

1. Introducció

2. Turisme i Gentrificació. Cap a una aproximació relacional

3. Disputant la ciutat en moviment. Apunts des de Barcelona

3.1. Anoratges: intensitat i renda diferencial de l'ús turístic

3.2. Pràctiques encarnades: hegemonia en movimentReferències bibliogràfiques

3.3. Multiplicitats: interdependències i exclusions

4. Reflexions finals

Referències bibliogràfiques

TURISME I GENTRIFICACIÓ. APUNTS DES DE BARCELONA

1. Introducció

Barcelona ha esdevingut una ciutat turística en molt pocs anys (López-Palomeque, 2015). Amb un creixement continu del nombre de turistes des de principis dels anys noranta, Barcelona ha passat d'acollir un milió i escaig de turistes el 1990 als prop de disset milions actuals (Ajuntament de Barcelona, 2017a). L'aposta política per posicionar-se com una destinació urbana; l'augment de la capacitat de viatgers de l'aeroport i el port; l'increment continuat i la diversificació de l'oferta d'allotjaments turístics; o l'especialització de zones centrals en l'anomenada 'economia del visitant'; ha reestructurat profundament la ciutat de Barcelona. Avui no es pot entendre Barcelona sense tenir en compte la capacitat transformadora de les activitats turístiques. Alhora, les activitats turístiques emergeixen a través de la construcció —material i simbòlica— de la ciutat. Una interrelació que es fa especialment palesa avui, però que ha estat present al llarg de la construcció històrica de Barcelona (Palou Rubio, 2012) essent una de les pedres angulars del projecte urbà pre i postolímpic (Vila Fradera, 1992; Degen, 2004).

El turisme a Barcelona és avui font de conflicte i controvèrsia (Fava i Palou Rubio, 2016; Russo i Scarnatto, 2017). Durant molts anys el turisme fou considerat exclusivament com un dels factors d'èxit de la reconversió postindustrial de la ciutat per la seva capacitat multiplicadora de processos socioeconòmics i generadora de riquesa i ocupació, especialment en temps de crisi. Tanmateix, a mitjans dels 2000 van començar a aflorar veus crítiques des dels moviments veïnals qüestionant el relat triomfalista i alertant dels efectes negatius associats a l'increment constant de visitats i a les transformacions urbanes derivades, sobretot a Ciutat Vella. Lluny de ser un trasbals conjuntural o específic d'una determinada àrea de la ciutat, el malestar social atribuït al turisme ha incrementat exponencialment en els darrers anys fins el punt de ser considerat el problema més greu de la ciutat durant el primer semestre del 2017, amb un 20% del total de les respostes espontànies per part dels residents (Ajuntament de Barcelona, 2017b). Si bé inicialment les protestes giraven al voltant de la pèrdua de la identitat del lloc, la banalització del paisatge o els problemes de convivència;

avui el turisme és considerat per una part important de l'opinió pública un fenomen que posa en joc el dret a la ciutat. La denúncia per les males condicions laborals del sector, la contaminació ambiental dels creuers o la opacitat de les institucions vinculades al turisme són alguns dels problemes que han estat posats sobre la taula per diversos moviments veïnals, socials i ecologistes fins al punt de reclamar el decreixement turístic (ABTS, 2017). És precisament en aquest context que ha emergit el debat públic al voltant de la *gentrificació turística* denunciant l'expulsió veïnal —especialment pel que fa a l'augment dels preus dels lloguers—, la substitució del teixit comercial o la massificació de l'espai públic com a qüestions centrals. Val a dir que aquestes crítiques i moviments de protesta al voltant dels efectes negatius del turisme no són exclusives de Barcelona sinó que posen en evidència problemàtiques comunes a moltes altres ciutats del món (Colomb i Novy, 2016).

A fi de contribuir en el debat públic al voltant de la relació entre el turisme i la gentrificació, aquest article té com a objectiu analitzar la relació entre el turisme i la gentrificació a través del cas de Barcelona. Per una banda, obrint el focus de la de gentrificació per incorporar elements, processos i dinàmiques diferencials vinculades directament o indirecta al turisme. Per altra banda, construint un marc relacional que permeti copsar la interdependència de l'entramat complex de relacions heterogènies que componen la ciutat i, alhora, permeti minimitzar l'ús de conceptes com el de turistificació, sovint emprat com a facilitador del relat però que simplifica les responsabilitats distribuïdes i desdibuixa les possibles propostes d'actuació. Després de presentar el marc analític en la primera part de l'article, s'aprofundeix en el cas de Barcelona per concloure amb unes reflexions finals.

2. Turisme i Gentrificació. Cap a una aproximació relacional

En les darrers dècades, el turisme ha esdevingut un fenomen global i tot apunta que ho continuarà essent en el futur. Avui es compten mil milions de desplaçaments turístics amb una previsió de creixement del 3% anual fins arribar als mil vuit-cents desplaçaments el 2030. En aquest context cal destacar que les ciutats són les principals receptores d'aquest increment del turisme al món (OMT, 2012). Si bé aquest augment del nombre

turistes té un impacte enorme en la vida de les ciutats, específicament en els seus centres històrics i funcionals, el vincle entre la gentrificació i el turisme en la literatura acadèmica és relativament recent i encara molt incipient. Les obres seminals que han construït el cos teòric al voltant de la gentrificació no han considerat el turisme com a factor determinant sinó més aviat una seqüela de la transformació dels centres urbans. De la mateixa manera, els estudis de turisme han parat molt poca atenció als possibles efectes de l'activitat turística com a detonant dels processos de gentrificació a la ciutat. Ha estat en els darrers anys, acompanyant el debat públic, que ha augmentat l'interès per abordar aquesta relació explícita en la literatura acadèmica internacional (Gotham, 2005; Herrera et al. 2007; Fuller i Michael, 2014; Gravari-Barbas i Guinand, 2017; Novy, 2017 o Còcola-Gant, 2018 entre altres), també incipients en el context espanyol i llatinoamericà (Vives Miró, 2011; Hiernaux i González, 2014; Janoschka et al.; 2014; Còcola-Gant, 2016 entre altres).

