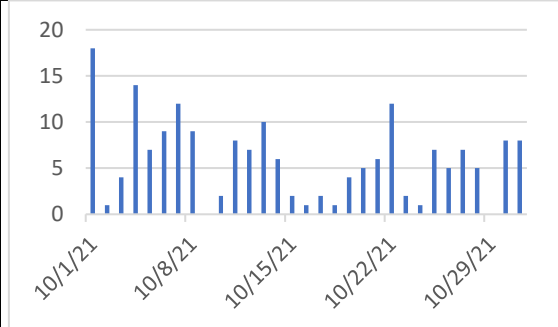
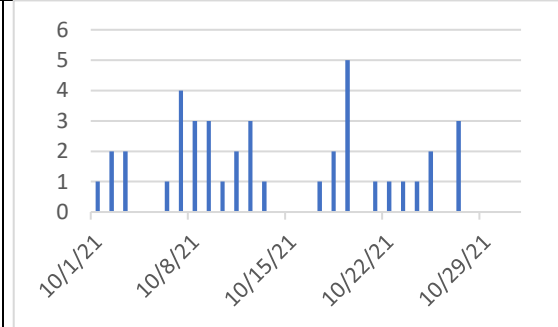
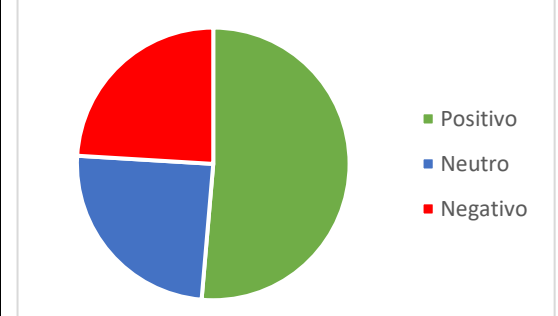
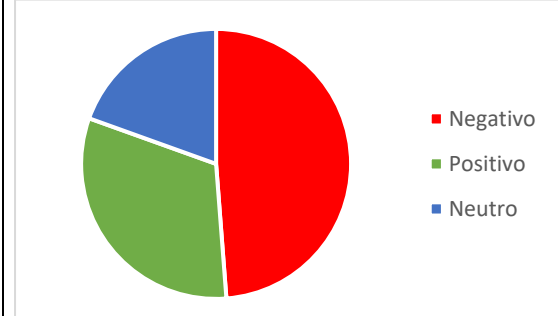


España. Escucha activa en medios digitales y redes sociales

Fecha de referencia	Octubre de 2021	
Período cubierto	1/10/2021 a 31/10/2021	
Sentimiento general	Generalmente positivo en medios de comunicación y negativo/neutro en redes sociales	
Medios Digitales		Redes sociales
183 menciones Subida del 57,7% intermensual		41 menciones Subida del 176,4% intermensual
		
		

Resumen general

En el periodo de análisis seleccionado, los principales medios de comunicación escritos en catalán han publicado más de 180 noticias online relacionadas con el turismo. El sentimiento general de las publicaciones es positivo, probablemente debido a que la situación epidemiológica del último mes ha estado muy controlada y el puente de octubre ha favorecido una cierta recuperación de la actividad turística. Se aprecia un sentimiento de optimismo generalizado, en un mes en el que se han logrado altos niveles de movilidad y se han vuelto a promocionar e impulsar los destinos españoles, más en concreto las regiones de habla catalana, que figuran entre las principales receptoras de turismo del país. Las noticias de sentimiento negativo, por el contrario, son de temáticas muy concretas, como las relacionadas con la huelga de Renfe o con los macrobotellones de Barcelona.

Todo lo contrario sucede en Twitter: de los 41 mensajes analizados, prácticamente la mitad (20) son de corte crítico o negativo. La mayoría son quejas de usuarios particulares que utilizan esta red social para manifestar su opinión sobre distintas

temáticas o realizar comentarios negativos sobre alguna noticia con la que no están de acuerdo.

En el análisis de la actividad institucional en Facebook predomina el sentimiento positivo/neutro, con abundancia de acciones promocionales. Diferentes instituciones y organismos animan en esta red a los usuarios a conocer y participar en eventos culturales o deportivos, siendo la mayoría en pequeñas localidades o pueblos.

