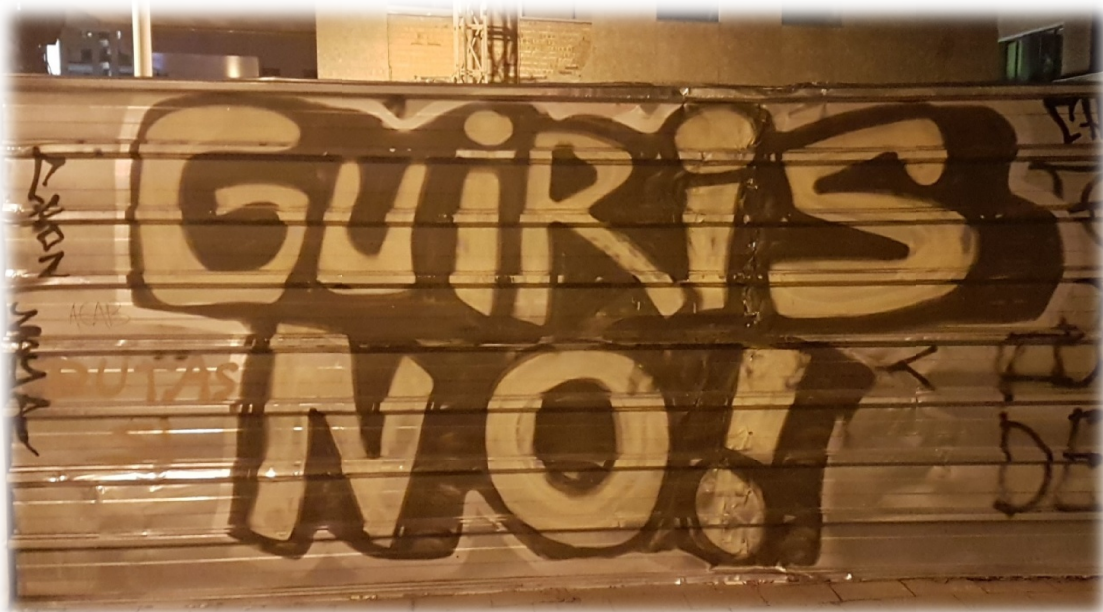


Processos de turistificació i gentrificació a la ciutat de Barcelona. Anàlisi crític de discursos en mitjans de premsa escrita.



Treball Final del Grau en Psicologia.
Gener del 2018.
Universitat Oberta de Catalunya.

Alumne: Mario Milian Hita.
Professor col·laborador: Oscar López Catalán.
Professor responsable: Josep Vivas Elias.

Fotografia de portada:

Autor: Mario Milian. Fotografia presa a la confluència dels carrers Rosa Sensat amb Avinguda Icària, al barri de la Vila Olímpica de Barcelona on s'està construint un macro-alberg tot i l'oposició dels veïns.

TAULA DE CONTINGUTS

RESUM	4
ABSTRACT	5
1. INTRODUCCIÓ	6
2. MARC TEÒRIC	9
2.1. Gentrificació.....	9
2.2. Turistificació.....	11
2.3. Anàlisi Crític del Discurs.....	12
3. JUSTIFICACIÓ	17
4. METODOLOGIA.....	20
6. ANÀLISI DELS ARTICLES SEGONS L'ACD	25
6.1. CONTEXTUALITZACIÓ	27
6.1.1. Marc cultural, ideologia i neoliberalisme.....	27
6.1.2. El turisme a la ciutat de Barcelona.....	29
6.1.3. "Turismofobia"?.....	31
6.1.4. Panorama mediàtic a l'Estat Espanyol.....	32
6.1.5. Ubicació espaciotemporal dels articles analitzats.....	33
6.2. ANÀLISI.....	33
6.2.1. Article 1. El País. ¿Turismofobia o empleofobia?	34
6.2.2. Article 2. El Periódico de Catalunya. Turismofobia, turismofilia.....	37
6.2.3. Article 3. La Vanguardia. Turismofobia, un presunto delito de odio.....	40
6.2.4. Article 4. El Diario. "Tourist go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?....	43
6.2.5. Article 5. La Marea. La turistificación o el "síndrome de Venecia".	46
6.2.6. Article 6. El Mundo. Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.....	49
6.2.7. Article 7. 20 minutos. Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.....	52
6.2.8. Article 8. El Confidencial. Arran defiende sus acciones: "No estamos en contra de los turistas".....	54
6.2.9. Article 9. ABC. La kale borroka prende en Catalunya.....	56
7. CONCLUSIONS I DISCUSSIÓ.....	58
8. REFERÈNCIES.....	67

9. ANNEX 1. ARTICLES I FITXA D'ANÀLISI SEGONS L'ACD	73
ARTICLE 1. EL PAÍS. Turismofobia o empleofobia.....	73
ARTICLE 2. EI PERIÓDICO DE CATALUNYA. Turismofobia, turismofilia.....	78
ARTICLE 3. LA VANGUARDIA. Turismofobia, un presunto delito de odio.....	84
ARTICLE 4. EL DIARIO. "Tourists go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?	91
ARTICLE 5. LA MAREA. La turistificación o el "síndrome de Venecia"	101
ARTICLE 6. EL MUNDO. Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.	109
ARTICLE 7. 20 MINUTOS. Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.....	115
ARTICLE 8. EL CONFIDENCIAL. Arran defiende sus acciones: "No estamos en contra de los turistas".	119
ARTICLE 9. ABC. "La kale borroka prende en Catalunya".....	124

RESUM

A partir de les accions reivindicatives contra el model turístic que membres de l'organització juvenil Arran van dur a terme a Barcelona a finals de juliol del 2017 i el tractament que en van fer diversos mitjans de premsa digital, es pretén analitzar, utilitzant les eines que l'anàlisi crític del discurs posa al nostre abast, quines són les estratègies discursives utilitzades pel discurs dominant per prendre el control del relat i, a través del llenguatge, crear una realitat social que influeix l'opinió pública i legitima, a la vegada que naturalitza, un model turístic i econòmic que posa en marxa processos de turistificació i gentrificació a la ciutat de Barcelona. Així mateix, en la selecció d'articles analitzats s'inclouen alguns que permeten veure de quina manera el discurs no dominant mira de resistir a l'ocultació a la qual es veu sotmès i com pretén adquirir la capacitat d'exercir cert poder sobre les ments dels lectors. Aquesta lluita desigual pel control del relat tindrà com a resultat la criminalització d'aquells que protesten contra un model turístic i econòmic que expulsa els veïns dels seus barris, destrueix el seu teixit social i comercial i precaritza el mercat laboral, a més de la naturalització d'un model econòmic neoliberal que mercantilitza la ciutat i els espais públics. Tot i així, cada vegada són més les veus que s'alcen contra aquest relat i les seves conseqüències i, gràcies a l'auge de mitjans digitals més o menys independents i objectius, aquest discurs s'obre pas en les ments dels lectors i crea una realitat alternativa més crítica i resistent davant del discurs dominant. Aquest treball neix com una contribució a aquesta resistència, aportant eines i coneixement que permetin al lector entendre i identificar de quina manera els mitjans de comunicació influeixen sobre les ments de les persones i com exerceixen aquest poder.

Paraules clau: turistificació, gentrificació, turisme, Barcelona, turismofobia, anàlisi crític del discurs, mitjans digitals, llenguatge, discurs, estratègies discursives, poder, neoliberalisme, ideologia.

ABSTRACT

Based on the actions against the tourist model that members of the Arran youth organization carried out in Barcelona at the end of July 2017 and the way they were reported by different digital press media, I intend to analyze, using the tools that the critical analysis of the discourse puts at our disposal, the discursive strategies used by the dominant discourse to take control of the story and, through language, to create a social reality that influences public opinion and legitimates, at the same time as it naturalizes, a tourist and economic model that triggers tourism and gentrification processes in the city of Barcelona. Furthermore, among the analyzed articles, I have included a few showing how the non-dominant discourse looks to resist the concealment to which it is subjected and how it intends to acquire the capacity to exert certain power on the minds of readers. This unequal struggle for the control of the narrative will result in the criminalization of those who protest against a tourist and economic model that expels neighbours from their neighbourhoods, destroys their social and commercial fabric and preys the labour market, in addition to naturalizing a neoliberal economic model that mercantilizes the city and the public spaces. However, more and more voices are rising against this narrative and its consequences and, thanks to the emergence of more or less independent digital media and objectives, this discourse opens up in the minds of readers and creates a more critical and resistant alternative reality in front of the dominant discourse. This work is born as a contribution to this resistance, providing tools and knowledge that will allow the reader to understand and identify in what way the media influence the minds of people and how they exercise this power.

Keywords: touristification, gentrification, tourism, Barcelona, tourism phobia, critical analysis of speech, digital media, language, discourse, discursive strategies, power, neoliberalism, ideology.

1. INTRODUCCIÓ

El següent treball pretén analitzar una de les múltiples vessants dels processos de **gentrificació** que avui dia pateixen moltes ciutats. Aquest terme és un anglicisme derivat del terme *gentrification*, utilitzat per primera vegada per la sociòloga Ruth Glass¹ (1964) en el seu estudi sobre diferents barris situats al centre de la ciutat de Londres. En el nostre àmbit, García Herrera (2001) proposa el terme **elitització** per substituir-lo, ja que segons ella serveix per descriure millor les característiques d'aquest procés que a continuació definiré. Tot i que al meu entendre aquest terme és més encertat i més intel·ligible per copsar el sentit d'aquest procés, continuaré utilitzant el de gentrificació, ja que s'ha convertit en el més utilitzat en la bibliografia de parla hispana per descriure aquest procés social.

Gentrificació descriu el procés mitjançant el qual una nova classe social, "*gentrifying class*" en paraules de Bailey i Robertson (1997, p. 562), formada per professionals i gerents i que sorgeix dels canvis socioeconòmics ocorreguts en les nostres societats occidentals postmodernes², es trasllada a viure a barris prèviament degradats dels centres de les ciutats. Aquests barris pateixen una transformació radical, amb millores en els serveis, canvis en la seva composició social i en el seu teixit comercial entre d'altres; uns canvis dels quals els antics habitants de capacitat econòmica inferior no en poden gaudir perquè han estat expulsats cap a barris perifèrics amb pitjors condicions de vida. És important i subratllo aquest "prèviament degradats" doncs, per parlar de gentrificació és imprescindible que el barri en qüestió hagi passat per aquesta **etapa d'abandonament**³. D'aquesta manera, es dona la paradoxa que aquells que han resistit les dures condicions d'aquests barris degradats i que en un primer moment veuen amb optimisme com les polítiques públiques i sobretot el capital

¹ Sociòloga britànica especialitzada en urbanisme que en la introducció de la seva obra "*London: aspects of change*" (1964) comença a parlar de gentrificació per referir-se als canvis demogràfics a la comunitat urbana d'Islington (districte londinenc al nord de la ciutat). L'autora descriu els canvis en la composició i idiosincràsia del barri a mesura que la classe mitjana s'interessa per la rehabilitació de grans cases victorians, prèviament molt degradades, substituint la classe treballadora a mesura que els seus contractes de lloguer expiraven.

² Aquests canvis socioeconòmics, que tenen a veure amb els processos de globalització i l'evolució cap al neoliberalisme dels sistemes capitalistes tradicionals, seran tractats més endavant en la contextualització del cos d'articles analitzats.

³ A més d'altres etapes en les que aprofundiré tant en el marc teòric com en la contextualització d'aquest treball.

privat comencen a tenir en compte el seu entorn i inverteixen per la millora de les seves condicions de vida, acaben sent desplaçats, amb el trasbals i l'estrès psicosocial que representa aquesta expulsió del seu entorn quotidià. Com a resultat de tot això els centres de les ciutats i d'altres barris, que tot i no estar al centre gaudeixen d'atractius diversos, acaben convertits en parcs temàtics de la **globalització** econòmica on es perd el sentit de comunitat original.

Troblem exemples propers d'aquests processos a ciutats com Barcelona⁴ (Escribano, 2016), València⁵ (Romero Reanu i Lara Martín, 2015) o Madrid⁶ (De Zárraga Mata, 2017), on barris sencers han patit una transformació que ha canviat completament la seva fesomia, les seves característiques socials i la seva composició poblacional en haver fet fora els seus habitants originals. També trobem exemples, més o menys reeixits, de **resistència veïnal** davant la gentrificació en les mateixes ciutats, ja sigui a la Barceloneta⁷ (Makhlouf De la Garza, 2015), el Cabanyal⁸ (Herrero, 2017) o Lavapiés⁹ (Ézaro, 2016). Aquests veïns i les associacions en què prenen part han aconseguit, si no revertir, sí frenar i **problematitzar aquests processos de gentrificació** en què els seus barris estaven i estan immersos, i ho han fet a través d'una construcció social alternativa de l'espai urbà que ha generat un fort sentiment de pertinença i un estrenyiment dels llaços comunitaris que els ha dotat d'una organització social diferent a la que des de fora s'ha intentat imposar. Tot i així, cal dir que aquests no són processos lineals, hi intervenen molts altres factors i estan subjectes a les pròpies oscil·lacions del sistema econòmic. La dificultat de lluitar-hi és molt gran i sovint són inevitables a llarg termini encara que, ja sigui gràcies als veïns o a l'evolució natural dels processos econòmics, algunes vegades acaben per no instaurar-se o a no fer-ho del tot. El que és clar és que

⁴ La gentrificació arrasa els barris de Barcelona, on viure-hi és cada vegada més car. Público. 11 de desembre del 2016. <http://www.publico.es/public/gentrificacio-arrasa-els-barris-barcelona.html>

⁵ De barrio-problema a barrio de moda: Gentrificación comercial en Russa-fa, el "Soho" valenciano. http://dx.doi.org/10.5209/rev_AGUC.2015.v35.n1.48969

⁶ La gentrificació en Madrid: de la Gran Vía a Chueca. Público. 19 de gener del 2017. <http://www.publico.es/opinion/gentrificacion-madrid-gran-via-chueca.html>

⁷ Transformaciones urbanas desde la resistencia. Aproximaciones a un movimiento vecinal en la Barceloneta. http://www.tesisenred.net/bits/team/handle/10803/397704/MAKHLOUF_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

⁸ El Cabanyal Vuelve a hervir. El Periódico. 27 de setembre del 2017.

<http://www.elperiodico.com/es/mas-periodico/20170715/cabanyal-vuelve-hervir-6164355>

⁹ Esto "aún" es un barrio. Diagonal. 22 d'octubre del 2016.

<https://www.diagonalperiodico.net/movimientos/31983-esto-aun-es-barrio.html>

com més s'estudiïn i es coneguin els mecanismes a través dels quals opera més difícil serà que s'imposin o, com a mínim, que ho facin sense causar danys socials irreparables.

Per fer l'anàlisi utilitzaré les eines de **l'Anàlisi Crític del Discurs** (Van Dijk, 1999), l'objectiu del qual és fer aflorar les intencions que es troben al darrere dels textos, per posar de manifest les **estratègies discursives** utilitzades per legitimar alguns dels processos de gentrificació en marxa a la ciutat de Barcelona a través de publicacions en premsa escrita. Posaré el focus sobre els processos de **turistificació**, amb conseqüències molt similars als de **gentrificació** (expulsió dels veïns, metamorfosi en quant a composició poblacional i canvis en el teixit comercial) encara que també amb diferències evidents, tot i ser considerats per alguns autors com a equivalents com explicaré en el marc teòric. Concretament em centraré en un episodi recent ocorregut a la ciutat de Barcelona, les protestes, accions reivindicatives o atacs, segons qui ho expliqui, que van tenir lloc a finals de juliol passat contra el turisme o el model turístic i les seves conseqüències¹⁰. El debat generat va fer aparèixer i posar de moda no només el terme "**turismofobia**" per caracteritzar aquestes accions concretes sinó també tot un col·lectiu que fa anys que denuncia els problemes generats per l'actual model turístic. Veurem com un discurs determinat d'alguns mitjans de comunicació intenta imposar-se i dominar aquest **camp de batalla discursiu** entre els partidaris d'un model econòmic neoliberal que converteix la ciutat mateixa en un producte de consum i els veïns, entitats i alguns mitjans que es resisteixen a un model que posa el rendiment econòmic per davant de les persones i les seves necessitats.

¹⁰ Cuatro encapuchados asaltaron un Bus Turístico en Barcelona. El Periódico.
<http://www.elperiodico.com/es/barcelona/20170729/cuatro-encapuchados-asaltan-un-bus-turistic-en-barcelona-6197667>

2. MARC TEÒRIC

2.1. Gentrificació

L'onada de rehabilitacions de mansions victorianes, l'augment de la compra en propietat enlloc del lloguer com a mode de vida i l'augment dels preus de l'habitatge, a més del desplaçament dels habitants originaris de classe treballadora i els seu recanvi per nous veïns de classe mitjana van dur Ruth Glass l'any 1964 (a Slater, 2010) a encunyar el terme gentrificació per parlar d'aquest fenomen. Des de llavors aquest mateix patró amb algunes variacions i molta més sofisticació, s'ha anat observant en diferents barris cèntrics i no tan cèntrics de grans ciutats com Nova York, Berlín, Londres, Madrid o Barcelona. **L'expulsió dels habitants originals**, majoritàriament de baixos ingressos o classe treballadora, i la seva substitució per **nous veïns de classe mitjana**, sobretot professionals liberals de "coll blanc" sorgits del model capitalista postindustrial provoquen, en paraules de Saskia Sassen (1991; a Slater, 2010), una reorganització d'aquestes ciutats de naturalesa econòmica, social i espacial, més enllà de la mera regeneració i rehabilitació dels centres urbans a la que es referia Glass.

Sorando i Ardura (2016) en la seva recent obra "*First we take Manhattan. La destrucción creativa de las ciudades*" fan una dissecció prou acurada d'aquests processos de gentrificació dividint-los en **cinc etapes** més o menys successives, tot i que algunes se superposen amb freqüència. Ells les anomenen abandonament, estigma, regeneració, mercantilització i resistències. Com he dit en la introducció, per poder parlar de gentrificació en una zona determinada s'ha d'haver donat prèviament un procés d'abandonament i posterior estigmatització que faci que el valor de venda dels terrenys i propietats que s'hi troben sigui tan baix que faci rendible una posterior rehabilitació i venda a nous propietaris. És el que autors com Smith (1987) anomenen **rent gap**, o diferència entre el valor real i el valor econòmic que aquests barris podrien tenir amb unes altres condicions de vida. És aquesta explicació econòmica la que, segons aquest autor, té una relació més forta amb els processos de gentrificació en un **context neoliberal** que "*expulsa aquells que no resulten rentables*" (Sorando i Ardura, 2016, p. 17).

El procés **d'abandonament** dels centres de les ciutats occidentals té el seu origen en els anys posteriors a la Segona Guerra Mundial, quan el deteriorament i la manca d'inversió en aquestes zones cèntriques va fer que les classes mitjanes de l'època es desplaressin a barris de nova construcció de l'extraradi o a d'altres poblacions de mida mitjana o petita que oferien condicions de vida més atractives. Tothom que va poder va anar abandonant els barris centrals que es van convertir en la llar d'aquelles persones amb menys ingressos econòmics en un entorn de decadència urbana.

En una segona etapa aquests barris abandonats són ocupats per aquelles persones en situació de marginació, excloses de l'economia formal, que no es podien permetre viure en un altre lloc, per exemple, drogoaddictes, captaires, prostitutes o okupes¹¹, entrant així en una espiral **d'estigmatització** d'aquests barris.

A partir d'aquí el procés segueix diferents camins, subjectes al context en què es donen i les seves dinàmiques històriques, socioeconòmiques i urbanes, encara que per regla general i amb la voluntat de simplificar-ho el procés paradigmàtic continua amb les etapes que explicaré a continuació.

Quan aquesta *rent gap* de què parlava abans és màxima és quan entren en joc les administracions públiques, amb més o menys intencionalitat i amb el finançament del capital privat la majoria de les vegades, per començar la **regeneració** d'aquests barris. És llavors quan els habitants originals veuen amb esperança com el seu territori pren visibilitat i és tingut en compte, comencen a veure petites millores en la seva qualitat de vida a la vegada que el seu barri comença a ser atractiu per d'altres grups socials, generalment també de baixos ingressos econòmics però amb un estil de vida diferent com artistes i d'altres veïns que aporten al barri un aire més alternatiu com okupes i membres de moviments socials.

Arribats a aquest punt de regeneració tant dels espais físics com dels espais socials és quan el barri està a punt per l'arribada dels nous habitants amb més recursos econòmics de la mà d'inversors disposats a donar-los els serveis que

¹¹ Com explicaré més endavant els okupes també juguen un important paper en els processos de regeneració.

necessiten. Comença el procés de **mercantilització** que acabarà fent fora tant els habitants originals del barri, si més no els que encara resisteixin (molts ja hauran hagut d'abandonar abans d'arribar a aquest punt), com la primera onada de nous habitants amb modes de vida més "alternatius" però amb pocs recursos econòmics que no els permetran costejar el nivell de vida del seu voltant.

També durant etapes anteriors però sobretot durant aquesta darrera s'accentuarà el xoc entre diferents grups socials, donant lloc a **resistències** per part d'aquells que són obligats a abandonar els seus entorns i que l'únic que volen és mantenir la sostenibilitat social del barri, és a dir, com diu Toledo (2017), permetre que la comunitat mantingui la seva xarxa d'identitat i sociabilitat. Curiosament, molts d'aquests moviments de resistència tindran com a principals instigadors aquelles persones que formaven part de la primera onada gentrificadora, és a dir, persones amb pocs recursos econòmics però amb un bagatge cultural que els dóna la capacitat de "fer més soroll" i crear relat que aquells veïns del barri de tota la vida amb un nivell cultural més baix i més fàcilment manipulables.

2.2. Turistificació.

Un fenomen fortament relacionat amb els processos de gentrificació és la **turistificació**, fins al punt que alguns autors equiparen les seves conseqüències (Román Garcia, 2017; Cabrerizo, Sequera i Bachiller, 2016)¹² i plantegen el fet que el creixement del turisme s'està convertint en un problema social que converteix les ciutats en espais mercantilitzats o, com diu Molina (2017), en "**ciutats-aparador**" on constantment entra i surt població que ni arrela ni interactua amb la ciutat. Una població volàtil esperonada per un model turístic que prima la col·lecció de destinacions i que converteix el turisme en un objecte més de consum. L'augment constant que es dóna cada any en el nombre de turistes que visiten la ciutat¹³ s'inscriu en un context de canvi de les

¹² Aquests autors parlen de la turistificació i la gentrificació com a processos que es retroalimenten. La segona fa possible la primera a partir dels processos de regeneració urbana, mentre la primera contribueix a la segona.

¹³ Font: Informe de l'Activitat Turística a Barcelona 2015.

https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/otbc_informe_anual_2015.pdf

pautes de consum que es dirigeixen cap als serveis i dins d'ells les experiències (entre elles els viatges). No entraré a valorar si realment es poden considerar o no aquests dos termes com a sinònims doncs caldria fer molta investigació qualitativa i quantitativa que recolzés o afirmés aquesta comparació i no és aquest l'objectiu d'aquest treball. Sí que és cert que estan fortament relacionats i en qualsevol cas, després d'haver llegit bastant sobre el tema, sí que podré donar la meua opinió en les conclusions. Podem afirmar que aquesta creixent turisticació transforma uns barris que amb el temps passen a dedicar-se gairebé en exclusiva al turista en detriment del resident (canviant el teixit comercial i augmentant el preu dels lloguers sobretot). Com en els processos de gentrificació, això acaba resultant en **l'expulsió dels habitants originals**, de classe obrera majoritàriament, i la seva substitució, en aquest cas, per gent de pas o d'altres capes de població de classe mitjana atretes per aquest nou "ecosistema" que es crea. Com explica Maestre (2017) un exemple paradigmàtic d'aquest fenomen el trobem a la ciutat d'Eivissa, on tenen problemes per cobrir places vacants a hospitals o a l'administració perquè els aspirants no poden pagar els lloguers desorbitats que els demanen per anar a viure a les Illes Balears¹⁴, o a la ciutat de Venècia, on s'estima que per a l'any 2030 no hi quedarà cap venecià autòcton vivint i la ciutat es dedicarà exclusivament al turisme, segons el documental d'Andreas Pichler (2012), *Das Venedig Prinzip*, que analitza l'anomenada "**Síndrome de Venècia**".

2.3. Anàlisi Crític del Discurs.

Com he comentat en la introducció les eines que utilitzaré per fer l'anàlisi objecte d'aquest treball seran les aportades per **l'anàlisi crític del discurs** (Van Dijk, 1999) o ACD. Però abans d'explicar aquestes eines cal situar d'on sorgeix i quins són els objectius generals d'aquesta perspectiva d'anàlisi de la realitat social i que és el que entenem per discurs. És a partir del **gir lingüístic**, tendència filosòfica sorgida als anys 70 del segle passat que posa el llenguatge en el centre del debat com a conformador de la consciència humana i com a element a través del qual es crea la realitat, que les ciències socials comencen

¹⁴ El problema d'habitatge s'agreuja a Eivissa. Ara Balears. 30 de desembre del 2017.
https://www.arabalears.cat/dossier/problema-dhabitatge-sagreuja-Eivissa_0_1933606851.html

a interessar-se pels efectes que els **discursos** tenen sobre la **realitat social** (Santander, 2011). Seguint amb aquest interès, una sèrie d'autors com Van Dijk (1999), Wodak i Meyer (2003) o Fairclough (1995) com a principals exponents desenvolupen les bases per analitzar la relació que es dona entre el discurs i la societat en què aquest és enunciat i més concretament com aquest discurs té una sèrie de conseqüències socials i ideològiques en tant que estan fortament relacionats amb el **poder**. Així, segons Fairclough (1995; a Wodak, 2003, p. 104) *“un discurs és una forma de significar un particular àmbit de la pràctica social des d’una particular perspectiva”*, sent aquesta perspectiva la visió del món del grup que l’emet. Com diu De la Fuente García (2001-2002) el principal objectiu de l’Anàlisi Crític del Discurs és el *“tractament i anàlisi dels problemes socials en la seva vessant discursiva”* (p. 409) o, en paraules de Van Dijk (1999, p. 23), estudiar *“la manera en què l’abús del poder social, el domini i la desigualtat són practicats, reproduïts, i ocasionalment combatuts, pels textos i la parla en el context social i polític”*. D’aquí el meu interès en el present treball per analitzar els discursos que **legitimen** i **naturalitzen** els processos de gentrificació i turistificació, a més d’aquells que eventualment els combaten i **resisteixen**. Seguint aquesta perspectiva, l’ACD en si mateixa es converteix en una eina de resistència contra les desigualtats socials, no pretén en cap moment ser neutral ni es centra en la validesa metodològica dels seus estudis, sinó que pren partit sense amagar-se’n, intentant dotar de poder a aquells que no en tenen (Van Dijk, 1999).

Segons Fairclough i Wodak (1994; a Van Dijk, 1999, p. 24-25) els **principis fonamentals** de l’Anàlisi Crític del Discurs es resumirien de la següent manera:

- Se centra en els **problemes socials**.
- Considera les **relacions de poder** com a **discursives** i la societat i la cultura constituïdes pel discurs.
- Aquest discurs té un **paper ideològic** que està situat històricament, és a dir, no neix en el buit (d’aquí la importància del **context**).
- L’enllaç entre text i societat té un caràcter **mediat**.

- Ressalta la vocació interpretativa i explicativa de l'anàlisi discursiu i considera el discurs com una forma **d'acció social**.

Per tal de plasmar sobre el paper un anàlisi de discurs aplicable a la realitat social i que compleixi amb els seus principis fonamentals, així com posar de manifest com es reproduceix el poder social a través del discurs, caldrà que en primer lloc relacionem adequadament el **nivell micro** que aquest representa amb el **nivell macro** que representa la societat en general i ho farem fixant-nos, primer, en l'actor social, en el meu cas periodista, que emet el discurs. Aquest actor tant serà una persona individual com un membre de molts diversos grups socials que conformaran les seves identitats múltiples i caldrà analitzar el seu discurs tenint en compte això. A la vegada, caldrà tenir en compte les relacions que hi ha entre l'acció, en aquest cas, escriure un article en premsa i el procés o processos en què aquesta acció s'insereix, és a dir, la promoció d'un o altre tipus de relacions o processos socials per part del diari en qüestió (i la seva línia editorial) o els *media* en general. També haurem de considerar tant el **context** (en diferents nivells) com l'estructura social en que s'insereixen els discursos que analitzem, ja que tots dos influiran de manera decisiva en la seva confecció i en la seva performativitat, és a dir, en la transformació que busca amb la seva enunciació. Finalment, per acabar de definir aquesta relació entre els nivells micro i macro en haurem de fixar en els aspectes més cognitius com són les **representacions sociomental**s que travessen i interrelacionen els aspectes individuals amb els aspectes socials, les **identitats**, que són tant mentals com socials, i els **contextos**, producte de models mentals que a la vegada construeixen les situacions socials i les interaccions, basades tant en les pròpies experiències individuals com en representacions grupals. Com diu Van Dijk (1999), tenint en compte els actors, les seves accions (on el seus discursos tindran un paper central), els models mentals i els contextos tindrem un marc general que ens permetrà explicar de quina manera *“els actors socials i els usuaris del llenguatge aconsegueixen exercir, reproduir o desafiar el poder social dels grups i de les institucions”* (p. 26).

Com he comentat anteriorment, una de les motivacions centrals de l'ACD és posar de manifest les estratègies de poder utilitzades per alguns grups socials

per exercir un control sobre els actes, les creences i les ments, en definitiva, d'altres grups socials a través del discurs. Per aproximar-nos a la reproducció d'aquest **poder discursiu** Van Dijk (1999) proposa centrar-nos en una sèrie de qüestions bàsiques:

- De quina manera el discurs és controlat pels grups més poderosos? Com s'exerceix el control a través d'aquest? Bàsicament a través de l'exclusivitat, o gairebé, en l'accés al discurs públic, al control sobre el context comunicatiu (què, quan i on comunico, a qui comunico i a qui no, què està permès i què no, etc..) que exerceixen els membres dels grups dominants i al control sobre la parla o, en el cas que ens ocupa, el text en si mateix (els temes o macroestructures semàntiques utilitzades en el discurs i quines han quedat silenciades, la presentació positiva del propi grup i negativa de l'altre, etc..).
- Quines són les conseqüències socials (sobretot la desigualtat social) que se'n deriven?
- Com els grups dominants exerceixen aquest control sobre la ment dels grups dominats a la vegada que aquests es resisteixen?

