (Petreuska & Collins-Kreiner, 2019). De hecho, como matizan determinados autores, no es la planificación, sino la actuación política, la que interviene en el problema, teniendo la racionalidad técnica del decisor un papel muy secundario en el diseño de acciones y la oportunidad política se convierte en el elemento clave para afrontar el problema. Como afirman Velasco et al. (2019, 3), “la decisión que finalmente adopta el gobierno de la ciudad es el resultado de un proceso político del que forma parte la negociación con y entre actores portadores de intereses concretos, más que del resultado de un análisis técnico-racional del problema”. Ahora bien, en estos procesos políticos, muchas veces los vecinos se ven marginados por la falta de una cultura participativa y de representatividad social (Ruano de la Fuente et al., 2019).

Entre las actuaciones que se plantean ante estos fenómenos están: por supuesto, el de limitar la actividad y el número de turistas (Misrahi, 2017; y Donaire et al., 2019); la returistificación o incluso el decrecimiento turístico; la diversificación y dispersión espacial y temporal; hacer el destino más inteligente; nuevas estrategias de marketing, comercialización y productos complementarios (Calle y García, 2016); y el control, legislación y gravamen especial de estos pisos turísticos (Horn y Merante, 2017). Y por su parte, para afrontar la gentrificación turística, “debe prestarse atención a los niveles de renta y precios de alquiler, junto con la accesibilidad al centro histórico en las normativas que persigan contener los impactos del alquiler vacacional en los barrios residenciales con una población más vulnerable” (Ardura et al., 2019, 36).

### 3. Metodología y área de estudio

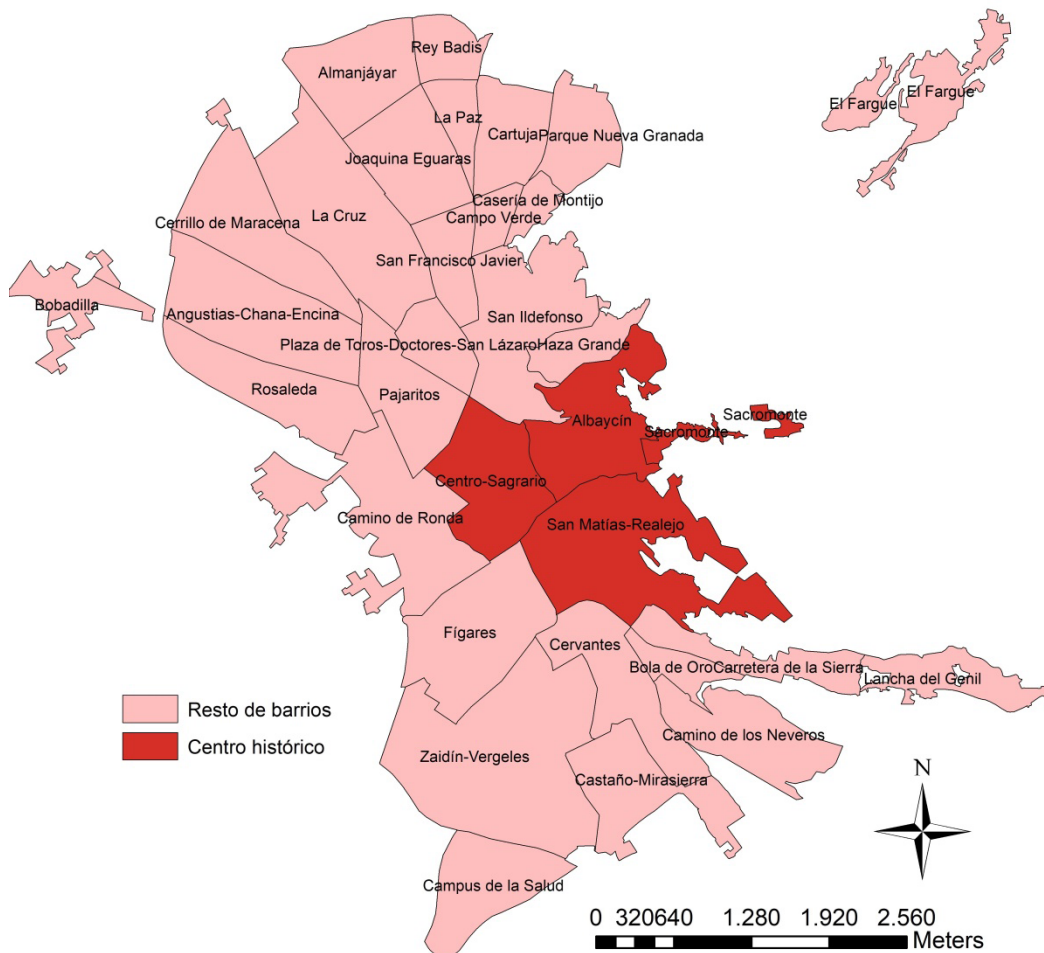
#### 3.1. Área de estudio

Granada es una de las ciudades más turísticas del interior peninsular. Situada en el extremo suroeste, tiene en torno a 232.462 habitantes (INE, Padrón municipal de habitantes, 2019), con una



tendencia hacia el estancamiento o al leve crecimiento. La ciudad es un importante foco de atracción turística y cada año experimenta un incremento en el número de visitas. Los atractivos de la ciudad están ligados a su patrimonio cultural, y al poseer también una importante Universidad con dimensión internacional. La zona turística por excelencia en la ciudad de Granada coincide con el centro histórico, concretamente la zona medieval y renacentista: barrios de Albaicín, Sacromonte, Centro-Sagrario y San Matías-Realejo. Este es el ámbito de estudio del trabajo (Figura 1). Es la zona donde se encuentran los principales atractivos y monumentos de la ciudad, estando entre los más emblemáticos y representativos: Alhambra-Generalife-Palacio de Carlos V, entramado urbano de Albaicín, Catedral-Capilla Real, y Cuevas del Sacromonte, entre otros; además de la mayor cantidad de oferta hotelera y de restauración (bares, restaurantes y cafeterías). Ello lo hace poseer una elevada presión turística. De hecho, atendiendo a TourMIS (<http://www.tourmis.info>), donde se relacionan las pernoctaciones en alojamientos comerciales y población residente, en 2017 para el caso de la ciudad nazarí teníamos una elevada asociación de ambas (14 pernoctaciones por residente), siendo únicamente superada por Palma de Mallorca (21 pernoctaciones por residente) y Santiago de Compostela (15). En este crecimiento y relevancia turística han tenido especial protagonismo las aerolíneas de bajo coste; una imagen turística consolidada en mercados externos; la proliferación de viviendas de uso turístico; y el crecimiento en los años recientes de la oferta y planta hotelera.

