

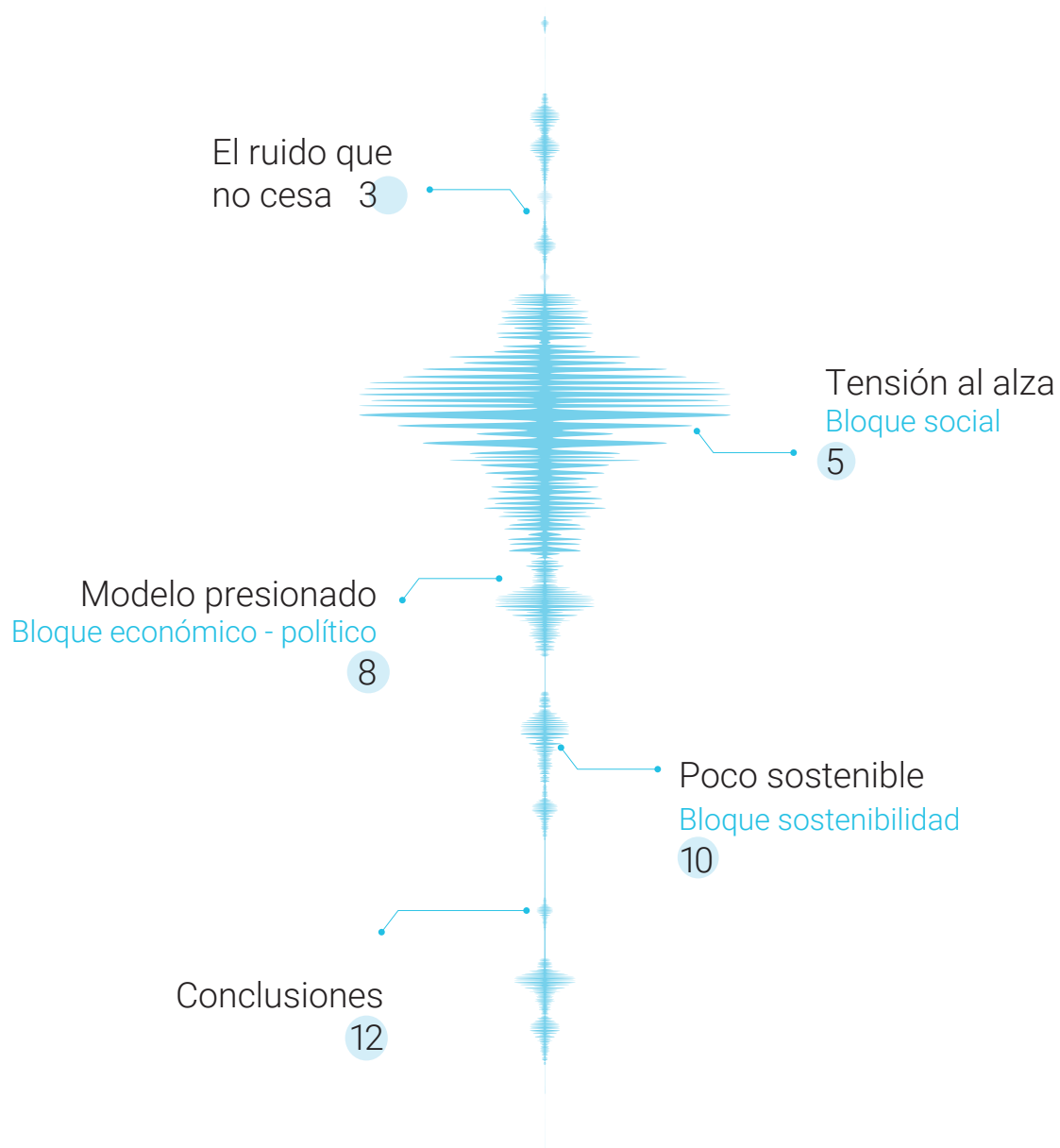
¿Pan para hoy?

Turismofobia



Barómetro de Turismo (II)
Septiembre 2025

Índice



01.