Temas en detalle y ejemplos de resultados

A. Intención de viajar

Durante la primera semana del mes ha tenido mucha repercusión en medios la huelga de maquinistas de Renfe. [Europa Press](#) informaba el 1 de octubre sobre la segunda jornada de huelga y los trenes que se habían visto afectados por la misma en la Comunidad Valenciana. También se han publicado artículos similares con un enfoque local en Cataluña. Con motivo de la huelga, además se han escrito tribunas de opinión como la del [EINacional.cat](#) del 1 de octubre, pero gran parte de la información era de servicio y tenía un mero interés informativo. En la mayoría de los artículos se notificaba qué trenes estaban cancelados o se explicaba [cómo reclamar el dinero de un tren cancelado por la huelga de Renfe](#), por ejemplo. La huelga ha sido convocada por el sindicato de maquinistas reclamando la recuperación del servicio y de la ocupación de los trenes. El 8 de octubre aparece una noticia en Europa Press indicando que [“Renfe recuperará todos los servicios previos a la pandemia antes de 2022”](#). La principal operadora ferroviaria de España ha señalado ya estaba recuperando las frecuencias de forma progresiva, según se iban levantando las restricciones y crecía la demanda para viajar. El caos generado por la huelga, de la que han trascendido imágenes de personas apelotonadas en los andenes, evidencia la recuperación de la movilidad tras la pandemia. De la misma forma, la rápida resolución del conflicto es síntoma de la urgencia de tener la red ferroviaria en pleno funcionamiento, porque el número de viajeros vuelve a ser considerable.

También al principio de este mes se han ido publicando el balance de llegada de turistas del mes de agosto. El 4 de octubre [Diari de Balears](#) publica que Baleares lideró la llegada de turistas en agosto con 1,3 millones de visitantes. Sin embargo, esta cifra es un 42% menor que la de agosto de 2019 y el gasto ha sido un 43,5% inferior. Se han visto noticias similares en otros medios, casi todas con un enfoque local, como por ejemplo, la publicada por [CCMA](#), también el 4 de octubre, que ha informado sobre que “Tarragona mejora las cifras turísticas del 2020 y llega al 81% de pernoctaciones del 2019”. De esta noticia lo más reseñable es que menciona que ha habido un incremento del turismo de proximidad: “aunque los visitantes de origen español ya eran mayoría, la diferencia se ha ensanchado y ha llegado a ser del 71%”. Este fenómeno no es exclusivo de la ciudad de Tarragona, si no que se traslada a todo el territorio español. Aunque [la llegada de turistas internacionales a España se ha disparado un 112,7% en agosto](#), han sido los turistas nacionales los que han garantizado la supervivencia de la pasada temporada turística. El 2021 se puede calificar como el ‘año de la recuperación’, [pero seguimos lejos de los niveles previos a la pandemia](#).

Otro de los asuntos recogidos este mes por los medios ha sido la polémica sobre la tasa turística que debate establecer el Gobierno de Valencia. Los principales actores de la industria turística dan su opinión y no hay consenso. Tal y como informa [Europa Press](#) el 11 de octubre, la patronal hotelera HOSBEC se ha declarado en contra de este


impuesto y además “advierte que si se implanta en una ciudad como Valencia, estaría en desventaja respecto a otras españolas”. En Twitter, algunos usuarios como [@franferri](#) (22,2 mil seguidores), diputado de Compromís en las Cortes Valencianas, [se ha manifestado](#) a favor de esta medida: “Que los turistas aportan poquito para los gastos que generan es de sentido común. No tienen por qué pagarlo todo los vecinos y vecinas”. Por otra parte, [Eldiario.es](#) ha publicado el 23 de octubre un artículo extenso sobre el impacto que podría tener en el territorio la implantación de dicha medida, comparándolo con los beneficios que aporta en Cataluña, donde la tasa turística funciona desde 2013, sin que haya perjudicado su número de visitantes. De hecho, tal y como indica el artículo, las dos autonomías que gravan el turismo en España – Cataluña y Baleares– son, precisamente, las que más visitantes nacionales y extranjeros reciben cada año.