Figura 1. Ámbito de estudio. Centro histórico de Granada



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Elaboración propia.

En los últimos años están surgiendo voces críticas ante este incremento de la llegada de turistas, entre las que destacan asociaciones vecinales, miembros de la comunidad universitaria y gran cantidad de ciudadanos a nivel particular. Esta preocupación por la inserción del turismo en la ciudad de Granada se ha puesto de manifiesto en las propuestas de los partidos políticos, como se verá más adelante, en la posible introducción de una tasa turística en la ciudad, además de la regulación y control de las viviendas de uso turístico.

### 3.2. Herramienta de análisis

La herramienta de análisis es básicamente cualitativa, con la finalidad de detectar opiniones y percepciones sobre el impacto del turismo en Granada. Se basa en la aplicación de un modelo compuesto de preguntas tanto abiertas como cerradas a dos perfiles de interlocutores: turistas y población residente en el barrio del Albaicín. Se trata de un estudio de carácter exploratorio sobre las percepciones hacia la actividad turística a partir de un doble modelo de preguntas; de un lado, dirigido a la población local del barrio del Albaicín y, por otro, a una muestra de turistas. Por tanto, se persigue obtener unas primeras impresiones en ambos sentidos sobre el *overtourism* en el barrio más turístico de Granada.

Durante el mes de abril de 2019 se llevaron a cabo 106 entrevistas a turistas y 88 a residentes locales, buscando una participación equilibrada, en el barrio del Albaicín e Granada, en concreto, en torno al Mirador de San Nicolás, en horario de tarde en día laborable, tratando de evitar la superior afluencia de turistas en días festivos y fines de semana. En cuanto al modo de realización, se llevó a cabo un muestreo por conveniencia a través de bola de nieve. Se desarrolló por parte de los dos autores cara a cara con las personas entrevistadas durante el mes de abril de 2019. Se podía responder tanto en inglés como en castellano (Tabla 1).

Tabla 1. Ficha técnica de las entrevistas a turistas y residentes en Granada

	ENTREVISTA CUALITATIVA CON GUIÓN
Tamaño de la muestra	194 entrevistas
Lugar de realización	Ciudad de Granada, barrio del Albaicín
Fecha de realización	Abril 2019

Elaboración propia.

El guión de las preguntas se basa en la medición de la percepción y opinión sobre la actividad turística, desde dos perspectivas, psicológica y experiencial (turistas) y social (comunidad local). A tal fin, ambos diseños de preguntas, para residentes y para turistas, poseen un apartado común donde ante una serie de efectos, productos y servicios ofrecidos en el destino, el entrevistado expone su opinión y percepción, donde residentes y turistas tienen que ponderar su respuesta, des-acuerdo vs. acuerdo, en cinco niveles de percepción. Es decir, se propone a los entrevistados una serie de ítems que pueden ser agrupados en dos bloques: efectos positivos del desarrollo turístico y en la comunidad y efectos perjudiciales.

En primer lugar, para la elaboración del diseño de preguntas para la población residente se tuvo como referente el modelo elaborado por la Organización Mundial del Turismo (2005), mostrado en su publicación *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*; concebido éste para que proporcione información sobre las actitudes e inquietudes de la comunidad con respec-

to a cuestiones fundamentales asociadas con el turismo. Las preguntas se formulan como afirmaciones con las que el entrevistado puede estar en acuerdo o en desacuerdo, con una escala de cinco grados. Las preguntas se refieren a los beneficios obtenidos o derivados del turismo (para sí o para la comunidad; de orden económico, social o cultural; para la conservación de las tradiciones, etc.), a los cambios en las condiciones socioeconómicas (precios, acceso a los recursos, valores tradicionales, etc.), a los cambios en las condiciones ambientales (mejora o degradación), a la interacción con los turistas, etc. Se incorporan también otra serie de preguntas para la población residente, cuatro en total; dos de ellas cerradas, opinión sobre el turismo en su comunidad y si desearía más o menos actividad turística en su comunidad en el futuro; además de otras dos abiertas, donde se concretara por su parte, por un lado, la mayor inquietud con respecto al turismo en su comunidad, y por otro, qué se podría hacer para mejorar el turismo en su comunidad (Tabla 2).

Tabla 2. Diseño de preguntas para los residentes

Preguntas	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Neutral	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
A) El turismo es beneficioso para mi comunidad					
B) A mí, personalmente, el turismo me beneficia					
C) En mi comunidad el turismo tiene los siguientes efectos: - Crea trabajo para los residentes locales - Da empleo a los jóvenes de la localidad - Provoca el aumento de los precios de los artículos - Contribuye a que la comunidad obtenga servicios - Aumenta la tasa de delincuencia - Menoscaba las normas morales - Perturba el desarrollo de las actividades locales - Daña el medio ambiente - Impide el acceso de los residentes locales diversos lugares (parques, senderos, ...) - Estimula la artesanía y la cultura locales - La comunidad consigue controlar el turismo - El dinero que genera el turismo queda en la comunidad - Los residentes locales tienen fácil acceso a las zonas utilizadas por los turistas, etc.					
En general ¿cuál es su opinión sobre el turismo en su comunidad? Muy insatisfactoria (1)- Insatisfactoria (2)- Satisfactoria (3)-Buena (4) – Excelente (5)					
¿Desearía usted más o menos actividad turística en su comunidad en el futuro? Mucha menos (1)- Menos (2)- La misma (3)- Más (4)- Mucha más (5)					
¿Cuál es su mayor inquietud con respecto al turismo en su comunidad?					
¿Qué se podría hacer para mejorar el turismo en su comunidad?					