Una de les primeres propostes acadèmiques que va conjugar l'economia política urbana i els efectes del turisme fou *The Tourist City* de Fainstein i Judd (1999). Aquesta obra posa en evidència la importància del turisme com a força primària en la determinació de la forma urbana contemporània i que provoca la substitució dels residents de classe treballadora per visitants amb major poder adquisitiu. La interrelació dels tres elements de l'anomenada "ecologia del turisme urbà" —el turista, la indústria turística i les pròpies ciutats— posa en evidència com el rol del turisme en l'especialització de les ciutats comporta riscos per a la població resident. Una de les metàfores més eloqüents d'aquesta primera aproximació al procés de transformació de la ciutat a través del turisme queda reflectida en allò que Dennis Judd (1999) anomena *bombolles turístiques* [tourist bubbles]: enclavaments construïts exclusivament per satisfer el gaudi i la mirada del turista que segreguen l'espai turístic de la resta de la ciutat. Aquests espais ben delimitats són resultat de processos de renovació material però també re-significats simbòlicament a través de la reducció i la simplificació de les imatges presents i la reconstrucció desproblematitzada del seu passat; una crítica compartida també en els estudis de gentrificació (Zukin, 1991), així com en l'esdevenir turístic dels centres històrics de les ciutats (Jansen-Verbeke, 1998). Tanmateix, aquesta concepció *enclàvica* de la ciutat turística —espais definits, discrets, clarament identificables— ha quedat relegada a contextos molt concrets i ha estat substituïda per una concepció de la realitat molt més complexa on es posa en evidència la interrelació del turisme amb els processos urbans. Tal i com apunten Ashworth i Page (2011) "són molt poques les ciutats que s'han construït específicament respondre a una demanda exclusivament turística. [...] La ciutat turística no és necessàriament una entitat espacial que els visitants puguin fàcilment reconèixer sinó un *patchwork* d'experiències de consum disperses espacialment i sovint agrupades en districtes". En definitiva, turistes i residents comparteixen els mateixos espais i fan ús dels mateixos equi-

paments de la ciutat. Bellini i Pasquinelli (2017) reforcen aquesta idea al afirmar que "el turisme està interrelacionat amb altres realitats socioeconòmiques urbanes perquè comparteixen espai, experiències i recursos".

A partir de l'anàlisi del Vieux Carré de Nova Orleans, Kevin Fox Gotham defineix la *gentrificació turística* com "la transformació d'un barri de classes mitjanes cap a un enclavament relativament opulent i exclusiu marcat per la proliferació de llocs d'entreteniment corporatiu i turístics" (2005). L'autor descriu molt clarament la confluència d'interessos entre les institucions locals, el sector immobiliari i el capital financer global amb l'objectiu de configurar la demanda turística a través del procés de regeneració urbana; detonant així processos de gentrificació. Ens trobem, doncs, davant d'un canvi d'escala clar i inequívoc del procés de gentrificació com a fenomen global, com anunciava Smith (2002). Per una banda, des de la perspectiva de la demanda, la gentrificació ja no pot entendre's com un simple canvi de preferències dels residents sinó que respon a les demandes d'un consumidor global, el turista, que no habita la ciutat de forma permanent. Per altra banda, des de la vessant explicativa de l'oferta, les transformacions urbanes no són impulsades per agents immobiliaris seguint el clàssic circuit del diferencial de *renda* [rent gap] sinó que hi intervenen agents globals no necessàriament urbans —com poden ser les grans empreses d'entreteniment i oci— facilitats pels plans i estratègies de les administracions públiques per redefinir la ciutat com a destinació mundial, corresponent a la *tercera onada* [third wave] de gentrificació descrita per Hackworth i Smith (2001). Així, el rol dels governs i l'administració pública en el lideratge dels processos de gentrificació queda molt palesa en el cas espanyol i llatinoamericà. Tal i com destaquen Janoschka et al. (2014) el turisme ja no és una seqüela de la renovació urbana sinó un fonament a través del qual l'estat dota d'instruments normatius i discursius per potenciar les polítiques neoliberals per incentivar la gentrificació.

Un altre dels aspectes claus és l'evidència que el turisme no és un fenomen extern que col·lisiona en el territori i les ciutats sinó que es produeix a través de l'espai. A partir de l'anàlisi exhaustiva del cas Balear, Ivan Murray (2015) posa en evidència la vinculació històrica entre l'augment del turisme i el procés urbanitzador del territori que, especialment en èpoques de crisi econòmica, ha estat refugi d'inversions a través del circuit secundari del capital facilitat pels successius projectes polítics i les conseqüents modificacions jurídiques. En aquest sentit, la producció de l'espai turístic, lluny de diferenciar-se dels processos urbans, respon de forma clara i amplificada als mecanismes per sortejar les crisis de sobre-acumulació a través de l'anomenada *solució espacial* [spatial fix] (Harvey, 1982; Yrigoy, 2014). Tanmateix, si bé la solució espacial històricament passava per urbanitzar sòl de bell nou, recentment hi ha hagut un viratge cap a les ciutats i en especial els seus centres. Aquest canvi de lògica respon a múltiples factors, la gran majoria coincidents amb els dels processos de gentrificació. En primer lloc, cal destacar els mecanismes d'apropiació del diferencial de renda del sòl urbà al substituir usos residencials o terciaris en allotjaments turístics o en activitats enfocades a l'economia del visi-

tant. En segon lloc, destacar que el procés generalitzat de financiarització del mercat immobiliari (Aalbers, 2009) no ha quedat al marge de l'allotjament turístic. Les grans companyies hoteleres combinen la comercialització i gestió dels serveis turístics amb la financiarització dels actius immobiliaris, que es venen a fons d'inversió a fi de vigoritzar la situació financera de la companyia, en una estratègia generalitzada coneguda com a *asset light* [alleugeriment d'actius] (Yrigoy, 2016). En tercer lloc, cal remarcar l'impacte dels canvis legals que han facilitat aquest interès per la inversió financera en sòl consolidat (Martí-Costa et al., 2014). Així doncs, es posa en evidència que és a través dels mecanismes urbanístics que el turisme es reproduïx en els centres urbans de la ciutat, mecanismes coincidents amb els emprats en els processos de gentrificació.