Per tant, fer visibles aquestes maniobres de control del context, del text i de la ment per part dels grups dominants serà feina de l'Anàlisi Crític del Discurs.

Algunes de les **estratègies** que els discursos dominants utilitzen per al control de la ment de les persones, en el cas dels mitjans de comunicació, i que l'ACD tracta de desemmascarar són la utilització de fonts a qui el lector atorga **credibilitat**, ja siguin els experts, els seus mitjans de comunicació de confiança, etc.. per emetre el missatge (d'aquesta manera la probabilitat que la persona receptora accepti aquesta creença serà més gran); la manca d'accés o la inexistència d'un **discurs alternatiu**, normalment de resistència, que provoqui la crítica de la persona receptora del discurs envers el dominant, o bé la **manca de coneixements** o "nivell cultural" en aquest cas, per ser capaç de desafiar el discurs del grup dominant. Totes aquestes són estratègies lligades directament al **context de producció** dels discursos, però també en trobem d'altres lligades a la pròpia estructura del discurs en si mateix.

Algunes d'aquestes estratègies lligades a l'**estructura del discurs** que seran pertinents per aquest anàlisi seran l'elecció dels **temes** (o macroestructures semàntiques) i la influència que això té sobre la representació social que es forma el lector. Com diu Van Dijk (1996, p. 50), aquestes macroestructures "*defineixen un conjunt de discursos possibles, és a dir, uns d'entre tots els discursos que tenen un mateix tema global*", per tant, ja ens estan prescrivint una manera de veure la problemàtica social que ens ocupa i proscriuint unes altres en silenciar-les, ens diran sobre què hem de parar atenció, què hem d'avaluar i en quina direcció hauríem d'actuar ja que ens donaran un marc global de la situació. Aquests temes els acostumem a trobar en els títols o els subtítols de les notícies que analitzaré, doncs són la informació més important que influenciarà la construcció social posterior que en faci la persona. Una altra estratègia seria l'organització en **esquemes discursius** (o superestructures textuales), és a dir, quina informació se situa en el titular de la notícia (i quina no), quina en el subtítol (i quina no) i quina es l'estructura general del text per tal de resultar més persuasiu o quines informacions són ressaltades i quines no. La tercera estratègia serien els **significats locals** que busquen orientar els models mentals dels lectors del discurs cap allà on li interessa al discurs dominant. Això s'aconsegueix fent passar una informació com a fora de tota discussió, quan potser no és així, introduint significats implícits que orientin la formació d'opinions o bé aportant molts detalls sobre un tema i no sobre un altre. D'altres estratègies tindrien a veure amb l'estil utilitzat en el text o l'ús de **figures retòriques** que ressaltin o per contra treguin importància a determinats fets.

3. JUSTIFICACIÓ

A la ciutat de Barcelona trobem alguns exemples de barris que han patit o estan patint aquest processos de gentrificació i/o turistificació, com el **Poblenou** o la **Barceloneta**, en què a través de la transformació s'oculten greus problemes d'exclusió social. Si anem resseguint les fases del procés gentrificador de què parlava en el marc teòric, veiem que tots dos són barris que històricament havien viscut d'esquena a la gran ciutat i havien patit l'abandonament per part d'aquesta, que els considerava barris perifèrics, de pescadors en el cas d'un i industrial en el cas de l'altre. En el cas del Poblenou **l'abandonament** en si mateix comença amb el pas d'una economia fordista a una postfordista¹⁵ en què la indústria tradicional deixa de ser la font principal dels recursos econòmics. Moltes zones del barri són pràcticament abandonades i posteriorment **estigmatitzades**. Amb l'arribada dels Jocs Olímpics i l'obertura de la ciutat al mar, en el cas de la Barceloneta, i del Fòrum de les Cultures i del 22@ tecnològic, en el cas del Poblenou, aquests barris pateixen una **regeneració** extraordinària gràcies a la inversió tant de diners públics com privats i passen a formar part de la gran ciutat. D'aquesta manera comencen a ser atractius, primer per persones amb un mode de vida més bohemí (prolifera els estudis d'artistes en el Poblenou, per exemple)¹⁶ i després per d'altres professionals liberals amb major poder adquisitiu que es dediquen a la provisió de serveis intangibles¹⁷. Això, juntament amb el fet que

¹⁵ Entenem per fordisme el sistema de producció dominant fins a la dècada dels setanta del segle passat i derivat de la posada en marxa de la cadena de producció per part de Henry Ford als EEUU pels volts del 1920 que tenia com a element central grans fàbriques que necessitaven la disponibilitat de molta mà d'obra per desenvolupar la seva activitat. Per contra el postfordisme, sistema de producció en què ens trobaríem en l'actualitat, es basa en l'ús de les noves tecnologies i la desaparició de la fàbrica tradicional com a lloc de producció, originant l'aparició d'una nova figura de treballador més flexible que desenvolupa la seva activitat des de qualsevol lloc.

¹⁶ Segons dades de participació extretes de la iniciativa Tallers Oberts Poblenou, en què es fan sessions de portes obertes al públic als tallers d'artesans del barri, entre els anys 2006 i 2013 la participació s'ha doblat dels 9 de la primera edició als 18 de l'edició del 2013 (Font: Repercusiones inesperadas de una transformación urbana ralentizada por la crisis. El retorno de los artistas al distrito creativo 22@Barcelona. Disponible a <http://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/2495/3058>

¹⁷ Un reflex d'això pot ser l'evolució de la implantació dels anomenats *coworking spaces* que s'han convertit en tot un fenomen al Poblenou, uns espais on aquesta nova tipologia de professionals liberals desenvolupen la seva activitat i que troben en les naus abandonades d'aquest barri l'espai ideal. Font: El coworking eclosiona. ABC. 27 de febrer del 2017. http://www.abc.es/espana/catalunya/barcelona/abci-coworking-eclosiona-201702271304_noticia.html

es tracta de dos barris situats al costat del mar, fa que el seu atractiu turístic augmenti exponencialment i, amb aquest, el seu atractiu pels poders econòmics. La **mercantilització** i transformació urbana està servida, des de la presència desbocada d'hotels, que es converteixen en la nova indústria del Poblenou¹⁸, a la proliferació dels apartaments turístics a la Barceloneta i d'altres bars turístics de la ciutat¹⁹, tot va enfocat a treure el màxim rendiment econòmic sense pensar en aquells que han viscut tota la seva vida al barri. Evidentment, tots dos barris han viscut i viuen episodis de **resistència** davant d'aquests canvis, des de la mobilització dels veïns de la Barceloneta²⁰ estiu rere estiu contra els efectes que el turisme i l'explotació que se'n fa té sobre la seva vida quotidiana, fins a la lluita de l'associació veïnal de Can Ricart²¹ per la conservació i la destinació a usos socials d'aquest espai fabril.

Són molts els mecanismes a través dels quals aquests processos de canvi operen i es legitimen, a la vegada que intenten ser deslegitimats per aquells que s'hi oposen i molts els escenaris en què es dona aquesta lluita, sent un d'ells el **camp discursiu**, on el domini de relat i la influència sobre l'opinió pública tenen un paper primordial.

Un dels darrers episodis d'aquesta **lluita pel relat** la trobem a partir d'algunes accions de protesta de l'organització juvenil Arran²², el passat mes de juliol, contra les conseqüències que el turisme té sobre la ciutat de Barcelona i els seus habitants, portant a primera plana dels diaris nacionals i internacionals el debat sobre la turistificació creixent d'alguns barris de la ciutat. Aquest fet va encetar una batalla pel discurs entre aquells que veuen en el model turístic actual la garantia de manteniment de molts lloc de treball i del creixement de la nostra economia i aquells que volen un nou model turístic que, entre d'altres coses, no tingui com a conseqüència l'expulsió de les classes populars dels

¹⁸ 24 hotels de 4 estrelles i 3 de 5 al Poblenou l'any 2014. Font: El Poblenou. Revista de l'Associació de veïns i veïnes del Poblenou. <http://www.elpoblenou.cat/files/N84DES014.pdf>

¹⁹ Ho podem veure manera força visual en el mapa elaborat per l'organització holandesa Dwarshuis que mostra l'evolució de les ofertes de pisos turístics a la ciutat de Barcelona a través de la plataforma Airbnb. https://www.elnacional.cat/es/bcn-hub/mapa-evolucion-airbnb-barcelona_177519_102.html

²⁰ Los vecinos de la Barceloneta toman la playa en contra de los excesos del turismo. El País. 12 d'Agost del 2017. https://elpais.com/ccaa/2017/08/12/catalunya/1502533459_674138.html

²¹ Font: Salvem Can Ricart. <http://salvemcanricart.blogspot.com.es/>

²² Un grupo de la izquierda independentista asalta un bus turístico en Barcelona. El País. 30 de juliol del 2017. https://elpais.com/ccaa/2017/07/30/catalunya/1501406046_864519.html

seus barris de tota la vida i el seu recanvi pel que Delgado (2008, par. 5) anomena “*nova classe turista*”. Aquesta batalla té com a conseqüència l’ús indiscriminat del neologisme “**turismofobia**”²³ com una manera de criminalitzar no només aquells que van dur a terme aquestes accions de protesta puntuals sinó tot aquells que són víctimes dels problemes que el turisme ocasiona a la ciutat, presentant la indústria turística com una víctima. Així, davant del discurs de turistificació creixent i les seves conseqüències que fan els moviments socials i el teixit associatiu, es contraposa el discurs de la “turismofobia” que, a més de **criminalitzar**, aconsegueix desviar l’atenció d’uns problemes que, com he explicat en el marc teòric, han dut a alguns autors a parlar de turistificació i gentrificació com dos fenòmens fortament relacionats. Penso que pot ser interessant veure com s’articulen aquests discursos en diferents mitjans de comunicació per prendre el control del relat i d’aquesta manera crear una **opinió pública** favorable als interessos d’uns o altres. Per tot això, la cerca i anàlisi d’aquest discurs legitimador dels processos de turistificació i gentrificació a través del terme “turismofobia” i de possibles discursos contraposats que busquen un canvi de model turístic, serà l’objectiu principal d’aquest treball.

²³ L’any 2008 comencem a trobar aquest terme en la premsa nacional quan es parla de saturació turística a la ciutat de Barcelona, utilitzant-lo des d’un punt de vista descriptiu, diferent a l’actual, amb una connotació criminalitzadora. Podem trobar algun d’aquests articles a <http://www.elperiodico.com/es/barcelona/20081013/turismofobia-en-auge-217553> o a https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html

4. METODOLOGIA

La intenció és realitzar una **investigació documental** de tipus qualitatiu amb un enfocament d'anàlisi crític del discurs. Per fer-ho em centraré en l'anàlisi de dades no reactives, com són els articles de diari de diferents mitjans digitals. S'han seleccionat els articles buscant aquells mitjans que tenen una major audiència i, per tant, un major impacte en l'opinió pública, tenint en compte les dades publicades per l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC) en el seu Estudi General de Mitjans (EGM) per al període comprès entre febrer i novembre del 2017 (AIMC, 2017), les dades de visites a diferents mitjans en línia (aquells que han demanat ser auditats per la consultora OJDInteractiva) corresponent al mes de juliol passat (OJDInteractiva, 2017), quan el terme "turismofobia", va començar a tenir més presència en els mitjans, i les dades de visites úniques a pàgines web de l'auditor Comscore del passat mes de febrer (les darreres disponibles). A més, s'han introduït articles d'altres mitjans que, tot i no aparèixer en aquests rànquings, o bé m'han semblat interessants per l'enfocament que donen a aquest tema o bé el tracten des de postures que es distancien més o menys del discurs dominant. Segons les dades de l'EGM²⁴ els mitjans en línia d'informació general amb més visites úniques durant aquest període van ser Elpaís.com, Lavanguardia.com, 20minutos.es, Elperiódico.com i Larazón.es. Segons les dades de OJDInteractiva²⁵ els mitjans d'informació general que trobem en les primeres posicions en nombre de visites són Elespanol.com, Publico.es, Eldiario.es, Catalunyaodiari.cat, Larazon.es i Naciodigital.cat. A més, s'han inclòs mitjans com Abc.es, Elmundo.es o Elconfidencial.com, que també apareixen com a mitjans amb major nombre de visites úniques segons dades d'un altre auditor implantat en el nostre àmbit, Comscore²⁶ (Redacción Prnoticias, 2017). La cerca s'ha fet utilitzant directament el cercador Google i ocasionalment les eines de cerca dels propis mitjans digitals, utilitzant paraules

²⁴ Estudio General de Medios. Febrer a Novembre del 2017. <http://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

²⁵ OJDInteractiva. Tráfico nacional. Julio 2017. <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales>

²⁶ Comscore febrero. 23 de març del 2017. <http://prnoticias.com/prensa/prensa-pr/20161278-comscore-febrero-abc-el-mundo-bajadas-usuarios>

clau com “turismofobia”, Arran, turisme, bus+turístic, Barcelona o turistificació, i acotant la cerca als mesos de juliol i agost passat.

De tots els articles obtinguts en la cerca n’he seleccionat nou, cadascun d’un mitjà diferent: El País, El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, ABC, El Mundo, El Diario, 20 Minutos, El Confidencial i La Marea (aquest darrer no apareix en els rànquings de mitjans més llegits o visitats, però l’orientació de l’article em resultava interessant per analitzar un punt de vista diferent més proper al discurs no dominant. Cadascun d’ells representa posicions diferents en l’**espectre ideològic** (alguns molt propers però amb diferents matisos) i permetran analitzar les estratègies que utilitza el discurs dominant per controlar el relat en aquesta batalla discursiva. He tingut preferència per editorials i articles d’opinió²⁷, encara que també hi ha articles que es limiten a explicar els fets que van ocórrer.

A continuació, seguint una plantilla que he elaborat a partir de diferents lectures sobre Anàlisi Crític del Discurs i que s’adjunta més endavant, analitzaré aquests articles utilitzant les eines de l’ACD. Tant els articles com les plantilles d’anàlisi s’han adjuntat en l’annex 1 i en l’apartat d’anàlisi s’ha fet un resum amb les idees principals i la il·lustració de les diferents estratègies que he pogut detectar. La metodologia de **Van Dijk** (1999), desenvolupada anteriorment en el marc teòric, posa el focus sobre els següents elements d’anàlisi:

- **Context general** en què s’emeten aquests discursos, les característiques del qual són comunes per tots ells, és a dir, el marc cultural, sociohistòric i econòmic en què ens trobem actualment. També les característiques temporals i espacials en què aquests discursos i els

²⁷ La preferència per articles d’opinió i editorials es basa en el fet que, a més d’expressar de manera més clara quina és la línia editorial del mitjà en qüestió, és el tipus de discurs que pot mostrar més clarament l’efecte ideològic que els mitjans de comunicació de masses tenen en la creació d’una opinió pública favorable a les idees del grup dominant. Segons Hall (1981), a través del llenguatge es construeixen una sèrie de discursos impregnats de la ideologia de qui els emet, entenent ideologia com la seva manera de veure, interpretar i construir el món a partir de determinats valors. A través d’aquests discursos, el que ell anomena superestructures, entre les quals es troben els mitjans de comunicació de masses, assoleixen l’hegemonia, és a dir, el control del relat i amb ell la naturalització d’una realitat social determinada. No és una hegemonia que s’imposi, sinó que actua estratègicament (de manera semblant a com ho fa el poder en la seva concepció foucaultiana), introduint aquesta ideologia en les nostres esferes de relació i fent que siguem nosaltres mateixos qui les reproduïm.

articles que els contenen han estat publicats i l'estructura social que els rep.

- **Context particular** de cadascun dels articles, començant per la línia editorial de cadascun dels mitjans, els actors particulars que han redactat els articles, les seves accions i com aquestes s'insereixen en el context general dels mitjans de comunicació de masses, les representacions sociomental que busquen construir i com tot això, juntament amb el context general, permet obtenir un marc general des del qual entendre com, a través dels discursos, s'exerceix el poder i a la vegada se'l resisteix.
- **Estratègies generals** que utilitza el discurs del grup dominant per imposar-se al del grup dominat (accés al discurs públic i control sobre el context comunicatiu) i com els diferents articles reflecteixen estratègies més concretes per buscar aquest domini (els temes o macroestructures semàntiques on cada article posa el focus, les superestructures textuales que els conformen, quins temes són obviats, com són presentats grups dominats i grups dominadors, etc..) i les conseqüències socials que se'n deriven.
- Estratègies que trobem en cadascun dels articles, que posen de manifest aquest intent dels diferents discursos per "**prendre el control**" de la ment d'aquells a qui van dirigits i amb això prendre el control del relat i de l'opinió pública (ús de la credibilitat de fonts, existència o no de discursos alternatius i/o la seva invisibilització, etc..).
- Altres estratègies relacionades amb l'**estil de redacció** del text, l'ús de figures retòriques o d'altres recursos semàntics que indiquin una voluntat performativa en l'ús del llenguatge i l'ús de formes lingüístiques que naturalitzen o prescriuen aquests processos de gentrificació / turistificació en què centro la recerca.

Un cop feta l'anàlisi de les diferents fonts documentals utilitzades exposaré les diferents conclusions que he pogut extreure i, des de la perspectiva de l'Anàlisi Crític del Discurs, reflexionaré sobre com els moviments de resistència davant

dels processos de gentrificació / turistificació podrien fer penetrar de manera més eficaç el seu discurs en la població.

5. OBJECTIUS

L'objectiu **general** és:

- Analitzar de quina manera els discursos polítics i mediàtics, a través de la seva manifestació en articles de diari publicats en mitjans de difusió de masses, legitimen o naturalitzen els processos de turistificació i/o gentrificació i com d'altres discursos alternatius combaten o poden combatre aquesta "*destrucció creativa de les ciutats*" (Sorando i Ardura, 2016).

I com a objectius **específics**:

- Posar de manifest les estratègies discursives utilitzades per diferents mitjans que legitimen els processos de turistificació i/o gentrificació que es donen a la ciutat de Barcelona.
- Veure com determinades ideologies pretenen prendre el control del relat i l'opinió pública per naturalitzar i fer passar com a inevitables les conseqüències de processos de regeneració urbana i un model turístic que acaba expulsant els habitants originals dels seus barris.
- Analitzar algunes estratègies discursives utilitzades per aquells que s'oposen i resisteixen aquests processos turistificadors i/o gentrificadors.
- Analitzar com els mitjans contribueixen a la formació de diferents models mentals sobre aquest tema i, per tant, a la construcció d'una realitat social determinada.
- Aportar propostes perquè el discurs de resistència davant la gentrificació i la turistificació pugui penetrar de manera més eficaç en l'opinió pública dels ciutadans de Barcelona.

6. ANÀLISI DELS ARTICLES SEGONS L'ACD

Per fer l'anàlisi dels diferents articles segons l'ACD faré servir un esquema creat a partir de les lectures de Pardo (2007) i Van Dijk (1996), el qual consta d'una explicació del context i d'una fitxa amb diferents apartats que seran útils per posar de manifest les estratègies discursives utilitzades en cadascun d'ells. Així l'esquema d'anàlisi serà el següent:

1. Explicació general del **macrocontext**, on donar dades rellevants que expliquin el rerefons històric en què ens trobem i on situar diferents conceptes que poden ser útils per fer l'anàlisi crític dels diferents articles (neoliberalisme, societat de consum, etc.). Explicació del **microcontext** més directament relacionat amb el tema d'anàlisi, on situar conceptes com turisme, turistificació, afectació sobre els barris, factor Airbnb i ubicació espaciotemporal dels articles analitzats. També caldrà contextualitzar els mitjans de comunicació espanyols en general i aquells presents en aquesta anàlisi, les seves ideologies, la creació d'opinió pública i la influència que reben des dels poders econòmics. És a dir, tots aquells sabers necessaris per poder entendre i posar al descobert les estratègies que utilitzen per guanyar la batalla discursiva amb la redacció d'aquests articles.
2. Anàlisi específic de cadascun dels articles a través de la fitxa següent:

Segmentació o superestructura. (Organització de l'article en diferents esquemes discursius).	
TITULAR:	
MITJÀ (i contextualització del mitjà):	
SECCIÓ:	DATA:
SUBTÍTOL:	
SOBRETÍTOL:	
RESSALTATS:	
B. Tema o Macroestructures ²⁸ (significats globals) i microestructures semàntiques (estructura de les oracions i les relacions de connexió i coherència que hi ha entre elles).	
C. Significats locals implícits i explícits que es poden observar al llarg de l'article.	
D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials presents en la notícia. ²⁹	
E. Anàlisi lèxic dels articles analitzats.	

²⁸ En paraules de Van Dijk (1996, p.50), les macroestructures “*definen un conjunto de discursos posibles de entre todos los discursos que tienen un mismo tema global*”, per tant, d'alguna manera ja ens estan acotant una manera de veure i entendre el món. Les principals estratègies (o macroregles) per la creació d'aquestes macroestructures són la generalització, la supressió i la construcció, mitjançant les quals es transforma, es redueix i s'organitza la informació semàntica del text.

²⁹ Per tal d'identificar i caracteritzar els actors s'utilitzen estratègies de nominació com l'ús del nom comú, l'ús del nom propi o la nominació retòrica mitjançant, sobretot, la metonímia i la metàfora.

Durant l'anàlisi dels articles, seguint els apartats anteriors, sorgiran tota una sèrie **d'estratègies** utilitzades, tant per crear les macroestructures, els significats locals o nominar i identificar els actors, com per dotar-los de determinades característiques i d'un sentit positiu o negatiu, donar rellevància a algunes informacions mentre es menysvaloren o s'obvien unes altres, proporcionar informacions parcials o directament errònies i distorsionades i, en definitiva, assolir els propòsits comunicatius del discurs. Aquestes estratègies determinaran la funció dels textos analitzats en la formació de l'opinió pública i dels imaginaris col·lectius, a més de l'ocultació d'uns i/o la legitimació d'uns altres discursos. Algunes d'aquestes estratègies que intentaré mostrar amb l'anàlisi són la generalització, la supressió, la construcció, l'autorització, l'avaluació, la mitigació, la naturalització, la negociació, la persuasió, la dramatització, la fragmentació, la reiteració, la nominació i l'ús de figures retòriques, entre les quals, la metonímia, la metàfora, la hipèrbole, els eufemismes o la ironia. A mesura que les identifiqui les exposaré en cadascun dels apartats de l'anàlisi per després intentar posar de manifest quines són les seves diferents funcions.

Per no fer aquest apartat massa extens i feixuc el text de cadascun dels 9 articles analitzats junt amb la fitxa d'anàlisi s'adjunten en l'annex 1 i, a partir d'aquest punt, començaré amb la contextualització, junt amb l'explicació d'alguns conceptes teòrics tal com vagin sorgint i l'anàlisi crítica d'aquests nou discursos, alguns dels quals coincideixen, d'altres no, d'altres són més o menys moderats i més o menys objectius, però tots ells tenen una intenció **performativa** de la realitat.

6.1. CONTEXTUALITZACIÓ

6.1.1. Marc cultural, ideologia i neoliberalisme.

Tots aquests articles, els discursos que emeten i el relat que pretenen construir estan situats en el marc cultural occidental d'una societat postindustrial que podríem anomenar **societat de consum**, en la qual tot o gairebé tot és susceptible de ser mercantilitzat. Consumir ha esdevingut molt més que satisfer una necessitat i s'ha convertit en un objectiu cultural que el model capitalista

neoliberal necessita per mantenir el seu engranatge i multiplicar els beneficis³⁰. D'aquesta manera, la qualificació d'algu com a membre competent de la societat passa per la seva capacitat de consumir. En aquest context les classes dominants difonen un discurs que, com tots, està impregnat de la **ideologia** de qui el produeix. La diferència d'aquest discurs enfront d'altres d'alternatius que miren de combatre'l és el grau de penetració que tenen en la societat, en estar vinculats a les **estructures de poder** (Govern, mitjans de comunicació i poders econòmics). Com explica Van Dijk (1980), la ideologia no deixa de ser un sistema cognitiu, és a dir, una representació mental, compartida pels membres d'un grup social ampli, que s'adquireix i es modela en contextos socials (la família, l'escola, l'Església o els mitjans de comunicació de masses, per exemple) i que ens serveix per interpretar el món (també un discurs) i actuar sobre ell. Aquestes ideologies s'expressen en la interacció social, ja sigui a través del nostre vot, de la participació en una manifestació, de la nostra parla o de la redacció d'un article de diari, a més d'organitzar els nostres pensaments i accions en cadascun dels àmbits tocats per ella, ja sigui l'educació, la política o l'economia, mostrant, per exemple, un punt de vista conservador o un altre de liberal de la societat.

Per tant, a través dels discursos prescrits i també dels proscrius per uns determinats mitjans de comunicació de masses, a través d'allò que diuen, del que no i de quina manera ho diuen, afecten i modelen les nostres ideologies, és a dir, les nostres **representacions mentals** del món. Analitzar aquests discursos a través de l'Anàlisi Crític del Discurs ens ha de permetre, no ja ser impermeables a allò que els discursos dominants pretenen inocular, sinó ser crítics i en tot cas ser conscients de com a través d'aquests es modelen les nostres representacions mentals del món en què vivim, posant al descobert les estratègies utilitzades pel poder i les classes dominants per naturalitzar la seva visió del món i les ideologies que s'amaguen al darrera.

Així doncs, un text, o un article de diari en aquest cas, expressa la ideologia dels seus redactors però, on podem anar a buscar-la? Què ens pot indicar que

³⁰ Un exemple d'això molt relacionat amb el tema d'aquest treball és la popularització dels vol *low cost* que va posar a l'abast de qualsevol el fet de viatjar i va convertir el turisme en una cursa per col·leccionar destinacions mes que en una experiència enriquidora amb la qual conèixer d'altres móns i d'altres cultures, que també.

allà s'està expressant una ideologia? Segons Van Dijk (1980), totes aquelles proposicions d'un text que expressen coneixements, desitjos, opinions o creences són susceptibles d'estar expressant una ideologia determinada.

La ideologia macroeconòmica que domina actualment aquesta societat postindustrial en què ens trobem és el **neoliberalisme**, una filosofia politicoeconòmica que posa la competència en el centre de les relacions humanes i el benefici econòmic sense el control ni intervenció dels Estats com a objectiu prioritari, convertint absolutament tot en un producte de consum, fins hi tot la vida mateixa i, per suposat, els nostres barris, els nostres habitatges i els nostres espais socials, convertint en guanyadors aquells que poden seguir el ritme consumidor i en perdedors aquells que no, els quals són exclosos del sistema. És amb aquesta visió del món on sorgeixen processos com la gentrificació, en la cerca del major *rent gap* possible per maximitzar el benefici econòmic, o la turistificació, que converteix les grans ciutats en productes de consum que han de lluir la seva millor cara per ser venudes als visitants, amagant, desplaçant, destruint o excloent tot allò que pugui fer disminuir el valor i el benefici econòmic (persones, entitats, teixit social i comercial inclosos).

6.1.2. El turisme a la ciutat de Barcelona.

Segons els resultats del darrer informe sobre la *Percepció del Turisme a Barcelona* (Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona, 2016), aquest s'ha convertit en el problema principal per al 15,6% de les barcelonines i en la major preocupació per als veïns de tots els districtes de la ciutat (quintuplicant el percentatge de l'any 2015). La percepció és que el turisme cada vegada crea més problemes i gairebé un 50% creu que s'està arribant al límit en la capacitat de la ciutat per donar serveis als visitants, arribant al 65% a la zona de la Barceloneta i al 57% a la zona del Poblenou, dos dels barris més afectats pel fenomen de la turistificació. Tot i així, un 86,7% de les barcelonines pensa que el turisme és beneficiós per la ciutat. Un 72% dels habitants de Ciutat Vella (on s'inclou la Barceloneta) pensa que la presència de turistes fa que els preus al seu barri pugin (inclosa la vivenda), molt per sobre del 32% de mitjana a tota la ciutat; un 72% dels habitants de la

Barceloneta creuen que hi ha un excés d'establiments turístics, molt per sobre del 18% de mitjana a Barcelona. En quant a la relació dels veïns amb els turistes, només un 13% voldria que al seu barri n'hi haguessin menys. Per contra, gairebé la meitat en el conjunt de la ciutat (un 67% a la Barceloneta) creuen que els habitatges d'ús turístic causen moltes molèsties als veïns, sent els comportaments dels turistes que acumulen més queixes el seu incivisme, la seva mala educació, les borratxeres, el soroll i la brutícia que generen.

Pel que fa al darrer *Informe de l'Activitat Turística a Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 2016), el nombre de turistes allotjats en hotels de la ciutat va arribar als 8 milions. Aquesta dada no té en compte tots aquells allotjats en habitatges d'ús turístic, tant els que tenen llicència com els que no, ni tots aquells visitants que no pernocten a la ciutat (per exemple, el gran nombre de viatgers que porten els creuers). El Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020 (Milano, 2017) estima que el total de visitants anual pot estar al voltant dels 30 milions de persones. Si tenim en compte que el cens de la ciutat de Barcelona dona una xifra al voltant del milió sis-cents mil habitants en la darrera actualització de l'any 2017³¹, estaríem parlant que la ciutat absorbeix any rere any aproximadament 17 vegades la seva població.

Un factor que explica no ja l'augment continuat del turisme sinó, com he explicat abans, la creixent percepció dels barcelonins que la ciutat està arribant al límit i que els turistes causen moltes molèsties es troba en el creixement en el nombre d'habitatges d'ús turístic i concretament en l'èxit del **fenomen Airbnb**. Segons *Inside Airbnb*³² actualment hi ha a Barcelona més de 17000 vivendes de lloguer ocasional inscrites en aquesta plataforma i el seu augment ha estat exponencial des de l'any 2009³³. Si tenim en compte que des de l'estiu

³¹ Font: Institut d'Estadística de Catalunya. <https://www.idescat.cat/emex/?id=080193>

³² Organització independent sense ànim de lucre que recull i publica dades relatives a aquesta plataforma que oferta allotjament entre particulars, amb l'objectiu de provocar un debat sobre la manera que està afectant els barris de les nostres ciutats. Segons diuen a la seva pàgina web: "*Airbnb claims to be part of the "sharing economy" and disrupting the hotel industry. However, data shows that the majority of Airbnb listings in most cities are entire homes, many of which are rented all year round - disrupting housing and communities*". <http://insideairbnb.com/>. Alguns dels seus reportatges parlen del paper d'Airbnb en la gentrificació d'alguns barris de grans ciutats, connectant aquest fenomen amb el de la turistificació.