Fuente: OMT, 2005, 533.

En segundo lugar, para la elaboración del documento de preguntas para los turistas, se parte también de la mencionada publicación de la Organización Mundial del Turismo (2005), tratando de cuantificar y esclarecer los elementos que conforman la satisfacción del viajero. Se han seleccio-



nado los que se han considerado más relevantes y adaptados al destino urbano de Granada, para que no resultara demasiado arduo para los turistas su cumplimentación y respuesta. También se incluyó una pregunta abierta sobre otra serie de actividades y expectativas que finalmente no encontró en el destino (Tabla 3).

Tabla 3. Diseño de preguntas para los turistas

Responda a las afirmaciones que se presentan a continuación, según proceda	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Neutral	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
- Mi experiencia en destino fue positiva					
- A mi juicio, la ciudad de Granada estaba limpia					
- Granada me permitió vivir experiencias muy variadas					
- La ciudad estaba abarrotada					
- Tuve una buena experiencia de inmersión en la cultura local					
- Los sitios de interés cultural estaban bien conservados					
- El acceso a los sitios de interés cultural era fácil					
- Tuve la ocasión de saborear la cocina local					
- Los servicios eran de calidad					
- Me molestó el ruido					
- Me molestó la basura en los lugares públicos					
- El paisaje en Granada era variado e interesante					
- Me sentí protegido y seguro durante mi visita					
- La relación calidad-precio fue buena					
- Recomendaría Granada a mis amigos					
- Volvería de nuevo a Granada					
¿Hubo actividades que usted esperaba encontrar y realizar en Granada y que no encontró?					

Fuente: OMT, 2005, 530.

La información fue procesada usando el software estadístico SPSS versión 23, utilizando como indicadores: media, moda, mediana y frecuencias absolutas y relativas.

Por último, hemos incluido las propuestas existentes en los programas de los diferentes partidos políticos, estudiando sus puntos de vista en relación al sector turístico, si consideran que se padece un *overtourism* en la ciudad o no, y sus estrategias para afrontarlo. Se han analizado los programas electorales de las principales fuerzas políticas y que obtuvieron representación municipal que participaron en las elecciones municipales de mayo de 2019. El debate turístico se traslada también a la ideología política, y desempeña un papel relevante en la percepción del *overtourism* por parte de los residentes granadinos (López et al., 2019).

## 4. Resultados

### 4.1. La percepción social de los vecinos del Albayzín

En la Tabla 4 se puede apreciar la estimación media a las respuestas relativas a los efectos positivos del desarrollo turístico en la ciudad. Como se puede apreciar, la media indica que en casi todos los ítems la posición más común se acercaría a estar de acuerdo con las aportaciones del

turismo en la ciudad, aunque no de manera rotunda. No obstante, en la primera pregunta, que englobaría al resto, el acuerdo sí es mucho más nítido: el turismo es beneficioso en la comunidad. De hecho, el 64% de las personas entrevistadas ha afirmado estar muy de acuerdo. Si a ellos les añadimos los que están de acuerdo, estamos hablando de tres de cada cuatro.

¿Qué es lo que más se valora? Lo que más la creación de empleo: para la población local en general (43% afirma estar muy de acuerdo, más 32,1% simplemente de acuerdo) y para el sector de la juventud en particular (en torno a dos de cada tres está al menos de acuerdo). En las otras preguntas las respuestas están más repartidas, aunque en casi todos los casos al menos la mitad de la muestra está al menos de acuerdo.

No obstante, pese a esta valoración general positiva, menos de la mitad ha respondido estar de acuerdo con la afirmación de que la población local tiene un control de la actividad turística o, dicho de otro modo, tiene capacidad de maniobra para intervenir. De hecho, uno de cada cuatro está muy en desacuerdo con la afirmación, a lo que si sumamos los que están en desacuerdo el porcentaje sube hasta un 46%.

Tabla 4. Opinión de la población sobre los efectos positivos de la actividad turística en la ciudad.  
Valoración media de la escala de valores

PREGUNTA	Media
1) El turismo es beneficioso en mi comunidad	4,28
2) A mí, personalmente, el turismo me beneficia	3,57
3) Crea trabajo para los residentes locales	3,92
4) Da empleo a los jóvenes de la localidad	3,64
5) Contribuye a que en el barrio haya servicios	3,25
6) Estimula la artesanía y cultura locales	3,85
7) La comunidad consigue controlar el turismo	2,89
8) El dinero que genera el turismo permanece en la comunidad	3,32
9) Los residentes locales tienen fácil acceso a las zonas utilizada por los turistas	3,50

Elaboración propia (n=88).

En lo que respecta a la percepción de la población local sobre posibles efectos perjudiciales del turismo en el barrio, tres de ellos obtienen un resultado medio relativamente alto: el aumento de los precios en la comunidad, posible aumento de la delincuencia y la inaccesibilidad en determinados lugares. Así, la mitad de los entrevistados considera que el turismo ha hecho aumentar los precios en la ciudad, cerca de la mitad señala el aumento de la peligrosidad y poco más de la mitad señala las limitaciones para acceder a determinadas zonas. Los efectos sobre el medio ambiente o posibles problemas con interlocutores no parecen ser cuestiones que se sopesen claramente (Tabla 5).