Una altra de les qüestions centrals per a l'anàlisi present és la connexió clara i la coincidència en l'espai-temps dels processos de gentrificació i l'emergència del turisme urbà, evidenciats per diversos autors (Fuller i Michael, 2014; Gravari-Barbas i Guinand, 2017, Novy, 2017). Tal i com apunta Còcola-Gant (2018), el turisme i la gentrificació tendeixen a existir en ambients urbans similars i són processos que es reforcen l'un a l'altre: l'arribada de nous consumidors turistes en àrees gentrificades intensifica els usos del sòl i augmenta el valor immobiliari, tan residencial com comercial, accentuant encara més l'expulsió de les classes amb menor poder adquisitiu. Així, aquesta relació interdependent ho és no només pel que fa als mecanismes de producció de la ciutat, exposats anteriorment, sinó també pel que fa al consum. En aquest sentit, Herrera et al. (2007) asseguren que "igual que el turisme, la gentrificació també promou i fomenta una expansió considerable de les possibilitats de consum a la ciutat i, en els últims anys, el públic objectiu per a la gentrificació es superposa cada cop més amb la classe mitjana que alimenta el turisme". Des de fa uns anys ha emergit una nova demanda que no només està interessada en visitar els atractius icònics que han construït la imatge de la destinació —monuments, obres artístiques o elements del paisatge urbà— sinó que desitja explorar barris i àrees *fora del traçat habitual* [off-the-beaten-track] (Maitland, 2008). El que resulta rellevant és que aquesta nova demanda troba en els barris gentrificats o en procés de gentrificació l'hàbitat perfecte on experimentar la vida *com un local* [like a local], si bé aquest local té més a veure amb una classe consumidora global que amb les singularitats de la població vernacle (Russo i Richards, 2016). Una des-diferenciació en les formes d'oci i consum fa que sigui cada vegada més difícil distingir entre turisme i altres formes de viure la ciutat, ja siguin migrants, nadius o usuaris temporals. Aquesta situació ha generat dues noves dinàmiques pel que fa als processos de gentrificació de la ciutat. Per una banda, la posada en valor dels barris com a objecte de desig i la conseqüent emergència d'activitats vinculades al lleure i l'oci en nous territoris de la ciutat —moltes vegades induïda deliberadament per la pròpia administració o ens de promoció turística a través d'estratègies de desconcentració

(Ajuntament de Barcelona, 2013)— trasllada, amplifica o intensifica els processos de gentrificació més enllà del centre històric. D'altra banda, ha provocat un canvi de concepció del propi subjecte del turista, que deixa de ser un observador passiu d'escenaris —és a dir, de realitats que li venen donades— per entendre'l com "un individu que forma part d'una categoria particular d'habitants que també produeixen la ciutat dia a dia, a través de les seves pràctiques socioespacials en un escenari que ja està ocupat per altres grups com poden ser els residents permanents i/o treballadors, entre altres, que exerceixen les seves pròpies pràctiques" (Hiernaux i González, 2014). Amb tot, les noves fronteres urbanes de la gentrificació vinculada al turisme deixen de tenir un caràcter discret pel que fa a la seva composició, impedeixen definir clarament els subjectes turístics i es fa impossible delimitar-les en un espai concret. Aquestes fronteres estan fortament distribuïdes a través de les formes diverses en que els turistes practiquen o consumeixen recursos d'un territori que és compartit per altres formes d'habitar-lo.

El reconeixement del turisme com una forma d'habitar el lloc *en moviment* ha estat una qüestió àmpliament desenvolupada a través del gir performatiu del turisme (Obrador-Pons, 2003; Bærenholdt et al., 2004) i, especialment, a través del gir de les *mobilitats* [mobilities] (Sheller i Urry, 2004; Cresswell, 2006; Hannam et al., 2006; Urry, 2007; Jensen, 2013, entre altres). El paradigma de les mobilitats es focalitza "en el rol que juga el moviment de persones, idees, objectes i informació en la vida social" (Urry, 2007). Una aproximació que ajuda a teoritzar la ciutat com un lloc de connectivitat local-global, on es reconeixen els vincles més enllà de la proximitat i es valora la quotidianitat dels espais construïts a través de connexions distants (Amin i Thrift, 2002). Així, la ciutat no ve donada d'antuvi, no és un contenidor, no és un resultat estructural i no és estàtica. La ciutat esdevé, emergeix en assemblatges heterogenis de persones, objectes, imatges, informació en *constant moviment* que són facilitades per la realitat urbana que alhora constitueixen (Jensen, 2013). En aquest context, es fa necessari transcendir la concepció sedentària de la ciutat ja que aquesta es compon també per una multitud de fluxos —persones, objectes, imatges— que la travessen però no hi resideixen ni hi tenen arrels, reforçant la concepció del *sentit global del lloc* (Massey, 1991). Així mateix, si s'assumeix que les persones i les coses estan íntimament interconnectades, la mobilitat no pot ser entesa com "una capacitat de les propietats individuals inalienables dels cossos, sinó un producte d'una multitud d'interfícies humanes i ambientals, és a dir, un producte de la geografia" (Cresswell, 2006). Mobilitats i geografies s'entrelliguen fent palès el caràcter co-constitutiú. En aquest sentit, l'anàlisi de les mobilitats no pot ser abordada "sense posar atenció als *ancoratges* [moorings] espacials, infraestructurals i institucionals que configuren i faciliten aquestes mobilitats" (Hannam et al., 2006). De la mateixa manera, el desenvolupament i les pràctiques turístiques depenen també de la configuració del lloc per part d'altres *mobilitats*, que condicionen i perfilen les possibilitats turístiques en aquest lloc (Sheller i Urry, 2004). En altres paraules, la ciutat turística existeix en tant que altres mobilitats sostenen els ancoratges i comuniquen el seu valor, fent-lo

atractius també pels visitants turistes. De la mateixa manera, el turisme també genera pràctiques, ancoratges i representacions que afecten les altres mobilitats de la ciutat.

Val a dir, però, que aquestes mobilitats no són asèptiques ni estan desproblematitzades. No són una mera conseqüència de la modernitat o la globalització sinó que són un recurs amb una accessibilitat diferenciada: les possibilitats de moure's no són les mateixes per tothom i, moltes vegades, poden resultar excloents per altres formes de moure's. Així, convé posar de manifest que les mobilitats són polítiques; és a dir, constitueixen i distribueixen poder a través de la forma de relacionar-se entre elles (Cresswell, 2010). El poder d'aquestes mobilitats no és inherent a les entitats sinó que és performatiu, és a dir, opera com un efecte relacional, emergeix a través de les pràctiques socials en moviment (Sheller i Urry, 2006). En aquest sentit, Tim Cresswell (2010) exposa com les anomenades *constel·lacions de mobilitat* —la mobilitat material, les representacions i les formes encarnades de practicar aquests moviments— negocien el lloc i els ancoratges amb altres formes de mobilitat. Sense perjudici d'incorporar altres variables com el gènere, la classe o l'ètnia, proposa analitzar la distribució del poder a través de les característiques de les mobilitats. Des d'aquesta aproximació, la gentrificació pot ser considerada com un producte de relacions heterogènies en moviment —persones, objectes, llocs, infraestructures, imatges, relats— que disputen l'espai urbà i els seus recursos amb les altres formes múltiples de viure i practicar la ciutat. Així, el turisme detona el seu poder en la disputa pels recursos urbans —ja sigui l'allotjament, els serveis o l'espai urbà— a través de les formes de practicar la ciutat en moviment. D'aquesta manera, el turisme té un rol com a instigador o intensificador dels processos de gentrificació a través de les característiques de la mobilitat així com dels ancoratges necessaris per reproduir el moviment.