³³ Per apreciar aquest augment només cal veure l'eina interactiva creada per *Inside Airbnb* en què es poden veure l'evolució de les reserves i els pisos turístics disponibles a Barcelona des

del 2015 està suspesa la concessió de noves llicències d'habitatges d'ús turístic³⁴ i en aquest any, segons l'*Informe de l'Activitat Turística a Barcelona 2015* (Ajuntament de Barcelona, 2016) el seu nombre no arribava a les 10000, tenim que més de 7000 habitatges d'ús turístic operen de forma il·legal o, si més no, al·legal.

És en aquest context general que s'han fet més visibles les protestes i les accions d'entitats veïnals que han posat el focus sobre els problemes generats pel model turístic, entre elles Ciutat Vella No Està en Venda, Ens Plantem, Fem Sant Antoni o Plataforma en Defensa de la Barceloneta, totes elles agrupades en l'Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS)³⁵. Segons Daniel Pardo, membre de la plataforma Ciutat Vella No Està en Venda³⁶, més enllà dels problemes de civisme i les molèsties la gent s'està adonant que tant els problemes d'habitatge com de substitució del teixit comercial d'ús quotidià estan molt relacionats amb el turisme. A més, denuncia la poca distributivitat d'una indústria turística que concentra els beneficis en unes poques mans mentre el gruix de la població rep, en el millor dels casos, feines amb sous ridículs i condicions precàries.

6.1.3. "Turismofobia"?

Segons l'informe *Overtourism y turismofobia: Tendencias globales y contextos locales* (Milano, 2017, p. 5), "*Los términos overtourism y turismofobia surgen y están directamente relacionados con la creciente evolución de las prácticas poco sostenibles del turismo masivo*". Unes pràctiques que, segons aquest autor, creen malestar per la privatització i congestió de l'espai públic a les ciutats, l'augment en el preu de l'habitatge³⁷, tant de lloguer com de compra i la

de l'any 2009 fins a l'actualitat. Es pot consultar a <http://www.dwarshuis.com/various/airbnb/barcelona/>

³⁴ Barcelona suspèn la concessió de llicències de tot tipus d'allotjaments turístics. 2 de juliol del 2015. https://www.ara.cat/societat/Barcelona-suspensio-concessio-licencies-dalotjaments-turistics_0_1386461427.html

³⁵ Per a més informació es pot visitar <https://assembleabarris.wordpress.com/>

³⁶ Font: L'elecció del terme "turismofobia" no és innocent. 6 d'agost del 2017. <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/1209661-l-eleccio-del-terme-turismofobia-no-es-innocent.html>

³⁷ Segons dades del portal Idealista (a Milano, 2017) des de l'any 2014 s'ha donat un increment del preu per metre quadrat de la vivenda d'un 33%, aproximant-se als preus que hi havia abans de la crisi. Aquest augment influeix en el desplaçament de la població encara que no es pot dir que el turisme sigui la seva única causa, doncs també hi intervé l'especulació immobiliària.

pèrdua de poder adquisitiu dels residents a la ciutat per l'augment de preus en determinades zones. Però aquesta percepció negativa del turisme no és nova. L'any 2008 apareix per primera vegada a la premsa el neologisme "turistofobia" en un article de Manuel Delgado³⁸ en què diu "*No es el turismo el que ha vaciado los centros históricos, sino la gestión de la ciudad como negocio*" (Delgado, 2008, par. 5). Però és en els darrers mesos quan el malestar ha anat en augment, en paral·lel a l'increment en el nombre de turistes, i el rebuig i la desconfiança vers la indústria turística s'ha instal·lat a la ciutat de Barcelona, després d'haver entrat amb força en l'agenda dels moviments socials. Uns **moviments socials** que ara denuncien l'ús d'aquesta paraula "turismofobia" per referir-se a les accions contra el turisme, doncs "*és un terme escollit voluntàriament per la indústria turística perquè rima amb xenofòbia i amb altres tipus de fòbia que sonen molt malament*" (Sayavera, 6 agost 2017) i que criminalitza aquells que alcen la veu.

Milano (2017), en les conclusions del seu informe sobre la "turismofobia", opina que el boom en l'ús d'aquesta paraula sorgeix dels mitjans de comunicació degut a l'aparició de diferents manifestacions ciutadanes en contra de la pressió turística (com la del passat mes de juliol). Segons ell, en comptes d'aquest terme, hauria de parlar-se de pressió turística o **overtourism**.

6.1.4. Panorama mediàtic a l'Estat Espanyol.

Segons un informe publicat per l'Institut Reuters (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2015), només un 34% de la població espanyola confia en les notícies publicades als mitjans de comunicació, sent el que obté pitjor percentatge dels 8 països europeus estudiats. Tot i així aquests mitjans, en qualsevol dels seus formats, juguen un paper molt important en la creació d'opinió pública, el modelatge dels imaginari col·lectius i de les representacions mentals de les persones al voltant de qualsevol tema.

³⁸ Turistofobia. 12 de juliol del 2008.

https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html

Segons el col·lectiu Solosequenosenada³⁹, que des de l'any 2011 manté actualitzada una web on analitzen qui hi ha darrera dels mitjans de comunicació espanyols, el panorama mediàtic a Espanya està dominat, en la seva gran majoria, per mitjans amb una ideologia de dreta o centredreta i estan lligats d'alguna manera als poder econòmics. Ja sigui per formar part de grans conglomerats mediàtics amb interessos en diferents àmbits econòmics o per dependre dels ingressos que els proporciona la publicitat contractada per grans empreses, gran part de la premsa espanyola té problemes per mantenir la seva imparcialitat. A mesura que vagi introduint l'anàlisi dels diferents articles contextualitzaré amb més detall els mitjans que els publiquen.

6.1.5. Ubicació espaciotemporal dels articles analitzats.

Tots els articles que analitzaré tracten, més o menys directament, els fets ocorreguts a la ciutat de Barcelona a finals del mes de juliol passat quan membres de l'organització Arran van aturar un Bus Turístic que circulava pel barri de Les Corts de Barcelona, van punxar una de les seves rodes i van fer una pintada a la lluna davantera on es podia llegir "*El turisme mata els barris*". Durant els dies següents es van produir d'altres accions, tant a Barcelona com a d'altres ciutats de l'Estat, que tenien com a denominador comú aquesta protesta contra el model turístic (o el turisme, segons el mitjà). Això va fer que durant el mes d'agost i els mesos posteriors els diaris se'n fessin ressò i publicuessin bastants articles d'opinió sobre aquest tema que deixaven ben clara la seva postura. Per això tots els articles que analitzo estan acotats als darrers dies de juliol i les primeres setmanes d'agost d'aquest any passat.

6.2. ANÀLISI.

Adjunto a continuació una taula resum amb les dades principals dels articles seleccionats (a l'annex 1 es poden trobar els articles complets).

³⁹ <http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

MITJA	DATA	TITULAR	
1	El País	01/08/2017	¿Turismofobia o empleofobia?
	URL	https://elpais.com/elpais/2017/07/31/opinion/1501519982_750004.html	
2	El Periódico	05/08/2017	Turismofobia, turismofilia.
	URL	http://www.elperiodico.com/es/opinion/20170805/turismofobia-turismofilia-6208890	
3	La Vanguardia	07/08/2017	Turismofobia, un presunto delito de odio.
	URL	http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20170807/43325406588/turismofobia-barcelona-colau-odio-xenofobia-arran-juegos-olimpicos-1992-turistas-bus-turistico-asalto.html	
4	El Diario	02/08/2017	“Tourist go home”: ¿defensa vecinal o turismofobia?
	URL	https://www.eldiario.es/catalunya/Acciones-turismo-defensa-vecinos-turismofobia_0_671583429.html	
5	La Marea	03/08/2017	La turistificación o el “síndrome de Venecia”.
	URL	https://www.lamarea.com/2017/08/03/la-turistificacion-sindrome-venecia/	
6	El Mundo	04/08/2017	Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.
	URL	http://www.elmundo.es/cataluna/2017/08/04/59845347e5fdeac9418b4602.html	
7	20 Minutos	29/07/2017	Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.
	URL	http://www.20minutos.es/noticia/3102607/0/cuatro-encapuchados-asaltaron-bus-turistico-realizaron-pintada-contra-turismo/	
8	El Confidencial	06/08/2017	Arran defiende sus acciones: “No estamos en contra de los turistas”.
	URL	https://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2017-08-06/arran-turismo-cataluna-no-estan-contra-los-turistas_1425912/	
9	ABC	03/08/2017	La kale borroka prende en Catalunya.
	URL	http://www.abc.es/opinion/abci-kale-borroka-prende-cataluna-201708030301_noticia.html	

6.2.1. Article 1. El País. ¿Turismofobia o empleofobia?

El País és un diari espanyol propietat del grup de comunicació Prisa, el més gran a l'estat espanyol. El seu president fins l'any 2007 va ser Jesús de Polanco, la família del qual va controlar el grup fins que problemes econòmics

van fer que anessin perdent pes en l'accionariat a partir de l'any 2009 (passant del 70% a menys del 20% de les accions). Actualment entre els seus accionistes figuren el Banc Santander, Caixabank, HSBC, Telefónica i d'altres grans empreses i fons de capital risc. El president actual del grup és Manuel Polanco, que va substituir al que ho era fins al novembre passat, Juan Luis Cebrián, que continua com a president del diari. Ha fet un gir ideològic des de l'esquerra (era un diari pro PSOE fins a l'any 2009) cap a la dreta coincidint amb els seus problemes econòmics i els canvis en l'accionariat⁴⁰.

L'article en qüestió és una editorial i no consta l'autor. Normalment les editorials de qualsevol diari depenen del director de la publicació i reflecteixen la línia ideològica del mitjà. En aquest cas, es planteja una correlació entre estar en contra del turisme i estar en contra de la creació de llocs de treball, a través de la descripció de la protesta ocorreguda a la ciutat de Barcelona en què es van acabar fent pintades en un bus turístic. L'autor utilitza una sèrie d'estratègies per crear la macroestructura o tema de l'article i per fer una presentació negativa o positiva de determinats fets, persones o grups socials, a més d'una segmentació determinada que organitza els esquemes discursius o superestructures de l'article.

Si comencem per la **superestructura**, veiem com el titular ja ens porta a una comparació fal·laç en equiparar aquesta suposada "turismofobia", de la que després parlaré, amb una fòbia a l'ocupació. Continua amb un subtítol, en el qual parla de "*ataque*", augmentant la percepció de violència que s'emporta el lector i assenyalant com a culpables "*miembros de un grupo afín a la CUP*". Aquí l'important per aquest mitjà és assenyalar les CUP⁴¹, més que al seu grup afí, fent una **presentació negativa** a més de generalitzar la conducta d'uns pocs per la de tot un grup. Pel que fa als ressaltats, el mitjà ja ens acaba de deixar clar a qui assenjala com a culpables, "*unos siniestros encapuchados*", "*Colau*" i "*el Gobierno de la Generalitat*". Només d'un cop d'ull, sense llegir l'article, el lector ja fa una construcció de la situació determinada pels

⁴⁰ Font: Quien manda en los medios de comunicación en España.

<http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

⁴¹ Arrel del procés independentista que ha viscut Catalunya els darrers anys, del qual les CUP són percebudes com el seu defensor més radical, la majoria dels mitjans contraris a aquest procés polític aprofiten per atacar i desprestigiar els seus membres aprofitant qualsevol oportunitat.

interessos del mitjà i la seva ideologia, que orienta les seves construccions mentals.

Si entrem més al detall en la **macroestructura** i **microestructures semàntiques** veiem com hi ha una estratègia en la qual es dóna major rellevància a uns fets, l'amenaça amb un ganivet al conductor⁴² i l'esporguiment dels passatgers (són anomenats en primer lloc), per menysvalorar i alhora invisibilitzar la pintada que explica els motius de la protesta, "*el turismo mata los barrios*".

En quant als **significats locals** implícits i explícits, hi ha una estratègia d'identificació d'uns pocs (els membres d'Arran) amb tot un col·lectiu més gran (les CUP)⁴³ i de retruc criminalitzar tots aquells que estan a favor del procés independentista. S'homogeneïtza i etiqueta la conducta dels membres d'Arran com a violenta i fins hi tot delictiva ("*no son delincuentes – digamos – comunes, sino miembros de la plataforma Arran*") per fer-la extensiva al "*gobierno secesionista*" i al procés independentista català en general, a més d'utilitzar temes del passat ("*el partido pujolista involucrado en el saqueo de la obra pública*") per deslegitimar i desacreditar el govern que hi havia l'agost passat. A més, l'article aporta dades falses o, si més no, exagerades, quan diu que fa trenta anys Barcelona gairebé no tenia visitants. Segons dades de l'Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona de l'any 1987⁴⁴, el nombre turistes se situava una mica per sota del milió. Aquesta distorsió es fa per donar encara més força a les dades que dóna a continuació sobre l'impacte del turisme en el PIB i en la creació de llocs de treball.

Pel que fa a les **estratègies de nominació**, a més del que ja he anat comentant, cal destacar l'ús de la nominació pròpia en el cas de l'alcalde de Barcelona, Ada Colau. És bastant comú en molts mitjans personalitzar els problemes de la ciutat de Barcelona en Ada Colau i no en el Govern Municipal, per exemple. Aquesta és una estratègia reiterada per desgastar i presentar de manera negativa no només l'alcalde, sinó tota una nova manera de fer

⁴² Aquesta amenaça amb un ganivet al conductor pot fer pensar que els membres d'Arran van arribar a pujar al bus quan, segons d'altres mitjans, només van aturar-lo per punxar una de les seves rodes.

⁴³ Aquesta és una identificació equivocada doncs, com ells mateixos diuen, Arran, tot i compartir ideari amb les CUP, és una organització independent que no hi està integrada i, molt menys, està integrada en el Parlament o el Govern de la Generalitat.

⁴⁴ https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/105414/1/EM_Estadistica_1987%20Resumen.pdf

política mal vista per alguns poders econòmics. També homogeneïtza i agrupa en el mateix sac a “*turismofóbicos y quienes ejercen la violencia contra vecinos y turistas*” per tal de reforçar la presentació negativa de tots aquells que protesten contra el model turístic.

Finalment, en quant al **lèxic** utilitzat, destacar l'ús d'un neologisme com “empleofobia” per designar els “turismofobics” (els dolents) en comparació amb els que estan a favor dels llocs de treball i, per tant, del turisme (els bons). És, una vegada més, una estratègia de comparació fal·laç que intenta generalitzar i etiquetar un col·lectiu, doncs possiblement aquells que estan a favor del turisme no ho estiguin d'un model turístic que crea llocs de treball precaris i mal pagats. També veiem com es qualifica de “*nutrido*” el grup d'empreses hoteleres i turístiques per reforçar el seu discurs davant del dels “*siniestros encapuchados*” (el terme “*encapuchados*” evoca i reforça la violència en l'imaginari col·lectiu) i s'utilitza l'oxímoron “*estrepitoso silencio*” per designar la reacció del “*novel*” conseller de Presidència i portaveu Jordi Turull, amb una estratègia que utilitza l'exageració i la ironia per acusar-lo de connivència i titllar-lo d'inexpert. Finalment, l'alcaldeessa Ada Colau és desacreditada en presentar-la com a inexperta, per la seva “*angelical reacció*”, i els “turismofobics” són dotats de la capacitat de matar, en aquest cas, llocs de treball.

Totes aquestes estratègies van dirigides a la desacreditació d'una manera de pensar i fer diferent a la marcada per la línia ideològica del diari, ocultant el veritable problema que es troba al darrera de la massificació turística (pràcticament tot l'article desvia l'atenció del lector cap al procés independentista i els seus actors) i legitimant un discurs en el qual el turisme és sinònim de llocs de treball (sense valorar la seva qualitat) i avaluant les actuacions d'aquells que estan en contra en clau criminalitzadora.

6.2.2. Article 2. El Periódico de Catalunya. Turismofobia, turismofilia.

El Periódico de Catalunya, editat a Barcelona des de l'any 1978, tant en català com en castellà, pertany al grup Zeta. Va ser fundat per Antonio Asensio i el

seu director actual és Enric Hernández. Té un perfil ideològic d'esquerres⁴⁵ favorable al Partit Socialista, encara que com tots els grans grups mediàtics té molts interessos empresarials al darrera. L'any 2009 va haver de demanar un crèdit de 245 milions d'euros a través de 24 entitats financeres entre les quals destaca Caixabank⁴⁶.

L'article analitzat, d'opinió, està escrit per Iosu de la Torre, sotsdirector de El Periódico de Catalunya des de fa més de 30 anys, periodista navarrès de dilatada experiència que el passat mes de novembre va ser traslladat a la secció d'Esports (on actualment és el número dos) per una suposada reestructuració provocada pel procés sobiranista⁴⁷.

Es tracta d'un article que utilitza repetidament la figura retòrica de la **ironia** per crear la seva macroestructura i denunciar el tractament que alguns mitjans de comunicació han fet dels esdeveniments del passat juliol, posant de manifest els problemes generats per la massificació turística. El titular ja mostra aquesta dicotomia entre dues postures extremes, la "*turismofobia*", utilitzada per molts mitjans per desacreditar els que protesten contra els excessos del model turístic, i la "*turismofilia*", com a contrapunt irònic. Una ironia que es veu reforçada en el subtítol amb aquest "*Barceloneses, barcelonesas, cada vez que se topen con un viajero, ¡abrácenlo!*". Pel que fa als **ressaltats**, no s'aprecia cap intencionalitat, mes enllà de facilitar i fer més amena la lectura, doncs els termes escollits no semblen orientar al lector cap a una manera concreta d'entendre la realitat. Amb aquesta macroestructura i l'ús de la dicotomia que, més enllà del titular, utilitza durant tot l'article, l'autor situa el problema en el model turístic i els seus excessos d'una manera accessible i amena per a tots els lectors.

És un article en què l'autor se situa implícitament en una posició crítica vers el model turístic actual, en donar una imatge negativa dels turistes ("*marea que*

⁴⁵ Segons l'anàlisi que duu a terme el col·lectiu Solosequenosenada. Quien manda en los medios de comunicación en España. <http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

⁴⁶ Font: Caféamblllet. Els diaris són dels bancs. <http://www.cafeamblllet.com/press/wp-content/uploads/2014/04/6-12.pdf>

⁴⁷ Algun mitjà vincula aquest i d'altres canvis que s'han produït en El Periódico de Catalunya en els darrers mesos a un viratge cap a posicions més crítiques amb l'independentisme català. <https://dircomfidencial.com/medios/revolucion-periodistica-seno-la-prensa-catalana-proces-20171129-0405/>

invade las calles”, el berratxo que truca a les portes de matinada o els que juguen a futbol al carrer sense respectar la gent), criticar la importància que es dóna al benefici econòmic per sobre dels mateixos habitants de la ciutat (que haurien d’actuar com els “*herederos de Gandhi*”) i la supeditació del nostre creixement econòmic al turisme (la “*primera industria española*”). Posa èmfasi també en la crítica a uns mitjans amb tendència a criminalitzar aquells que són molestos, construint l’equació “*turismofobia es ETA*”⁴⁸ que es reforça amb l’ús de la paraula “*radikales*” amb “k”, que porta associada la kale borroka en l’imaginari col·lectiu. En fer aquesta comparació que aquí denuncia l’autor, alguns mitjans, a més de criminalitzar tot un col·lectiu, busquen generar rebuig en l’opinió pública.

Pel que fa a la **caracterització** dels diferents actors socials, com ja he dit, els turistes són presentats de manera negativa utilitzant l’estratègia de la generalització i l’ús d’una nominació de tipus metafòric (“*marea de viajeros que invaden las calles*”). En l’imaginari col·lectiu les mareas cobreixen i s’emporten allò que queda a sota, per tant, l’autor dóna a entendre que la gran quantitat de turistes estan d’alguna manera ocupant els nostres barris sense deixar espai per res més. En quant als actors favorables al model turístic pel benefici que els aporta (hotelers, agències de viatges, etc..), l’autor de l’article, en ressaltar aquest “*primera industria española*”, deixa clara la dificultat de lluitar contra els poders econòmics. Pel que fa als habitants de la ciutat, posa de manifest el que han d’aguantar, utilitzant una vegada més la figura de la ironia en caracteritzar-los com los “*herederos de Gandhi*” (paradigma de la no violència i la paciència) i recomanant que actuïn repartint abraçades als turistes. Finalment, la postdata on apareix Arran i l’ús dels signes d’exclamació per caracteritzar-los com “*las juventudes de la CUP*” utilitza una vegada més la ironia per reforçar la denúncia del tractament que han donat els mitjans als fets del juliol.

Si ens fixem en el **lèxic** utilitzat, destacar l’ús de l’expressió “*serpiente del verano*” per referir-se a la cobertura que han donat els mitjans a les accions d’Arran. És una expressió que designa aquells temes de poca importància que

⁴⁸ La introducció d’actors com Mayor Oreja o Fraga Iribarne ressalta aquesta denúncia d’una manera de criminalitzar persones, col·lectius o moviments socials força comuna en els nuclis de poder espanyols i els mitjans de comunicació, evocant els episodis violents que es donaven al País Basc quan operava la banda terrorista ETA.

els diaris utilitzen per omplir les seves pàgines quan no tenen altres temes més importants de què parlar, per tant, l'autor està menysvalorant i restant credibilitat al discurs criminalitzador, però a la vegada també menysvalora el problema real que hi ha darrera de les protestes contra el model turístic. L'ús de les paraules “*empacho*”, “*invaden*” o “*marea*” per referir-se al turisme reitera aquesta concepció negativa que l'autor en dóna, encara que no crec que sigui una presentació negativa del col·lectiu de turistes sinó del model turístic en el seu conjunt, amb els interessos econòmics que hi ha al darrera.

En conjunt es tracta d'un article que intenta desmuntar d'una manera irònica tant la criminalització d'aquells que protesten contra els excessos del turisme, com la naturalització de segons què i el mirar cap a una altra banda justificada per fet d'estar al davant de la “*primera industria española*”. De totes maneres, es queda en la superfície dels problemes que genera el turisme i només mostra la vessant de les molèsties diàries que aquest genera en els veïns, sense entrar en els problemes de fons, l'alça de preus de l'habitatge, l'expulsió dels veïns, la precarització laboral que genera i la destrucció del teixit social i comercial d'algunes zones de la ciutat.

6.2.3. Article 3. La Vanguardia. Turismofobia, un presunto delito de odio.

La Vanguardia, editat a Barcelona tant en castellà com en català (des de l'any 2011), igual que El Periódico de Catalunya, fou fundat l'any 1881 i pertany al Grup Godó, creat l'any 1898 i controlat per la família Godó, concretament Javier Godó, tercer Comte de Godó, que des de l'any 2008 ostenta el títol de “Gran d'Espanya” i que també té vinculacions amb Caixabank (n'és vicepresident). Segons una investigació de la revista Cafeamblllet⁴⁹ és el grup de comunicació que rep més subvencions a tot l'estat espanyol, a més de quantiosos préstecs i avals per part d'entitats financeres, sobretot Caixabank. Segons el col·lectiu Solosequenosenada⁵⁰ el Grup Godó sempre ha estat molt lligat a Convergència i Unió, la burgesia catalana i a l'actual Convergència

⁴⁹ Els diaris son dels bancs. <http://www.cafeamblllet.com/press/wp-content/uploads/2014/04/6-12.pdf>

⁵⁰ Quien manda en los medios de comunicación en España. <http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

Democràtica, amb una ideologia de dretes, encara que es mostra bel·ligerant amb el procés independentista català des del canvi de director, que actualment és Marius Carol.

L'article que analitzo està escrit per Enric Sierra, sotsdirector de la versió en línia del diari i adjunt al director de l'edició en paper, per tant, molt proper a ell i a la línia editorial del diari. En ell, ja a través de la seva **superestructura** de titular i subtítol defensa que la "turismofobia" sigui perseguida com un "*presunto delito de odio*" equiparant-lo a d'altres delictes com la xenofòbia i, encara que està en desacord amb el model turístic actual, un problema que segons ell cal administrar de manera intel·ligent i consensuada, no aprofundeix en quines són les causes que fan que molts barcelonins considerin el turisme com un dels seus principals problemes.

Un fet destacable és l'ús que es fa de l'enllaç de la notícia per orientar els resultats de les cerques per Internet que fan els lectors. El més habitual és que l'enllaç web d'un article contingui els seus termes principals per dirigir-hi les cerques que fan les persones sobre un tema en concret. En aquest cas és així i, fins hi to coincideix amb les paraules ressaltades en el cos de la notícia però, a més, hi apareix "*Colau*", referint-se a l'alcalde, que no apareix mencionada enlloc de l'article i que, d'aquesta manera, apareix en les cerques d'Internet vinculada a termes com odi o xenofòbia.

Una de les estratègies utilitzades en la creació de la macroestructura és la racionalització, a partir de la premissa que la xenofòbia és dolenta, amb la qual estaran d'acord la majoria de lectors, i la identificació entre "turismofobia" i xenofòbia s'empeny el lector cap a l'acceptació acrítica d'aquest raonament i la criminalització de la protesta. Aquesta banalització del racisme ja l'hem vist en d'altres situacions en les quals amb arguments similars s'ha adjectivat com a nazis aquells que s'han desviat de determinades línies ideològiques o que dissenteixen⁵¹. Una altra és la creació en la ment del lector d'una comparació entre l'escenari durant i després dels Jocs Olímpics del 1992 (evocant progrés, alegria, èxit, etc..) i l'escenari actual caracteritzat per la "turismofobia" (marcat

⁵¹ Per exemple, aquest article del diari Ara del 17 de març del 2013: La banalització del terror nazi contra l'independentisme. https://www.ara.cat/politica/banalitzacio-terror-nazi-contra-lindependentisme_0_913708748.html

per la violència i el rebuig als turistes). Aquesta comparació, que distorsiona la realitat, prepara el lector per persuadir-lo d'acceptar l'argument del redactor, que aquests episodis de protesta contra el model turístic cal perseguir-los igual que es faria amb la xenofòbia, com un delictes d'odi. De passada està naturalitzant un discurs al voltant d'un període de la història recent de la ciutat, els Jocs Olímpics del 1992, que va portar associat tot el progrés i els beneficis dels quals gaudim ara (encara que no per tothom va ser així). Cal dir també que aquesta presentació de Barcelona com una ciutat que ha canviat el seu tarannà obvia que, per exemple, les manifestacions a favor dels refugiats i les protestes contra el turisme pràcticament coincideixen en el temps. Simplement està mostrant dos aspectes diferents de la ciutat que conviuen al mateix temps en tractar-se de temes completament diferents. Una altra estratègia que utilitza és la dramatització quan parla de la situació contra "*miles de ciudadanos cuyo único grave delito es querer visitarnos*", és a dir, convertint el turista en víctima i invisibilitzant els problemes que genera i, una vegada més, criminalitzant qui protesta. Acaba amb una estratègia de generalització, "*Barcelona odia a los turistas*", per donar encara més força als seus arguments i dotar el seu discurs d'un major dramatisme i, amb l'ús de la reiteració, per remarcar la idea que Barcelona no pot odiar els seus visitants. Amb aquestes estratègies es distorsiona la realitat, amagant el que viuen moltes persones que, no és que odiïn els turistes, sinó que contínuament han d'estar suportant les molèsties que els provoquen, els greus problemes socials que s'amaguen al darrera i, a més, es veuen privats del seu dret de protesta davant d'aquest fet. Només al final de l'article l'autor permet que sorgeixin dues de les reivindicacions dels veïns i veïnes, administrar el turisme (és a dir, canviar el model actual) i revertir els beneficis que aporta en aquells que en pateixen les molèsties.

Durant tot l'article hi ha una estratègia de **presentació positiva** d'uns actors (turistes que són presentats de manera dramatitzada buscant l'adhesió del lector a través de l'emoció) i negativa d'uns altres (els que agrupa sota l'etiqueta "turismofobia"). A més va més enllà atacant "*otros postulados políticos*" que alimenten la fòbia al turisme i que compara amb els que utilitzaven el discurs xenòfob per obtenir beneficis electorals. No especifica quins són aquests "*postulados políticos*" però si que fàcilment els podem relacionar amb Arran i les CUP que, com hem vist en molts d'altres articles, són

tractats com la mateixa cosa i així construïts en l'imaginari col·lectiu. Per tant, s'utilitza la distorsió i la dramatització per identificar Arran, les CUP i l'alcaldeessa Ada Colau, com he explicat abans, amb un discurs xenòfob. Menció a part mereixen els membres d'Arran caracteritzats com un "*puñado de insensatos*" donant a entendre que es tracta d'un grup molt petit (minimitzant les protestes) que encarna la "*turismofobia barcelonesa*" que ha saltat la frontera (de la violència s'entén). A més utilitza la figura retòrica de la hipèrbole per ressaltar l'"*error olímpic*" (evocant grandiositat) que ha comès aquesta "*turismofobia barcelonesa*"). Pel que fa a la pròpia ciutat de Barcelona, és tractada com un actor més, de forma metonímica, i se la dota de capacitats humanes com saludar el món, odiar i sortir al carrer. Aquesta forma metonímica de nominar la ciutat en els paràgrafs anteriors a l'aparició del terme "*turismofobia*", fa més gran la comparació i la negativitat d'aquest.

Un altre aspecte important al voltant del **lèxic** utilitzat al llarg de l'article és que, a diferència d'altres, aquí el terme "*turismofobia*" és utilitzat sense cometes, naturalitzant l'existència d'aquest tipus de fòbia per criminalitzar els que protesten. Finalment, utilitza la frase "*no tengo más preguntas, señoría*" típica dels judicis i que en l'imaginari col·lectiu remet a les pel·lícules quan l'advocat ja ha provat sobradament els seus arguments i no hi ha res més a dir ni a objectar. Per tant, distorsiona i parcialitza la realitat en no donar opció d'expressar-se a una de les parts.