Varios particulares publican en Twitter sus buenas experiencias en distintos destinos españoles. El 3 de octubre [@PepinoAcn](#) (1.353) [publica](#): “La temperatura del agua está en un punto inmejorable para disfrutar de un buen baño. Aprovechad que aún no hace falta llevar neopreno y de paso dad un agradable paseo por el bosque de la Devesa P.N de la albufera #Valencia”. El 7 de octubre [@Made_in_Pego](#) (2.215 seguidores) [publica](#): “Acabamos hoy nuestra escapada por Menorca: playas preciosas, paisajes de piedra en seco, faros con encanto...”; y añade además cuatro fotos.

Octubre también ha estado marcado el puente del Pilar, para el que había buenas perspectivas debido al alto número de reservas –en la Comunidad Valenciana Benidorm lideraba las reservas en hoteles con un 83,7% de ocupación, según [Europa Press](#)– que se han culminado con [buenas cifras de ocupación](#). El [Punt Avui](#) publicaba el mismo 12 de octubre: ‘El puente anima la reanudación de la actividad turística’. Además, señalaba que las principales tendencias en Cataluña han sido los destinos de montaña y el turismo de proximidad. Como dice el artículo, la recuperación del turismo es ya un hecho constatable: “Todos los destinos turísticos del país están viviendo estos días una actividad significativa por el puente del 12 de octubre, difícil de cuantificar en términos absolutos, pero que demuestra que la reanudación del sector del ocio ligado a vacaciones es una realidad y que cada día que pasa se supera un escalón”. Muy en relación con este sentimiento de optimismo generalizado, vemos en una noticia de [Ara Balears](#) del 27 de octubre que Aena asegura que el aeropuerto de Palma mejorará este invierno las cifras de antes de la pandemia.

europapress / c. valenciana / valencià Publicado 08/10/2021 12:15 CET

Renfe recuperará todos los servicios previstos a la pandemia antes de mitad de 2022



Europa Press Valencià amb col·laboració de
GENERALITAT VALÈNCIANA

BALEARS » BALEARS

Les Balears varen liderar l'arribada de turistes a l'agost, amb 1,3 milions de visitants

dBalears/E.P. | 04 octubre 2021 ★★★★★ Opina #turisme



El nombre de turistes estrangers a Espanya creix un 112,8 % a l'agost

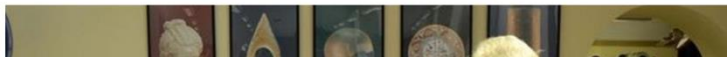
En la dada acumulada des de gener, les visites es van reduir en 660.000 respecte al mateix període de 2020, la qual cosa suposa un 4,2 % menys

EFE

Madrid | 04·10·21 | 15:21



PUBLICIDAD



Fran Ferri
@franferri_

Insistisc, hi ha terreny Botànic per a l'acord.

Que els i les turistes aporten un poquet per les despeses que generen és de sentit comú. No ho tenen per què pagar tot els veïns i veïnes.

@joanribo
Traducir Tweet



OelDiario.es

eldiario.es

Compromís y PSPV se muestran favorables a implantar la tasa turística en la ci...
Los socios del Gobierno municipal coinciden en los beneficios de la medida para sufragar los gastos adicionales que genera el turismo, aunque discrepan en los ...

11:16 a. m. - 19 oct. 2021 · Twitter Web App



Made in Pego
@Made_in_Pego

Acabem hui la nostra escapada per Menorca: platges precioses, paisatges de pedra en sec, fars amb encant...

Però vull destacar una actitud lingüística gairebé impecable; hem parlat valencià, ens han respost en menorquí.

Ens separa una mar, ens uneix una nació.