Ahora bien, las preguntas abiertas arrojan algo más de luz a este bloque. A la pregunta sobre las mayores inquietudes sobre el desarrollo del turismo, algunas respuestas inciden en lo expresado en el párrafo anterior: la inseguridad ciudadana tanto para turistas como para los locales, la suciedad en determinadas fechas (principalmente los fines de semana), etc. Pero al mismo tiempo se subrayan otros: la masificación y que ocurra como en otros destinos más mediáticos como

Barcelona, el aumento progresivo de la vivienda turística, los problemas que ocasionan el turismo de borrachera y la pérdida del estilo de vida del barrio. No obstante, también se percibe una inquietud sobre las medidas que se puedan tomar para paliar estos efectos y que se traduzcan en una reducción drástica de la actividad turística.

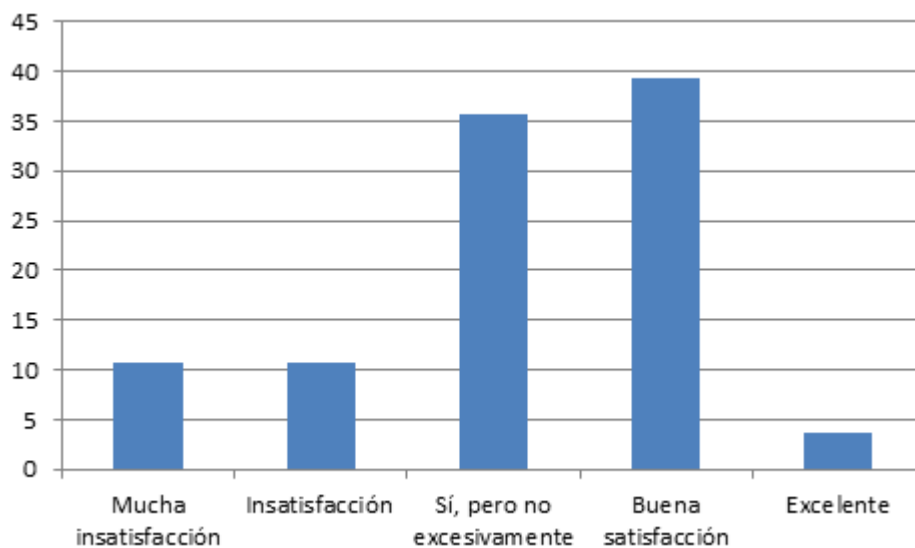
Tabla 5. Opinión de la población sobre los efectos negativos de la actividad turística: valoración media de la escala de valores.

AFIRMACIONES	Media
Provoca un aumento de los precios en el barrio	3,21
Aumenta el nivel de delincuencia	3,32
Menoscaba las normas morales	2,92
Perturba el desarrollo de las actividades locales	2,85
Daña el medio ambiente	2,71
Impide el acceso de la población local a partes del barrio	3,28

Elaboración propia (n=88).

Las dos últimas preguntas nos sirven como conclusión de este bloque. En cuanto a la primera, referente al nivel de satisfacción general de los vecinos (Gráfico 1), claramente el turismo es considerado como una actividad necesaria y positiva para el barrio: cerca de la mitad así lo considera. No obstante hay que destacar que uno de cada cinco no lo está, y uno de cada tres no da una respuesta de satisfacción del todo rotunda. Cabe preguntarse pues, si bien no como en otros destinos turísticos emblemáticos de España, en Granada sí empieza a apreciarse tímidamente una preocupación por el devenir reciente del turismo en sus barrios más conocidos.

Gráfico 1. Nivel de satisfacción de la población local con la actividad turística

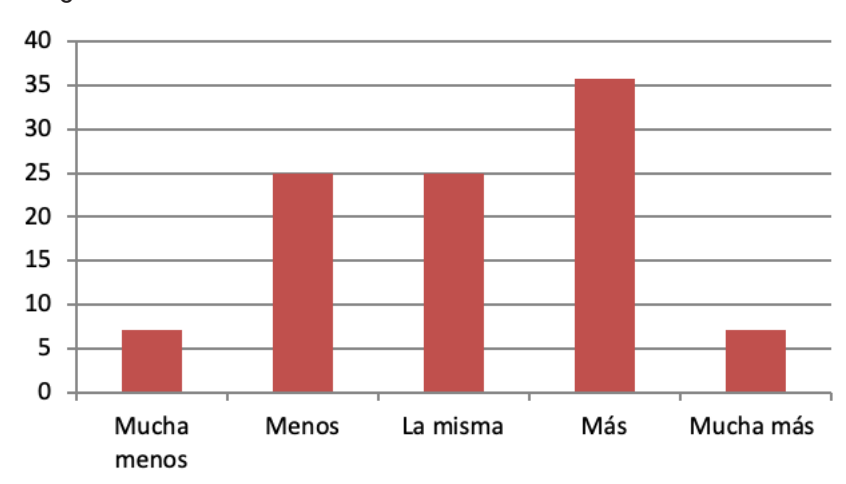


Elaboración propia (n=88).

La segunda aborda el futuro del turismo en la comunidad: ¿debería desarrollarse más aumentando la acogida, seguir la tendencia actual o disminuir por estar ya de por sí masificado? La respuesta más numerosa es la que expresa un deseo de que aumente, aunque de manera moderada:

así lo han manifestado aproximadamente uno de cada tres. Pero, por otro lado, también uno de cada tres ha afirmado su interés en que disminuya. Por último, uno de cada cuatro responde que permanezca igual. En resumen, podemos afirmar que se trata de un tema controvertido que divide a los vecinos del barrio. De nuevo las preguntas abiertas aportan más matices a esta primera conclusión. A la pregunta qué se podría hacer para mejorar el turismo en la comunidad, una buena parte de las respuestas van orientadas hacia un exceso de turistificación: crear horarios para las visitas para no afectar a la vida cotidiana de los residentes, el control de la plataformas de alquileres turísticos y delimitar su uso, establecer un cupo de turistas, mejorar la calidad de los turistas, fomentar el turismo de calidad que deje beneficios a la población local y no a las grandes compañías, controlar el turismo en las zonas más transitadas como los miradores, etc.