6.2.4. Article 4. El Diario. "Tourist go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?

El Diario és un mitjà de comunicació exclusivament en línia, que publica en castellà l'empresa Diario de Prensa Digital i que neix l'any 2012. Està dirigit per Ignacio Escolar, que va ser fundador i director del diari Público fins al tancament de la seva edició en paper. Més del 50% de les accions de la companyia editora del diari estan en mans de les persones que treballen diàriament a la redacció. Es tracta d'un mitjà dirigit a un públic jove que resulta

diffícil situar ideològicament. El col·lectiu Solosequenosenada⁵² el qualifica com a neutral i parla del seu director com una persona que segueix una estricta ètica periodística, rigorós i que explica les coses clares.

Es tracta d'un article extens, l'autora del qual és Victòria Oliveres, periodista que treballa com a redactora a temps parcial per El Diari de l'Educació, mitjà associat a El Diario, especialitzada en educació, audiovisual i periodisme de dades. En ell proposa una **superestructura** senzilla que convida al lector a construir la seva pròpia opinió sobre el debat entre defensa veïnal i "turismofobia". Els **subtítols** continuen en la mateixa línia, situant el lector, aportant dades sobre els fets ocorreguts i donant veu a Arran, l'organització que reivindica les protestes "*contra el turismo masivo*" (diferència important amb d'altres articles que parlen de protestes contra el turisme a seques donant peu a interpretar que es protesta contra les "persones turistes" i no contra el model turístic). El **macrorelat** construït es limita a aportar dades al lector perquè sigui ell mateix qui extregui les seves pròpies conclusions i respongui la pregunta del titular, deixant el significat global obert a la interpretació que en faci el lector a partir de les pròpies construccions mentals prèvies. Hi ha dos grans blocs, d'una banda, empresaris, mitjans de comunicació i polítics que parlen de "turismofobia" i, de l'altra, associacions veïnals i membres d'Arran que ho rebutgen i culpen les polítiques públiques que regulen el turisme i a la precarització i destrucció del territori que provoca. Tots dos grups són contextualitzats adequadament aportant les declaracions textuais d'uns i altres, per tant, amb menys possibilitats de ser manipulades, per acabar donant dades del darrer Informe de l'Activitat Turística a Barcelona (2016) sobre l'opinió que tenen els barcelonins al voltant d'aquest tema. Posa totes aquestes dades sobre la taula i deixa que sigui el lector qui extregui les seves conclusions sense, en principi, orientar-lo cap a un bàndol o l'altre, encara que el fet de donar veu al discurs no dominant, en igualtat de condicions amb el dominant, ja és en si mateix subversiu i pot decantar l'article cap a les postures dels moviments veïnals. No hi ha supressió o menysvaloració de la postura de cap

⁵² Font: Quien manda en los medios de comunicación en España.
<http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

actor implicat a l'hora de crear el macrorelat i no cau en la valoració d'uns o altres.

Pel que fa als **significats locals**, per primera vegada trobem de manera explícita, a través de la veu dels moviments veïnals, la denúncia de l'autovictimització que fa la indústria turística en tota aquesta situació i l'afirmació segons la qual els veïns no estan en contra del turisme, sinó de la manca de polítiques regulatòries, és a dir, del model turístic i econòmic en general que precaritza els llocs de treball i destrueix el territori i de l'actuació de les empreses turístiques que s'aprofiten de recursos públics per fer la seva activitat (l'ocupació dels espais públics per aparcar les seves bicicletes de lloguer, per exemple). Implícitament Arran reconeix que aquestes accions només tenen la finalitat de fer d'altaveu mediàtic d'aquesta situació, fer que se'n parli per, d'aquesta manera, enfortir les seves xarxes de suport a tot el territori. Una altra de les qüestions, objecte de denúncia recurrent per part dels moviments socials, és la violència institucional, que també és presentada en aquest article a través de les paraules de Mireia Boya, per contraposar-la a la violència simbòlica (segons ella) de les accions d'Arran. Al final de l'article sí que l'autora dona dades que desmunten la versió dels moviments veïnals conforme no existeix aquesta suposada "turismofobia" doncs, segons dades del darrer Informe de l'Activitat Turística a Barcelona (2016), encara que la principal preocupació dels barcelonins ha passat a ser el turisme i la majoria estan a favor de limitar-lo, una majoria encara més gran considera que el turisme és beneficiós per la ciutat.

En quant a la presentació dels **actors**, destacar com tots dos grups principals són presentats com a víctimes (empresaris i veïns). El to amb que es descriuen les accions d'Arran és descriptiu i no tant valoratiu com en d'altres articles i, en la línia de tota la peça, s'aporten les dues versions en les quals aquest grup és presentat com un actor polític o bé com un grup vandàlic segons qui en parli. L'autor no hi pren part i deixa en mans del lector en favor de qui es decanti. En quant als empresaris, són presentats com a culpables, anant més enllà de la culpabilització genèrica del turisme que es fa en d'altres articles, facilitant la creació d'aquest discurs "turismofòbic". Al llarg de tot l'article utilitza l'estratègia de la personalització de les postures dels diferents actors implicats per introduir les seves declaracions i, d'aquesta manera, autoritzar-les i donar-li una major

credibilitat, però ho fa amb totes les postures, no només amb les favorables o les contràries a l'objecte de debat. Això demostra el to descriptiu i força imparcial i objectiu en què està escrit.

Finalment, parlant del **lèxic** utilitzat, l'autora fuig de la naturalització del terme "turismofòbic", l'ús del qual atribueix a uns actors concrets, sense generalitzar el seu ús. Concretament situa l'origen d'aquest terme, entre d'altres, en Alberto Fernández Díaz, president del PP a Barcelona. Si tenim present la ideologia que representa ens podem fer una idea de la font d'ús d'aquesta paraula (partits conservadors i poders econòmics). També cal destacar que les accions dutes a terme per Arran són explicades però no són acompanyades d'adjectius valoratius que orientin el model mental que es forma el lector sobre aquests fets. Així, les protestes són tractades com a "*movilizaciones*", terme més neutre i menys valoratiu que el que s'utilitza en d'altres mitjans, per exemple, "*ataques*".

6.2.5. Article 5. La Marea. La turistificación o el "síndrome de Venècia".

La Marea és un mitjà que edita en castellà, en format paper i digital i de caràcter mensual que es va començar a publicar l'any 2012. Sorgeix després de la desaparició del diari Público en format paper, sent el seu editor la cooperativa MásPúblico Sociedad Cooperativa, formada per antics treballadors i lectors, que busca crear un mitjà de comunicació lliure d'interessos empresarials i polítics i que aposta, segons la seva presentació, per un periodisme rigorós i compromès que es finança a través de subscripcions i donacions particulars. L'autor de l'article és Antonio Maestre, periodista i documentalista que treballa com a articulista per a aquest mitjà i que ha aparegut com a tertulià en diferents mitjans de comunicació.

Es tracta d'una peça curta, d'un mitjà que no es troba entre els més llegits, però interessant perquè mostra una orientació diferent en analitzar aquests fets des d'un punt de vista diferent, més proper al discurs no dominant.

És el primer article dels analitzats que introdueix el terme **turistificació** per comparar-lo amb l'anomenada "síndrome de Venècia" (a més de plantejar-lo com una evolució del procés de gentrificació ja que tots dos acaben expulsant

la classe obrera dels nuclis urbans). La **superestructura** de l'article no dóna gaires pistes sobre l'orientació de l'esquema discursiu que en ell es reflexa però sí que introdueix conceptes nous que criden l'atenció del lector i conviden a llegir-lo, com són la turistificació i la síndrome de Venècia. Sí que en el subtítol ens comença a donar pistes sobre la postura del redactor i el significat global que vol donar al seu article en problematitzar el turisme i posar sobre la taula la precarització del mercat laboral que provoca, a diferència del que fan d'altres articles que naturalitzen que això sigui així, i tractar el turisme com un problema polític (per tant, un problema de model de gestió i no dels turistes en si mateixos) que cal solucionar fent partícip dels seus beneficis els habitants de la ciutat.

La **macroestructura** de l'article dibuixa el que per l'autor és l'autèntica "malaltia" del sector turístic, la síndrome de Venècia, i no la "turismofobia", com els que criminalitzen aquells que protesten volen fer creure. D'aquesta manera, enlloc de criminalitzar veïns o turistes o convertir en víctimes els empresaris del sector, posa el focus sobre aquells que provoquen el problema, les empreses del sector turístic, la gestió que en fan les administracions i el model econòmic neoliberal que posa el benefici econòmic per davant de tot. Per això, els fets del juliol passat només serveixen a l'autor com a excusa per tractar aquest tema de manera més profunda, fent una interpretació d'aquests similar a la que en l'article anterior feien els membres d'Arran (una provocació del debat mediàtic al voltant del turisme i el seu model). Tota aquesta construcció del discurs la fa a base de donar informacions i contextualitzar la situació perquè sigui el lector qui finalment jutgi.

En quant als **significats locals**, fa explícites algunes de les principals queixes d'aquells que protesten i qüestionen les regles que regeixen l'actual model turístic, per exemple, que els beneficis que reporta no reverteixen en els habitants de les ciutats que el "pateixen", a més dels problemes d'accés a l'habitatge que genera. Així, va més enllà del discurs que mostra el turisme com una font de riquesa i llocs de treball (i reconeix que realment ho és quan parla de l'actiu més gran de l'economia espanyola) però que amaga el fet que aquests acostumen a ser precaris i la riquesa que es genera va a parar a les mans d'aquells que més tenen. Critica i evita l'ús de termes com "turismofobia"

(que utilitza sense cometes encara que no per naturalitzar-lo) i kale borroka i d'aquesta manera evita criminalitzar els actors que protesten contra el model turístic, reconeixent que el moviment de protesta va molt més enllà d'aquestes accions puntuals que, en opinió de l'autor, s'han utilitzat per criminalitzar aquells que des de "*los ambientes mas militantes de los barrios populares*" fa anys que alerten sobre els problemes que el model que segueix l'explotació del turisme causa a la ciutat. De forma implícita l'autor culpa de la situació el model de societat de consum en què ens trobem quan parla del boom dels vols *low cost* que han provocat aquesta sobreexplotació turística. També assenyala la cerca de benefici ràpid "*a costa de expoliar los recursos humanos, urbanos y medioambientales de las ciudades*", propi del model neoliberal, com a causant de la situació i proposa una caracterització diferent de la "turismofobia" al voltant del turisme, acusant d'aquesta a "*aquellos que miran para otro lado cuando acaba convirtiéndose en el enemigo de los que tienen que vivir y disfrutar de él, no de los que luchan y claman por un sector sostenible que aporte beneficios a todos los estratos sociales*". Per tant, presenta un discurs alternatiu propi de les classes no dominants.

En quant a la **nominació** i caracterització dels actors, ni uns són criminalitzats (Arran, veïns que protesten o els propis turistes) ni el altres són convertits en víctimes (empresaris del sector) com és habitual en la majoria dels articles analitzats. Utilitza la frase "*nueva corporación empresarial*" per referir-se a Airbnb que, tot i no haver estat concebuda com a tal, s'hi està convertint. Utilitzant aquestes paraules l'autor ho denuncia, a diferència del discurs dominant que tracta aquesta plataforma de lloguer vacacional com un intermediari innocent. També introdueix la figura del "*trabajador sin techo*" o el gondoler de la ciutat de Venècia que no pot viure a la ciutat, com a exemples de l'augment desorbitat dels preus dels lloguers dels pisos en zones turístiques com Eivissa i Venècia. A la vegada aquests dos casos podrien relacionar-se amb un altra neologisme posat de moda darrerament, el "precariat", és a dir, persones que tot i tenir una feina no tenen garantides unes mínimes condicions de vida degut als baixos sous que perceben.

Referent al **lèxic** utilitzat, les accions d'Arran son "*acciones reivindicativas*" o "*vandálicas como mucho*" evitant la criminalització excessiva a la qual d'altres

mitjans es llancen. El terme “*turismo*”, que apareix repetides vegades, ho fa sovint acompanyat dels termes “*masificación*” i “*desaforado*”, donant compte de la postura de l'autor en aquest sentit. Per reforçar el discurs sobre l'alça dels preus de l'habitatge que provoca el turisme i que el lector es faci una imatge mental de la situació, utilitza el que podríem considerar una metàfora amb aquesta “*espiral inflacionista*” que després reafirma en titllar de “*salvaje*” l'encariment dels lloguers a Eivissa. També utilitza el terme “*burbuja*” de manera metafòrica per referir-se a la sobreexplotació turística i reforçar aquest concepte. A més, aquest és un terme que està molt present en les ments dels lectors després que aquests darrers anys de crisi econòmica s'hagi posat molt de moda el concepte “*bombolla immobiliària*”, per tant, en utilitzar-lo, l'autor evoca episodis recents que tothom té molt presents. Així mateix, utilitza la personificació d'aquesta bombolla que pot acabar “*matando de éxito*” el model turístic. En quant al terme “*expoliar*” és utilitzat per referir-se als efectes del model turístic, tant a nivell de recursos naturals com humans i urbans, evitant l'ús d'eufemismes i la menysvaloració que sí practiquen d'altres mitjans. Finalment utilitza termes mèdics per referir-se a la síndrome de Venècia com un virus, apel·lant a la imatge mental que tots tenim dels virus com una cosa negativa que s'estén ràpidament i que acaba provocant problemes de salut i fins hi tot la mort (del model turístic). D'aquesta manera dramatitza d'alguna manera la situació per aconseguir més fàcilment el favor del lector.

Per acabar l'article l'autor utilitza la figura retòrica de la metàfora, primer per donar una major força expressiva al fet que, si no canvien les coses, acabarem com la ciutat de Venècia doncs, tots anem en la mateixa gòndola i, segon, per apel·lar a imatges mentals presents en la ment del lector en parlar del “*parque temático*” que “*bulle de vida de día y languidece por la noche*”, per referir-se al futur que espera a les ciutats, o els barris centrals de les ciutats, a causa de la turistificació.

6.2.6. Article 6. El Mundo. Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.

El Mundo, diari generalista que publica en castellà va ser fundat l'any 1989 per, entre d'altres, Pedro J. Ramírez i actualment està dirigit per Francisco Rossell.

Disposa d'una versió en línia que no és exactament la mateixa que la versió en paper i és un dels mitjans amb més visites úniques de la premsa espanyola⁵³. La seva empresa editora és Unidad Editorial Información General S.L.U. que a la vegada forma part de Unidad Editorial S.A., propietària també del Grupo Recoletos. Els principals accionistes són bancs i empreses italianes com Pirelli, Fiat i el banc San Paolo. Ells mateixos defineixen la seva línia editorial com a liberal, sent molt propera a Ciudadanos i al PP, i una ideologia de dretes molt crítica amb el PSOE.

En aquest article, Germán González, redactor de tribunals de El Mundo a Barcelona, utilitza els fets del juliol passat per parlar d'una pugna política tant en el si de l'Ajuntament com en el del Parlament de Catalunya, en la qual els membres del Partit Popular són mostrats com els garants de l'ordre davant els "*actos vandálicos*" i la "*kale borroka*", mentre els altres actors es mostren més tous en aquest sentit. Un cop més es criminalitzen i es sobre dimensionen uns fets per treure'n rèdit polític buscant associar la violència amb el procés polític que es viu a Catalunya, sobretot amb les CUP, que apareixen en el titular associades a "*actos vandálicos*" i dibuixant un escenari de kale borroka que distorsiona la realitat. Per tant, la **macroestructura** de l'article construeix un relat en què s'utilitzen les estratègies de la distorsió, la fragmentació i l'ús de coneixements parcials per ocultar el discurs que s'amaga sota aquestes protestes i legitimar un altre en el qual el diari sembla estar encara més interessat, deslegitimar el procés polític català, desacreditar els seus actors i crear una imatge mental en els lectors de violència permanent als carrers de Catalunya. Mentre uns actors són mostrats com a més rellevants, per exemple, els membres del Partit Popular que van demanar la reunió d'urgència al Consistori i que apareixen en el subtítol de la notícia o bé nominats de manera pròpia remarcant la seva adscripció política, altres són menysvalorats, com els membres del PdeCat que també van demanar aquesta reunió però, en canvi, només apareixen en el cos de la notícia de manera secundària, o bé l'aparició de Francina Vila, caracteritzada com a presidenta del grup municipal encarregat de l'àrea de turisme (se suposa, perquè no se'n diu el nom) però ometent que és membre del PdeCat.

⁵³ Font: El País, el periódico digital en español más leído del mundo. El País.
https://elpais.com/elpais/2016/11/22/actualidad/1479853627_478107.html

En quant a la **microestructura semàntica** de l'article, continua donant rellevància a uns fets i restant importància a d'altres. Per exemple, quan en el primer paràgraf explica les accions del grup Endavant enumera primer (i per això els dóna més importància) les pintades, la punxada de rodes de bicicletes turístiques i la silicona en panys d'empreses turístiques. Després afegeix un "*También*" per anomenar en darrer terme el lema principal d'aquestes protestes "*el turismo mata los barrios*". D'aquesta manera construeix un discurs criminalitzador dels que protesten (no només els que han fet aquestes accions concretes sinó també aquells que no utilitzen mitjans "vandàlics" per denunciar els problemes que provoca el model turístic).

Així, després de crear un marc interpretatiu centrat en la *kale borroka* i el lideratge del PP per combatre-la (implícitament sembla que són els únics que fan alguna cosa al respecte) com a eixos centrals, després parla del procés d'autodeterminació a través de les declaracions de Joan Tardà i, encara que aquest desmenteix qualsevol relació, el lector ja ha fet l'associació. De manera més o menys explícita sembla que qui hi ha darrera de les accions dutes a terme per Arran són les CUP, quan en realitat les han dut a terme col·lectius que se'n declaren independents, encara que comparteixin l'ideari. Per tant, es distorsiona la informació per transmetre un missatge interessat.

En general hi ha una estratègia d'ocultació de tota la problemàtica que hi ha darrera dels fets que denuncia Arran per parlar del tema que és realment important per l'autor de l'article (i sembla que també pel diari *El Mundo*), el procés independentista català i la criminalització no ja dels que protesten contra el turisme, com és habitual en d'altres articles dels analitzats, sinó també dels partits polítics favorables a la independència de Catalunya.

En tractar els **actors** implicats, hi ha una naturalització en no problematitzar el fet que empreses de lloguer de bicicletes turístiques utilitzin els ancoratges públics per desenvolupar la seva activitat econòmica privada. A més es dóna la imatge que els responsables polítics de la policia de Catalunya per aquelles dates, Joaquim Forn i Pere Soler, han perdut el control davant la situació de *kale borroka* en la qual es troba la ciutat de Barcelona.

En quant al **lèxic** utilitzat, destacar que l'article parli de "*asalto*" a un bus turístic quan en realitat el que van fer va ser aturar-lo per fer una pintada al parabrisa i punxar les rodes. L'ús d'aquesta paraula fa augmentar la percepció de violència que el lector s'emporta.

6.2.7. Article 7. 20 minutos. Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.

20 minutos és un diari gratuït amb seu a Madrid que des de l'any 2000 publica de dilluns a divendres i es reparteix en 7 de les principals ciutats del país, entre elles Madrid i Barcelona. L'any 2005 comença a publicar en línia i ràpidament es converteix en un dels diaris digitals amb més seguidors. És editat per 20 Minutos Editora S.L. que actualment pertany al grup Henneo, antic Grup Heraldo i que, segons diuen en la seva pàgina web⁵⁴, són el setè grup de comunicació espanyol per volum de facturació i un dels principals en quant a audiència en la seva categoria. Segons l'anàlisi que en fa el grup Solosequenosenada⁵⁵ actualment tenen una ideologia de dretes favorable al Partit Popular.

L'article en qüestió està pres de l'Agència EFE, servei de notícies que té com a principal accionista l'estat Espanyol i que des de l'any 1939 proveeix de serveis diferents mitjans de comunicació de parla castellana en qualsevol format. Tenen una ideologia propera al Partit Popular i els seus directors són i han estat familiars o amics d'alts càrrecs d'aquest partit⁵⁶.

La **superestructura** de l'article (titular, subtítol, ressaltats, etc...) ja organitza un discurs, el significat global del qual dóna preponderància a paraules com "*asaltan*", "*encapuchados*" o "*ataque gihadista*" remarcant la suposada violència dels fets. Sí que és cert que en els subtítols de la notícia dóna cabuda, a diferència d'altres mitjans, a la que és la principal reivindicació del grup Arran i

⁵⁴ <https://www.henneo.com/>

⁵⁵ Quien manda en los medios de comunicación españoles.
<http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

⁵⁶ Font: Quien manda en los medios de comunicación españoles.
<http://www.solosequenosenada.com/2011/11/18/quien-manda-en-los-medios-de-comunicacion-en-espana/>

que està en l'origen del malestar generat pel model turístic, "*el turismo mata los barrios*".

En general, la **macroestructura** o tema de l'article se centra en la descripció dels fets, sense fer cap valoració explícita, ni negativa ni positiva, introduint les declaracions d'un turista que es va veure involucrat i d'un responsable de l'Ajuntament de Barcelona. Si que, com he explicat abans, el vocabulari utilitzat en la superestructura pot donar pistes al lector i guiar les seves conclusions, sobretot en comparar-lo amb un atac gihadista, per això l'estratègia de la persuasió també és present en la construcció del seu discurs i del relat.

De manera implícita sí que la idea que queda al lector després de llegir-lo és que els turistes que anaven dins del bus es van enfrontar al que pensaven que era un atac gihadista, amb les associacions que això provoca en la ment del lector, acostumat a veure-ho a la televisió de manera molt habitual en els darrers temps.

Pel que fa a la identificació i caracterització dels **actors**, com ja hem vist en un article anterior, els membres d'Arran que van dur a terme l'acció són nominats de manera comuna com els "*cuatro encapuchados*" que van perpetrar l'assalt al bus turístic. En ressaltar aquest "*encapuchados*" se'ls connota negativament i de manera violenta. Tot i així no són identificats ni com a membres d'Arran ni es parla de la seva adscripció política. Tampoc es nombra l'alcalde de Barcelona i la persona de l'Ajuntament a qui se li dóna veu és aquella directament responsable de l'àrea de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona, Agustí Colom. Per tant, en general i a diferència d'altres articles, no sembla que hi hagi una voluntat de desacreditar determinats actors per les seves idees polítiques com si que veiem en d'altres peces. Pel que fa a les declaracions del turista holandès, que suposadament va viure els fets, i que construeixen aquest relat segons el qual els passatgers del bus pensaven que s'enfrontaven a un atac gihadista, no tenen gaire credibilitat doncs, a aquest turista no se l'anomena pel nom i a més es diu que va fer les declaracions fora de micròfon. Qualsevol les podria haver filtrat als mitjans i no hi hauria manera de comprovar-les, però compleixen la funció de donar als lectors una comparació amb fets horribles que tothom té en la seva ment.

Finalment, en quant al lèxic, ja he parlat de l'ús del terme “*asaltan*” en aquest i en d'altres articles analitzats. Segons el diccionari, la paraula assaltar és referent a “*atacar per sorpresa amb la finalitat d'apoderar-se d'un lloc determinat*”. Segons les declaracions del mateix conductor⁵⁷ en cap moment els membres d'Arran van pujar al bus perquè ell va mantenir les portes tancades. Sí que el van aturar, van fer la pintada i van punxar una roda. Una manera més objectiva de descriure els fets seria amb un titular tipus “Aturen un bus turístic a Barcelona per fer una pintada contra el turisme”. Per això l'ús d'aquesta paraula al titular i al cos de la notícia ja està connotant implícitament els fets més violentament del que realment van ser.

6.2.8. Article 8. El Confidencial. Arran defiende sus acciones: “No estamos en contra de los turistas”.

El Confidencial és un diari exclusivament digital que s'edita a Madrid i en castellà des de l'any 2001. Pertany a Titania Compañía Editorial S.L. El seu director és Ignacio Cardero i el director del seu consell editorial és José Antonio Zarzalejos, ex fiscal del Tribunal Suprem i ex director del diari ABC, junt amb Belén Barreiro, sociòloga. El seu principal accionista és Jose Antonio Sánchez, periodista que fou fundador del diari i que va treballar com a redactor a ABC, com a columnista a La Razón i que va ser nomenat director de RTVE des del 2002 fins al 2004 a proposta del Partit Popular. També ha estat director de Telemadrid i va tenir un càrrec de responsabilitat a Telefònica.

Pel que fa a l'article, no consta qui n'és l'autor ni tampoc es tracta d'una editorial. La segmentació o **superestructura** dibuixa un discurs en què es dóna veu a Arran (“*No estamos en contra de los turistas*”) i s'apunta als motius de la seva lluita, provocar una reflexió sobre l'actual model turístic. Destaca molt l'ús d'un sobretítol (en blanc amb fons negre) que diu “*Exigen expropiar* (referint-se a Arran) *el Hotel Vela y Port Aventura, entre otras*”. Es tracta d'una frase, en la línia del seu ideari anticapitalista, que referma la imatge de radicalitat d'Arran que el lector s'emporta després d'una ullada ràpida a l'article. En quant als

⁵⁷ El conductor del autobús turístico atacado: “Enseguida vi que eran unos mataos”. El Mundo. <http://www.elmundo.es/cronica/2017/08/06/5985cf43e5fdeafb1e8b4594.html>

ressaltats no sembla haver una voluntat de prioritzar un discurs per sobre d'un altre ja que hi ha paraules i frases de tot tipus.

La **macroestructura** de l'article construeix un discurs en el qual els fets provocats per Arran i Endavant tenen com a finalitat cridar l'atenció, fer visible i provocar un debat sobre el model turístic, un problema que va més enllà del discurs d'altres mitjans i que provoca l'expulsió dels veïns dels seus barris, la seva precarització i la destrucció del territori. Aquests fets han tingut com a contrapartida la criminalització de tot un col·lectiu a partir de les accions d'uns pocs, però sembla que tant Arran com Endavant en són conscients que és aquest el preu a pagar perquè l'opinió pública debati sobre aquest tema. A més del debat que provoquen aquestes accions, l'article mateix contribueix a la visibilització del problema amb el turisme en donar veu a actors que normalment són silenciats (els propis membres d'Arran).

En quant als **significats globals**, fa explícita la postura contrària d'Arran vers el model turístic i les seves raons, a diferència d'altres articles que, a més de criminalitzar-los, no aprofundeix en els motius de la protesta. Aquestes raons són la concentració del benefici en poques mans, la destrucció del territori, l'augment de preu dels lloguers, l'expulsió dels veïns dels seus barris allunyant-los de les seves xarxes socials de suport i la generació de llocs de treball precaris. A més, denuncia com l'ús de la paraula "turismofobia" criminalitza aquells que protesten contra la massificació turística, no contra els turistes pròpiament. En general és un article que no utilitza l'estratègia de l'ocultació, que ja hem vist repetides vegades en articles que naturalitzen i legitimen un model turístic que converteix els turistes i empresaris en víctimes i als que protesten en criminals.

Pel que fa als **actors**, l'alcaldeessa i l'Ajuntament són mostrats com a preocupats i actius vers aquesta problemàtica, encara que minimitzen el seu impacte i neguen que aquestes accions corresponguin a la realitat diària de la ciutat. Arran també és caracteritzat de manera bastant objectiva com a "*organización juvenil anticapitalista*".

Per acabar amb el **lèxic**, veiem com fuig de la naturalització del terme "turismofobia" en anomenar-lo la "*llamada turismofobia*", deixant clar que no està d'acord amb aquesta paraula i que el problema és molt més profund i molt

diferent a una fòbia als turistes. També fixar-nos en el vocabulari emprat per Arran i l'alcaldeessa en les seves declaracions, en les que utilitzen el terme de “acciones” o “hechos aislados” per referir-se al que d'altres mitjans anomenen “ataques” o “actos vandálicos”.

6.2.9. Article 9. ABC. La kale borroka prende en Catalunya.

ABC és un diari de tirada nacional, publicat en castellà, fundat l'any 1903 i que s'edita a Madrid. En quant a la seva ideologia es defineix com a monàrquic, catòlic i liberal-conservador, a més de defensar a ultrança la unitat d'Espanya i tenir un discurs proper al Partit Popular i a Ciudadanos. El seu director actua és Bieito Rubido i l'empresa editora és Diario ABC S.L. de la qual és propietari el grup Vocento. Segons la publicació Cafeamblllet⁵⁸, Vocento està vinculat a la família Ybarra i al banc BBVA, a més d'altres empreses com Cepsa, Acciona i el Banc Santander.

L'article analitzat és una editorial, que reflecteix la línia ideològica del mitjà, i depèn del seu director. La seva **superestructura** construeix un discurs distorsionat en el qual la violència té un paper destacat, en qualificar les accions d'Arran, als que anomena “cachorros de la CUP”, de kale borroka, utilitzar el verb “prende” al titular i ressaltar els termes “independentista”, “revolucionaria”, “vandalismo”, etc.. Una primer ullada a l'article fa que el lector percebi una situació descontrolada de violència extrema de la qual les CUP i l'independentisme en són responsables, gràcies a l'ús d'estratègies d'espectacularització i dramatització. Així, en la **macroestructura** de l'article ni tan sols té cabuda el tema que l'ha originat, el turisme, el model turístic o els problemes que genera i se centra exclusivament en la presentació negativa d'un grup (Arran i per extensió les CUP, que tenen la maldat en la seva naturalesa). Va encara més enllà de la criminalització dels que protesten, per criminalitzar la “república de la CUP, Junqueras i Puigdemont”. Per tant, sembla que el tema de fons no li importa gaire al redactor, ja que qualsevol episodi violent, de la naturalesa que sigui, servirà per justificar un discurs contrari al procés polític català.

⁵⁸ Font: Els diaris són dels bancs. Cafeamblllet. <http://www.cafeamblllet.com/press/wp-content/uploads/2014/04/6-12.pdf>

Veiem com utilitza l'estratègia de la generalització per construir un discurs en el qual la *"la fractura social y política que se gesta en Cataluña desde hace años"* està al darrera d'aquests episodis violents, mentre el problema real de fons, les protestes contra el model turístic són menysvalorades i obviades. Els que protesten són dolents per naturalesa, per tant, el motiu de protesta no importa, donant lloc a una invisibilització màxima. De manera explícita culpa les CUP i els seus *"cachorros"* però de manera implícita també culpa a *"determinados partidos e instituciones públicas"* que no poden ser altres que la Generalitat i els partits independentistes personificats en Junqueras i Puigdemont, als que acusa de ser còmplices de la situació i presoners de les CUP.