El ruido no cesa



Introducción

El verano ya ha pasado y España ha vuelto a batir récords turísticos. Entre enero y julio de este año se registraron 55,5 millones de llegadas internacionales, con un gasto total que supera los 76.000 millones de euros, un 7,2% más que en el mismo periodo de 2024.

Los datos también confirman un cambio de hábitos: la temporada alta se prolonga y ya no se concentra exclusivamente en agosto. Tanto los turistas internacionales, como los locales, siguen llenando destinos en el mes de septiembre. España mantiene su posición como destino preferido de Europa, especialmente para británicos, franceses y alemanes.

“La conversación se intensifica en algunos casos con el rechazo al turista nacional.

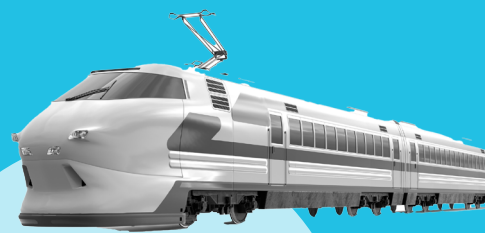
El debate social se intensifica al tiempo que se diversifica. Hace un año el foco se situaba en los problemas que acompañan a la masificación. En 2025, esta conversación se ha diversificado. Ya no es solo la cantidad ni el carácter foráneo de los visitantes. Este verano ha evidenciado que las quejas extienden su rechazo al turista nacional demostrando que la turismofobia ha asimilado parte del discurso de rivalidad entre territorios.

Este barómetro mantiene el foco en tres grandes narrativas -social, económico-política y sostenibilidad- que, como ya advertimos en ediciones anteriores, tienden a entrelazarse, lo que confirma que es un fenómeno que debe analizarse desde múltiples dimensiones.



02.

Tensión al alza



Bloque
social

Bloque social



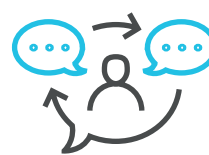
1.800

contenidos
analizados



33.000

interacciones



1.300

participantes activos
en la conversación

El bloque social refleja un debate cada vez más crítico y estructurado. Aunque los indicadores cuantitativos muestran cierto retroceso, con un descenso de un 20% en contenidos respecto al barómetro anterior, la claridad de los argumentos y la intensidad de las reacciones confirman que el impacto del turismo masivo sobre la vivienda, la convivencia y la identidad cultural sigue ocupando un lugar prioritario en la agenda pública.

“El entorno digital refleja la percepción del turismo como conflicto social.

La conversación se articula menos en torno a cifras y más en torno a experiencias, testimonios y movilización social, consolidando al bloque social como un espacio donde se expresan de manera directa los costes cotidianos del actual modelo turístico y se evidencia la percepción del turismo como conflicto social.

La **crisis habitacional** se mantiene como el eje transversal. El sentimiento de desarraigo y expulsión silenciosa que se observaba en el barómetro anterior se consolida, apuntando al auge de los alquileres turísticos como uno de los principales factores que impulsan el aumento de precios y el desplazamiento de residentes. Este discurso aparece tanto en medios como en testimonios personales en redes, donde se refleja la frustración de quienes no pueden permanecer en sus barrios o ciudades de origen.

A esta problemática se suma nuevamente la **gentrificación y pérdida de identidad urbana**. Distritos históricos como el Casco Vello en Valencia o barrios emblemáticos de Tenerife y Málaga aparecen en la conversación como ejemplos de una mercantilización de los entornos urbanos y patrimoniales, en los que se sacrifica la vida comunitaria en favor de una lógica de consumo turístico.

Las **protestas sociales**, que se mantienen en la conversación, articulan un discurso de rechazo a la saturación turística y reclaman medidas urgentes en materia de vivienda, regulación de alquileres turísticos y protección del espacio público. Las acciones ciudadanas se interpretan como parte de un movimiento europeo más amplio contra el turismo de masas, lo que refuerza su legitimidad en la esfera pública.

La conversación también aborda la dimensión laboral y económica. La precariedad en el empleo del sector turístico aparece como una consecuencia directa del modelo actual, a lo que suman las dificultades de contratación en la hostelería derivadas del aumento de los alquileres. Esto hace que se conecte el **problema de la vivienda con el empleo**.