Gráfico 2. ¿Desearía usted más o menos actividad turística en el barrio en el futuro?



Elaboración propia (n=88).

#### 4.2. La percepción de los turistas

De lo respondido por los entrevistados se puede afirmar que, en líneas generales, las expectativas y la satisfacción de los turistas han sido cumplidas, además con una valoración alta (Tabla 6). En efecto, en la mayor parte de las respuestas se muestra un nivel alto de satisfacción y de cumplimiento de las expectativas, localizadas siempre entre los valores situados entre “De acuerdo” y “Muy de acuerdo”: “Granada me permitió vivir experiencias muy variadas” (4,5), “tuve una experiencia de inmersión en la cultura local” (4,2), “los sitios de interés cultural estaban bien conservados” (4,5), “tuve la oportunidad de saborear la cocina local”, (4,2), “los servicios eran de calidad” (4,2), “el paisaje era variado e interesante” (4,6), “la relación calidad-precio fue buena” (4,5), trasladándose ello también a cuestiones tan significativas como el interés por volver de nuevo a visitar Granada (4,8), o recomendar la ciudad a alguna amistad (4,8). Es decir, comparten una satisfactoria inmersión social, seguridad, degustación de la gastronomía local, de los servicios turísticos, del nivel de precios, y de la variedad de actividades. Así, por ejemplo, en la primera afirmación, “mi experiencia en destino fue positiva”, los turistas manifiestan estar “muy de acuerdo” (5), reflejado tanto en la moda (5) como en ligera menor medida, en la media aritmética (4,6), ubicada entre “muy de acuerdo” y “de acuerdo”. Incluso la desviación típica en esta afirmación, como en las otras mencionadas, es muy reducida (0,6).

Esa respuesta no es tan uniforme en otras cuestiones, aunque se puede apreciar que con cierta excepcionalidad en estas últimas. En la afirmación “me sentí protegido durante mi visita”, con

una valoración también alta (4,5) aparecen algunas voces discordantes, cosa que se ve reflejada en una mayor desviación típica (0,9). Respecto a la afirmación “la ciudad estaba abarrotada”, en su valoración, se manifiesta una relativa masificación de la actividad, del número de turistas en la ciudad, siendo la media de 3,8 (entre “de acuerdo” y “neutral”). Es decir, por regla general, casi se comparte ese hecho por parte de los turistas. Así, la moda es de 5 “muy de acuerdo”, aunque la desviación típica es alta (1,1). Cabe puntualizar también una cierta afinidad y “sentimiento confortable” hacia esa sobrepresencia de turistas, ya que apenas se aprecia ningún otro tipo de rechazo en otras afirmaciones y en la respuesta abierta final. Como afirma Calle (2019, 26), “los visitantes entienden que cierto barullo forma parte de una ciudad viva y la propia presencia de otros turistas genera sensación de seguridad al viajero menos experimentado”.

Esos inicios y atisbos de percepción negativa por parte de los turistas también se aprecian en la posición ante la afirmación “el acceso a los sitios de interés cultural era fácil”. Obteniendo una media de “3,9”, entre “neutro” y “de acuerdo”, y una desviación típica elevada (1,0), apunta, y como se apreciará posteriormente en la pregunta abierta, un cierto colapso y disconformidad en la visita a los principales monumentos de la ciudad, principalmente la Alhambra. En otras afirmaciones también se asiste a cierta división de opiniones y cierto malestar: “a mi juicio, Granada estaba limpia” (3,9), entre “neutral” y “de acuerdo”; “me molestó la basura en los lugares públicos” (2,7), entre “en desacuerdo” y “neutral”, con una mayor división entre opiniones mostrada tanto en la moda (1 y 3) como en la alta desviación típica (1,5); y “me molestó el ruido”, con una respuesta de 2,7 de media, entre “Neutral” y en “Desacuerdo”, pero también con una alta división de opiniones evidenciada en la alta desviación típica (1,5).

Tabla 6. Percepción de los turistas sobre el destino. Valoración media de la escala de valores

AFIRMACIONES	Media
1) Mi experiencia en destino fue positiva	4,64
2) A mi juicio, Granada estaba limpia	3,92
3) Granada me permitió vivir experiencias muy variadas	4,45
4) La ciudad estaba abarrotada	3,77
5) Tuve una experiencia de inmersión en la cultura local	4,19
6) Los sitios de interés cultural estaban bien conservados	4,53
7) El acceso a los sitios de interés cultural era fácil	3,91
8) Tuve la oportunidad de saborear la cocina local	4,19
9) Los servicios eran de calidad	4,21
10) Me molestó el ruido	2,70
11) Me molestó la basura en los lugares públicos	2,74
12) El paisaje era variado e interesante	4,55
13) Me sentí protegido durante mi visita	4,47
14) La relación calidad-precio fue buena	4,47
15) Recomendaría Granada a mis amigos	4,80
16) Volvería de nuevo a Granada	4,77

1 Muy en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 3 Neutral, 4 De acuerdo, 5 Muy de acuerdo. Elaboración propia (n=106).

En relación a la pregunta abierta sobre las expectativas y actividades que finalmente no encontró el turista en el destino, la mayor parte respondía de forma contraria: “se cumplieron las expectativas” ó “no, que las había cumplido todas y estaba satisfecho con la visita (91 veces, 85,8%). De



forma aclaratoria, algunos de ellos manifestaron que “tenía ya las visitas y actividades programadas previamente” (3, 2,8%) o no señalaban nada (7, 6,6%). De forma minoritaria, se resaltaron cuestiones relativas a la dificultad de acceder a los monumentos más importantes de la ciudad, principalmente con la Alhambra, por inexistencia de entradas: “no disponibilidad de entradas a la Alhambra” (7, 6,6%), “disponibilidad de tickets diarios para la Alhambra” (1, 0,9%), “visitas a la Catedral” (1); y también, a la dificultad de encontrar puntos de información turística: “oficina de información turística” (2, 1,9%).