3. Disputant la ciutat en moviment. Apunts des de Barcelona

En aquest darrer apartat s'analitzen algunes qüestions clau del cas de Barcelona a fi d'escatir els trets diferencials que fan que el turisme estigui en el punt de mira dels moviments socials contra la gentrificació. Abans d'entrar en profunditat, convé mencionar que aquesta proposta té com a objectiu afegir complexitat a l'anàlisi de la gentrificació incorporant elements en joc i explicant els mecanismes diferencials que alimenten els processos d'expulsió de veïns als barris a través del turisme. L'assumpte a dilucidar és de quina forma el turisme genera o intensifica els processos de gentrificació a través de les eines que ens proveeix l'aproximació relacional que s'acaba de presentar.

Convé mencionar que la literatura acadèmica que ha explorat el fenomen de la gentrificació, i en especial aquella vinculada a l'activitat turística, a Barcelona ha estat molt escassa. Els principals treballs es focalitzen en l'anàlisi dels efectes provocats pel procés de renovació urbana de barris històrics, especialment

de Ciutat Vella (Sargatal, 2000; Delgado, 2007); la substitució dels usos i activitats econòmiques (Ribera-Fumaz, 2008); o la transformació detonada per la política cultural d'equipaments i esdeveniments com a estratègia de desenvolupament i posicionament de la ciutat (Degen, 2003; Subirats i Rius, 2008). El turisme té una rellevància mínima en totes aquestes anàlisis, amb una presència inexistent o molt marginal. Només recentment el turisme ha entrat a formar part de la bateria de factors a incorporar en els estudis de gentrificació i ho ha fet en gran mesura de forma paral·lela al debat públic de la ciutat, nodrint-se mútuament.

A partir del treball de Còcola-Gant (2018) s'identifiquen fins a tres qüestions vinculades al turisme que acceleren o incentiven el procés de gentrificació a Barcelona. La primera té a veure amb la pressió —directa o indirecta— que exerceixen els allotjaments turístics en el mercat residencial. La reconversió d'edificis en establiments turístics i l'emergència i disseminació del lloguer vacacional des de fa poc més d'una dècada; ha suposat una pressió inèdita per al mercat de l'habitatge. L'allotjament turístic ha esdevingut un dels factors que han incentivat l'augment dels preus de l'habitatge i ha provocat la substitució directa de milers de llars familiars per població flotant (Còcola-Gant, 2016; Lambea Llop, 2017). La segona de les qüestions es refereix a la substitució del teixit comercial a causa de l'especialització funcional cap a la demanda turística o l'economia del visitant (Còcola-Gant, 2015; Hernández, 2016). La tercera està associada a la pressió continuada de les activitats turístiques en el territori que comporta la dificultat de reproducció quotidiana: serveis, mobilitat, activitats en l'espai urbà, etc. Cal remarcar que aquestes qüestions ha transcendit tant l'acadèmia com l'opinió pública fins al punt d'arribar a la planificació urbanística. Nogensmenys, el Pla Especial Urbanístic d'Allotjament Turístic (PEUAT) que limita les noves llicències d'hotel al centre de la ciutat i denega noves llicències d'HUT a tota la ciutat, té com a objectius específics "afavorir el dret a l'habitatge; assolir una mixtura d'usos equilibrada; preservar la qualitat de l'espai públic i minimitzar la pressió del turisme sobre aquest" (Ajuntament de Barcelona, 2017c).

Amb tot, queda palès que el turisme és un dels factors decisius en el procés de transformació de la ciutat contemporània, que accentua i intensifica processos de gentrificació i que disputa l'habitatge, l'espai urbà o els serveis a altres formes de vida permanents de Barcelona. Un cop assumit aquest axioma, el que es pretén aquí és posar de relleu sota quins mecanismes, a través de quins processos, el turisme esdevé una agència en la disputa per l'hegemonia a Barcelona. A través d'una proposta que emana del marc relacional, s'analitza el poder diferencial del turisme com a forma de mobilitat en la disputa per l'espai. Per fer-ho, s'adapta aquí la proposta metodològica d'Ole B. Jensen (2013) posant el focus en tres elements constitutius de les mobilitats i els seus efectes: els ancoratges, les pràctiques encarnades i la multiplicitat.

3.1. Ancoratges: intensitat i renda diferencial de l'ús turístic

El turisme, més enllà de les imatges promocionals, prescriptores de la destinació com a objecte virtual, es

reproduceix a través dels ancoratges fixes, immòbils, materials, que s'ubiquen a la ciutat de Barcelona. Infraestructures de transport que permeten l'accés a la ciutat i els desplaçaments interns; institucions públiques o privades —administració, empreses, consorcis— que incentiven i donen serveis a les mobilitats turístiques; o allotjaments turístics que acullen als visitants. No es vol menystenir aquí la rellevància de l'ampliació de la capacitat de viatgers de l'aeroport de Barcelona-el Prat —amb un creixement del 47,3% des de 2007 i amb un total de 47,3M de viatgers el 2017— o les inversions i el reclam de creuers del Port de Barcelona, que ha comportat un augment del nombre de creueristes de més del 53,6% en deu anys, arribant als 2,7 milions el 2017. L'augment continuat de visitants —ja sigui a través de l'augment de la capacitat de les infraestructures com de les polítiques que han incentivat l'arribada de visitants— tenen un efecte innegable en relació als processos de gentrificació. Si bé es reconeix aquí que no és l'únic factor, l'enorme volum total de visitants i pernoctacions, amb prop de cinquanta milions de pernoctacions estimades anuals (Ajuntament de Barcelona, 2017a), és determinant per a la pressió dels barris i zones més visitades, generant massa crítica i pressió per accelerar els processos de gentrificació. Tanmateix, més enllà d'una qüestió de volum, si s'analitza turisme com a forma de mobilitat, s'evidencia un altre factor molt més determinant pel que fa als efectes de la construcció i pràctica dels ancoratges: el diferencial de renda urbana que genera l'ús intensiu del territori. Quan s'analitza la forma en què el turista habita la ciutat en moviment, amb una mitjana de prop de cinc dies d'estada i amb una despesa diària estimada per allotjament de 60,7 euros/nit (Ajuntament de Barcelona, 2017d), hom pot efectivament constatar que la rendibilitat del sòl que acull activitats enfocades a atendre les demandes dels visitants és molt més elevada que la que es dirigeix a la població resident, amb una intensitat d'ús en l'espai-temps molt menor.