Ja hem vist com són presentats els membres d'Arran (*"cachorros de la CUP"*, *"radicales que se envuelven en la bandera de la turismofobia"*, *"reflejo catalán de la violenta juventud batasuna"*, etc..) i per extensió les CUP, però aquest tractament el fa també extensiu a d'altres grups antisistema que no saben fer res més que *"violencia callejera pura y dura"* o *"vandalismo sistemático y organizado"*. Això el porta a la comparació amb la *"violenta juventud batasuna"* i a parlar de kale borroka, distorsionant els fets que van passar a Barcelona en comparar-los amb els que fa uns anys passaven al País Basc. Aquesta criminalització serveix a l'autor per justificar i legitimar una intervenció molt més dura per part d'autoritats i jutges, de la mateixa manera que es va fer al País Basc per acabar amb aquests actes violents. A destacar l'aparició d'un actor com *"los expertos consultados por ABC"*, sense aportar cap identitat concreta, utilitzats per refermar el discurs de l'article mitjançant l'estratègia de l'autorització.

Finalment, parlant del **lèxic** utilitzat, destacar el verb *"prende"* present en el titular, que fa que metafòricament associem aquesta *"kale borroka"* a un incendi o una flama que s'estén i que si no és apagada (intervenint durament des dels poders polítics, policials i judicials) s'estendrà sense control. Quan parla de l'assalt a *"un autobús cargado de visitantes extranjeros"* està utilitzant la dramatització per posar més èmfasi i sobredimensionar la violència de l'acció d'Arran i al final de tot utilitza també la ironia amb les cometes quan parla de la *"República"* de les CUP, Junqueras i Puigdemont i d'aquesta manera menysvalorar-la.

7. CONCLUSIONS I DISCUSSIÓ

Un dels objectius inicials d'aquest treball era anar a buscar diferents **discursos** i veure com aquests **s'articulen** per justificar processos com la **turistificació** i la **gentrificació**. Per centrar-ho encara més em vaig fixar en els discursos i el debat generat al voltant d'un episodi concret de protesta a la ciutat de Barcelona l'estiu passat i així poder veure com es lliurava una **batalla discursiva** entre diferents mitjans de premsa escrita, prèvia contextualització, a través de l'enfocament que hi donaven. Això ha permès visualitzar dos grans tipus de discursos, uns majoritaris, vinculats a grans grups mediàtics, que criminalitzen les protestes a través de l'ús del terme "**turismofobia**" per reaccionar contra un moviment de resistència als barris que cada vegada es fa més fort, i d'altres, minoritaris, que qüestionen aquest terme i intenten anar més enllà en l'origen i el perquè de la protesta. Així, amb l'anàlisi crític del tractament mediàtic d'uns fets situats en un temps i un espai molt concret, hem vist com es lliura aquesta lluita global, i també desigual, entre els que justifiquen i legitimen un model econòmic neoliberal que provoca processos com la gentrificació i els que el problematitzen i opten per models alternatius que posin les persones per davant dels beneficis econòmics.

Si ens fixem en l'anàlisi concret dels 9 articles, podem extreure algunes **conclusions globals**:

- Des del moment en què alguns mitjans tenen una posició de privilegi per les seves connexions amb els poders econòmics, les **estratègies discursives** que utilitzen constitueixen un **abús de poder** per tal d'afavorir interessos polítics i econòmics. Així per exemple, a través d'estratègies de nominació, hi ha una presentació negativa dels membres d'Arran (des de l'ús del terme "*encapuchados*" fins a la comparació amb joventuts etarres o la qualificació de xenòfobs) que es generalitza a tots aquells que protesten de manera legítima contra els efectes de la massificació turística (a través del terme "turismofobia"). A més s'utilitza aquest fet per atacar d'altres actors polítics i situacions polítiques d'actualitat que poc tenen a veure amb aquestes protestes (sobretot les CUP i el procés d'independència català) i per desprestigiar i

atacar opcions polítiques diferents a les quals la línia editorial del diari es mostra més proper (per exemple, quan El País qualifica com a “*angelica*” la reacció de l’Ada Colau a les accions d’Arran, donant a entendre la seva manca d’experiència).

- En molts casos **s’oculta** una part de la realitat social per donar veu només a una altra. Així, la majoria d’articles només donen veu a uns actors discursius, mostrant com a víctimes turistes i empresaris turístics, mentre els efectes que per als veïns té la massificació turística i tot el model econòmic muntat al seu voltant és silenciats (des de les molèsties per soroll o conductes incíviques, fins a la desaparició d’un teixit comercial de proximitat orientat als veïns enlloc del turista o l’expulsió de molts veïns degut a l’especulació immobiliària). En d’altres articles, per exemple el de La Vanguardia, s’utilitza la polarització extrema de les postures per crear dos grups enfrontats i, a continuació, exagerar les característiques positives d’un i les negatives de l’altra obligant al lector a identificar-se amb un dels grups, majoritàriament aquell que té una presentació positiva, per així evitar la pròpia dissonància cognitiva. D’aquesta manera també es legitima la “mà dura” contra el grup presentat negativament. En canvi, hi ha articles com el de El Diario o el de El Periódico que donen una visió més contextualitzada del problema que ens fa veure que la realitat té molts més matisos i que no és tan fàcil decantar-se cap a una postura o cap a l’altra.
- Sovint també veiem com s’utilitzen **raonaments fal·laços** com una estratègia per distorsionar la realitat i persuadir el lector cap a la postura del mitjà. Per exemple, en l’article del diari El País, fa passar els “turismofòbics” com un grup de gent que està en contra de la creació de llocs de treball, com si aquesta fos la única manera possible, i a més sense tenir en compte la qualitat dels llocs de treball que es creen o la precarietat que generen. O en l’article de “La Vanguardia”, quan construeix un relat contrari a la xenofòbia, al qual la gran majoria mostrarà adhesió, per després identificar-hi la “turismofòbia” amb unes comparacions que banalitzen el racisme.
- La **dramatització** també és una estratègia molt utilitzada en molts articles, per exemple, en el cas de “La Vanguardia” ens mostra a turistes

i empresaris del sector turístic com víctimes de la xenofòbia desplegada pels “turismofòbics”, apel·lant a l'emoció perquè els seus arguments penetrin més eficaçment en l'opinió pública. De la mateixa manera, encara que amb menys capacitat de penetració per tractar-se d'un mitjà amb poca audiència, el diari La Marea utilitza aquesta dramatització quan utilitza termes mèdics per parlar d'una síndrome de Venècia que, si no s'atura acabarà matant d'èxit el model turístic.

- A més de la paraula “turismofòbia”, l'ús que es fa en alguns articles del **lèxic** i les **construccions gramaticals** fa que els lectors s'emportin la impressió que les protestes són contra els turistes (personalitzats en uns passatgers del bus turístic), quan en realitat s'està protestant contra un model turístic i econòmic (personalitzat en el lema “*el turismo mata los barrios*”).
- En molts articles s'utilitza un lèxic determinat que busca **evocar en la ment del lector** episodis de la nostra història recent amb connotacions negatives i molt instaurats en l'imaginari col·lectiu per generar un rebuig de l'opinió pública a través de l'associació d'idees. És el cas, per exemple, d'articles que equiparen les protestes amb la kale borroka, els “turismofòbics” amb ETA o l'acció d'Arran amb els atacs gihadistes. Però també hi ha algun article, com el de “La Marea” quan parla de “*burbuja*” per referir-se a la sobreexplotació turística, que fa ús d'aquest lèxic evocador (que recorda la recent bombolla immobiliària) per denunciar un model turístic i econòmic.
- Des de l'altre bàndol trobem articles que denuncien la denominació “**turismofòbia**” i la criminalització de la protesta, començant pel de “El Periódico”, que utilitza la ironia per demanar als barcelonins que abracin els turistes, més enllà de les molèsties que els puguin causar, i acabant pel de “La Marea” que, a base d'aprofundir en les causes i conseqüències de la massificació turística, dona arguments al lector per posicionar-se a favor de la regulació del model turístic si no volen acabar, metafòricament, en la mateixa gòndola que els venecians. En qualsevol cas, entre els articles que mostren un discurs més proper a les **resistències**, podem diferenciar entre aquells que es queden en la superfície, denunciant molèsties com el soroll, les actituds incíviques,

etc.. dels turistes, i aquells que posen sobre la taula els problemes de fons que han generat l'onada de protestes, la mercantilització del dret a la vivenda i de la pròpia ciutat junt amb la precarització del treball en el sector turístic.

Les estratègies utilitzades pel **discurs dominant** tenen com a finalitat tant l'ocultació com la legitimació, amb l'objectiu de **mantenir un ordre social** específic. En aquest treball ho hem pogut veure en un àmbit molt petit de la realitat però, si tenim en compte que aquesta construcció de discursos es dona en tots els àmbits de la nostra vida, ens podem fer una idea del poder que té el llenguatge per a la construcció d'una realitat social en què el neoliberalisme, font de desigualtats socials, és pres com una llei natural biològica i les limitacions al "mercat" (aquest ens abstracte que ho domina tot i està carregat de relacions de poder) són limitacions a la llibertat.

Hem vist com analitzar un text amb les eines proporcionades per **l'anàlisi crític del discurs** permet posar al descobert tota una sèrie d'estratègies que són utilitzades contínuament pels mitjans de comunicació de masses per legitimar i fer passar com a naturals i immutables unes formes determinades de veure i entendre el món, per ocultar i deslegitimar altres d'alternatives, per desacreditar a determinats actors socials mentre d'altres són mostrats com a experts o per definir quins discursos són possibles d'entre tots els que tracten un mateix tema. D'aquesta manera hem trobat exemples d'ús de generalitzacions, naturalitzacions, persuasions, racionalitzacions, distorsions, dramatitzacions, menysvaloracions, nominacions metonímiques i metafòriques, autopresentacions positives i heterorepresentacions negatives o l'ús de la ironia, totes elles estratègies que permeten assolir els propòsits comunicatius del redactor de la notícia i el mitjà que té al darrera que, bàsicament, seran la **legitimació** o **l'ocultació discursiva**. També hem vist com aquests propòsits comunicatius estaran fortament influenciats pel **context** en què el discurs és enunciat, tant el global, en quant a l'època i el model de societat en que vivim, com el local, relacionat amb la resta d'elements que, en un moment determinat, estan presents en l'agenda mediàtica en un lloc i un temps determinat i també amb els actors que hi ha darrera de cada article amb la seva ideologia. Així hem pogut comprovar com un fet d'actualitat pot ser utilitzat per construir aquell

discurs que més interressi al mitjà de comunicació en qüestió i, d'aquesta manera, conformar una o altra realitat social a través del llenguatge.

També hem vist com **l'anàlisi crític del discurs** és una disciplina que **pren partit**, sense amagar-se, en favor d'aquells que normalment són silenciats o d'aquells que no exerceixen el poder. I en definitiva tot aquest treball es redueix a això, la pràctica i exercici del **poder**, en el sentit foucaultia del terme; un poder que no és una cosa que es tingui o no, sinó que s'exerceix, es troba present i es manifesta en totes les nostres relacions, entre elles, la relació que com a lectors podem tenir amb un article de diari (i tot el que hi ha al darrera).

Les paraules no són mai neutres, encara que algunes s'hi aproximïn, no és el mateix dir "acció reivindicativa" que "atac" com no és el mateix dir "protesta contra la massificació turística" que "turismofobia". Cada expressió, cada manera de dir, construir, explicar o de presentar al lector un fet determinat amaga al darrera una voluntat de fer o aconseguir alguna cosa amb allò que es diu. Ser conscients d'això i posar-ho sobre la taula gràcies a disciplines com l'anàlisi crític del discurs, entre d'altres, ens ha de permetre que aquells que menys capacitat tenen d'exercir el poder en guanyin i puguin així problematitzar i posar en qüestió el discurs procedent de les classes dominants, resistir en definitiva. Com ja va dir Foucault (1998) **poder i resistència** són dues cares de la mateixa moneda, un sempre porta aparellada l'altra en major o menor mesura i de manera més o menys visible. I és que el fet de resistir un poder comporta la possibilitat d'exercir-lo. És en aquest sentit que l'ACD es converteix en una eina per fer possible aquesta resistència i la denúncia de les desigualtats socials.

En els nou articles analitzats i contextualitzats hem pogut veure com aquells mitjans tradicionals, que formen part de grans conglomerats mediàtics i estan vinculats a les estructures de poder, amb potents empreses i bancs asseguts en els seus consells d'administració són aquells més alineats amb el **discurs de les classes dominants**, un discurs que naturalitza no ja un model turístic, sinó tot un model econòmic neoliberal, basat en la cerca del màxim benefici econòmic a costa del que sigui i de qui sigui, expulsant aquells que no són capaços o no volen consumir al ritme que el sistema demana per mantenir ben greixat el seu engranatge. Això fa que aquests discursos, en estar fortament vinculats al relat dels grups dominants i, de fet, formar-ne part, tinguin un grau

de penetració en la societat i l'opinió pública molt més gran que d'altres **discursos alternatius** procedents de mitjans sense aquesta vinculació (per exemple, La Marea). Això crea una desigualtat en l'accés a la informació del públic que, pràcticament no ha de fer res per rebre el discurs dominant, doncs és literalment bombardejat diàriament amb aquest, mentre que per rebre d'altres discursos no dominants ha de partir d'una curiositat que el porti a buscar-los activament i a interessar-se'n. Aquest és un dels factors que està en la base de la naturalització, per exemple, del model turístic i econòmic actual, i en la desacreditació, fins hi tot criminalització, de discursos alternatius. Cal també reconèixer la importància que tenen en l'època que vivim Internet i les xarxes socials que han aconseguit reduir aquesta desigualtat d'accés, fent d'altaveu dels discursos dominants però també d'aquells altres més invisibilitzats. Per contra, aquells articles més centrats en el tema que els motivava, que han fet un anàlisi més profund i menys distorsionat són aquells que no compten amb grans empreses assegurades en els seus consells d'administració o aquells que funcionen a mode de cooperativa de treballadors. Crec que els **objectius** que em vaig marcar en iniciar aquest treball s'han acomplert. En quant als específics, s'han posat de manifest diferents **estratègies discursives** utilitzades pels mitjans per legitimar processos de turistificació i gentrificació i hem vist com **ideologies** dominants pretenen prendre el control del relat i l'opinió pública, naturalitzant un model turístic i econòmic que mercantilitza la ciutat. També hem pogut veure alguna de les estratègies utilitzades per discursos alternatius que s'hi oposen, encara que amb el handicap de la manca de visibilitat. Això últim em fa pensar en la necessitat d'accions com la perpetrada per Arran aquest estiu passat per tal de provocar el debat i fer emergir la veu dels discursos dominats. La violència mai hauria de ser el camí, però on hi ha més violència? En l'acció d'uns joves que aturen un autobús turístic per fer-hi una pintada o en l'expulsió d'una família d'un bloc de pisos comprat per un fons d'inversió per construir vivendes de luxe? Hi ha molts tipus de violència i cal ser conscients i denunciar que la violència institucional n'és una, que actua més sigil·losament i, per això, és menys visible. Continuant amb els objectius específics, també hem vist com els mitjans contribueixen a la formació de diferents **models mentals** sobre el tema de la turistificació o la gentrificació, des de els que neguen la seva existència,

doncs es tracta de l'evolució del mercat, com si es tractés d'alguna de les lleis de la biologia que es compleixen immutablement, fins als que, encara que reconeixen la seva existència, la justifiquen pels beneficis econòmics que reporta. En quant a les propostes perquè aquest discurs de resistència davant la turistificació i gentrificació penetri de manera més eficaç en l'opinió pública, crec que tot gira al voltant de la **difusió del missatge**, més enllà de les estratègies discursives que s'utilitzin, que haurien d'anar encaminades a la **deconstrucció del relat dominant** (per exemple, a través de més treballs d'aquest tipus), a aportar eines i informació a aquells que pateixen aquests processos i a fer una tasca pedagògica perquè l'opinió pública pugui veure amb els propis ulls les conseqüències que tenen.

L'eix general al voltant del qual es mouen pràcticament tots els articles analitzats gira al voltant de la criminalització i deslegitimació de la protesta per una banda i la contextualització, visibilització i aprofundiment en les causes per l'altra. També trobem l'eix a favor / en contra del turisme i és aquest, en la meua opinió, el lloc on al discurs dominant li interessa portar el debat perquè d'aquesta manera poden construir un relat que contraposa els que estan a favor del turisme (i del creixement econòmic, la riquesa que genera, etc..) i els que hi estan en contra (o "turismofòbics" que ataquen els turistes i que estan en contra d'una cosa tan "natural" com que la gent viatgi pel món).

Finalment, i anant una mica més enllà dels objectius que em vaig marcar, m'agradaria parlar sobre els processos de turistificació i gentrificació en si mateixos i la relació que en la meua opinió hi ha entre els dos, així com el model de ciutat que hi ha al darrera i els fa possibles.

Dir d'entrada que la complexitat dels processos de **gentrificació** que, com he dit en el marc teòric, no es poden reduir a una sèrie d'etapes successives, sinó que estan subjectes a una sèrie de dinàmiques que els fan evolucionar en un o altre sentit, fa que sigui difícil situar els diferents barris de la ciutat afectats en una o altra etapa. El que sí que podem veure són les conseqüències que, segons els estudiosos d'aquest tema, té aquest procés i comparar amb l'estat en què es troben zones o barris sencers de grans ciutats i, en concret, de la ciutat de Barcelona. Alça de preus de l'habitatge, expulsió dels veïns originals i canvis en el teixit comercial són les conseqüències més visibles i aquestes si

que les podem veure en algunes zones de barris com el Poblenou, el Raval o la Barceloneta.

Pel que fa a la **turistificació**, el boom de la plataforma Airbnb ha tingut un paper molt important en tota aquesta problemàtica. Des dels seus principis originals, orientats a facilitar que qualsevol persona pogués llogar a turistes habitacions de casa seva i que aquests poguessin gaudir d'una experiència més propera a la vida real de la ciutat, s'ha passat a una subversió del model per part dels sistema capitalista que l'ha convertit en un negoci especulatiu, fent que grans inversors comprassin pisos amb la intenció de llogar-los a turistes a través d'aquesta plataforma. Això ha provocat una alça de preus tant de venda com de lloguer (en aquest cas per la conversió de lloguers residencials en lloguers turístics i la conseqüent reducció de l'oferta dels primers). Això ens porta a un **model de ciutat** dominat per l'especulació i el benefici econòmic, doncs tot aquest boom no ha anat acompanyat d'unes polítiques públiques de protecció social. Durant molts anys les administracions públiques han deixat en mans del capital privat la sort de l'evolució del model de ciutat, segurament perquè en anys de crisi econòmica no han disposat de recursos econòmics per fer-hi front. Però ja va sent hora que es posin en marxa polítiques públiques per frenar aquests processos de gentrificació i turistificació i fer de la ciutat un lloc per viure-hi i no per viure'n⁵⁹.

En quant a la discussió sobre si **turistificació** i **gentrificació** són **equiparables** o no o si un prepara el camí per l'altre, la meua opinió, després de tot el llegit i treballat, és que tots dos són processos que comparteixen les mateixes dinàmiques pel fet d'estar originats en les mateixes receptes neoliberals que regeixen el nostre sistema econòmic, la cerca del màxim benefici econòmic, la minimització de la intervenció de l'Estat i la deïficació del mercat com a ens naturalitzat que determina el camí que han de seguir les nostres vides. Tot i així, són processos que, tot i tenir les mateixes conseqüències globals, hi arriben per camins diferenciats basats en la **mercantilització** dels espais urbans. Vol això dir que la regeneració i revitalització de grans àrees urbanes que comporten són dolents? En la meua opinió no, i a més crec que són

⁵⁹ El lema del darrer Fòrum Veïnal sobre Turisme celebrat el juliol de l'any 2016 a Barcelona va ser "*La ciutat és per viure-hi, no per viure'n*". Em sembla una frase que resumeix molt bé les reivindicacions d'aquells que es mobilitzen per un nou model de ciutat, en contra de la gentrificació i la massificació turística. <https://assembleabarris.wordpress.com/forumveinalturisme/>

inevitables, però cal que vagin acompanyats de polítiques públiques de protecció dels veïns amb menys recursos i del patrimoni.

8. REFERÈNCIES

AIMC (2017). *Encuesta general de medios*. Recuperat de

<http://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

Ajuntament de Barcelona (2016). *Informe de l'Activitat Turística a Barcelona 2015*. Recuperat de

https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/otb_c_informe_anual_2015.pdf

Bailey, N., & Robertson, D. (1997). Housing renewal, urban policy and gentrification. *Urban Studies*, 34(4), 561–579.

<https://doi.org/10.1080/0042098975925>

Cabrerizo, C., Sequera, J. & Bachiller, P. (2016). Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: Algunas claves para (re)pensar la ciudad turística. *Ecología Política*, 52, 78-82. Recuperat de

<http://www.ecologiapolitica.info/?p=6775>

De Zárraga Mata, S. (19 gener 2017). La gentrificación en Madrid: de la Gran Vía a Chueca. *Público*. Recuperat de

<http://www.publico.es/opinion/gentrificacion-madrid-gran-via-chueca.html>

Delgado, M. (12 juliol 2008). Turistofobia. *El País*. Recuperat de

https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html

Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona (2016).

Percepció del Turisme a Barcelona. Presentació de Resultats. Recuperat de

https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/r16002_percepcio_del_turisme_informe.pdf

Escribano, E. (9 desembre 2016). La gentrificació arrasa los barrios de Barcelona, donde vivir es cada vez más caro. *Público*. Recuperat de <http://www.publico.es/public/gentrificacio-arrasa-els-barris-barcelona.html>

Ézaro, J. (22 octubre 2016). Esto “aún” es un barrio. *Diagonal*. Recuperat de <https://www.diagonalperiodico.net/movimientos/31983-esto-aun-es-barrio.html>

Foucault, M. (1998). Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber. Recuperat de <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/681.pdf>

García Herrera, L.M. (2001). Elitización. Propuesta en español para el termino gentrificación. *Biblio 3W. Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 6(332). Recuperat de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-332.htm>

Glass, R. (1964). *London: Aspects of Change*. London: McGibbon and Kee.

Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. A J. Curran, M. Gurevitch i J. Woollacott (comp.), *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 221-254). Recuperat de <http://www.ramwan.net/restrepo/hall/la%20cultura,%20los%20medios%20de%20comunicacion%20y%20el%20efecto%20ideologico.pdf>

Herrero, J. (27 setembre 2017). El Cabanyal Vuelve a hervir. *El Periódico*. Recuperat de <http://www.elperiodico.com/es/mas-periodico/20170715/cabanyal-vuelve-hervir-6164355>

- Machklouf De la Garza, M. (2015). *Transformaciones urbanas desde la resistencia. Aproximaciones a un movimiento vecinal en la Barceloneta. Barcelona* (Tesi doctoral no publicada). Recuperat de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/397704/MAKHLOUF_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maestre, A. (3 agost 2017). La turistificación o el “síndrome de Venecia”. *La Marea*. Recuperat de <https://www.lamarea.com/2017/08/03/la-turistificacion-sindrome-venecia/>
- Milano, C. (2017). *Overtourism y turismofobia: Tendencias globales y contextos locales*. Recuperat de http://www.aept.org/archivos/files/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf
- Molina, N. (25 agost 2017). Turistificació cultural: les ciutats aparador. *Público*. Recuperat de <http://www.publico.es/public/turisme-massiu-turistificacio-turistificacio-cultural-les-ciutats-aparador.html>
- OJDInteractiva (2017). *Julio 2017. Total tráfico nacional e internacional*. Recuperat de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales>
- Pardo, N. G. (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Recuperat de <http://www.bdigital.unal.edu.co/10250/1/C%C3%B3mo%20hacer%20ACD.pdf>
- Pichler, A. (2012). *Das Venedig Prinzip* [Arxiu de vídeo]. Recuperat de <https://vimeo.com/123944660>

Redacci3n Prnoticias (23 març 2017). comScore febrero: abc.es pierde 813.000 usuarios únics y elmundo.es 570.000. Prnoticias. Recuperat de

<http://prnoticias.com/prensa/prensa-pr/20161278-comscore-febrero-abc-el-mundo-bajadas-usuarios>

Reuters Institute for the Study of Journalism (2015). *Digital News Report 2015*.

Recuperat de

http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202015_Full%20Report.pdf

Román García, A. (2017). *Gentrificaci3n en el barrio Maravillas. Influencia de las actividades econ3micas en la creaci3n de la "marca" Malasaña*

(Treball Final de Grau no publicat). Recuperat de

http://oa.upm.es/47408/1/TFG_Roman_Garcia_Alejandra.pdf

Romero Reanu, L. & Lara Mart3n, L. (2015). De barrio-problema a barrio de

moda: Gentrificaci3n comercial en Russa-fa, el "Soho" valenciano.

Anales de Geograf3a, 35(1), 187-212.

http://dx.doi.org/10.5209/rev_AGUC.2015.v35.n1.48969

Santander, P. (2011). Por qu3 y c3mo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de*

Moebio. Revista de Epistemolog3a de Ciencias Sociales, 41, 207-224.

doi: [10.4067/S0717-554X2011000200006](https://doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006)

Sayavera, L. (6 agost 2017). L'elecci3 del terme "turismofobia" no és innocent.

El punt Avui. Recuperat de <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/1209661-l-eleccio-del-terme-turismofobia-no-es-innocent.html>

- Slater, T. (2010). Gentrification of the city. A G. Bridge I S. Watson (Eds.), *The New Blackwell Companion to the city* (pp. 571-585). Recuperat de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781444395105.ch50/summary>
- Smith, N. (1987). Gentrification and the Rent Gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 77(3), 462-465. Recuperat de <http://www.jstor.org/stable/2563279>
- Sorando, D., & Ardura, A. (2016). *First we take Manhattan. La destrucción creativa de las ciudades*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Toledo, D. (15 gener 2015). Lisboa pelea contra la gentrificación. *Contexto y Acción*. Recuperat de <http://ctxt.es/es/20171122/Politica/16239/Lisboa-empoderamiento-gentrificacion-capitalismo-barrios-autogestion.htm>
- Van Dijk, T. (1999). El anàlisi crítico del discurso. *Anthropos: Huellas del Conocimiento*, 186, 23-36. Recuperat de <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%20E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. *Semiosis*, (5), 37-53. Recuperat de <http://www.discursos.org/oldarticles/Algunas%20notas%20sobre%20la%20ideolog%EDa%20y%20la%20teor%EDa%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (1996). *Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. Recuperat de <http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Las%20Estructuras%20y%20Funciones%20del%20Discurso.pdf>

Wodak, R. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos. A R. Wodak i M. Meyer (Eds.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 61-100). Barcelona: Gedisa.

9. ANNEX 1. ARTICLES I FITXA D'ANÀLISI SEGONS L'ACD

ARTICLE 1. EL PAÍS. Turismofobia o empleofobia.

https://elpais.com/elpais/2017/07/31/opinion/1501519982_750004.html

¿Turismofobia o empleofobia?

El ataque a un bus turístico en Barcelona por miembros de un grupo afín a la CUP no tiene justificación alguna

1 AGO 2017 - 00:00 CEST

[Unos siniestros encapuchados detuvieron un bus turístico de Barcelona,](#) amenazaron al conductor con un cuchillo, amedrentaron a los pasajeros y pintaron la luna delantera del vehículo con la frase “El turismo mata los barrios”.

No eran delincuentes —digamos— comunes, sino miembros de la plataforma Arran, una familia radical de las Candidaturas de Unitat Popular, la CUP. Es decir, una facción del socio parlamentario del Gobierno secesionista de la Generalitat y su principal apoyo en el *procés*.

Un nutrido grupo de entidades empresariales hoteleras y turísticas exigieron a la alcaldesa, Ada Colau, en un manifiesto, energía para cortar con esos abusos. [Colau reaccionó tarde y sin mucha energía:](#) “Protestar por el turismo nunca puede pasar por intimidar a personas ni dañar equipamientos”.

[Y el Gobierno de la Generalitat](#) se quedó en sendas críticas personales de un par de sus miembros. Y en el estrepitoso silencio del novel consejero de la Presidencia y portavoz, Jordi Turull, una estrella fulgurante desde que el partido pujolista se vio involucrado en el saqueo de la obra pública a través de las coimas del 3%.

Una cosa es cuestionar los excesos del modelo turístico y otra muy distinta “protestar por el turismo”: la angelical reacción de Colau ya no puede

justificarse por su falta de experiencia institucional; parece condenar los hechos cuando les da pábulo en la cuestión de fondo.

Recuerden turismofóbicos y quienes ejercen la violencia contra vecinos y turistas, que hace tres décadas Barcelona optó por abrirse al mundo: carecía entonces casi completamente de visitantes. Hoy el sector supone el 12% del PIB de la ciudad. Genera en toda España un 20% de los nuevos puestos de trabajo. Solo en nuevos empleos directos supuso en el segundo trimestre la mitad del total, y el doble del renglón siguiente, la construcción especializada. La turismofobia mata empleos.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: “¿Turismofobia o empleofobia?”

MITJÀ: El País.

SECCIÓ: Editorial

DATA: 1 d'agost del 2017

SUBTÍTOL:

“El ataque a un bus turístico en Barcelona por miembros de un grupo afín a la CUP no tiene justificación”.

SOBRETÍTOL:

No n'hi ha.

RESSALTATS:

“Unos siniestros encapuchados detuvieron un bus turístico de Barcelona”

“Colau reaccionó tarde y sin mucha energía”

“Y el Gobierno de la Generalitat...”

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques.

- Planteja una correlació entre estar en contra del turisme (“turismofòbics” els anomena) i estar en contra de la creació de llocs de treball a través de la descripció de la protesta ocorreguda a la ciutat de Barcelona amb pintades en un bus turístic.
- En un esquema molt senzill, l'autor planteja el seu raonament començant per la descripció dels fets, la presentació en els paràgrafs següents dels actors implicats, valorant la seva actuació, per acabar amb l'amenaça vers els “turismofòbics” de les conseqüències que poden tenir les seves protestes.
- Quan enumera les accions que es van dur a terme en la protesta, la més significativa del problema que s'estava denunciant, és a dir, la pintada “el turismo mata los barrios” es situa en darrer lloc, precedida per l'amenaça amb un ganivet al conductor i l'esporguiment dels passatgers. Això desvia l'atenció de la protesta legítima, donant més rellevància a les actuacions més violentes.