“La precariedad laboral y los alquileres turísticos se encuentran en el punto de mira



Un elemento que surge más allá de la saturación y pérdida de calidad de vida es que la percepción pública del turismo masivo se conecta a fenómenos sociales **como el rechazo por lugar de origen del turista nacional**.

En los destinos turísticos siempre han existido calificativos singulares para referirse a los turistas. Este verano, estos calificativos han ganado visibilidad y representan más una tendencia que una anécdota.

Tradicionalmente, la expresión “guiiri” cubría todo el espectro turístico porque se refería de manera específica a los extranjeros.

Este verano se han popularizado otras expresiones menos conocidas por estar acotadas en territorios concretos que se dirigen al turista nacional. Algunos ejemplos: jodechinchos, papardos, camacos, meaplayas...

“ Los calificativos locales hacia los turistas ganan en visibilidad y dejan de ser una anécdota

03.

Modelo presionado



Bloque
económico-
político

Bloque económico - político



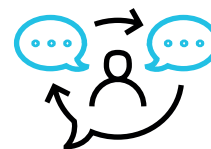
645

contenidos
analizados



12.900

interacciones



537

participantes activos
en la conversación

El bloque económico-político mantiene un papel clave dentro del debate digital sobre el turismo masivo. Si bien en este trimestre analizado la conversación desciende ligeramente en volumen, ha experimentado un fuerte incremento de interacciones lo que refuerza la hipótesis de que los mensajes son ahora **más ideológicos, más polarizados** y con mayor capacidad de activar respuestas en la audiencia.

Nos encontramos ante un discurso que ya no se limita a evaluar el turismo como motor económico, sino que lo sitúa en el centro de un debate estructural sobre **derechos sociales, gobernanza y sostenibilidad fiscal**.

“ Los mensajes evolucionan hacia una mayor polarización.

La **crisis de la vivienda** aparece como uno de los ejes centrales. El aumento del precio del alquiler y la especulación inmobiliaria, impulsados por el auge de los alojamientos turísticos de corta duración, siguen siendo el núcleo de las críticas. La narrativa conecta la falta de vivienda asequible con un desequilibrio estructural en el reparto de beneficios, donde el turismo es percibido como **motor de encarecimiento** y exclusión social.

La conversación en torno a la **regulación de los alquileres** vacacionales y la implantación de **impuestos turísticos**, que comenzó a crecer en

el barómetro anterior, concentran gran parte del debate institucional. Desde iniciativas en Galicia con el nuevo registro de viviendas turísticas hasta propuestas en Baleares, Segovia o Toledo, se constata una tendencia hacia una mayor intervención de las administraciones. Se discute la necesidad de aplicar tasas turísticas y esta dimensión fiscal se percibe como un intento de redistribución y de contención de los efectos del modelo expansivo.

El bloque también refleja una creciente **desconfianza hacia los actores corporativos**. Airbnb vuelve a situarse en el centro de la polémica, al tiempo que intenta proyectar una imagen de alineamiento con las políticas europeas y desviar la responsabilidad hacia la industria hotelera. En Canarias, además, emergen críticas a la gestión local, acusada de priorizar intereses turísticos y empresariales frente a las necesidades de los residentes, lo que alimenta un sentimiento de pérdida de control y de debilitamiento de la gobernanza territorial.

La sobrecarga de infraestructuras y el impacto sobre la economía local completan el cuadro de tensiones. Se denuncia la saturación de barrios y servicios públicos, así como la caída de ingresos en pequeños negocios que no logran absorber el aumento de costes operativos derivados del turismo masivo. Estas dinámicas alimentan un discurso que vincula directamente la **expansión turística con la pérdida de competitividad** y con la precarización de sectores estratégicos como la hostelería.

04.