Focalitzant en els allotjaments turístics, aquest diferencial queda constatat per Duatis et al. (2016) a través del càlcul de rendibilitat del lloguer vacacional vers el lloguer residencial. En aquest estudi es demostra, comparant preus mitjans, que el lloguer turístic de curta durada pot arribar a ser fins a quatre vegades més rentable que el lloguer de llarga durada, sobretot en aquells barris on el lloguer és més baix. Així mateix, el diferencial de renda de l'ús turístic ha estat també el gran incentiu de la conversió d'edificis de propietat vertical amb usos residencials cap a l'ús hotel·ler, amb una rendibilitat immobiliària que dobla l'ús d'habitatge. Amb tot, el creixement de l'oferta d'allotjament turístic a la ciutat ha experimentat un creixement sense precedents. Pel que fa als hotels, des de l'any 2000 el nombre d'establiments ha crescut un 220% passant de 187 als 410 actuals, amb un total de 68.000 places. Més dràstic fou el creixement del nombre de llicències d'Habitatge d'Ús Turístic, que es multiplicà per quatre en quatre anys, passant de 2349 el 2010 a 9606 el 2014, any en què quedaren congelades a través de moratòria inicialment i de planejament posteriorment. Pel que fa a la

distribució geogràfica de l'allotjament, trobem una clara concentració en els districtes centrals de Ciutat Vella i Eixample, seguit per Sant Martí, acompanyant el desenvolupament urbanístic les zones de Diagonal Mar i 22@ a inicis del 2000.

Cal recordar, a més, que aquesta reconversió turística del parc immobiliari ha estat facilitada/induïda per canvis crucials en la legislació sectorial i urbanística espanyola i catalana (Charnock et al., 2014). Cal destacar, en primer lloc, les diverses lleis catalanes de transposició de la directiva europea de serveis (Llei 10/2011; Llei 16/2015) que modificaven la Llei pel Dret a l'Habitatge per facilitar la implantació d'activitats econòmiques —entre elles els habitatges d'ús turístic— per deixar de garantir l'ús efectiu de l'habitatge; o la modificació de la llei catalana d'Urbanisme, per dificultar la regulació preventiva d'activitats comercials que es consideren 'innòcues' —els allotjaments turístics, la restauració o les botigues de souvenirs, entre altres— afeblint instruments fins aleshores clau com els plans especials urbanístics reguladors d'activitats de pública concurrència, els plans d'usos. En segon lloc, destaca també l'aprovació de lleis estatals d'especial rellevància com són les mesures per fomentar l'apropiació de plusvàlues en sòl urbà consolidat a través de la rehabilitació i renovació dels edificis (Ley 8/2013); o a la reducció dràstica de les càrregues fiscals de les transaccions immobiliàries —i el consegüent augment de la rendibilitat— gràcies a la creació de la figura de la SOCIMI (Llei 11/2009). Cal recordar que actualment les SOCIMI —Hispania-Bay, Merlin, etc.— són, juntament amb els fons internacionals —Blackstone, KKH, Foncière des Régions, etc.— els grans actors de mobilització d'actius en el mercat inversor hotel·ler a Espanya (Irea, 2018).

Amb tot, trobem en la *solució turística* un mecanisme de refugi per al capital financer a l'assegurar el retorn de les inversions a través de les rendes derivades de l'ús turístic, un mecanisme que ha quedat especialment palès durant els anys de recessió del mercat de lloguer (Murray et al., 2017). Així doncs, el procés de substitució dels usos residencials permanents vinculats a la reproducció de la vida quotidiana per aquells que garanteixen una major rendibilitat donada la major intensitat d'ús —entre altres, els turístics— forma part del circuit capital-renta a través del qual es produeix l'espai. Dit d'una altra manera, el turisme és ja un engranatge més de la màquina de creixement de Barcelona (Russo i Scarnatto, 2017).

3.2. Pràctiques encarnades: hegemonia en moviment

El segon dels elements a tenir en compte en aquesta aproximació no sedentària del procés de gentrificació és l'agència encarnada de les pràctiques turístiques que esdevenen a l'espai urbà i la seva hegemonia en moments i llocs determinats. Sense deixar de perdre de vista el volum total de visitants com a variable clau, cal recordar de nou que s'estimen 150.000 turistes i excursionistes al dia de mitjana, que representen el 10% de la població flotant respecte la població empadronada. Una xifra gens menyspreable però que cal posar en relació amb altres mobilitats. Així, per exemple, el nombre de persones que accedeixen a Barcelona per motius perso-

nals —ni per treballar ni per estudiar— són més de 400.000 en dia feiner (IERMB, 2017).

Així doncs, de nou, el volum importa però no pot ser considerat l'únic factor explicatiu. Seguint amb l'exploració del turisme com a forma de practicar la ciutat, es plantegen fins a tres elements que ajuden a dilucidar com el turisme detona poder a través del moviment en relació amb altres pràctiques, amb els ancoratges i les representacions de la ciutat com són la capacitat de despesa en destinació, el comportament espacial o les expectatives d'aquestes pràctiques.