C. Significats locals implícits i explícits.

- Implícitament s'està intentant identificar aquells que van realitzar l'acte violent amb tota l'organització de les CUP.
- En dir “no son delincuentes – digamos – comunes, sino miembros de la plataforma Arran” aquest “digamos” implícitament ens està dient que no seran delinqüents comuns però potser sí d'un altre tipus, a més de criminalitzar a tot el col·lectiu Arran i de retruc les CUP. Aquesta criminalització es fa extensiva al “gobierno secesionista” i al “procés”,

contra els quals El País i d'altres diaris de tirada nacional es mostren molt bel·ligerants, en fer una inferència equivocada, doncs l'organització Arran, encara que té lligams amb les CUP, no hi està integrada i, per tant, no és soci del Govern de la Generalitat.

- De manera explícita es fa culpable de la situació a l'alcalde de Barcelona per haver reaccionat tard, reclamant una condemna més enèrgica dels fets. Més endavant se l'acusa de condemnar els fets mentre "da pábulo" a la qüestió de fons.
- Relaciona de manera directa el Govern de la Generalitat en aquelles dates amb el "partido pujolista involucrado en el saqueo de la obra pública".
- L'article fa explícit contra què considera lícit protestar ("los excesos del modelo turístico") i contra què no ("protestar por el turismo").
- Veiem també com l'article aporta dades falses o, si més no, exagerades, quan diu que fa trenta anys Barcelona gairebé no tenia visitants. Segons dades de l'Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona de l'any 1987⁶⁰, el nombre turistes se situava una mica per sota del milió. Aquesta distorsió de les dades es fa per donar encara més força a les dades que dona a continuació sobre l'impacte del turisme en el PIB i en la creació de llocs de treball.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials.

- Membres de la plataforma Arran. S'utilitza una estratègia de nominació comú "*miembros de la plataforma Arran*" i se'ls caracteritza com a "siniestros encapuchados", família radical de les CUP i "no delincuentes-digamos-comunes".
- Entitats empresarials hoteleres y turístiques. S'utilitza una estratègia de nominació comuna.
- Ada Colau. S'utilitza una estratègia de nominació pròpia per referir-se a l'alcalde, ja sigui pel nom complet o només pel cognom. En utilitzar

⁶⁰[https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/105414/1/EM Estadistica 1987%20Resumen.pdf](https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/105414/1/EM_Estadistica_1987%20Resumen.pdf)

aquesta estratègia de nominació, en comptes de dir, per exemple, el Govern Municipal, s'ataca a la que és la cara més visible no només del Govern sinó d'una nova manera de fer política mal vista per alguns poders econòmics. S'ataca i desgasta una persona sola que a la vegada és representativa de tot un col·lectiu (el Govern de la ciutat, els moviments socials, els anomenats "ajuntaments del canvi", etc..).

- Govern de la Generalitat i el seu portaveu Jordi Turull. S'anomena el Govern en general per personalitzar-lo després en el seu portaveu Jordi Turull a qui es caracteritza com a novell i estrella fulgurant.
- "*Turismofóbicos y quienes ejercen la violencia contra vecinos y turistas*". Els agrupa en el mateix sac per reforçar la seva representació negativa davant les bondats que el turisme, segons l'autor, aporta a la ciutat.

E. Anàlisi lèxic.

- "Empleofobia". S'utilitza aquest neologisme per designar aquells que segons l'autor tenen "turismefòbia" per tal de contraposar-los a aquells que estan a favor dels llocs de treball i, per tant, a favor del turisme.
- L'ús del terme "encapuchados" evoca en l'imaginari col·lectiu episodis de violència, doncs moltes vegades el criminal comet el crim encaputxat per evitar ser reconegut, i a més es reforça amb el terme "siniestros".
- S'utilitza l'adjectiu "nutrido" per referir-se a les entitats empresarials hoteleres i turístiques, reforçant el discurs d'aquest grup tan nombrós davant del discurs dels "siniestros encapuchados" (un grup petit i aïllat). A més l'ús del verb "exigieron" enlloc d'altres de to més baix com "van demanar" dona més força a les seves reivindicacions davant l'alcaldeessa.
- S'utilitza l'oxímoron "estrepitoso silencio" per designar la reacció del "novel" conseller de Presidència i portaveu Jordi Turull. És una manera d'introduir la ironia a més de titllar-lo d'inexpert.
- Utilitza l'expressió "*angelical reacció*" per referir-se a les paraules d'Ada Colau emfatitzant la seva inexperiència i, per tant, menystenint, anul·lant i fins hi tot infantilitzant la seva reacció.

- Per acabar de criminalitzar els “turismefòbics” dota aquesta turismofòbia de la capacitat de matar, en concret, llocs de treball.

ARTICLE 2. EI PERIÓDICO DE CATALUNYA. Turismofobia, turismofilia.

<http://www.elperiodico.com/es/opinion/20170805/turismofobia-turismofilia-6205898>

Sábado, 05/08/2017 | Actualizado el 06/08/2017 a las 20:52 CEST

Turismofobia, turismofilia.

Frente al empacho de la marea de viajeros que invaden las calles, **el abrazo** de los hoteleros, las agencias de viaje y los dueños de bares y cuantos negocios afloran fertilizados por el sol, la primera industria española.

Que la cosa se ha ido de las manos se percibe a cada hora del día. Por la mañana, al mediodía y a la madrugada. Y no es culpa de la ola de calor. Y mucho menos exclusivamente de **la alcaldesa Colau**.

Quizá las altas temperaturas tengan algo que ver en el delirio de algunas portadas de diarios. Ya tienen serpiente del verano: la violencia callejera se apodera de los movimientos que claman contra el resultado de la invasión turística permanente. Radikales del mundo, uníos.

El asalto a un bus turístico, a una tienda de bicis de alquiler y varias 'performances' bajo el chisporroteo de las bengalas, todas sumadas, construyen la ecuación: la turismofobia es ETA. Solo falta que reaparezca **Mayor Oreja** en bañador meyba, a lo Fraga Iribarne en Palomares, para sostener, sin pestañear si quiera, desde una playa guipuzcoana, que sobre la arena están los adoquines, que detrás de los asaltadores de autobuses se esconden los separatistas del uno a cero.

Ay, la calor.

La mística del abrazo

Apostemos por [la turismofilia de los hoteleros](#). Barceloneses, barcelonesas, cada vez que se encuentren con un viajero, ¡abrácenlo!

Como [Mata Amritanandamayi](#), la gurú india que consuela a la gente estrechándola contra su cuerpo. Repitamos el mantra 'amo al turista', demos abrazos rambla arriba, rambla abajo.

No importa que haya turistas malos. Amor, mucho amor . Qué más da que un borracho aporree los timbres de casa antes del amanecer. Que un grupo de bañistas jueguen a fútbol en paseo de Sant Joan-València sin importarles los peatones, adultos y niños.

Abrácenlos. No protesten. **Que somos los herederos de Gandhi**. Con la cantidad de pasta que se dejan en la ciudad. Que sin turistas Barcelona sería más gris que Bilbao antes del Guggenheim.

PD: Arran, ¡las juventudes de la CUP!, hace años que muestra su disconformidad en los pueblos de Catalunya. Ahora ha bajado de las comarcas a la gran ciudad.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: "Turismofobia, turismofilia".

MITJÀ: El Periódico de Catalunya.

SECCIÓ: Opinió.

DATA: 5 d'agost del 2017

SUBTÍTOL:

“Barceloneses, barcelonesas, cada vez que se topen con un viajero, ¡abrácenlo!

SOBRETÍTOL:

No n’hi ha.

RESSALTATS:

“Turismofobia, turismofilia”

“la primera industria española”

“la alcaldesa Colau”

“la violencia callejera”

“invasión turística”

“asalto a un bus turístico”

“Mayor Oreja”

“turismofilia de los hoteleros”

“Mata Amritanandamayi”

“amo al turista”

“Abraćenlos”

“Arran”

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- Es tracta d’un article d’opinió en què l’autor, utilitzant la ironia, posa de manifest la criminalització de diferents protestes que es van viure a Barcelona aquest estiu passat i situa el problema no en el turisme, sinó en

el model turístic.

- Seguint la dicotomia del títol l'article es diferencia en tres parts. Una primera introductòria en què planteja el problema entre "el empacho de la marea de viajeros que invaden las calles" i els actors que se'n beneficien (hotelers, agències de viatges, bars i un model econòmic en què el turisme és "la primera industria española"). En la segona part s'introdueix la ironia per posar de manifest la criminalització de les protestes i en la tercera ofereix unes solucions que per iròniques acaben denunciant el problema a què ens enfrontem. Acaba amb una postdata en què també irònicament presenta l'actor responsable de les protestes, Arran.
- Aquesta estructura dicotòmica i l'estil irònic de l'article fa possible que l'autor presenti de manera simpàtica (i per tant més accessible per al lector) el que considera problemàtic en aquesta situació i quins actors estan implicats.

C. Significats locals implícits i explícits

- Al llarg de l'article es dona una imatge negativa dels turistes ("marea que invade las calles", el borratxo que truca a les portes de matinada o els que juguen a futbol al carrer sense respectar la gent). Això i el to irònic que utilitza l'autor dona a entendre de manera implícita la seva crítica al model turístic de la ciutat que es fa explícita quan diu que "la cosa se ha ido de las manos".
- Utilitza la ironia per criticar implícitament com el benefici econòmic que aporta el turisme passa per davant dels habitants de la ciutat a qui recomana actuar com els hereus de Gandhi. I a la vegada dona compte de les dificultats de lluitar contra el que és "la primera industria española". També critica de manera implícita que el turisme hagi de ser el responsable del nostre creixement econòmic.
- Encara que no culpa "exclusivamente" a l'alcaldeessa Ada Colau de la situació si que la fa en part responsable.
- A través de la ironia critica aquesta tendència d'alguns mitjans a

criminalitzar aquells que són molestos, construint l'equació "turismofobia es ETA".

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- "La marea de viajeros que invaden las calles". Mitjançant una nominació metafòrica els turistes s'identifiquen amb una marea que envaeix els carrers, augmentant l'expressivitat de la frase i donant una imatge visual que en poques paraules descriu el problema. En l'imaginari col·lectiu les marees cobreixen i s'emporten allò que queda a sota, per tant, l'autor dóna a entendre que la gran quantitat de turistes estan d'alguna manera ocupant els nostres barris sense deixar espai per res més. Més endavant personalitza aquests turistes en el "borracho que aporrea los timbres de casa antes del amanecer" o en el "grupo de bañistas que juegan a fútbol en el Paseo de Sant Joan-València
- Hotelers, agències de viatges, amos de bars i altres negocis. És aquesta indústria turística que aquí és anomenada de manera comuna i general i que conforma la primera indústria espanyola. El ressaltat li confereix molta importància a aquesta darrera frase, identificant el que per l'autor és un dels principals problemes, el model turístic que aportant els beneficis econòmics que aporta difícilment pot ser combatut.
- Ada Colau. S'utilitza una estratègia de nominació pròpia però en aquest cas per descarregar-la de responsabilitat, al contrari del que fan d'altres mitjans atacant una persona per criminalitzar un col·lectiu.
- Mayor Oreja i Fraga Iribarne són actors que, encara que no tinguin a veure amb la notícia, són utilitzats per l'autor per denunciar una manera de criminalitzar alguns col·lectius per part del Govern i els mitjans de comunicació, evocant en la memòria col·lectiva episodis violents al País Basc durant els anys en què operava la banda terrorista ETA. És una manera efectiva de generar rebuig en l'opinió pública equiparant la turismefòbia amb aquesta banda terrorista.
- Mata Amritanandamayi. Aquí utilitza un estil de nominació propi però no per

aquesta persona en concret, sinó per caracteritzar una manera d'actuar (en clau irònica) amb els turistes, repartint abraçades. De la mateixa manera apareix nombrat Gandhi (paradigma de la no violència i la paciència) per representar aquesta mateixa manera d'actuar, donant a entendre el que han d'aguantar els habitants de la ciutat.

- Barcelonins i barcelonines. Nominats amb una estratègia comuna són caracteritzats irònicament com els “hereders de Gandhi”, un preu que s'ha de pagar per l'èxit de la ciutat i els diners que deixen els turistes.
- Arran. Apareixen en la postdata de l'article nominats de manera grupal sense ser directament caracteritzats però sí que es torna a utilitzar la ironia quan diu “Arran, ¡las juventudes de la CUP! Aquests signes d'exclamació tracten irònicament el que d'altres articles de diari utilitzen per criminalitzar totes les CUP.

E. Anàlisi lèxic

- L'expressió “serpiente del verano” o “culebrón del verano” designa aquells temes de poca importància que els diaris utilitzen per omplir les seves pàgines quan no tenen altres temes més importants de què parlar. En aquest cas, doncs, treu importància als episodis de “violència callejera” i critica amb l'ús de la ironia com han estat utilitzats per alguns diaris per criminalitzar els moviments que clamen contra la invasió turística permanent equiparant “turismofobia” amb ETA.
- “Empacho”, “marea”, “invaden” són les paraules utilitzades per acompanyar el terme turistes o viatgers. Són paraules que donen compte de la magnitud de turistes que dia rere dia ha de suportar la ciutat.
- Utilitza la paraula “radikales” amb k per referir-se irònicament als que estan contra el turisme. Aquesta “k” s'associa en l'imaginari col·lectiu amb els episodis de kale borroka que es donaven fa uns anys al País Basc. Des de llavors hi ha hagut la tendència de criminalitzar alguns moviments de protesta equiparant-los amb la banda ETA i l'autor de l'article denuncia aquests “deliris” d'alguns mitjans.

ARTICLE 3. LA VANGUARDIA. Turismofobia, un presunto delito de odio.

<http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20170807/43325406588/turismofobia-barcelona-colau-odio-xenofobia-arran-juegos-olimpicos-1992-turistas-bus-turistico-asalto.html>

Turismofobia, un presunto delito de odio.

Barcelona debe dejar claro que no odia a los turistas y encarar de una vez la administración inteligente y consensuada del turismo

ENRIC SIERRA

07/08/2017 00:00 | Actualizado a 07/08/2017 06:45

Estos días que **Barcelona** [está conmemorando el 25º aniversario](#) de los **Juegos Olímpicos** hemos vuelto a ver aquellas imágenes del estadio de **Montjuïc** saludando al mundo con un ¡Hola! gigante que cobraba movimiento cada vez que el público la pronunciaba al unísono durante la ceremonia de inauguración de la cita olímpica de **1992**. Barcelona saludaba al mundo y se presentaba como una ciudad de acogida, tolerante y con vocación cosmopolita que quería disputar una posición de prestigio en la liga de las urbes más avanzadas del planeta.

Pero justamente veinticinco años después, la imagen que Barcelona [está transmitiendo al mundo](#) es un desagradable “Tourist go home” o lo que traducido al lenguaje popular sería un “largaos de aquí”. La **turismofobia** barcelonesa ha saltado la frontera después de que un puñado de insensatos haya decidido cruzar la línea roja de la violencia e incluso trate a los turistas de terroristas.

La ciudad que asombró al mundo cuando salió masivamente a la calle contra la guerra del Golfo o que se erigió como abanderada de los refugiados que huían de los conflictos bélicos en Oriente Medio, se está mostrando hoy intolerante y agresiva con miles de ciudadanos cuyo único grave delito es querer visitarnos. Esta reacción impropia e inaceptable es un grave error. Es un error olímpico que Barcelona pagará muy caro.

Esta impresentable respuesta de turismofobia es comparable a otras actitudes irresponsables que se dieron cuando recibimos hace quince años la llegada masiva de **inmigrantes** que venían a trabajar. En aquel momento, hubo quien se dedicó a animar la **xenofobia** para buscar réditos políticos repitiendo que los extranjeros nos quitaban el trabajo y se aprovechaban de nuestro estado del bienestar relegando a la población autóctona. ¿Se acuerdan? A raíz de aquellas manifestaciones se endureció la ley que castiga el delito de odio para evitar su escalada. Gracias a ello vimos sentados en el banquillo a varios políticos respondiendo por sus actuaciones en este sentido, mientras que tantos otros portavoces se cuidaron de continuar por ese camino.

Hoy día, y desde otros postulados políticos distintos a los que entonces alimentaron la animadversión a los inmigrantes, hay un movimiento ideológico que utiliza formas similares e incluso más execrables alentando el odio hacia los turistas. Les propongo que hagan un sencillo ejercicio. Lean los lemas turismofóbicos que se ven en las pintadas de Barcelona y cambien el sujeto de cada frase. Allí donde aparece la palabra turista o turismo, coloquen la palabra inmigrante o inmigración. Verán que con ese simple cambio, surgen frases como “Inmigrante vete a casa”, “La inmigración mata a los barrios”, “Los inmigrantes son terroristas”... ¿Se imaginan cuál hubiera sido la reacción política y social en ese caso? ¿O qué hubiéremos dicho si alguien hubiera marcado con pintadas las puertas de pisos donde viven inmigrantes de la misma manera que hoy marcan los portales de viviendas turísticas? ¿No recuerda esto a episodios terribles de nuestra historia reciente? No tengo más preguntas, señoría.

Por esta razón, la mencionada [ley que castiga el delito de odio](#) también debería servir para la turismofobia. Igual que en su día hubo una mayoría social y política contraria a los defensores de la xenofobia, también hay que responder sin ambages contra la turismofobia. ¿Acaso los turistas no son personas con todos sus derechos? La comisión municipal extraordinaria que se celebra hoy en el **Ayuntamiento** de Barcelona para debatir [el asalto por parte de encapuchados de Arran](#) a un bus turístico y el resto de acciones violentas que ha sufrido la ciudad debería servir para dejar clara esta posición.

Barcelona no odia a los turistas. No. Barcelona no puede odiar a los turistas porque si algo ha caracterizado a barceloneses y catalanes es su vocación viajera. Y siempre hemos agradecido que nos acogieran en paz y con cortesía allá donde íbamos. Barcelona no odia a los turistas. No nos cansemos de repetirlo. Barcelona no odia a los turistas porque sería equivalente a decir que Barcelona se odia a sí misma. El problema que tiene Barcelona radica en administrar el turismo para que siga siendo una ciudad de convivencia. Es el mismo problema que sufren otras ciudades turísticas del mundo. La solución a esta situación necesita consenso e inteligencia para alejar y aislar a los que defienden reacciones viscerales. En este sentido ya han surgido algunas ideas en el **Consell de Ciutat** como [la creación de una red de ciudades turísticas](#) que busque propuestas viables. Pero también se han planteado en otros foros internos medidas prácticas para invertir el dinero del turismo en los vecinos y vecinas que sufren sus molestias. Pónganse en marcha porque la señal de alerta se ha encendido.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: Turismofobia, un presunto delito de odio.

MITJÀ: La Vanguardia

SECCIÓ: Barcelona + (dins la secció de Local, ofereix articles en què tracta més en profunditat situacions que afecten la ciutat de Barcelona.

DATA: 07/08/2017

SUBTÍTOL:

Barcelona debe dejar claro que no odia a los turistas y encarar de una vez la

administración inteligente y consensuada del turismo.

SOBRETÍTOL:

No n'hi ha.

RESSALTATS:

Barcelona.

Juegos Olímpicos.

Montjuïc.

1992.

Turismofobia.

Inmigrantes.

Xenofobia.

Ayuntamiento.

Consell de Ciutat.

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- L'autor segueix un raonament en què compara turismofòbia i xenofòbia, reclamant un càstig judicial per aquests que segons ells han comès un delictes d'odi (Arran i els que protesten contra el turisme) i admetent que el que cal és replantejar-se el model administrant millor el turisme i invertir els beneficis que aporta en els veïns i veïnes que el pateixen.
- Utilitzant la racionalització i a partir de la premissa que la xenofòbia és dolenta (amb la que estaran d'acord la majoria de lectors) i la identificació turismofòbia=xenofòbia empeny el lector cap a l'acceptació acrítica

d'aquest raonament i la criminalització de la protesta.

- Pel que fa a l'estructura, l'article comença amb un primer paràgraf que parla d'un ideal de ciutat (la de l'any 92) que volia formar part de la "liga de las urbes mas avanzadas del planeta", per plantejar en el paràgraf següent la situació creada 25 anys després per la turismofòbia. Aquesta estructura i els ressaltats d'aquests paràgrafs creen una polarització en la ment del lector entre Barcelona, Jocs Olímpics i 1992 per una banda (que evocuen sensacions de progrés, alegria, èxit, etc..) i turismofòbia per l'altra, distorsionant i preparant al lector per persuadir la seva opinió cap a la postura de l'autor. Ni els Jocs Olímpics van ser tot el bo que es diu (ja que van posar la primera pedra de la situació en què ens trobem ara) ni el que ell anomena "turismofòbia" està sent tant dolenta. Continua en el següent paràgraf dramatitzant la situació contra "miles de ciudadanos cuyo único grave delito es querer visitarnos" preparant el terreny per identificar turismofòbia amb xenofòbia i a continuació reclamant que la primera sigui tractada i castigada com un delictes d'odi. Al final, apel·lant a un discurs emotiu l'autor argumenta perquè Barcelona no odia ni pot odiar els turistes i quins creu que són els veritables problemes. Amb aquest "Barcelona odia als turistes" està utilitzant la generalització com a estratègia per crear el macro-relat de l'article.
- Només veure l'enllaç de l'article ja podem veure per on aniran els trets, amb la tria de paraules turismofòbia, colau, odio, xenofòbia, arran, juegos olímpicos, turistas,..., similars a les paraules que són ressaltades al llarg de l'article. Curiosament enlloc de l'article s'anomena a l'alcaldesa Ada Colau però en canvi surt a l'enllaç, fent que en les cerques d'Internet hi aparegui relacionada amb aquests termes (odi, xenofòbia, etc..).

C. Significats locals implícits i explícits

- Presenta Barcelona com una ciutat que ha canviat el seu tarannà, de l'acollida, tolerància i vocació cosmopolita que va mostrar al mon durant els Jocs Olímpics de l'any 1992, les manifestacions contra la guerra del Golf o

la més recent a favor dels refugiats, a la intolerància i agressivitat que, segons l'autor, mostra actualment vers el turisme. Difícilment és un argument vàlid, aquest de la ciutat era així i ara és d'aquesta manera, doncs les manifestacions a favor dels refugiats i les protestes contra el turisme pràcticament coincideixen en el temps. Simplement està mostrant dos aspectes diferents de la ciutat que conviuen al mateix temps en tractar-se de temes completament diferents.

- De manera explícita i també implícita a través d'alguns comentaris equipara el rebuig al turisme amb el rebuig a l'immigrant, titllant de xenòfobs aquells que protesten. Sembla una comparació bastant forçada que banalitza el que és el racisme i la xenofòbia (hem vist arguments similars en d'altres situacions quan determinada premsa adjectiva com a "nazis" aquells que es desvien de la seva línia ideològica).
- Al llarg de l'article es presenta de manera positiva un grup, els turistes i els que estan a favor del turisme, i de manera negativa un altre, els que hi estan en contra sota l'etiqueta "turismofòbia".
- En el paràgraf final utilitza la reiteració per remarcar la idea que Barcelona no pot odiar els turistes, distorsionant de nou i amagant una realitat, la que viuen moltes persones que no és que odiïn els turistes sinó que continuament han d'estar suportant les molèsties que els provoquen i es veuen privats del seu dret de protesta davant d'aquest fet.
- Només al final de l'article l'autor permet que sorgeixin dues de les reivindicacions dels veïns i veïnes, administrar el turisme (és a dir, canviar el model actual) i revertir els beneficis que aporta en aquells que en pateixen les molèsties.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- Anomena "Otros postulados políticos" (actuals) que alimenten la fòbia al turisme per comparar-los amb els que anys endarrere utilitzaven el discurs xenòfob per obtenir rèdits electorals. No especifica quins són aquests "postulados políticos" però si que fàcilment els podem relacionar primer

amb Arran i amb les CUP, que com hem vist en molts d'altres articles, són tractats com la mateixa cosa i així construïts en l'imaginari col·lectiu. Per tant, s'utilitza la distorsió i la dramatització per identificar Arran i les CUP i l'alcalde (com he explicat en l'apartat de l'enllaç de la notícia) amb un discurs xenòfob.

- Turistes. Nominats de manera comuna són presentats de manera dramatitzada, “¿Acaso los turistas no son personas con todos sus derechos? o “ciudadanos cuyo único grave delito es querer visitarnos”. Es busca l'adhesió del lector a l'argument que desplega l'article apel·lant a l'emoció.
- Encapuchados de Arran. Nominats com a grup, més fàcil de desacreditar en el seu conjunt, són també caracteritzats com a “puñado de insensatos”, donant a entendre que es tracta d'un grup molt petit, minimitzant així les protestes. El lector pot interpretar que són només fets aïllats fets per un grup violent.
- Barcelona, nominada de forma metonímica és un actor més de l'article, se la personalitza i se la dota de capacitats humanes com saludar el món, odiar i sortir al carrer. Aquesta figura metonímica és utilitzada en els paràgrafs que descriuen la ciutat abans de l'aparició de la turismofòbia, fent més gran la comparació i la negativitat d'aquesta.
- La turismofòbia barcelonesa és convertida en un actor més en l'article com explico en el següent apartat.

E. Anàlisi lèxic

- En aquest article s'utilitza el terme “turismofòbia” sense cometes, a diferència com fan d'altres mitjans. Aquesta absència de cometes està naturalitzant el terme d'alguna manera i està caracteritzant de manera negativa tot un grup de persones, no només els que han dut a terme accions violentes de protesta, sinó tots els que estan en contra del turisme.
- Es parla de “la turismofòbia barcelonesa” que ha saltat la frontera de la violència, s'entén. Primer s'utilitza la figura retòrica de la personificació per

centrar l'enemic a combatre i després li atorga les qualitats del "puñado de insensatos" que han utilitzat la violència. Així es generalitza l'acció d'uns per criminalitzar al conjunt i a una manera de pensar el turisme. Més endavant titlla aquesta "turismofobia barcelonesa" de greu error i "error olímpic", fent ús de la hipèrbole (olímpic remet a grandiositat) per augmentar la força expressiva de com és aquest error.

- Utilitza la frase "no tengo más preguntas, señoría" típica dels judicis i que en l'imaginari col·lectiu remet a les pel·lícules quan l'advocat ja ha provat sobradament els seus arguments, per tant, no hi ha res més a dir, distorsionant i parcialitzant la realitat en no donar opció d'expressar-se a una de les parts. Per tant, els que animen a la turismofòbia formen part d'un moviment ideològic encara més execrable que aquells que animaven a la xenofòbia (fins hi tot es compara implícitament la turismofòbia amb "episodios terribles de nuestra historia reciente" que es refereixen al nazisme).

ARTICLE 4. EL DIARIO. "Tourists go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?

http://www.eldiario.es/catalunya/Acciones-turismo-defensa-vecinos-turismofobia_0_671583429.html

"Tourists go home": ¿defensa vecinal o turismofobia?

Barcelona ha vivido en poco más de una semana varias protestas en contra del turismo masivo

Arran, la organización juvenil de la izquierda independentista catalana, reivindica las acciones contra autobuses o bicicletas turísticos: "estamos hartos de la ocupación por parte de las empresas turísticas del espacio público de los barrios"

[Victòria Oliveres](#)

02/08/2017 - 17:51h

Semana de acciones contra el turismo en Barcelona. Dos movilizaciones contra el turismo masivo, ambas reivindicadas por Arran, la organización juvenil de la izquierda independentista catalana, han sacudido la capital catalana durante los últimos días. Primero fue [la pintada a un autobús turístico con el lema “El turismo mata los barrios” y el pinchazo de las ruedas el pasado jueves](#), acción que Arran reivindicó el domingo a través de un comunicado y un vídeo.

Cuatro días más tarde, más pinchazos. En esta ocasión, en las ruedas de las bicicletas de alquiler, vehículos principalmente usados por turistas y [de empresas que han generado polémica los últimos meses por el uso del espacio público que hacen aparcando sus bicicletas en los aparcamientos de la calle](#).

"Ya estamos hartas, de la ocupación por parte de empresas turísticas, del espacio público del barrio. Actuemos! Únete al combate", clamaba el tuit de la asamblea de Arran del barrio del Poblenou, que difundió las imágenes.

Arran es una organización juvenil que tiene 54 asambleas entre Catalunya, las Islas Baleares y la Comunidad Valenciana. Nació el 2012 de la confluencia entre Maulets y la CAJEL –dos organizaciones que llevaban activas 25 y 10 años respectivamente en el momento de la unión– y algunas asambleas locales de jóvenes. Sus ejes ideológicos son el independentismo, el feminismo y el socialismo, por lo que se declaran anticapitalistas y tienen en su punto de mira, entre otros, la industria turística.

Sus acciones en la calle no son nuevas, pero este año han conseguido más revuelo mediático como consecuencia de la condena por parte de la mayoría de los partidos políticos. Empezaron en marzo su campaña para reclamar el referéndum con [un escrache en la sede del PP en Barcelona](#), hecho por el cual el presidente del PP catalán, Xavier Garcia Albiol, los tachó de "fascistas". En junio se encadenaron a las puertas de la Bolsa de Barcelona, para defender el referéndum “como una herramienta para el cambio social”.

Este verano, esta misma campaña ha seguido con las acciones contra el turismo masivo, que no se han quedado únicamente en la capital catalana. [Encendieron botes de humo frente un restaurante en el puerto de Palma](#) y colgaron pancartas a favor de la “vivienda para los vecinos” en un piso de Airbnb en Valencia. El portavoz de Arran, que no quiere dar su nombre,

explica que su “práctica política va más allá de estas acciones”. Por ejemplo, porque “articulan un movimiento juvenil que fortalece las redes del territorio”. Pero reivindica que estas acciones directas “son importantes por el efecto que generan, porque ahora se está hablando de la problemática del turismo en los Països Catalans”.

Críticas a las acciones de Arran.