Poco sostenible



Bloque de
sostenibilidad

Bloque de sostenibilidad



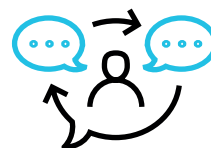
2.100

contenidos
analizados



84.500

interacciones



1.400

participantes activos
en la conversación

Este bloque de sostenibilidad no solo mantiene su liderazgo, sino que se ha convertido en el espacio donde se cruzan las preocupaciones sociales, políticas y culturales con el impacto medioambiental. Los temas que antes aparecían como colaterales -agua, energía, biodiversidad, identidad cultural- ahora se interpretan como **consecuencias estructurales de un modelo expansivo** y extractivo cuya viabilidad a largo plazo es cada vez más cuestionada.

La **escasez de recursos naturales**, y en particular el agua, sigue siendo uno de los temas centrales. Como ya vimos en el análisis anterior, en destinos como Baleares o Canarias, la presión turística es percibida como una **amenaza directa al equilibrio ambiental**. Estas tensiones se amplifican en un contexto de cambio climático, donde fenómenos meteorológicos extremos -lluvias torrenciales o altas temperaturas- se interpretan como señales de alarma frente a la **inacción de gobiernos y grandes corporaciones**.

La crisis de la vivienda se mantiene entrelazada con el bloque de sostenibilidad. La proliferación de **alojamientos turísticos** -especialmente a través de plataformas- se entiende no solo como un problema social, sino también ambiental, ya que contribuye a la **expansión urbana descontrolada**, aumenta la presión sobre recursos y reduce la habitabilidad de los barrios.

En paralelo, el debate sobre la **preservación cultural y la identidad local** se intensifica. Desde Santiago de Compostela hasta Madrid o Mallorca,

se subraya la pérdida de carácter de las ciudades, el desplazamiento de tradiciones y la erosión de paisajes emblemáticos.

La conversación incorpora además nuevos enfoques, como el papel de la **Generación Z** en la transformación de la demanda turística, más orientada hacia experiencias auténticas y destinos alternativos frente al turismo de masas tradicional.



05.

Conclusiones



El análisis de la conversación digital en torno al turismo masivo durante el periodo observado no muestra grandes variaciones en cuanto a ejes temáticos, pero confirma que seguimos ante un **fenómeno instalado** en el debate público. En comparación con el periodo anterior, se observa un descenso en el volumen global de publicaciones, pero acompañado de un incremento en la capacidad de generar interacciones y debate.

Estas tensiones no solo generan malestar ciudadano, sino que alimentan una conversación cada vez más intensa sobre la convivencia entre visitantes y locales que los medios contribuyen a visibilizar. Además, aparece la idea de cómo **las redes sociales amplifican** estas percepciones, aceleradas por el FOMO (**Fear Of Missing Out**) y el consumo intensivo de destinos, lo que convierte al turismo en un problema social de primer orden que afecta la convivencia y la cohesión comunitaria.

El debate avanza hacia un cuestionamiento estructural del papel del turismo en la economía española. Es interesante, casi paradójico, ver cómo en algunos casos se refleja la relación de la **expansión turística** – algo que genera riqueza- con

la **pérdida de competitividad** y con la precarización de sectores estratégicos como la hostelería. La fiscalidad y la regulación aparecen como ejes centrales y forman parte de una narrativa que busca contener los excesos del modelo y redistribuir sus beneficios. En paralelo, la **desconfianza hacia los grandes actores corporativos**, especialmente plataformas como Airbnb, se intensifica, mientras que territorios como Canarias emergen como símbolos de un debate sobre gobernanza y soberanía económica.

La **sostenibilidad sigue liderando** la conversación, tanto por volumen como por impacto. Las protestas y las propuestas de modelos alternativos como ecoturismo, gestión pública o economía circular confirman que el reto ecológico es ya central en la discusión sobre el futuro del turismo en España. Además, la **Generación Z** emerge como **motor de cambio**, demandando experiencias más auténticas y destinos alejados del turismo de masas.

En definitiva, el debate trasciende la mera gestión del volumen de visitantes y cuestiona directamente las bases económicas, sociales y medioambientales que sostienen al turismo como motor del país.

Referencias:

- Herramienta de análisis digital Talkwalker
- Estudio Movimiento Madrileñofobia, Zity Junio 2025

Torres
& Carrera

www.torresycarrera.com