L'enquesta realitzada als turistes i visitants elaborada per l'Ajuntament de Barcelona (2017d) permet obtenir informació rellevant sobre algun d'aquests aspectes. Amb el risc de generalitzar un univers cada cop més heterogeni, convé apuntar que a Barcelona l'estada mitjana dels turistes a la ciutat és de 5,2 dies i que el 65% dels turistes que visiten la ciutat ho fan per motius vacacionals, vinculats al lleure i a l'oci, el 23,4% ho fan per motius professionals —negocis, congressos, etc.— i només l'11,6% es desplaça per motius personals —visita a amic o familiar, motius de salut, etc.—. Així doncs, en primer lloc cal apuntar que la gran majoria dels turistes a Barcelona hi va amb voluntat d'esbarjo, de lleure, de conèixer la ciutat. Si bé aquesta dada per si sola no emet massa informació, resulta rellevant per entendre la potència de les pràctiques turístiques quan es vincula a la despesa dels visitants a la ciutat. Avui sabem que el turista a Barcelona es gasta fins a 350 euros de mitjana durant la seva estada un cop descomptats els costos del transport d'accés i l'allotjament. D'aquests, el 45% van destinats a menjar i beure, el 24% a compres diverses; el 15% a entreteniment i cultura; l'11% a transport intern i el 5% a altres despeses. Aquest altíssim nivell de consum comparat amb el resident mitjà és el que indueix a un enfocament cap a l'economia del visitant per part dels serveis. Convé remarcar que no parlem només de serveis específics únicament adreçats a visitants —botigues de records, venda de tiquets d'espectacles o escapades, lloguer de bicicletes, etc.— sinó de la transformació de serveis de restauració o comerç que canvien l'estratègia comercial per captar al passavolant i no al client habitual.

Una altra variable per valorar els efectes de les pràctiques turístiques al territori és el seu comportament espacial. Cal posar en evidència que, malgrat que en els darrers anys s'han consolidat noves zones de lleure que han entrat en els circuits turístics —Poble Nou, El Poble Sec, la Vila de Gràcia o Sant Antoni— les zones centrals al voltant de les icones de la ciutat són encara les més visitades. Així, les Rambles continuen sent el carrer més visitat de la ciutat amb un 70% del total dels turistes que afirmen haver-hi estat, seguit del Barri Gòtic (55%), el Passeig de Gràcia (50%) o Montjuïc, el Parc Güell i la Barceloneta, amb un 33%. Aquest comportament és clau alhora d'entendre els efectes de la reiteració de l'ús turístic de la ciutat en unes zones determinades de la ciutat. Així, si bé l'afectació en el mercat residencial pot ar-

ribar a tenir un efecte bola de neu —l'expulsió dels residents del centre de la ciutat empenyen a la població cap a la perifèria en al competició pel preu—; la concentració espacial té conseqüències molt específiques. Però a més, cal pensar, de nou, no només en una qüestió de quants turistes estan al mateix lloc i a la mateixa hora sinó també quines són les característiques morfològiques de la trama urbana, quina és la forma d'accés a la zona, o quina és la motivació, què empeny als visitants a fer-ho en aquell lloc concret. D'aquesta manera, sense voler ser exhaustiu, la concentració de vianants o els grups en guiatge als carrers estrets de Ciutat Vella tenen un impacte molt elevat en la vida quotidiana dels veïns; els itineraris recurrents per accedir a Sagrada Família o Parc Güell pateixen una transformació del teixit comercial tendint al monocultiu; o com l'atractiu generat per una oferta de restauració provoca que es generin unes expectatives de consum del lloc determinades.

Per últim, cal advertir que les motivacions estan alimentades no només per l'assequibilitat i possibilitat dels ancoratges —per exemple, l'existència d'una oferta d'oci nocturn— sinó també per les representacions, imatges o marques del lloc que alimenten unes expectatives de pràctiques; una qüestió que no s'aborda aquí en profunditat però que resulta d'especial rellevància (Benach, 2016). Amb tot, l'anàlisi de la disputa per l'espai urbà entre les pràctiques turístiques i la resta de formes d'habitar la ciutat tenen molt a veure en la seva capacitat adquisitiva fruit de la temporalitat, en la fricció i el desgast que suposen patrons espacials molt marcats; i en les expectatives, que puguin generar les imatges i la comercialització del lloc com a objecte virtual en el comportament dels visitants.

3.3. Multiplicitats: interdependències i exclusions

L'últim dels elements constitutius en joc en aquest anàlisi relacional del turisme i la gentrificació és el de la multiplicitat entesa com l'existència contemporània de pràctiques i formes d'habitar en els mateixos espais de la ciutat. El turisme, com s'ha posat de manifest, no esdevé en espais específics i propis. I en el turisme urbà queda encara més palès. Quan es parla de Barcelona com a ciutat turística es fa tenint en compte l'ús turístic, els ancoratges i les representacions però en cap cas és una realitat totalitzadora, si bé sí que pot arribar a ser hegemònica en molts espais. Així doncs, el turisme com a mobilitat comparteix la ciutat amb altres formes de viure-la, generant per una banda dinàmiques d'interdependència, de complementarietat i, per altra, d'exclusió. S'han mencionat ja en aquest article alguns dels factors de dominació turística a través del diferencial de renda i de l'hegemonia de les pràctiques turístiques en moviment. En un marc de negociació i disputa constant dels recursos urbans com el que es presenta aquí, cal tenir en compte no només la força de les presències, els turistes, sinó també els motius de les absències. A continuació es desenvolupa aquest argument a través de l'anàlisi dels elements clau en el fenomen de desplaçament de població resident i l'activitat quotidiana a favor del turisme: el lloguer vacacional.

Per començar, un dels factors claus per entendre la disseminació i l'augment dels usos turístics en el mercat

residencial —a banda de les facilitats del marc legislatiu i la gran demanda vacacional ja apuntats— cal posar al centre la pèrdua de capacitat adquisitiva de la població resident la ciutat. D'aquesta manera, els residents de Barcelona han experimentat una disminució d'ingressos del 6,5% entre el 2010 i el 2015 (Ajuntament de Barcelona, 2017e) i, alhora, han vist com els preus de lloguer pel període 2010 – 2017 augmentaven el 10% a la ciutat o el 22% al districte de Ciutat Vella (Idealista, 2018). Així, l'esforç econòmic per accedir al lloguer ha augmentat considerablement. Tanmateix, seria un error atribuir aquest augment exclusivament a l'efecte de la demanda de lloguer vacacional, un fenomen molt recent, sinó que sobretot cal buscar la responsabilitat, de nou, als canvis legislatius en matèria de lloguer, concretament a través de la Llei 4/2013 de mesures de flexibilització i foment del mercat del lloguer d'habitatges. Aquesta nova llei va suposar una reducció temporal del temps de contracte de llarga durada —passant de 5 anys de contracte i 3 de pròrroga a 3 més 1—, i això va fomentar, com s'està evidenciant, un encariment del preu que, si bé és més accentuat a la ciutat central, s'està estenent arreu del territori metropolità iniciant el que moviments socials i expertes ja anuncien com una altra bombolla immobiliària. Així doncs, l'activitat turística està ocupant l'espai que la vida permanent ja no pot disputar per raons que no són directament vinculades a la presència dels visitants.