No son pocos los que han reaccionado a las acciones de este grupo. Desde el Ayuntamiento de Barcelona, el concejal de Empresa y Turismo, Agustí Colom, condenó el acto contra el bus turístico pero lo definió como “un acto vandálico aislado”. El alcalde accidental de la ciudad, Jaume Collboni, en cambio, advirtió a Arran que “se van a encontrar con el Ayuntamiento, el Govern y la justicia si siguen por este camino”. La alcaldesa, Ada Colau, a quien muchos han criticado por no haberse pronunciado con suficiente rapidez, añadió a través de las redes sociales que “protestar por el turismo no puede pasar nunca por intimidar a personas ni dañar equipamientos”.

Fuera del Ayuntamiento, la mayoría de los partidos también se han mostrado contrarios a estos hechos. El portavoz del Govern, Jordi Turull, condenó los actos “sin matices” y pidió que se “replantearan este tipo de acciones”. La CUP, en cambio, no ha condenado los actos. Su portavoz parlamentaria, Mireia Boya, definió las acciones de Arran como “simbólicas” y pidió que “no se dramaticen”. Boya añadió, en una entrevista en RAC1, que a ellos se les pide que renuncien a la violencia, pero que “la violencia la provoca el Govern”.

No es la primera vez que parlamentarios cupaires defienden acciones de Arran. De hecho, la organización juvenil comparte su marco teórico con la Candidatura d’Unitat Popular (CUP), aunque afirman no ser sus juventudes porque funcionan autónomamente. Ambas organizaciones se engloban dentro de la izquierda independentista, espacio político del cual la CUP es el frente institucional. Junto con otras organizaciones de carácter político, laboral o estudiantil, Arran apoyó la candidatura electoral CUP-Crida Constituent (CC) y por eso participan del Grup d’Acció Parlamentària. Las decisiones tomadas en este órgano se suman en las grandes decisiones a las de las asambleas

territoriales de la CUP, agrupadas en el Consell Polític, y definen el sentido del voto de los parlamentarios de la CUP-CC.

Consecuencias de las acciones contra el turismo de masas

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) denunció en los tribunales el ataque al bus turístico y valoró los daños materiales y de parada de servicio en 1.849,24 €. El Ayuntamiento y el Govern de la Generalitat ya han anunciado que se personarán en el caso.

Varias agrupaciones de la ciudad relacionadas con el comercio y el turismo consideran que no es suficiente. “Confiamos que se pondrán en práctica inmediatamente los recursos y mecanismos necesarios para erradicar estas manifestaciones vandálicas”, escribían 27 entidades en una carta dirigida a la alcaldesa esta semana. “Los actores económicos pedimos que se garantice el orden”, añade Gabriel Jené, presidente de Barcelona Oberta, una de las entidades signatarias.

“La represión existe y somos conscientes que por cada acción política que hacemos habrá consecuencias”, admite el portavoz de Arran. Prefiere no decir su nombre porque “acorde con sus líneas ideológicas”, dice- sus portavoces públicas son mujeres. “Ya tenemos a decenas de personas en casos represivos por otras acciones”, añade.

¿Barcelona tiene ‘turismofobia’?

Debido a estos actos y otras manifestaciones contra el turismo y la industria turística se ha extendido el uso de la palabra ‘turismofobia’ –el odio y pánico hacia los turistas– entre empresarios, medios de comunicación y políticos. El presidente del grupo municipal popular en Barcelona, Alberto Fernández Díaz, aseguraba en un comunicado que la ciudad “es víctima de la ‘turismofobia’”, definiendo con este mismo término los actos de Arran.

Desde movimientos vecinales, como los agrupados en la Asamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS), creen que este término no responde a la realidad de la ciudad. Àlex Garcia, miembro de la ABTS, considera que este término “se lo han inventado desde la industria turística para autovictimizarse”. Afirma que ellos no se identifican con esta palabra, que “no sale de los colectivos vecinales”. Además, añade que ellos no están “contra los turistas”,

sino que luchan contra una “falta de políticas que ayuden a regular”. Preguntados por este término, desde Arran coinciden en que no existe: “Es una problemática que se inventan para no plantar cara a la precarización laboral y la destrucción del territorio”.

Que el turismo es una preocupación en la ciudad de Barcelona no es ninguna novedad. El pasado mes de junio se hacía público que esta actividad [supera por primera vez el paro como principal problema para los barceloneses](#), según los datos del barómetro municipal. También por primera vez [los vecinos que piden limitar el turismo son más que los que creen que debe aumentar](#), reveló el Informe de Actividad Turística 2016, aunque en el mismo informe se expone que el 87% de los barceloneses creen que el turismo es beneficioso para la ciudad.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: “Tourists go home”: ¿defensa vecinal o turismofobia?

MITJÀ: elDiario.es

SECCIÓ: Catalunya **DATA:** 02/08/2017
(catalunyaplural.cat)

SUBTÍTOL:

“Barcelona ha vivido en poco más de una semana varias protestas en contra del turismo masivo”.

“Arran, la organización juvenil de la izquierda independentista catalana, reivindica las acciones contra autobuses o bicicletas turísticos: “estamos hartos de la ocupación por parte de las empresas turísticas del espacio público de los barrios”.

SOBRETÍTOL:

No n'hi ha.

RESSALTATS:

No hi ha més ressaltats al llarg de l'article a part dels subtítols anteriors.

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- A partir de la pregunta del titular, l'article construeix un macrorelat en què dona al lector les dades per respondre ell mateix aquesta pregunta i que tregui les pròpies conclusions en funció de les vivències i els models mentals de cadascú. Per tant, el significat global queda bastant obert a la interpretació que cada lector faci de les dades presentades. En els paràgrafs finals l'article busca respondre la pregunta “¿Barcelona tiene turismofobia? En general, empresaris, mitjans de comunicació i polítics sembla que ho presenten d'aquesta manera, mentre associacions veïnals i membres d'Arran rebutgen el terme ja que ells no estan en contra del turisme sinó en contra de les polítiques públiques que el regulen, de la precarització laboral i de la destrucció del territori.
- L'article segueix una estructura lògica i coherent, a partir de la presentació dels fets ocorreguts, la presentació i contextualització dels diferents actors implicats junt amb les seves declaracions textuais (per tant, menys manipulades) i les postures que representen per acabar donant dades del darrer Informe d'Activitat Turística sobre l'opinió que tenen els habitants de la ciutat al voltant d'aquest tema. Posa totes aquestes dades sobre la taula i deixa que sigui el lector qui extregui les seves pròpies conclusions sense, en principi, orientar-lo cap a un bàndol o l'altre, encara que el fet de donar veu al discurs no dominant, en igualtat de condicions amb el dominant ja és en si una mica subversiu i pot decantar l'article cap a les postures dels

moviments veïnals. No hi ha supressió o menysvaloració de la postura de cap actor implicat a l'hora de crear el macrorelat i no cau en la valoració d'uns o altres (introdueix les declaracions fetes per tots tal qual van ser fetes).

-

C. Significats locals implícits i explícits

- Per primera vegada, en tots els articles analitzats es posa de manifest de manera explícita, a través de la veu dels moviments veïnals, l'autovictimització de la indústria turística.
- A diferència d'altres articles analitzats no hi ha una vinculació directa entre Arran i les CUP. Això i el llenguatge utilitzat en descriure els fets fa que no es criminalitzin els actors implicats i les postures que representen.
- La postura explícita dels moviments veïnals és que ells no estan en contra del turisme, sinó de la manca de polítiques regulatòries. Arran, va una mica més enllà i rebutja el terme "turismefòbia" al·legant que és un problema creat *"para no plantar cara a la precarización laboral y la destrucción del territorio"*.
- S'expliquen les accions de protesta i a més es contextualitzen aquestes protestes, fins hi tot amb enllaços a d'altres notícies, explicant el perquè es donen i alguns dels problemes que algunes empreses turístiques provoquen en la ciutat, com l'ocupació dels espais públics per part d'aquestes per aparcar bicicletes de lloguer.
- No es dóna la culpa dels problemes al turisme en general, fet que pot portar al lector a culpar els turistes només, sinó que també identifica com a culpable les empreses turístiques i les administracions que potencien determinat model turístic.
- De les declaracions de membres d'Arran es dedueix de manera implícita que aquest tipus d'accions per protestar contra el model turístic només tenen importància per l'altaveu mediàtic que els proporciona. Són accions concretes i localitzades en un lloc i un temps molt concret però la seva veritable estratègia a llarg termini és la creació i enfortiment de xarxes de

suport a tot el territori i la denúncia de la precarització laboral i la destrucció del territori. Ells es presenten com un actor polític mentre hi ha d'altres actors que els volen presentar com un grup vandàlic. Però el més important és que totes dues representacions es presenten a l'article sense que l'autor en prengui partit.

- Les declaracions de Mireia Boya, de les CUP, introdueixen la violència institucional a través de les polítiques del Govern, contraposant-la a la violència de les accions d'Arran (simbòliques segons ella).
- Tots dos bàndols es presenten a ells mateixos com a víctimes, els empresaris del turisme per les pèrdues que aquestes accions els origina i Arran per la repressió que viuen constantment.
- El paràgraf final de l'article, en què presenta les dades del darrer Informe d'Activitat Turística, recolza implícitament les tesis dels moviments veïnals sobre la no existència de "turismefòbia" doncs, tot i que la principal preocupació dels barcelonins ha passat a ser el turisme i comencen a estar a favor de limitar-lo, una gran majoria considera que el turisme és beneficiós per la ciutat.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- Arran. Nominat de forma comuna com a grup. En aquest cas és caracteritzat de forma bastant neutra com "*la organización juvenil de la izquierda independentista catalana*" a més de descriure breument la seva procedència, la seva història i les seves línies mestres ideològiques (feminisme, anticapitalisme, socialisme i independentisme). Se li dóna veu en l'article recollint les seves queixes a través d'un tuit de l'assemblea Arran del barri del Poblenou i les declaracions del seu portaveu que no vol donar el seu nom perquè ja tenen (imputats s'entén) d'altres membres "*en casos represivos por otras acciones*" (es tracta d'una organització que fuig dels personalismes i segurament per aquesta raó són més difícils de combatre pel discurs dominant). Al llarg de tot l'article es contextualitzen abastament les seves accions i protestes recents amb un to bastant

descriptiu i no tant valoratiu com fan d'altres articles. També es contextualitza la seva relació amb les CUP de forma descriptiva i sembla que objectiva.

- Empreses de bicicletes de lloguer i empreses turístiques en general. Anomenats amb una estratègia comuna de nominació. A la vegada que s'esmenten també s'explica la problemàtica que generen i per la qual protesta Arran. A diferència d'altres articles en què la culpa és del turisme en general, aquí aquestes empreses són també identificades com a culpables.
- Turistes. Presentats de forma general com a usuaris de bicicletes de lloguer,
- Xavier García Albiol, nominat de forma pròpia i caracteritzat com el president del PP català.
- Agustí Colom, regidor d'Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona que segons l'article va condemnar aquests actes encara que definint-lo com un "acto vandálico aislado".
- Jaume Collboni, nominat de forma pròpia i caracteritzat com l'alcalde accidental de la ciutat. Va donar una resposta més clara i enèrgica contra aquets actes. No es diu res sobre la seva pertinença al PSC.
- Ada Colau, nominada de forma pròpia, com a alcaldessa de la ciutat. Es mostren les seves declaracions dient que hi ha qui la va criticar per la seva lentitud en pronunciar-se però sense criticar-la directament. En general l'article intenta mostrar els fets i les declaracions d'uns i altres sense entrar en judicis de valor que deixa per al lector.
- Jordi Turull. Nominat de forma pròpia com a portaveu del Govern. Igual que en els altres actors es transcriuen les seves paraules sense entrar a fer valoracions.
- Mireia Boya, portaveu parlamentària de la CUP. S'utilitza la nominació pròpia i en el mateix to que els anteriors actors, es mostren les seves declaracions sense entrar a valorar-les. Planteja la visió d'aquestes accions com a simbòliques, en la línia de presentar Arran com un grup que fa accions polítiques més que accions vandàliques.
- TMB, Ajuntament i Generalitat. Nominats de manera general per explicar

- que tots tres es presentaran als tribunals per denunciar aquestes accions.
- Agrupacions de la ciutat relacionades amb el comerç i el turisme. 27 entitats que s'identifiquen a ells mateixos com a "*actores econòmicos*". També es mostren les seves declaracions a través de Gabriel Jené, president de Barcelona Oberta.
 - Empresaris, mitjans de comunicació i polítics, nominats de forma general, encara que en algun cas es donen dades de persones concretes d'aquests grups, són identificats com aquells entres els que s'ha estès l'ús del terme "turismofòbics". Per tant, hi ha actors que no l'utilitzen i en no generalitzar el seu ús i no naturalitzar-lo no contribueix a la seva legitimació com fan d'altres articles.
 - Alberto Fernández Díaz. Nominat de forma comuna per introduir les seves declaracions i caracteritzat com el "presidente del grupo municipal popular en Barcelona", es presenta com un dels actors responsables d'introduir el terme "turismofòbia" en el debat. Si tenim present la ideologia que representa ens podem fer una idea de la font d'ús d'aquesta paraula (partits conservadors i poders econòmics).
 - Moviments veïnals, entre els quals es nombra l'Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible, personalitzada en un dels seus membres, Àlex Garcia, nominat de forma pròpia per introduir les seves declaracions i que considera que el terme "turismofòbia" ha estat creat per la indústria turística per autovictimitzar-se. A més, deixa clar que ells no estan contra el turisme, sinó que denuncien la manca de polítiques que el regulin. Al llarg de tot l'article utilitza l'estratègia de la personalització de les postures dels diferents actors implicats, per introduir les seves declaracions i d'aquesta manera autoritzar-les i donar-hi una major credibilitat, però ho fa amb totes les postures, no només amb les favorables o les contràries a l'objecte de debat. Això demostra el to descriptiu i força imparcial i objectiu en què està escrit.

E. Anàlisi lèxic

- El terme “turismofobia” s'utilitza entre cometes, per tant, no es naturalitza el seu ús.
- A diferència d'altres articles els fets ocorreguts (les pintades al bus turístic, punxada de rodes de bicicletes, etc..) no s'acompanyen d'adjectius valoratius que orientin el model mental que es forma el lector sobre aquests fets.
- Per referir-se a les protestes utilitza termes com “movilizaciones” més neutres i menys valoratius que es utilitzats en d'altres mitjans com “ataques”.
- Les declaracions d'Arran utilitzen un llenguatge bèl·lic, amb paraules com “ocupación”, “combate”,

ARTICLE 5. LA MAREA. La turistificación o el “síndrome de Venecia”

<https://www.lamarea.com/2017/08/03/la-turistificacion-sindrome-venecia/>

La turistificación o el ‘síndrome de Venecia’

El mayor desafío al que se enfrenta la política en lo que respecta al turismo es en hacer partícipe de sus beneficios a los habitantes de las ciudades, más allá de otorgarles unos trabajos temporales y precarios.

03

agosto

2017

19:59

ANTONIO MAESTRE

redaccion@lamarea.com

Las acciones reivindicativas, vandálicas como mucho, contra la masificación del turismo que Arran ha llevado a cabo estos días en Barcelona e Illes Balears han sido denominadas de diferentes formas y todas excesivas, desde kale borroka a turismofobia. Una ceguera en algunos casos interesada pero, en los más, propia de una absoluta ignorancia que cierra los ojos ante una realidad que lleva años instaurada en los ambientes más militantes de los barrios populares y que sufren los habitantes con menos recursos de los centros urbanos de las grandes ciudades turísticas.

La turistificación, [un neologismo](#) que sirve para explicar el impacto que tiene en el ciudadano de un barrio que las instalaciones y servicios pasen a dedicarse

de manera casi exclusiva al turista en detrimento del residente, es una evolución de la gentrificación. Ambos procesos afectan de manera muy importante a la expulsión de los núcleos urbanos de la clase obrera. La aparición de nuevas corporaciones empresariales como AirBnb, que están sustituyendo el alquiler residencial por la estancia vacacional, ha provocado una espiral inflacionista en los precios que hace imposible a los trabajadores acceder al mercado de la vivienda. No solo ocurre en los centros de las ciudades, sino en el resto de anillos urbanos concéntricos que se ven influidos por el aumento de los costes.

El ejemplo más paradigmático de este problema es el de Ibiza, la isla turística por excelencia, que está viendo como el encarecimiento salvaje de los alquileres impide cubrir las plazas de trabajadores esenciales como [policías](#) o personal sanitario, que no pueden permitirse un alojamiento, y está creando la figura del *trabajador sin techo*. El problema es de tal calibre que en algunos casos se llega a cobrar hasta [500 euros al mes por un balcón](#) para dormir a trabajadores estacionales, e incluso se han habilitado camas de hospital para cubrir [las necesidades de alojamiento de anestesistas](#) del sector público.

El turismo es el mayor activo de la economía española, un sector que se ha visto favorecido por una revolución global que ha fomentado su generalización en sectores de la población que hasta la última década no podían permitírselo. La propagación del transporte aéreo *low cost* se ha unido al cambio cultural que ha convertido el viaje en un objeto más de consumo, casi en una pieza de coleccionismo de destinos. Estos elementos han provocado un aumento masivo de los visitantes a las ciudades con gran atracción turística. Los gobiernos locales no están sabiendo gestionar este incremento por la falta de regulación y la instauración de un pensamiento neoliberal que convierte cualquier atisbo de medida regularizadora en un ataque contra los beneficios empresariales.

La sobreexplotación a todos los niveles implica el riesgo de crear una burbuja que acabe matando de éxito al modelo. [En Mallorca](#), el año pasado, se empezaron a cancelar reservas porque la masificación hacía insoportable la permanencia de algunos visitantes en la isla. Ya no son solo los locales los que acaban expulsados por el turismo desaforado, son los propios turistas los que acaban hartos de un modelo masificado que busca el beneficio rápido a costa

de expoliar los recursos humanos, urbanos y medioambientales de las ciudades y ofrecer un servicio de escasa calidad. La fobia al turismo es propia de aquellos que miran para otro lado cuando acaba convirtiéndose en el enemigo de los que tienen que vivir y disfrutar de él, no de los que luchan y claman por un sector sostenible que aporte beneficios a todos los estratos sociales.

La enfermedad tiene un nombre y no es turismofobia. Se llama “síndrome de Venecia” y es el virus que ha sido inoculado en la bella ciudad italiana hasta hacerla inhabitable para los venecianos por la eliminación total de los recursos y servicios para los ciudadanos locales. En un reportaje en [The Independent](#) contaban la historia de David Redolfi, uno de los 400 gondoleros de la ciudad, que con un sueldo de 105.000 euros anuales ni siquiera puede costearse un apartamento y ha tenido que mudarse a una isla cercana.

Lo que ya ha ocurrido en Venecia está sucediendo en Ibiza y puede pasar en Madrid y Barcelona. La afluencia masiva, y sin control, de turistas ha provocado que los precios hayan expulsado casi totalmente a los locales. Se estima que para el año 2030 no quedará ningún veneciano en su ciudad y la urbe quedará exclusivamente dedicada al turismo. Convertir o no las ciudades en un parque temático que bulle de vida por el día y languidece por la noche está en manos de nuestros dirigentes. En la ciudad de los canales ya es un hecho y estamos montados en la misma góndola.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: La turistificación o el “síndrome de Venecia”

MITJÀ: LaMarea.com

SECCIÓ: Opinió

DATA: 3 d'Agost del 2017

SUBTÍTOL:

El mayor desafío al que se enfrenta la política en lo que respecta al turismo es en hacer partícipe de su beneficios a los habitanta de las ciudades, más lla de otorgarles unos trabajos temporales y precarios.

SOBRETÍTOL:

No n'hi ha.

RESSALTATS:

No n'hi ha.

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- Agafant com a “excusa” els fets passats a Barcelona i també a les Balears posa el focus sobre el fenomen de la turistificació i la síndrome de Venècia (l'autèntica “malaltia” segons el redactor que està atacant el sector turístic, no la turismofòbia). Canvia totalment l'orientació que s'està donant al tema des d'altres mitjans, posant el focus sobre el sector turístic i el model turístic i econòmic neoliberal com a culpables dels problemes a què s'enfronta el turisme. No criminalitza els que protesten contra el turisme (tampoc als turistes) ni converteix en víctimes els empresaris del sector com hem vist anteriorment. Construeix aquesta macroestructura sobretot a base de donar informació i contextualitzar la situació.
- L'article té una estructura en què comença amb un titular atractiu que convida a llegir-lo i que fa que el lector vulgui saber què és això de la “síndrome de Venècia”. A partir d'aquí enllaça dades i descripcions de diferents situacions per concloure explicant què és això que passa a Venècia exactament i que el lector faci la comparació amb la situació que es dona a les nostres ciutats.

C. Significats locals implícits i explícits

- Mostra de manera explícita (i en el subtítol de la notícia) una de les reivindicacions principals d'aquells que protesten contra el model turístic actual, que els beneficis que reporten reverteixin en els habitants de les ciutats que el "pateixen", anant més enllà del discurs que mostra el turisme com una font de riquesa i llocs de treball amagant el fet que els llocs de treball que genera acostumen a ser precaris i la riquesa que genera va a parar a les mans d'aquells que més tenen.
- En criticar i evitar l'ús de les paraules "turismofobia" o "kale borroka" per caracteritzar els fets l'article evita la criminalització dels actors que protesten contra el model turístic.
- Les accions d'Arran han servit per criminalitzar aquells que desde "los ambientes más militantes de los barrios populares" fa anys que alerten sobre els problemes que el model que segueix l'explotació del turisme causa a les nostres ciutats.
- Fa una contextualització dels termes turistificació i gentrificació i planteja que el primer és una evolució del segon ja que tots dos acaben expulsant la classe obrera dels nuclis urbans.
- Planteja un altre dels problemes provocats per la turistificació i la gentrificació, la dificultat d'accés a l'habitatge per part de les classes treballadores per l'augment del cost del lloguer que el model turístic provoca en els centres de les ciutats, assenyalant a noves corporacions (així les anomena) com AirBnB com les responsables. També utilitza la metonímia en parlar dels "preus" com a responsable de l'expulsió dels locals a Venècia.
- Igual que d'altres articles reconeix que el turisme és l'actiu més gran de l'economia espanyola, però a diferència d'aquests va més enllà i no amaga els problemes que comporta. Assenyalant com a causant de la sobreexplotació turística al boom dels vols low cost que han convertit els viatges en un objecte de consum més, per tant, de manera implícita posa el

focus sobre la societat actual de consum en què estem immersos on “coleccionar destins” s’ha convertit en gairebé una obligació.

- Assenyala com un dels principals problemes del model turístic la seva cerca de benefici ràpid “a costa de expoliar los recursos humanos, urbanos y medioambientales de las ciudades” oferint un servei d’escassa qualitat.
- “La fobia al turismo es propia de aquellos que miran para otro lado cuando acaba convirtiéndose en el enemigo de los que tienen que vivir y disfrutar de él, no de los que luchan y claman por un sector sostenible que aporte beneficios a todos los estratos sociales” Amb aquest paràgraf canvia completament el discurs dels que criminalitzen aquells que protesten contra aquest model turístic i culpa precisament de tenir fòbia al turisme a aquells que miren cap a una altra banda (administracions i empresaris turístics sobretot) quan aquest es converteix en enemic no només dels veïns sinó també dels propis turistes que també pateixen aquest model turístic.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- Arran. En aquest cas no són criminalitzats i els fets en què van participar són només utilitzats per l’autor com a excusa per fer una anàlisi més profunda del model turístic imperant i les conseqüències que té per les persones (tant els habitants de les ciutats com els propis turistes).
- Habitants de les grans ciutats turístiques i turistes. Tots dos són nominats de forma comuna i tots dos són presentats com a víctimes del model turístic dominant.
- Airbnb, presentat com a una “nueva corporación empresarial”. No ha estat concebuda com a tal però s’està convertint en això i utilitzant aquestes paraules l’autor ho denuncia. És mostrat com un culpable més de l’espiral inflacionista dels pisos que expulsa els veïns dels seus barris, a diferència d’altres discursos que presenten aquesta plataforma com un mer intermediari innocent.
- La figura del “trabajador sin techo”. L’autor introdueix aquest actor com a exemple de l’augment desorbitat dels preus dels lloguers dels pisos en

zones turístiques com Eivissa. A la vegada podríem relacionar-ho amb un altra neologisme posat de moda darrerament, el precariat, és a dir, persones que tot i tenir una feina no tenen garantides unes mínimes condicions de vida degut als sous que perceben.

- Governos locals. Nominats de manera comuna i general, són un altre dels culpables de la situació per aquest autor. Són els responsables de no regular el sector portats per un pensament neoliberal que converteix qualsevol mesura en aquest sentit en un atac als beneficis empresarials.
- David Redolfi, gondoler de la ciutat de Venècia, nominat de manera pròpia per donar major força a l'exemple que presenta l'autor, i que li serveix per fer la metàfora final que tots anem a la mateixa gòndola i acabarem com la ciutat de Venècia si no canvien les coses.

E. Anàlisi lèxic

- Les accions dutes a terme per Arran les qualifica com a "acciones reivindicativas", encara que després afegeix "vandálicas como mucho". Introdueix un matís important respecte a d'altres articles analitzats evitant criminalitzar excessivament els fets.
- És curiós que utilitzi el terme "corporación" per referir-se a AirBnB, ja que en principi, i així es publiciten, són només una plataforma que posa en contacte persones que ofereixen i que busquen un lloguer turístic. Crec que l'autor de l'article és conscient que no és una corporació com a tal, però utilitza aquest terme perquè els seus efectes són semblants als que provoquen les grans corporacions, i per les connotacions negatives que té aquest terme, en una època de globalització en què es culpa a grans corporacions de practicar un model capitalista salvatge.
- El terme "turismo" apareix repetides vegades en l'article i dues de les paraules que l'acompanyen són "masificación" y "desafortado", donant compte de la postura de l'autor en aquest sentit. A partir d'aquí va més enllà en l'anàlisi de per què es dona aquest turisme, no es queda en la superfície ni naturalitza aquesta situació com fan d'altres articles.

- La paraula “turismofobia” apareix només dues vegades en un article força extens sobre el tema. L'autor l'utilitza sense cometes, fet que podria fer pensar que està naturalitzant el terme i utilitzant-lo en el sentit criminalitzador que fan d'altres articles, però no és així, perquè les dues vegades que apareix és per negar la seva existència.
- “Espiral inflacionista” per referir-se a l'alça que s'estan donant en els preus del lloguer d'habitatge residencial, podria considerar-se una metàfora que reforça el concepte i aporta una imatge mental perquè el lector es faci una idea de la gravetat del problema. En el paràgraf següent es reforça encara més aquesta idea en títillar de “salvaje” l'encariment dels lloguers a Eivissa.
- Utilitza el terme “burbuja” de manera metafòrica per referir-se a la sobreexplotació turística i reforçar aquest concepte. A més, aquest és un terme que està molt present en les ments dels lectors després que aquests darrers anys de crisi econòmica s'hagi posat molt de moda el terme “bombolla immobiliària”, per tant, en utilitzar-lo l'autor evoca en el lector episodis recents que tothom té molt presents. A més utilitza la personificació d'aquesta bombolla que pot acabar “matando de éxito” el model turístic.
- El terme “expoliar” és utilitzat per referir-se als efectes del model turístic, tant a nivell de recursos naturals com humans i urbans.
- Utilitza termes mèdics per referir-se a una “malaltia”, la “síndrome de Venècia”, que qualifica de virus. Apela a la imatge mental que tots tenim dels virus com una cosa negativa que s'estén ràpidament i que acaba provocant problemes de salut i fins hi tot la mort (del model turístic). D'aquesta manera dramatitza d'alguna manera la situació per aconseguir més fàcilment el favor del lector.
- Utilitza la metàfora del “parque temático” que “bulle de vida de día y languidece por la noche” per referir-se a les ciutats, o els barris centrals de les ciutats del futur a causa de la turistificació. Una vegada més, apela a les imatges mentals que té el lector per donar més força al discurs.

ARTICLE 6. EL MUNDO. Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.

<http://www.elmundo.es/cataluna/2017/08/04/59845347e5fdeac9418b4602.html>

Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo

GERMÁN GONZÁLEZ

4 AGO. 2017 14:31

Endavant cuelga un vídeo en el que pinchan ruedas y ponen pegamento en cerraduras

El grupo municipal del PP fuerza una reunión extraordinaria del Consistorio, el próximo lunes, para analizar los recientes ataques contra el sector turístico

La campaña contra establecimientos dedicados a la actividad turística en Barcelona se ha extendido a otras formaciones vinculadas a la CUP. Endavant Ciutat Vella ha emulado a Arran y ha difundido un vídeo por las redes sociales en el que se ve **varias pintadas contra turistas** en paredes de edificios del centro de la ciudad, además de mostrar imágenes de como pinchan ruedas de bicicletas o ponen silicona en cerraduras de tiendas de alquiler de bicis o las que guardan equipajes. También han puesto pegatinas con el lema "el turismo mata los barrios".

El vídeo se suma a los difundidos por otra entidad de la CUP, Arran, en la última semana en los que se ve como atacan a un autobús turístico y hacen una pintada en el parabrisas o también pinchan ruedas de bicicletas de una empresa dedicada al alquiler de estos vehículos que usaba anclajes públicos para dejarlos.

La situación generada en la ciudad en las últimas semanas por los actos vandálicos contra el gran número de turistas que visita la ciudad ha abundado en las diferencias políticas existentes entre los grupos municipales del Consistorio barcelonés. Hasta tal punto que la presidenta de la comisión, Francina Vila, ha convocado una reunión para el próximo lunes en plenas vacaciones estivales a petición del Grupo Popular y Demòcrata (PDeCAT) para abordar el asalto a un autobús turístico y otras acciones contra el turismo

llevadas a cabo en los últimos días por miembros de Arran, la organización juvenil de la CUP.

El orden del día establece que el único asunto a tratar es solicitar la comparecencia de los responsables municipales para informar sobre los últimos hechos violentos ocurridos en el sector del turismo, condenarlos y **explicar las acciones a tomar en el ámbito de la seguridad y de otras acciones relacionadas con los hechos citados**, por parte del ayuntamiento.

Por su parte, el diputado del Partido Popular en el Parlamento catalán Alberto Villagrasa ha anunciado también esta semana que pedirán formalmente la comparecencia parlamentaria del conseller de Interior, Joaquim Forn, y del director de los Mossos d'Esquadra, Pere Soler, para que "den explicaciones sobre los episodios de violencia callejera" de Arran, que ha comparado con la 'kale borroka' en el País Vasco.