### 4.3. Las posturas ante el sector turístico por parte de la clase política

Como señalan Velasco et al. (2019), la oportunidad política es el elemento clave a la hora de planificar y ordenar el turismo, quedando la racionalidad del técnico en un papel muy secundario en el diseño de acciones. Además, y en nuestro caso, la escasa presencia e importancia de la planificación turística estratégica elaborada para la ciudad de Granada es suplantada por la filosofía y las propuestas de cada partido político, que luego las trasladarán a determinadas medidas y actuaciones en su correspondiente mandato municipal.

Así, los partidos políticos muestran distintas propuestas y posturas en su propaganda ante el hipotético *overtourism*, variando éstas en función de su signo político. Mientras que la mayor parte plantean la regulación de la actividad turística, siendo predominante los que abogan por el control de los pisos y viviendas turísticas (PP, Ciudadanos, PSOE y Podemos-IU-Adelante), otros adoptan una postura más permisiva y de fomento de la actividad. Es decir, se aprecian claramente las posturas más liberales de “dejar hacer” a la actividad, y su fomento, siendo caso evidente VOX, y en menor medida PP, Ciudadanos y PSOE. Ello frente a otros que se postulan en contra de la turistificación y gentrificación, trasladando las propuestas de las comunidades vecinales, como son el caso de Podemos-IU-Adelante y PSOE. Es decir, los distintos partidos políticos, en su mayoría perciben que se está iniciando un problema de exceso de turismo, en sus etapas iniciales, siendo reflejado sobre todo por los vecinos de determinados barrios (Albaicín y Sacromonte), y por la alta proliferación de viviendas turísticas. En la Tabla 7 se pueden apreciar con más detalle las propuestas más destacadas de los principales partidos.

Tabla 7. Propuestas de los principales partidos políticos hacia el turismo en las últimas elecciones locales de 2019

Podemos-IU-Adelante	PSOE	Ciudadanos	PP	VOX
Recoger en las políticas públicas el Decálogo propuesto por los colectivos vecinales del Albaicín y Sacromonte. Reivindicar la creación en Andalucía de una Tasa Turística y diversificar la oferta turística de la ciudad. Aplicar medidas para poner coto a los pisos turísticos.	Se apuesta por la calidad más que por la cantidad, por lo que plantea un paquete contra la turistificación y gentrificación. Frenar la proliferación de viviendas turísticas en Albaicín y Realejo y seguir promocionando la ciudad fuera de las fronteras. Apostar por dos sectores importantes para diversificar el mercado: gay friendly y el turismo científico gracias a la potencia de Granada Ciudad de la Ciencia.	Apuestan por un turismo de excelencia con servicios de calidad, aprovechando la llegada del AVE y el potencial patrimonial y cultural. Potenciar al Palacio de Congresos, revitalizar el aeropuerto, proteger a los guías contra la intrusión y trabajar para evitar la competencia desleal de los pisos turísticos.	Aumentar las pernoctaciones acabando con el turismo exprés y ofertar actividades de primer nivel, como un espectáculo nocturno de luz y sonido en la Alhambra. Control de los pisos turísticos ilegales, mejora de la accesibilidad en Albaicín y Alhambra a través de accesos mecánicos. Proyecciones en las fachadas de edificios históricos mediante técnicas de video mapping. Remodelación del Palacio de Congresos	Potenciará la pernoctación en Granada ofreciendo la gastronomía, cultura y el flamenco como referente tradicional. Ayudas a pymes en hostelería y bajada de tasas e impuestos de basura y de agua.

Fuente: propaganda de cada partido político. Elaboración propia.

## 5. Discusión

Si se entiende el *overtourism* como la sensación de visitantes y huéspedes hacia la presencia de demasiados turistas, y que ocasiona pérdida de calidad de vida y de la experiencia turística (Goodwin, 2017), en el caso de Granada, atendiendo a las respuestas de los entrevistados, de residentes y turistas, no se encontraría tal problemática. Ahora bien, sí aparecen algunos signos de declive, varios síntomas del “síndrome de Venecia”, algunos atisbos de madurez y saturación, pero que más bien muestran una falta de planificación y gestión turística que exceso de actividad, o al menos de ambos al mismo tiempo, pero en sus fases iniciales. Como se señala por parte de la WTO (2018), la congestión turística no está relacionada únicamente con el número de visitantes, sino también con la capacidad de gestionarlo, con la necesidad de una gestión sostenible del destino, como ya pronosticaban Colomb y Novy, 2016; Koenset et al., 2018; o Milano, 2017, entre otros.

Como se aprecia en otros trabajos de la misma temática, como en el caso de Almeida et al. (2019) para el caso de Málaga, de Donaire et al. (2019) para el caso de Barcelona o de López et al. (2019) en Santiago de Compostela, lo que es denominado turismo-fobia responde más a una crítica al modelo de gestión y planificación turística (Petreuska et al., 2019), que a una postura contraria a la propia actividad, o a la excesiva presencia de visitantes; a un sentimiento “romántico” y de protesta ante la pérdida de lo identitario y de los estilos de vida cotidianos de barrio, de defender el “derecho a la ciudad”. En definitiva, de urba-filia, más que a turismo-fobia, como también se muestra en otros trabajos (Blanco-Romero et al., 2019). Ello parece corroborarse también en Granada.