Seguint amb l'anàlisi del fenomen del lloguer vacacional a Barcelona com a pista per evidenciar la interdependència-exclusió entre el turisme i la gentrificació, és especialment rellevant el treball d'Arias-Sans i Quagliari-Domínguez (2016) que analitza l'oferta d'Airbnb a Barcelona. L'estudi mostra, en primer lloc, la forta correlació espacial de l'oferta de lloguer vacacional amb la localització de l'oferta hotelera. El lloguer vacacional, doncs, s'ubica majoritàriament en els barris centrals de la ciutat, aquells amb un ús turístic més elevat, desmuntant el discurs de la descentralització. Però, a més, evidencia que el districte amb major oferta és Ciutat Vella —2500 anuncis que representaven prop del 40% del total de l'oferta a la ciutat—, un districte amb 605 llicències d'Habitatge d'Ús Turístic congelades des de 2010. En segon lloc, mostra de nou una forta correlació amb els barris amb una taxa de mobilitat residencial més elevada, que concorda amb els barris que disposaven d'una major oferta de lloguer residencial. Així, el lloguer vacacional o de curta durada competeix —i presumptament substitueix— amb el lloguer residencial, no tant amb el mercat de compra-venda. En tercer lloc, el treball mostra com, en barris com el Raval, la població resident originària de països asiàtics i africans, majoritària en el districte amb un 50% del total; quedava totalment al marge de la comercialització, copada per població d'origen europeu no-espanyola. El vincle entre la població europea i l'atracció turística del Raval, ja sigui a través d'ancoratges com el lloguer vacacional o en les pràctiques i les imatges induïdes per la seva activitat, és la tesi central del treball de Quagliari-Domínguez i Scarnato (2017). En suma, el turisme conquesta la ciutat a través també de la relació amb altres existències, ja sigui degut

a l'afebliment de les classes populars i mitjans que no poden competir en la disputa pels recursos urbans, ja sigui alimentat per formes de practicar la ciutat múltiple que intensifiquen i amplifiquen la potència del turisme.

4. Reflexions finals

A mode de recapitulació, es pot considerar que la gentrificació i el turisme són processos globals que es construeixen a través d'un doble procés interrelacionat de producció i consum de recursos a escala planetària. Tanmateix, la capacitat transformadora del turisme en els processos de gentrificació no respon simplement a l'augment de la demanda turística sinó que és, en gran part, el resultat d'un procés més o menys deliberat de construcció material i simbòlica de la ciutat imbricat amb altres realitats de la ciutat. D'aquesta manera, tal i com s'ha apuntat, la gentrificació i el turisme urbà són fenòmens co-constitutius, això és, els barris gentrificats són objecte de desig pels turistes i alhora el turisme intensifica els processos de gentrificació. Lluny d'assumir una posició essencialista del turisme, aquest actua a través d'entramats heterogenis —cossos, objectes, imatges, discursos— que generen una negociació constant pels recursos urbans. Així, el seu poder no és inherent al fet de ser turístic sinó que es reproduïx a través de la seva forma de practicar i habitar la ciutat en moviment. És aquesta aproximació relacional el que ens permet assumir plenament el turisme com a fenomen urbà, descentrat, distribuït, plenament integrat a la condició de la ciutat, generador d'oportunitats però també, com s'ha posat aquí en evidència, de desigualtats. Unes desigualtats que no poden ser abordades des de la mirada sectorial imperant en la gestió turística; sinó que cal aborda-les a través d'instruments i polítiques urbanes redistributives per tal de garantir el dret a una ciutat que és turística i res fa pensar que no ho segueixi essent.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- AALBERS, M. (2009). Geographies of the financial crisis. *Area*, 41(1), 34-42.
- ABTS – Assembla de Barris per un Turisme Sostenible (2017). Comunicat Dia Internacional del Turisme: poc a celebrar, però celebrem algunes coses. Disponible a: <https://assembleabarris.wordpress.com/2017/09/27/comunicat-dia-internacional-del-turisme-poc-a-celebrar-pero-celebrem-algunes-coses/>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2013). *Desconcentració territorial de l'activitat turística. Plans de Turisme de Districte. Mesura de Govern*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017a). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017b). *Baròmetre Semestral de Barcelona. Evolució 2011-2017. Juny 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017c) *Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics. Memòria de l'aprovació definitiva. Gener 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Barcelona Regional

- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017d). *L'Activitat Turística a la Ciutat de Barcelona 2016*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017e). *Distribució, dispersió i desigualtat salarial a Barcelona. 2010-2015*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- AMIN, A., i THRIFT, N. (2002). *Cities: reimagining the urban*. Cambridge : Polity Press.
- ARIAS-SANS, A., i QUAGLIERI-DOMÍNGUEZ, A. (2016). Unravelling airbnb: Urban perspectives from Barcelona. A A.P. Russo i G. Richards (Eds.), *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place* (pp. 209-228). New York: Channel View Publications.
- ASHWORTH, G., i PAGE, S.J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 32(1), 1-15.
- BÆRENHOLDT, J.O., HALDRUP, M., LARSEN, J., i URRY, J. (2014). *Performing tourist places*. London: Routledge.
- BELLINI, N., i PASQUINELLI, C. (Eds.) (2016). *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. Heidelberg: Springer.
- BENACH, N. (2016). ¿Ciudades en el mapa o en la guía turística? Venta de la ciudad y sentido del lugar. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 113, 89-105.
- CHARNOCK, G., PURCELL, T.F., i RIBERA-FUMAZ, R. (2014). City of Rents: The limits to the Barcelona model of urban competitiveness. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(1), 198-217.
- CÓCOLA-GANT, A. (2015, agost). *Tourism and commercial gentrification*. Ponència presentada a RC21 International Conference on "The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life" Urbino, Italy.
- CÓCOLA-GANT, A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 1-9.
- CÓCOLA-GANT, A. (2018). Tourism gentrification. A L. Lees i M. Phillips, M. (Eds.), *Handbook of Gentrification Studies* (pp. 281-293). Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.
- COLOMB, C., i NOVY, J. (2016). Urban tourism and its discontents: an introduction. A C. Colomb i J. Novy, J. (Eds.), *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp. 1-30). London: Routledge.
- CRESSWELL, T. (2006). *On the move: Mobility in the modern western world*. London: Routledge.
- CRESSWELL, T. (2010). Towards a politics of mobility. *Environment and planning D: society and space*, 28(1), 17-31.
- DEGEN, M. (2003). Fighting for the global catwalk: formalizing public life in Castlefield (Manchester) and diluting public life in el Raval (Barcelona). *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(4), 867-880.
- DEGEN, M. (2004). Barcelona's Games: the Olympics, urban design, and global tourism. A M. Sheller i J. Urry (Eds.), *Tourism Mobilities: Places to play, places in play* (pp. 131-142). London: Routledge.
- DELGADO, M. (2007). *La ciudad mentirosa: fraude y miseria del modelo Barcelona*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- DUATIS, J., BUHIGAS, M., i CRUZ, H. (2016). *Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona. Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- FAINSTEIN, S., i JUDD, D. (Eds) (1999). *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press.
- FAVA, N., i PALOU RUBIO, S. (2016). From Barcelona: The Pearl of the Mediterranean to Bye Bye Barcelona. Urban movement and tourism management in a Mediterranean city. A N. Bellini i C. Pasquinelli (Eds.) (2016), *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 285-295). Heidelberg: Springer.
- FÜLLER, H., i MICHEL, B. (2014). 'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318.
- GOTHAM, K.F. (2005). Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099-1121.
- GRAVARI-BARBAS, M., i GUINAND, S. (Eds.) (2017). *Tourism i gentrification in the metropolis. International Perspectives*. Routledge: London.
- HACKWORTH, J., i SMITH, N. (2001). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92(4), 464-477.
- HANNAM, K., SHELLER, M., i URRY, J. (2006). Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, 1(1), 1-22.
- HARVEY, D. (1982). *The limits to capital*. Oxford: Blackwell.
- HERNÁNDEZ, A. (2014). De la botiga a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6(1), 79-99.
- HERRERA, L.M.G., SMITH, N., i VERA, M.Á.M. (2007). Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz De Tenerife. *Urban Geography*, 28(3), 276-298.
- HIERNAUX, D., i GONZÁLEZ, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- IERMB (2017). *Enquesta de mobilitat en dia feiner. 2016*. Barcelona: Autoritat del Transport Metropolità.

- IREA (2018). *Radiografía del mercado de inversión hotelera en España, 2017*. Madrid: Irea.
- JANOSCHKA, M., SEQUERA, J., i SALINAS, L. (2014). Gentrification in Spain and Latin America—A critical dialogue. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1234-1265.
- JANSEN-VERBEKE, M. (1998). Tourismification of historical cities. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 739-742.
- JENSEN, O.B. (2013). *Staging mobilities*. London: Routledge.
- JUDD, D.R. (1999). Constructing the Tourist Bubble. A D. Judd i S. Fainstein (Eds.), *The Tourist City* (pp. 35-53). New Haven: Yale University Press.
- LAMBEE Llop, N. (2017). A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *Urban Research and Practice*, 10(1), 120-129.
- LÓPEZ-PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciutat amb turisme a ciutat turística. Notes sobre un procés complex i inacabat. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3), 483-506.
- MAITLAND, R. (2008). Conviviality and everyday life: The appeal of new areas of London for visitors. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 15-25.
- MARTÍ-COSTA, M., RECIO RAJA, A., PYBUS OLIVERAS, M., ARIAS SANS, A., i SUAU-SÁNCHEZ, P. (2014). Entre l'excepcionalitat i la informalitat: apunts per a un urbanisme postbombolla. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 57, 55-62.
- MASSEY, D. (1991). A global sense of place. *Marxism Today*, 38, 24-29
- MURRAY MAS, I., YRIGÓY CADENA, I., i BLÁZQUEZ-SALOM, M. (2017). The role of crises in the production, destruction and restructuring of tourist spaces. The case of the Balearic Islands. *Investigaciones Turísticas*, 13, 1-29
- MURRAY MAS, I. (2015). *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Barcelona: Alba Sud.
- NOVY, J. (2017). 'Destination' Berlin revisited. From (new) tourism towards a pentagon of mobility and place consumption. *Tourism Geographies*, 20(3), 418-442.
- OBRADOR-PONS, P. (2003). Being-on-holiday: Tourist dwelling, bodies and place. *Tourist Studies*, 3(1), 47-66.
- ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME - OMT (2012). *Global Report on City Tourism AM Reports: Volume six*. Madrid: OMT.
- PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i de promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel-la.
- QUAGLIERI-DOMÍNGUEZ, A., i SCARNATO, A. (2017). The Barrio Chino as last frontier. A M. Gravari-Barbas i S. Guinand (Eds.) (2017), *Tourism i gentrification in the metropolis. International Perspectives* (pp. 107-134). London: Routledge.
- RIBERA-FUMAZ, R. (2008). Gentrification and retail in Ciutat Vella, Barcelona. A L. Porter, i K. Shaw (Eds.), *Whose urban renaissance? - An international comparison of urban re-generation policies* (pp. 180-190). London: Routledge.
- RUSSO, P., i RICHARDS, G. (Eds.) (2016). *Reinventing the local in tourism. Travel communities and peer-produced place experiences*. London: Channel View.
- RUSSO, A.P., i SCARNATO, A. (2017). "Barcelona in common": A new urban regime for the 21st-century tourist city?. *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455-474.
- SARGATAL, M. (2000). El estudio de la gentrificación. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 228.
- SHELLER, M., i URRY, J. (2004). *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. London: Routledge.
- SHELLER, M., i URRY, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and planning A*, 38(2), 207-226.
- SMITH, N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427-450.
- SUBIRATS, J., i RIUS, J. (2008). *Del Xino al Raval. Cultura i transformació social a la Barcelona central*. Barcelona: Editorial Hacer.
- VILA FRADERA, J. (1992). La gran aventura de los Juegos Olímpicos de 1992 y el sector turístico de Barcelona. *Estudios turísticos*, 113, 25-40.
- URRY, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity.
- VIVES MIRÓ, S. (2011). Producing a 'Successful City': Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City—The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*, 2011, 1-13.
- YRIGÓY, I. (2014). The production of tourist spaces as a spatial fix. *Tourism Geographies*, 16(4), 636-652.
- YRIGÓY, I. (2016). Financialization of hotel corporations in Spain. *Tourism Geographies*, 18(4), 399-421.
- ZUKIN, S. (1991). *Landscapes of power: from Detroit to Disneyland*. Berkeley: California University Press.