El portavoz de ERC en el Congreso, Joan Tardà, ha condenado los ataques al turismo pese a que lo considera "minoritario y anecdótico" y pidió que no se utilice para "contaminar" el proceso independentista. En declaraciones a La Sexta, Tardà dijo que le resulta "divertido" que "un incidente de tres o cuatro personas" esté teniendo "tanta resonancia" y se busque relacionar con el referéndum de autodeterminación. Sin embargo, señaló que los que "anhelan" que el proceso sea violento, "se van a quedar con las ganas".

"Esto es lo que realmente jode" al Gobierno "que el proceso sea pacífico, cívico y democrático", remarcó el diputado de ERC y añadió que "hay que seguir insistiendo que no tenemos que caer en ninguna provocación". En este sentido Tardà cree que este ataque de Arran "está siendo utilizado por aquellos que querrían, desean y anhelan que el proceso cívico y pacífico que se está dando en Cataluña tenga una connotación violenta".

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: Otro colectivo de la CUP se suma a los actos vandálicos contra el turismo.

MITJÀ: El Mundo.	
SECCIÓ: Catalunya.	DATA: 4 d'agost del 2107
<p>SUBTÍTOL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Endavant cuelga un vídeo en el que pinchan ruedas y ponen pegamento en cerraduras. • El grupo municipal del PP fuerza una reunión extraordinaria del Consistorio, el próximo lunes, para analizar los recientes ataques contra el sector turístico. 	
<p>SOBRETÍTOL:</p> <p>No n'hi ha.</p>	
<p>RESSALTATS:</p> <p>“...varias pintadas contra turistas...”</p> <p>“..explicar las acciones a tomar en el ámbito de la seguridad y de otras acciones relacionadas con los hechos citados...”</p>	
B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques	
<p>- La macroestructura global de l'article utilitza els fets ocorreguts a Barcelona com una excusa per parlar d'una pugna política tant en el si de l'Ajuntament com en el Parlament de Catalunya, en què els membres del Partit Popular són mostrats com els garant de l'ordre davant aquests “actos vandálicos” i aquesta suposada “kale borroka” mentre els altres actors es mostren més tous en aquest sentit. Un cop més, es criminalitzen i es sobre</p>	

dimensionen uns fets per treure'n rèdit polític, i es busca associar la violència amb el procés que viu Catalunya els darrers anys.

- El fet de juxtaposar en el titular de la notícia CUP i “actos vandálicos” ja deixa clar quin és el discurs que pretén construir aquest article. Per exemple, entre PP i PdeCAT dóna rellevància al primer i menysvalora el segon quan, en igualtat de condicions, ja que tots dos partits han demanat la reunió d'urgència del consistori, el PP és col·locat en el subtítol de la notícia com el partit que ho ha fet possible (donant la imatge de partit que lluita per l'ordre) mentre que de PdeCAT només ho menciona de passada en el cos de la notícia.
- Pel que fa a la microestructura semàntica, veiem com, per exemple, quan en el primer paràgraf explica les accions del grup *Endavant* enumera primer (i per això els dóna més importància) les pintades, la punxada de rodes de bicicletes turístiques i la silicona en panys d'empreses turístiques. Després afegeix un “También” per anomenar en darrer terme el lema principal d'aquestes protestes “el turismo mata los barrios”. Dóna rellevància a unes coses en detriment d'unes altres per construir un discurs criminalitzador dels que protesten (no només els que han fet aquestes accions concretes sinó també aquells que no utilitzen mitjans “vandálicos” per denunciar els problemes que provoca el model turístic).
- L'estructura dels paràgrafs dibuixa primer una situació de violència als carrers (“kale borroka”) per al final parlar del procés que viu Catalunya. En relacionar les dues coses (a través de la vinculació que pugui existir entre Arran, Endavant i les CUP) està criminalitzant i presentant de forma violenta un procés polític que de moment s'està produint sense cap tipus de violència.

C. Significats locals implícits i explícits

- L'article estableix una relació entre aquests fets i el procés que viu Catalunya amb les declaracions en els darrers paràgrafs de Joan Tardà. Primer construeix el marc interpretatiu, amb la “kale borroka” i el lideratge

del PP per combatre-la com a eixos centrals, per després parlar del procés d'autodeterminació, a través de les declaracions de Joan Tardà. Encara que les seves declaracions desmenteixin aquesta relació l'associació per part del lector ja està feta. Té a veure amb aquesta tendència que hi ha darrerament en determinada premsa per relacionar qualsevol fet més o menys violent que es doni a Catalunya amb el procés independentista per desprestigiar-lo.

- De manera implícita sembla que els únics que fan alguna cosa davant aquests fets siguin els regidors, diputats, etc.. del Partit Popular.
- També de forma més o menys explícita sembla que qui hi ha darrera d'aquestes accions són les CUP, quan en realitat les han dut a terme col·lectius que es declaren independents de les CUP encara que comparteixin l'ideari.
- De totes maneres el que és realment important per l'autor de l'article és parlar del procés independentista utilitzant aquests "actes vandàlics" per associar-hi la violència. Oculta completament qualsevol altre discurs que intenti anar a l'arrel del problema, el model turístic, els problemes que origina als veïns, els problemes amb l'habitatge, etc..

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- *Endavant Ciutat Vella*, caracteritzat com a "otro colectivo de la CUP", igual que Arran (les joventuts de les CUP).
- Grup municipal del PP. Apareix destacat, de manera gens causal, en el subtítol de la notícia com el que ha forçat una reunió del Consistori (que no s'hauria produït de no ser per ells) per analitzar els fets. Dóna rellevància a aquest fet per contraposar l'actuació d'aquest partit polític en comparació amb d'altres partits polítics com el que governa la ciutat i com les CUP (més endavant en l'article diu que la reunió del Consistori va ser demanada per PP i també PdeCAT però aquest últim no apareix al subtítol). En darrera instància, contraposa el Partit Popular com a garant de l'ordre i els partits del "Procés" com a causants de violència.

- Empresa dedicada al lloguer de bicicletes turístiques. En el segon paràgraf comenta com aquestes empreses “atacades” utilitzen ancoratges públics per deixar les bicicletes, però es queda aquí i no problematitza aquest fet que d’alguna manera està naturalitzant l’autor de l’article.
- Francina Vila, nominada de forma pròpia i caracteritzada com a presidenta de la comissió municipal encarregada de parlar d’aquest tema (no es diu el nom d’aquesta comissió). En la línia de donar més pes i visibilitat a un partit polític per sobre dels altres s’omet que aquesta persona està adscrita al PdeCAT.
- Alberto Villagrasa, nominat de manera pròpia i, aquest sí, caracteritzat com a diputat del Partit Popular al parlament català. Aquest tipus de nominació dóna més força a aquest personatge davant dels lectors per remarcar que és ell i la seva organització els que han demanat la compareixença del Conseller d’Interior i el director de la policia per tractar aquest tema.
- Joaquim Forn i Pere Soler, nominats de forma pròpia, són els que, com a responsables d’Interior, han de donar explicacions al Parlament sobre aquests fets. La comparació amb la “kale borroka” dóna la imatge que aquestes dues persones han perdut el control del departament que dirigeixen.
- Joan Tardà, portaveu d’ERC al Congrés. Nominat de manera pròpia. Quantitativament se’n parla molt (en dos paràgrafs) però qualitativament se’l presenta en la part final de l’article, reduint l’interès del lector, que potser no ha arribat fins aquí, per les seves declaracions.

E. Anàlisi lèxic

- “kale borroka”. És utilitzat per un diputat del PP per comparar els fets ocorreguts a Barcelona amb el que passava fa uns anys al País Basc en relació amb la banda terrorista ETA. Això ajuda a crear un marc interpretatiu en el lector que es fa una idea del que ha passat gràcies a un fet que estan en la seva estructura mental i que van ser en el seu moment, episodis de molta violència, superior als que s’estan donant aquí.

Un cop més es busca criminalitzar el que com a molt podrien considerar-se actes vandàlics.

- Parla de "asalto" a un bus turístic quan en realitat el que van fer va ser aturar-lo per fer una pintada al parabrisa i punxar les rodes. L'ús d'aquesta paraula fa augmentar la percepció de violència que en treu el lector.

ARTICLE 7. 20 MINUTOS. Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.

<http://www.20minutos.es/noticia/3102607/0/cuatro-encapuchados-asaltaron-bus-turistico-realizaron-pintada-contra-turismo/>

Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo

Los autores de la pintada, que iban encapuchados, también picharon una rueda. "El turismo mata los barrios", en catalán, fue la frase que escribieron. El incidente originó gran malestar entre los viajeros, algunos de los creyeron que se trataba de un ataque yihadista.

29.07.2017

Cuatro encapuchados asaltaron un autobús turístico de la ciudad de Barcelona el pasado jueves y escribieron una pintada en contra del turismo en la parte delantera del mismo. También pincharon una rueda. Todo ello sin causar daños personales, según se ha conocido este sábado. Los desconocidos asaltaron el autobús turístico cerca de una parada del Camp Nou, impidieron que continuara su ruta y escribieron "el turismo mata los barrios", en catalán, en la parte frontal del vehículo. El concejal de Turismo del Ayuntamiento de Barcelona, Agustí Colom, ha denunciado y condenado estos hechos, que, ha asegurado en declaraciones facilitadas por el consistorio barcelonés, "nos preocupan y ocupan". "No podemos permitir estos hechos vandálicos", ha indicado Colom, que ha añadido que el Ayuntamiento está a la espera del informe de Transportes Metropolitanos para saber qué pasó el pasado jueves y proceder a la correspondiente denuncia ante la Policía. Un turista holandés que iba en la parte de delante del vehículo y que viajaba con sus hijos ha relatado hoy a RAC1, fuera de micrófono, según la emisora, lo que sucedió el jueves,

cuando los cuatro hombres impidieron que el autobús arrancara, pincharon un neumático y realizaron la pintada. Este hecho creó un gran malestar entre los viajeros, algunos de los cuales creyeron que se trataba de un ataque yihadista, según el turista.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: Asaltan un bus turístico en Barcelona para hacer una pintada contra el turismo.

MITJÀ: 20 minutos.

SECCIÓ: Barcelona.

DATA: 29 de juliol del 2017.

SUBTÍTOL:

- Los autores de la pintada, que iban encapuchados, también picharon una rueda.
- "El turismo mata los barrios", en catalán, fue la frase que escribieron.
- El incidente originó gran malestar entre los viajeros, algunos de los creyeron que se trataba de un ataque yihadista.

SOBRETÍTOL:

No n'hi ha.

RESSALTATS:

"...asaltaron un bus turístico..."

"...cerca de una parada del Camp Nou..."

“...ha denunciado y condenado estos hechos...”

“...está a la espera del informe de Transportes Metropolitanos...”

“...creó un gran malestar entre los viajeros...”

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- Descriu els fets ocorreguts de forma bastant “asèptica” sense fer cap valoració explícita (ni positiva ni negativa), introdueix les declaracions d’un turista afectat, que va creure que es tractava d’un atac jihadista) i del responsable de turisme de l’Ajuntament de Barcelona. Per tant, d’entre tots els discursos possibles sobre aquest tema la macroestructura de l’article escull centrar-se en la descripció dels fets. Per això deixa en mans del lector, relativament, i de les seves construccions mentals la valoració i les conclusions. Per donar pistes al lector i “guiar” les seves conclusions tenim les paraules “encapuchados”, “vandàlics” i finalment la creença per part d’un turista holandès que es tractava d’un atac jihadista.
- L’article segueix una estructura coherent en què posa els fets sobre la taula perquè sigui el lector qui acabi valorant-les amb l’“ajuda” del redactor, que acaba l’article deixant a l’aire a creença per part d’un turista que es tractava d’un atac gihadista. Podríem pensar que hi ha una certa persuasió del redactor per portar la ment del lector cap a aquesta lectura, encara que d’entrada sembli un dels articles més objectius a l’hora d’explicar els fets.

C. Significats locals implícits i explícits

- Encara que com he dit abans, no entra a valorar els fets de manera explícita l’article sí que dóna a entendre algunes coses de manera implícita.
- El pòsit que queda després de llegir-lo és que els turistes que anaven dins del bus es van enfrontar al que pensaven que era un atac jihadista, amb les associacions que això provoca en la ment del lector, acostumat a veure-ho

a la televisió de manera molt habitual. El jihadisme és potser el fet més horrible amb què es pot comparar qualsevol fet.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- “Cuatro encapuchados”. Nominats de manera comuna, són els autors de l’“assalt” al bus turístic. El fet d’anar encaputxats ja els connota negativament i de manera violenta. És el primer article que no parla de l’adscripció política d’aquestes persones ni els descriu com a membres d’Arran.
- Agustí Colom, regidor de Turisme de l’Ajuntament de Barcelona. És nominat de manera pròpia per introduir les seves declaracions sobre aquests fets. A diferència d’altres articles, que se centren en les declaracions de l’alcaldessa, mostra les declaracions de la persona de l’Ajuntament responsable directe d’aquesta àrea.
- Turista holandès. No se l’anomena pel nom. A més, es diu que va fer unes declaracions a RAC1 però fora de micròfon en què afirmava que va creure que es tractava d’un atac jihadista. Les declaracions no tenen gaire credibilitat, qualsevol les podria haver filtrat als mitjans i no hi hauria manera de comprovar-les, per això tenen poca credibilitat, però compleixen la funció de donar als lectors una comparació amb fets horribles que tothom té en la seva ment.

E. Anàlisi lèxic

- Sobre la paraula “asaltan”, segons el diccionari es refereix al fet d’atacar per sorpresa amb la finalitat d’apoderar-se d’un lloc determinat. Segons d’altres articles que parlen sobre el tema, en cap moment les persones que van aturar l’autobús hi van entrar a dins, el van aturar col·locant-se al mig del carrer per després fer la pintada a la part davantera del bus. Per això, una manera més objectiva de descriure els fets seria amb un titular tipus

“Aturen un bus turístic a Barcelona per fer una pintada contra el turisme”. L’ús d’aquesta paraula al titular i al cos de la notícia ja està connotant implícitament els fets més violentament del que realment van ser.

- El mateix responsable de turisme de l’Ajuntament qualifica els fets de “vandálicos”. Segons el diccionari de la RAE, un vándal és aquella persona que comet accions pròpies de gent salvatge i destructiva. Per tant, en comparació amb la magnitud dels fets ocorreguts sembla un adjectiu una mica exagerat.

ARTICLE 8. EL CONFIDENCIAL. Arran defiende sus acciones: “No estamos en contra de los turistas”.

https://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2017-08-06/arran-turismo-cataluna-no-estan-contra-los-turistas_1425912/

EXIGEN EXPROPIAR EL HOTEL VELA Y PORT AVENTURA, ENTRE OTRAS

Arran defiende sus acciones: "No estamos en contra de los turistas"

La organización juvenil anticapitalista matiza que el motivo de su lucha es buscar una reflexión sobre el modelo turístico. Colau condena las acciones pero pide "no magnificar hechos aislados"

06.08.2017 – 20:43 H. - *ACTUALIZADO: 07.08.2017 - 08:26H.*

En plena polémica por la llamada '**turismofobia**', la organización juvenil anticapitalista Arran ha salido este domingo en defensa de sus acciones y ha negado en un comunicado que esté en contra del **turismo**, sino del **modelo turístico**. "No estamos en contra de los turistas ni del turismo, nosotros también lo somos y sabemos que es una actividad humana que puede ser muy enriquecedora".

En el comunicado que recoge Europa Press, han matizado que **sus acciones** - pintadas, ruedas pinchadas de buses turísticos y manifestaciones- responden al tipo de turismo marcado por "un **modelo capitalista** que está concentrando los beneficios en **muy pocas manos** y está provocando la destrucción del territorio".

"Está haciendo aumentar los precios del alquiler hasta el punto de que **nos expulsa de nuestros barrios**, alejando a las personas de sus redes familiares y de apoyo", añaden, para señalar lo que considera otro problema derivado del modelo turístico: la creación de trabajos precarios.

La alcaldesa de Barcelona, [Ada Colau](#), ha salido al paso y ha condenado "firmeramente" las acciones contra el turismo pero ha advertido de que "**no hay que magnificar hechos aislados**", pues "lo que es normalidad en la ciudad es la convivencia entre ciudadanos y visitantes".

La alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, atiende a los medios de comunicación. (EFE)

"Ha habido unos hechos graves que se han denunciado, que **se investigarán judicialmente** y que los responsables tendrán que responder ante la justicia, pero afortunadamente eso no es la realidad cotidiana de Barcelona, que es una ciudad que le gusta ser visitada por turistas", ha asegurado Ada Colau. La alcaldesa, que ha destacado que el ayuntamiento actúa ahora por primera vez para regular esa actividad turística y disminuir al máximo posible los efectos negativos, ha indicado que los colectivos **Arran y Endavant de la CUP**, que reivindicaron las acciones, "no representan al conjunto de la ciudadanía". A estos grupos les ha invitado a "**vehicular sus críticas de manera dialogante, democrática y positiva**, y que abandonen completamente ese tipo de acciones".

Críticas a la 'turismofobia'

El colectivo juvenil independentista ha criticado que se haya extendido el uso del término ['turismofobia'](#) para describir sus acciones tachándolo de "concepto inventado que intenta desvirtuar una lucha completamente legítima y acusa a cualquier persona que se pronuncia contra la masificación turística de estar en contra de los turistas".

Según Arran, sus [acciones son "necesarias"](#) para dar visibilidad a sus exigencias y poner a debate el modelo turístico. Es por ello que han propuesto una reforma del sistema actual que pasa por parar la emisión de nuevas licencias hoteleras y de empresas turísticas a la vez que se inicie un debate público para lograr un [modelo sostenible](#) "a nivel ecológico y social", mejorar las **condiciones laborales del sector**, aumentar los impuestos que tasan las

empresas que se dedican al turismo y prohibir la actividad de las compañías relacionadas con los pisos turísticos.

Otras exigencias son que se regule el [precio de la vivienda](#), crear un mayor parque público y expropiar las principales empresas y activos turísticos del país, que incluyen hoteles como el Vela de Barcelona y parques temáticos como Port Aventura.

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: Arran defiende sus acciones: “No estamos en contra de los turistas”

MITJÀ: El Confidencial.

SECCIÓ: Cataluña.

DATA: 6 d’Agost del 2017.

SUBTÍTOL:

La organización juvenil anticapitalista matiza que el motivo de su lucha es buscar una reflexión sobre el modelo turístico. Colau condena las acciones pero pide “no magnificar hechos aislados”.

SOBRETÍTOL:

Exigen expropiar el Hotel Vela y Port Aventura, entre otras.

RESSALTATS:

“turismofobia”

“turismo”

“modelo turístic”

“sus acciones”

“modelo capitalista”

“muy pocas manos”

“nos expulsa de nuestros barrios”

“Ada Colau”

“no hay que magnificar hechos aislados”

“se investigarán judicialmente”

“Arran y Endavant de la CUP”

“vehicular sus críticas de manera dialogante, democrática y positiva”.

“acciones son necesarias”

“modelo sostenible”

“condiciones laborales del sector”

“precio de la vivienda”

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- La macroestructura de l'article dibuixa els fets provocats per Arran i Endavant com una manera de donar visibilitat i provocar un debat sobre el model turístic, un problema que va més enllà del dibuix que en fan d'altres mitjans i que provoca l'expulsió dels veïns dels seus barris, la seva precarització, la destrucció del territori, etc.. Aquests fets han tingut com a contrapartida la criminalització de tot un col·lectiu a partir de les accions d'uns pocs, però sembla que tant Arran com Endavant en són conscients que és aquest el preu que cal pagar perquè l'opinió pública debati sobre aquest tema. D'alguna manera, les seves accions han provocat la visibilització d'un problema.

- L'article s'estructura en dos grans blocs, un dedicat a explicar la postura d'Arran i l'altre a donar el punt de vista de l'alcaldeessa i l'Ajuntament de la ciutat de Barcelona. A diferència d'altres articles que donen la veu al sector turístic i als partits polítics que no veuen cap problema en el model turístic actual, aquí es dona la veu als actors invisibilitzats.
- Ja en els ressaltats de la notícia es presenten algunes de les reivindicacions principals dels que protesten contra el model turístic capitalista, la concentració de la riquesa en poques mans, l'expulsió dels veïns dels barris, la reclamació d'un model turístic sostenible, els efectes del turisme sobre el preu de la vivenda i les condicions laborals del sector turístic.

C. Significats locals implícits i explícits

- Situa de manera explícita la postura d'Arran en contra del model turístic capitalista que concentra el benefici en poques mans, provoca la destrucció del territori, genera llocs de treball precari i provoca un augment del preu del lloguer dels habitatges expulsant els veïns dels seus barris i allunyant-los de les seves xarxes socials de recolzament.
- També explícita la postura de l'alcaldeessa, Ada Colau, i de l'Ajuntament, en contra de les accions d'Arran i Endavant, minimitzant-les, doncs no es corresponen amb la realitat diària a la ciutat i emplaçant aquests grups a què exposin les seves reivindicacions de manera pacífica. Es destaca també que l'Ajuntament està treballant per regular l'activitat turística per evitar els prejudicis que provoca als veïns.
- Denuncia, a través de la postura d'Arran, que l'ús de la paraula "turismofòbia" criminalitza tots aquells que protesten contra la massificació turística canviant els termes i fent passar com que estan en contra dels turistes. D'aquesta manera, s'ataca i es desvirtua el que per ells és una "lucha legítima".
- En general, és un article que va en la línia contrària a l'ocultació de la realitat que fan d'altres articles que naturalitzen i legitimen un model turístic

concret convertint als turistes i els empresaris del sector en víctimes i en els que protesten en criminals.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- Arran. Caracteritzada com a organització juvenil anicapitalista. Se'ls dóna veu en l'article perquè puguin expressar la seva postura contrària al model turístic, no al turisme i als turistes.
- Ada Colau. Nominada de forma comuna i caracteritzada com a alcaldessa de Barcelona, se li dóna veu també per expressar la seva postura a través de les seves declaracions.
- Tots dos actors es presenten de manera força objectiva, mostrant les seves declaracions textuais i aportant una major contextualització del problema.

E. Anàlisi lèxic

- "Turismofobia". L'article parla de la "llamada "turismofobia"", és a dir, no naturalitza el terme i amb aquesta manera d'expressar-lo li resta credibilitat.
- Mentre Arran parla de "acciones" y l'alcaldessa de "hechos aislados" d'altres mitjans parlen d'atacs i actes vandàlics.

ARTICLE 9. ABC. "La kale borroka prende en Catalunya"

http://www.abc.es/opinion/abci-kale-borroka-prende-cataluna-201708030301_noticia.html

La kale borroka prende en Cataluña

Los cachorros de la CUP ponen de manifiesto el riesgo que entraña una radicalización institucional que tiene cumplida y violenta respuesta en las calles

03/08/2017 03:01hActualizado:04/08/2017 18:06h

Los crecientes actos de violencia y vandalismo que protagonizan las organizaciones vinculadas a la [CUP](#) constituyen una de las señas más visibles de la fractura social y política que se gesta en Cataluña desde hace [] años, fruto de la intolerancia y la radicalidad que pregonan a sus anchas [] estos y otros movimientos nacionalistas y antisistema con la connivencia –cuando no la complicidad– de determinados partidos e instituciones públicas. Arran, entidad juvenil perteneciente a la izquierda «**independentista y revolucionaria**», genuina incubadora de los cachorros de la CUP, asaltó el pasado jueves un autobús cargado de visitantes extranjeros en la Ciudad Condal para, poco después, pinchar las ruedas de varias bicicletas de alquiler o, tal y como sucedió ayer, reivindicar una algarada cometida a finales del pasado julio en un concurrido restaurante situado en el puerto de Palma. Este grupo de radicales se envuelve ahora en la bandera de la «turismofobia» para justificar sus [] tropelías, pero, en realidad, no se trata más que de una excusa para dar [] rienda suelta al natural instinto violento y totalitario que profesa su ideología.

[Arran](#), al igual que otros grupos antisistema, se dedica a lo único que sabe hacer: pura y dura violencia callejera a base de disturbios, quema de cajeros, [] ocupación de edificios, pintadas amenazantes, barricadas universitarias, [] destrozos de escaparates y mobiliario urbano, asaltos a las sedes de otros [] partidos, insultos y amenazas. Es decir, **vandalismo organizado y sistemático** en todas y cada una de sus vertientes, a imagen y semejanza de [] lo que hacía la *kale borroka* etarra en el País Vasco. Estos radicales actúan, [] ni más ni menos, como el reflejo catalán de la violenta juventud batasuna y, por tanto, son merecedores de idéntico trato penal. Expertos consultados por ABC aseguran que la ley aprobada para frenar al terrorismo callejero en el País Vasco se puede aplicar al nuevo fenómeno que están protagonizando los jóvenes de la ultraizquierda catalana. Su aplicación ayudaría, sin duda, a combatir el vandalismo, más allá de las responsabilidades jurídicas que se puedan imponer a estos delincuentes.

Lo más preocupante de este clima de violencia política es la indolencia que muestran algunas formaciones ante estos ataques, condenados de forma

superficial, como un simple trámite administrativo, y sin cuestionar la verdadera raíz del problema. La presencia de la CUP en las instituciones democráticas catalanas y la sumisión que la Generalitat manifiesta hacia sus demandas políticas ponen de relieve el riesgo que entraña una radicalización institucional que tiene cumplida respuesta en las calles, siniestra carta de presentación para la «república» de la [CUP](#). [Junqueras y Puigdemont](#).

A. Segmentació o superestructura.

TITULAR: “La kale borroka prende en Catalunya”

MITJÀ: ABC

SECCIÓ: Opinió. Editorial ABC

DATA: 3 d’Agost del 2017.

SUBTÍTOL:

Los cachorros de la CUP ponen de manifiesto el riesgo que entraña una radicalización institucional que tiene cumplida y violenta respuesta en las calles.

SOBRETÍTOL:

No n’hi ha.

RESSALTATS:

“...independentista y revolucionaria...”

“...vandalismo organizado y sistemático...”

B. Tema o Macroestructures i microestructures semàntiques

- La macroestructura de l'article construeix un discurs en què l'origen de les protestes (el model turístic) no és ni tan sols anomenat per centrar-se exclusivament en la presentació negativa d'un grup (dolent per naturalesa) i la desacreditació del procés polític que es viu a Catalunya. Va encara més enllà de la criminalització dels que protesten per criminalitzar la “república de la CUP, Junqueras i Puigdemont”. Per tant, sembla que el tema de fons no li importa gaire al redactor, ja que qualsevol episodi violent, de la naturalesa que sigui, servirà per justificar un discurs contrari a procés polític català.
- Una ullada ràpida a l'article fa que ens fixem en els dos ressaltats que relacionen independentisme i vandalisme. No és casual que només s'hagin ressaltat aquestes dues frases que, junt amb la “kale borroka” en el titular i la presència de les CUP en el subtítol comencen a crear la macroestructura global de l'article i orienten al lector cap a un discurs distorsionat.

C. Significats locals implícits i explícits

- Explícitament culpa d'aquestes accions de protesta (“violencia en las calles”) a la “radicalización institucional” degut a la presència al Parlament i el seu paper en la presa de decisions de les CUP. I de manera implícita acusa de connivència i complicitat de “determinados partidos e instituciones públicas”, que no poden ser altres que la Generalitat i els partits que estaven en el Govern en aquell moment.
- Omet completament els motius de les protestes, utilitza la generalització per construir el seu discurs i distorsiona la situació per dibuixar un panorama de violència generalitzada derivat de “la fractura social y política

que se gesta en Catalunya desde hace años”.

- Segons l'article, sembla que amb el turisme no hi ha cap problema, es menysvalora el tema per centrar-se en la natural maldat del membres d'Arran i per extensió de les CUP.
- Seguint amb aquesta malícia innata que els atribueix posa en el mateix sac Arran i “otros grupos antisistema” que no saben fer res més que “violencia callejera pura y dura” o “vandalismo sistemático y organizado” per acabar justificant la seva comparació amb la “kale borroka” i la necessitat que rebin el mateix tracte penal que s'utilitzava amb la “violenta juventud batasuna”.

D. Identificació i caracterització dels diferents actors socials

- Membres d'Arran. Presentats de manera molt negativa i caracteritzats com els “cachorros de la CUP”, “radicales que se envuelven en la bandera de la turismofobia”, “reflejo catalán de la violenta juventud batasuna”. Se'ls adscriu un “natural instinto violento y totalitario que profesa su ideología”, per tant, les protestes es desvinculen del turisme o el model turístic, protesten perquè són així, perquè els són els dolents i nosaltres som els bons. Una vegada més s'aprofita per vincular-los a les CUP i al procés independentista català.
- “Expertos consultados por ABC”. Nominats de forma comuna, sense aportar cap identitat concreta. Són utilitzats per refermar el discurs de l'article utilitzant l'estratègia de l'autorització.
- Partits (del Govern s'entén) i institucions públiques. Són mostrats com a cómplices i responsables de l'aparició d'aquests episodis violents per la fractura social que han provocat a Catalunya.
- Generalitat, personificada en Junqueras i Puigdemont se la mostra presonera de les demandes polítiques de les CUP i se l'acusa de no actuar contra els que fan aquestes accions contra el turisme.

E. Anàlisi lèxic

- “Kale borroka”. Amb l’ús d’aquesta expressió es busca construir un discurs que distorsiona els fets que van passar a Barcelona comparant-los amb els que fa uns anys passaven al País Basc. També serveix per justificar la defensa d’una intervenció molt més dura per part d’autoritats i jutges, de la mateixa manera que es va fer al País Basc per acabar amb aquests actes violents.
- L’ús del verb “prende” en el titular fa que metafòricament associem aquesta “kale borroka” a un incendi o una flama que s’estén, o sigui que si no s’atura o es fa el que proposa més endavant l’article s’estendrà sense control.
- “Asaltó un autobús cargado de visitantes extranjeros”. Aporta un major dramatisme a la situació per reforçar el seu discurs.
- Al final de l’article parla de la “República” de la CUP, Junqueras i Puigdemont i ho fa posant-la entre cometes, aportant un to irònic que la menysvalora.
- En general utilitza un vocabulari molt violent per caracteritzar i presentar negativament un grup com Arran.



Processos de turisticació i gentrificació a la ciutat de Barcelona. Anàlisi crític de discursos en mitjans de premsa escrita by Mario Milian Hita is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).