[Traducir Tweet](#)



10:26 p. m. · 7 oct. 2021 · Twitter for Android

10 Retweets 1 Citar Tweet 52 Me gusta

europapress / c. valenciana / valencià

Actualizado 08/10/2021 13:41 CET

Benidorm lidera les reserves en hotels per al pont del Pilar amb un 83,7% d'ocupació



Europa Press Valencià amb col·laboració de



SEMBRANT

SOCIETAT BARCELONA - 12 octubre 2021 2.00 h



El pont anima la represa de l'activitat turística

- Destinacions de muntanya com ara la vall de Ribes posen el cartell de complet
- El turisme de proximitat lidera el moviment d'aquests dies
- El sector confia que continuarà recuperant posicions



BIZBARCELONA
Barcelona Activa

9 - 11 NOVEMBRE 2021
RECINTE MONTJUÏC

Vine gratis a la cita de l'emprenedoria i del talent

+ 300 experts + 30 workshops

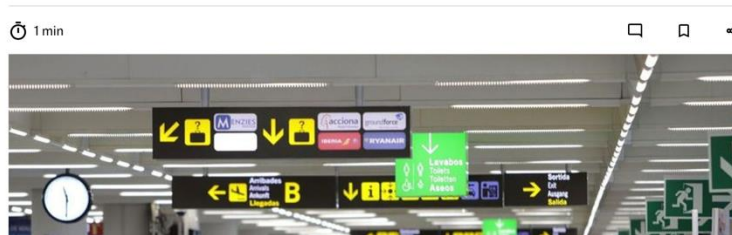
Turisme

ECONOMIA | 27/10/2021

L'aeroport de Palma millorarà les xifres d'abans de la pandèmia aquest hivern

Les companyies aèries oferiran 6,6 milions de places turístiques

ARA Balears



B. Seguridad y confianza

“Barcelona ha vivido su enésima noche de botellones”, así comenzaba la noticia publicada por [El Periódico](#) el 3 de octubre. Estos botellones, agravados a finales de septiembre por las fiestas de la Mercè, han estado descontrolados también durante todo el inicio del mes de octubre, pese al amplio despliegue policial que han tratado de contenerlos. Peleas, destrozo de mobiliario público, robos, ataques a vehículos policiales y varios detenidos han sido las consecuencias de estas multitudinarias fiestas que, pese a la pandemia, han tenido lugar en las urbes de la capital catalana.

[Europa Press](#) informaba el 8 de octubre que la Federación de Ocio y Turismo de la Comunidad Valenciana (Fotur) solicitaba la implantación "de forma perentoria" tanto del pasaporte Covid en espacios de ocio de gran afluencia. Pese a que la situación epidemiológica ha estado controlada durante todo el mes de octubre, algunas voces manifiestan la necesidad de implantar el pasaporte Covid en aquellos espacios de ocio de gran afluencia, como los festivales.

Por otro lado, en la otra cara de una misma moneda, [Ara Balears](#) publicaba el 12 de octubre que Baleares planeaba eliminar el pasaporte Covid para los viajeros nacionales. Finalmente, el gobierno balear ha considerado que ya no es necesaria esta restricción porque los contagios están controlados y por los altos niveles de vacunación. Las Islas eran la única comunidad que todavía solicitaba el pasaporte sanitario a los viajeros españoles, tanto en puertos como aeropuertos. En Canarias dejó de solicitarse desde el pasado 1 de octubre.

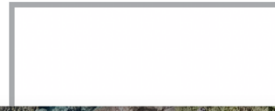
Ferias y congresos también se reactivan después de la pandemia, tal y como informa el [Punt Avui](#) el 8 de octubre. Esta recuperación dará un gran impulso a la recuperación de la restauración, el comercio y el turismo en todo el territorio y suplirán la ausencia del turista internacional llenando los hoteles.

En Twitter se han visto críticas sobre la libertad que ha tenido el turismo este verano. El 3 de octubre [@carmerocasegui](#) (5.732 seguidores) [publica](#): “Este verano en Menorca ha habido botellones constantes, fiestas ilegales y otras maravillas protagonizadas por el turismo que lo ha disfrutado sin ningún tipo de restricción: oh! Bienvenido turismo! Haz lo que quieras, que ya nos fastidiaremos los residentes”. Por otro lado, el 8 de octubre [@NeusPratsTur](#) (1.689 seguidores) [comenta](#) en tono negativo una noticia sobre el proyecto de Ibiza Inteligente, que arrancará con el control del aforo en 33 playas: “Estupendo. Y cuando se constate que en las playas se triplica la capacidad, ¿qué harán? ¿Ir al despacho y otorgar más licencias turísticas? [@Consell Eivissa?](#)”