Además, el turismo en sí no es el problema manifestado, sino otra serie de efectos derivados de éste (gentrificación y marcha de población más vulnerable, aparición de alquileres turísticos ilegales, delincuencia, subida de precios, ruido, desaparición de comercios tradicionales y aparición de la *gourmetización* turística,...), como también se muestra para el caso de Madrid por Ruano de la Fuente et al. (2019) o para el caso de Barcelona por Fresnillo (2018).

Por otra parte, no existe un diagnóstico preciso sobre la problemática, un análisis técnico-racional del problema (Velasco et al., 2019), sobre su dimensión, por lo que las propuestas mostradas por los partidos políticos responden de forma parcial a las necesidades reales en el sector, como se ha mostrado también en el caso de Madrid por Ruano de la Fuente et al. (2019).

Por último, como afirma Calle (2019), las tendencias actuales tienden a observar la actividad en términos negativos. Este planteamiento, presente en medios de comunicación, movimientos sociales, residentes, e incluso en partidos políticos, tal y como se ha mostrado también para el caso de Granada, muchas veces se exagera el fenómeno, se aprecia desde una óptica errónea, o al menos, inadecuada y sin matices.

## 6. Conclusiones

Granada, una de las ciudades más turísticas de Andalucía e incluso de España, ha vivido en el último decenio un incremento sustancial en la llegada de turistas, así como nuevas pautas turísticas como en lo referente al alojamiento (el fenómeno *airbnb*) y la diversificación de los perfiles del turista que no siempre busca visitar el patrimonio histórico sino también conocer la vida tradicional de la ciudad y por tanto, visitar espacios hasta hace poco ajenos al turismo. Aunque no ha tenido el impacto social, mediático y político como otras ciudades del Estado (el caso más

conocido el de Barcelona), el estudio exploratorio realizado en la capital granadina y en concreto en parte de su centro histórico, revela que el *overtourism* y la denominada y a menudo malinterpretada turismofobia está siendo cada vez más visible en la ciudad aunque aún lejos de otros destinos turísticos masificados.

En lo que se refiere a la percepción de los turistas, en líneas generales es satisfactoria, o incluso, muy satisfactoria, apareciendo algunos menores signos de saturación en algunas cuestiones relativas a la gestión de las visitas a los monumentos principales, información turística, ruidos, masificación, limpieza. Como se ha señalado previamente, una adecuada y sostenible planificación y gestión turística, puede reducir considerablemente estos iniciales puntos de vista negativos hacia el destino.

Estas observaciones son compartidas por la propia percepción de la población local que se encuentra residiendo en el barrio del Albayzín. El apoyo a la actividad turística es indudable, tanto para el conjunto de la ciudad como para el barrio en concreto: la generación de empleo, la dinamización de sus calles, cierto orgullo de lugar de origen, etc. han quedado patentes tanto en las respuestas a la escala de valores como en las preguntas abiertas. Dicho esto, aunque sin llegar a la alarma social, también aparecen signos evidentes de cierta preocupación en relación al desarrollo reciente. Por ejemplo, las dificultades para la población local a la hora de acceder a determinados lugares que conforman su espacio de vida. Ello se traduce en una valoración general del turismo positiva, pero un tanto mesurada y en que sólo uno de cada tres preferiría seguir trabajando para favorecer un aumento de turistas. En este sentido, las respuestas aparecen en cierta medida bastante repartidas entre los que limitarían el número de llegadas, los que apostarían por seguir con la dimensión actual y los que, como hemos dicho, buscarían fórmulas para atraer más.

Entroncando con esta última cuestión, está el debate político a escala local. Si bien podemos partir de un acuerdo bastante generalizado en los principales partidos en reconocer que la gestión turística actual demanda nuevas respuestas, ese acuerdo no se reproduce ni a la hora de considerarlo una cuestión crucial en la ciudad ni en las medidas que se deberían adoptar. Estas irían entre un mayor control, focalizado casi exclusivamente en la intervención sobre las viviendas turísticas, hasta un mayor liberalismo a la hora de tratarlo, aunque sin proponer medidas alternativas. En lo que respecta a su futuro, la apuesta de algunos partidos reside en la diversificación de perfiles turísticos apostando por un turismo de calidad (turismo científico, gay friendly, etc.), gestionar la tasa turística o basarlo particularmente en la mejora de los transportes o de las infraestructuras existentes. Otras líneas debieran considerarse también, como una mayor gobernanza en la gestión, con la participación vecinal en los procesos de toma de decisiones en materia turística, además de incluir experiencias comunes que beneficien y mezclen a turistas y residentes.

La ciudad de Granada se debate entre la euforia y la molestia hacia el turismo por parte de los vecinos; entre la madurez y el declive del destino; entre la satisfacción y la decepción por parte de los turistas; predominando en mayor medida las percepciones de euforia y satisfacción. Una adecuada gestión turística por la clase política local puede contribuir a mantener estas buenas sensaciones hacia la actividad.