Matinada de dissabte a diumenge

Un imponent desplegament policial manté a ratlla els ‘botellons’ de Barcelona

- Agents uniformats i de paísà han vigilat de prop que les festes de carrer no passessin de la ratlla aquesta matinada
- A Sarrià, focus problemàtic del cap de setmana, hi va haver algunes detencions i es va desallotjar el ‘botellon’ abans de les tres de la matinada



europapress / c. valenciana / valencià

Publicado 08/10/2021 16:59 CET

Fotur demana cobertura legal del passaport covid i el registre d'establiments públics "de manera peremptòria"

MISC | 12/10/2021

“Les Balears planegen eliminar el passaport covid-19 per als viatgers nacionals”, portada de l’Última hora’

“El Pla General de Palma regularitzarà 19 de les 48 parcel·lacions rústiques il·legals”, portada del ‘Diario de Mallorca’

🕒 2 min





Carme Rocamora Seguí
@carmrocsegui



● VERGONYA @ajescastell | Aquest estiu a Menorca hi ha hagut botellots constants, festes il·legals i d'altres meravelles protagonitzades pel turisme que ho ha gaudit sense cap restricció: oh! Benvolgut turisme! Feu el que vulgueu, que ja fotrem als residents.

[Traducir Tweet](#)

7:07 p. m. · 3 oct. 2021 · Twitter for iPhone

6 Retweets 1 Citar Tweet 21 Me gusta



C. Otros temas relevantes

Se aprecia bastante polémica en torno a la ampliación del Puerto de Valencia tanto en medios como en Twitter. El 22 de octubre [Eldiario.es](#) informa sobre las manifestaciones de protesta en contra de la ampliación: ciudadanos “toman las calles de Valencia en defensa del parque natural de la Albufera frente a la amenaza del proyecto por el que las instalaciones portuarias pretenden duplicar su capacidad...”. Pero la mayor parte de repercusiones se ha visto en Twitter, con el anuncio de la manifestación por algunos usuarios como [@AlianzaValencia](#) (359 seguidores) el 8 de octubre. Incluso hay usuarios, como [@CorinaLarssen](#) (2.334 seguidores) que el 22 de octubre [anuncia](#) la manifestación y [traslada](#) la crítica también al modelo turístico: “Valencia es de las valencianas y de los valencianos. No queremos ser el puerto y la playa de Madrid. Hoy viernes 22 de octubre. Manifestación en la Plaza de Zaragoza a las 18:30”.

[Diari de Balears](#) informa el 8 de octubre sobre que el Consell de Mallorca ha lanzado una acción de promoción de la isla como destino turístico para estudiantes universitarios extranjeros que quieren aprender castellano. En Twitter, el 9 de octubre [@GGatzaros](#) (2.142 seguidores) [critica](#) que se posicione el castellano por encima del catalán: “No puedo entender tanto autoodio”, publica.

En cuanto a otras iniciativas gubernamentales para posicionar a los destinos vemos que, tal y como informa [Cadena Ser](#) el 4 de octubre, la Fundación Turismo de Menorca, ha organizado cinco viajes de prensa durante el mes de septiembre, para que periodistas de medios de distintos países europeos vean “la posibilidad de disfrute que ofrece la isla los 365 días del año”. Hay una clara intención de desestacionalizar todos los destinos considerados de de sol y playa, y en este sentido también vemos iniciativas como la del Consell de Mallorca, que según ha comunicado [ib3](#) el 19 de octubre, quiere alargar la temporada turística mediante eventos deportivos en febrero. [Contra esta iniciativa](#) se ha manifestado [@pepcalabona](#) (2.953 seguidores) en Twitter el 19 de octubre: “La mayoría de turistas quieren playa y sol. De mayo a octubre. Ahora si quiere llenar de corredores y ciclistas cerrando todos los pueblos de Mallorca durante horas sobre todo los fines de semana. Así los nativos tampoco podrán salir a recorrer mundo como hacen en verano. Sólo piensa en llenar”. Además, hay algunas voces en Twitter que se manifiestan en contra del modelo turístico y denuncian el impacto negativo que tiene la industria para los residentes. El 11 de octubre [@mateuvic](#) (301 seguidores) [publica](#) un comentario negativo sobre un titular de una noticia (“[Mallorca aglutina desde junio el turismo de lujo de todo el Mediterráneo](#)”) y se posiciona en contra de este tipo de turismo ya que

“supone un impacto mucho mayor sobre el territorio, los recursos y la gentrificación por el encarecimiento de todo”. Por otra parte, el 13 de octubre [@AmicsdelCarme](#) (1.501 seguidores) [comenta](#) una foto de [Eldiario.es](#) en la que aparecen señaladas las zonas más pobres de la costa valenciana y culpa al turismo: “La industria menos redistributiva de beneficios: turismo y pobreza”.

Según informa [El Periódico](#) el 1 de octubre, “Madrid se alza como tercera capital mundial de los musicales”. El mismo día, [El Periódico](#) también publica que Barcelona busca ser como Madrid en cuanto a los musicales: “los promotores aspiran a convertir la capital catalana en polo de atracción turística realizando grandes producciones”. Con el levantamiento de las restricciones de aforo, vuelve a haber un ímpetu por impulsar las actividades culturales y por posicionarse como destino cultural.

Otras actividades que también se retoman son los viajes del Imsero. [Europa Press](#) informa el 7 de octubre que el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 anunciaba ya se había efectuado la adjudicación provisional para el programa de Turismo Social del Imsero.

En Facebook, las diferentes instituciones de las localidades catalanoparlantes aprovechan esta red social para promocionar sus actividades y promover su oferta turística. Por ejemplo, la [@MancomunitatdelCarraixet](#) (202 seguidores) publica su participación en el festival “Miradors de l’Horta” en la IX Trobada Nacional de Disseny”.

Milers de ciutadans s'alcen contra la polèmica ampliació del Port de València

Veïns i veïnes, ecologistes i estudiants prenen els carrers de València en defensa del parc natural de l'Albufera enfront de l'amenaça del projecte pel qual les instal·lacions portuàries pretenen duplicar la seua capacitat amb una nova terminal de 134 hectàrees en plena emergència climàtica



Pep Cala Bona 
@pepcalabona



La majoria de turistes volen platja i sol. De Maig a Octubre. Ara si voleu omplir de corredors i ciclistes tancant tots els pobles de Mallorca durant hores sobretot els cap de setmana. Així els nadius tampoc podran sortir a recorre món com fan l'estiu. Només pensau en omplir.

[Traducir Tweet](#)

 **IB3 Noticias**  @IB3noticias · 19 oct.

El Consell de Mallorca aposta pels esdeveniments esportius per fer possible que la temporada turística comenci al febrer

ib3.org/?p=395239

3:51 p. m. · 19 oct. 2021 · Twitter for Android

Rivalitat sana

L'auge dels musicals: Barcelona vol ser com Madrid

- Els promotors aspiren a convertir la capital catalana en pol d'atracció turística amb grans produccions com 'Cantando bajo la lluvia', 'Fama' i 'Billy Elliot'
- El bon ritme de la venda d'entrades a Barcelona anima el sector però els teatres es ressenteixen de la restricció de l'aforament al 70%, amb un màxim de 1.000 persones



Ad

europapress / c. valenciana / valencià

Publicado 07/10/2021 14:29 CET

L'Imerso adjudica provisionalment el programa de Turisme Social



Europa Press València amb col·laboració de



Nota metodològica

Este informe se basa en una muestra de la información publicada en medios de comunicación online y redes sociales en el período indicado. Las publicaciones se filtran de forma automática para seleccionar aquellas que incluyen términos relacionados con el turismo y con los destinos españoles. Posteriormente, en base a la selección de publicaciones obtenida, los analistas valoran, clasifican e interpretan los resultados para elaborar el presente informe.

Los medios digitales considerados en el estudio son aquellos con mayores audiencias en el ámbito nacional y regional, así como aquellos con publicaciones sectoriales relevantes y las ediciones nacionales de medios y revistas españolas. En el caso de las redes sociales, la muestra recoge las publicaciones o comentarios de usuarios con un importante número de seguidores.

Debido a las características del estudio, la información recogida es principalmente cualitativa, siendo necesario un proceso manual de interpretación y análisis de los resultados, lo que implica un cierto grado de subjetividad en el informe.