## 7. Bibliografía

- Almeida García, F., Cortés-Macías, R. y Balbuena-Vázquez, A. (2019). Tourism-phobia in historic centres: the case of Málaga. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2823, 1-32. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2823>
- Álvarez-Sousa, A. (2018). The Problems of Tourist Sustainability in Cultural Cities: Socio-Political Perceptions and Interests Management. *Sustainability*, 10(2), 503. <https://doi.org/10.3390/su10020503>
- Ardura Urquiaga, A., Lorente-Riverola, I., Mohino, I. y Ruiz Sánchez, J. (2019). “No estamos tan mal como Barcelona”: análisis de la proliferación y regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2828, 1-47. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2828>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M. y Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders’ perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2834, 1-30. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2834>
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer. Le Géographe Canadien*, 24, 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Calle Vaquero, M. de la (2002). *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.
- Calle Vaquero, M. de la (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>
- Calle Vaquero, M. y García Hernández, M. (2016). Políticas turísticas en ciudades históricas españolas. Génesis, evolución y situación actual. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (3), 691-704.
- Cócola Gant, A. (2011). El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático. *Scripta Nova*, 15. <https://doi.org/10.1344/sn2011.15.3393>
- Colomb, C., & Novy, J. (2016). *Protest and resistance in the tourist city*. London: Routledge.
- Díaz, I. y Jover, J. (2019). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 1-16, <https://doi.org/10.1177%2F0042098019857585>
- Díaz, I. y Jover, J. (2020). Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504>
- Donaire Benito, J.A., Zerva, K., Palov i Rubio, S. y Blanco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1-26. <https://doi.org/10.21138/bage.2835>
- Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism. Presented at the 6th Annual Conference of the Travel Research Association.
- Escudero Gómez, L. A. (2019). Residents’ Opinions and Perceptions of Tourism Development in the Historic City of Toledo, Spain. *Sustainability*, 11, 3854. <http://dx.doi.org/10.3390/su11143854>
- Fresnillo, I. (2018). La transformació del comerç de proximitat als barris. *Revista Papers*, 60, 140-150.
- García-Hernández, M., Ivars-Baidal, J. y Mendoza de Miguel, S. (2019). Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2830, 1-38. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2830>
- González-Pérez, J.M. (2019). The dispute over tourist cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *Tourism Geographies*, 22, 1 DOI: 10.1080/14616688.2019.1586986
- Goodwin, H. (2017). Seasonality, Cruises and Overtourism: Coping with Success <https://news.wtm.com/seasonality-cruises-and-overtourism-coping-with-success/>
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans’ Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099–1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- Horn, K. & Merante, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, 38, 14-24.
- Huete, R. y Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9–19.
- Janoschka (2018). Gentrificación en España reloaded. *Revista Papers*, 60, 24-33.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>

- López, L., Pazos Otón, M. y Piñeiro Antelo, M<sup>a</sup> (2019). ¿Existe overtourism en Santiago de Compostela? Contribuciones para un debate ya iniciado. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2825, 1-48. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2825>
- Milano, C. (2017). Overtourism y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16(3), 551-564. [http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318_01.pdf)
- Misrahi, T. (2017). Wish you weren't here: What can we do about over-tourism? *World Economic Forum Weekly Update*, 19 September. <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/what-can-we-do-aboutovertourism/>
- Organización Mundial del Turismo (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., ... & Postma, A. (2018). Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL\\_STU\(2018\)629184\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf)
- Petreuska, B. & Collins-Kreiner, N. (2019). From a town to an attraction: the transformation of Ohcid, North Macedonia. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2808, 1-30. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2808>
- Ruano de la Fuente, J.M., Iglesias Jiménez, E. y Polo Villar, C. (2019). El Madrid vivido: los problemas urbanos desde la perspectiva de la ciudadanía en el contexto del turismo de masas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2826, 1-38. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2826>
- Séraphin, H., Yallop, A., Căpățină, A., Gowreesunkar, G. B. (2018a). Heritage in tourism organisations' branding strategy: The case of a post-colonial, post-conflict and post-disaster destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 89-105. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2017-0057>
- Smith, N. (2012)[1996]. *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Troitiño Vinuesa, M. A. (1995). El turismo en las ciudades históricas. *Polígonos*, 5, 49-65. <http://dx.doi.org/10.18002/pol.v0i5>
- Troitiño Vinuesa, M.A. (1998). Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas. *Ería*, 47, 211-227. <https://doi.org/10.17811/er.0.1998.211-227>
- Urry, J. (1990). The «consumption» of tourism. *Sociology*, 24(1), 23-35.
- Velasco González, M., Herrero López, R. y López Sánchez, E. (2019). El orden del caos: la decisión del gobierno ante el problema del impacto del turismo en el centro urbano de Madrid. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2832, 1-42. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2832>
- Wachsmuth, D. & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*. 50(6), 1147-1170. <http://dx.doi.org/10.1177/0308518X18778038>
- World Tourism Organization (2018). «Overtourism»? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. Madrid: UNWTO. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/9789284499999>
- Yazdi, S. K. & Khanalizadeh, B. (2017). Tourism demand: A panel data approach. *Current Issues in Tourism*, 20(8), 787-800. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.117077>
- Zerva, K., Palou, S., Blasco, D., y Donaire, J.A. (2019). Tourism-philía versus Tourism-phobia: Residents and Destination Management Organization's Publicly Expressed Tourism Perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*, 21(2), 306-329.



## Sobre los autores

### FRANCISCO ANTONIO NAVARRO VALVERDE

Profesor en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Granada, donde se doctoró en 2007. Imparte docencia en la mencionada universidad en el Grado de Turismo, Máster Análisis y Gestión del Territorio, Máster de Historia y Máster de Secundaria. Líneas de atención preferentes en su labor investigadora: planificación y gestión del turismo, análisis de políticas públicas que inciden en los territorios rurales. Forma parte del Grupo de Investigación HUM 355 Dinámicas socio-espaciales y ordenación del territorio en Andalucía. Alguna publicación reciente: Cejudo, E. and Navarro, F. (2020). Neoendogenous development in european rural areas. Results and lessons. Springer Edit. 304 p.

### ALBERTO CAPOTE

Profesor en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Granada, donde se doctoró en 2011. Imparte docencia en la mencionada universidad en dos Grados: Geografía y Gestión del territorio y Antropología Social y Cultural. Líneas de investigación: migraciones internacionales y geografía de la población. Algunas publicaciones recientes: Capote, A. e Iarrera, S., (2020). Menores no acompañados en un espacio de transición: el caso de Milazzo (Sicilia), *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 40(1); Pérez, A., Fernández, B. y Capote, A. (2020), Virtual communities in intra-European mobilities as mechanisms of integration and social exclusion: the new Spanish migration in Europe (capítulo de libro), en Moxon, D. Șerban, A. M., Potočnik, D., Pasic, L., Connolly, N, Stefan, V., (ed.), Strasbourg, Council of Europe.