SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*









Guillem X. Pons, Asunción Blanco-Romero, Rosario Navalón-García, Libertad Troitiño-Torralba y Macià Blázquez-Salom (Editores)

Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears 31

SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

Sostenibilidad turística: *overtourism vs undertourism*

Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.).

Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, **31**

Sugerencia de cita de la obra:

Obra completa:

Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). 2020. Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Capítulo

Pitarch-Garrido, M.D. and Zornoza, C., 2020. Changes in the use of the Spanish litoral land (2008-2018). An announced saturation. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 405-415. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Este monográfico es una contribución a los proyectos de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y Agencia Estatal de Investigación financiado con fondos FEDER, titulados:

Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31), https://overtourism-degrowth.uib.eu/

Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos" (CSO2016-74861-R).

Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes. Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos: Smart Tourism Planning (STP) (CSO2017-82592-R)

Transformaciones del paisaje urbano histórico inducidas por el turismo: contradicciones y controversias, gobierno y gobernanza local,- CSO2016-75470-R / PAITUR-Ciudad - 2017-2019. *Proyecto de I+D+I correspondiente al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

Primera edición: octubre 2020
copyleft del texto: los autores
copyleft de la edición: Societat d'Història Natural de les Balears
Carrer Margalida Xirgu 16 baixos 07011 Palma (Illes Balears)
www.shnb.org email: publicacions@shnb.org

Fotos portada: Calpe (Alicante) (Foto Macià Blàzquez); Las Ramblas de Barcelona (Foto Macià Blàzquez); Campos de cereales de Berzosa (Soria) (Foto Asunción Blanco-Romero); Naveta des Tudons (Ciutadella, Menorca) (Foto Macià Blàzquez).

Depósito legal, DL PM 695-2020
ISBN 978-84-09-22881-2
Impressión: https://www.printcolorweb.com/

Comité organitzador:

Asunción Blanco Romero (presidenta) (Universitat Autònoma de Barcelona)
Macià Blàzquez Salom (Universitat de les Illes Balears)
Rosario Navalón García (Universitat d'Alacant)
Guillem X. Pons (Universitat de les Illes Balears)
Libertad Troitiño Torralba (Universidad Complutense de Madrid).

Instituciones organizadoras

Grupo de Geografía del Turismo Ocio y Recreación. Asociación Española de Geografía (AGE)
IGU-UGI Unión Geográfica Internacional - Turismo
Societat d'Història Natural de les Balears (SHNB)
Universitat de les Illes Balears (UIB)
Institut Menorquí d'Estudis (IME)
Consell Insular de Menorca (CIMe) Agència Menorca Reserva de la Biosfera

Instituciones patrocinadoras:

Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB)

Comité Científico

Salvador Antón Clavé, Universitat Rovira i Virgili.
Carlos Baños Castiñeira, Universitat d'Alacant.
Asunción Blanco Romero, Universitat Autònoma de Barcelona.
Macià Blàzquez Salom, Universitat de les Illes Balears.
Gemma Cànoves, Universitat Autònoma de Barcelona
Manuel de la Calle Vaquero, Universidad Complutense de Madrid.
Alfonso Fernández Tabales, Universidad de Sevilla.
María García Hernández, Universidad Complutense de Madrid.
Jesús M. González Pérez, Universitat de les Illes Balears.
María Gravari-Barbas, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.
Carmen Hidalgo Giralt, Universidad Autónoma de Madrid.
Josep Ivars Baidal, Universitat d'Alacant.
Rubén C. Lois González, Universidad de Santiago de Compostela.
Francisco López Palomeque, Universitat de Barcelona.
Joseph M. Cheer, Wakayama University. (Japan. Center for Tourism Research).
Carmen Mínguez, Universidad Complutense de Madrid.
Dieter Müller, Umeå University.
Rosario Navalón García, Universitat d'Alacant.
Enrique Navarro Jurado, Universidad de Málaga.
Antonio J. Palacios García, Universidad Autónoma de Madrid.
María Dolores Pitarch, Universitat de València.
Guillem X. Pons, Universitat de les Illes Balears.
Onofre Rullan Salamanca, Universitat de les Illes Balears.
Xosé Santos, Universidad de Santiago de Compostela.
Moisés Simancas Cruz, Universidad de La Laguna.
José Somoza Medina, Universidad de León.
Libertad Troitiño Torralba, Universidad Complutense de Madrid.
Manuel Valenzuela Rubio, Universidad Autónoma de Madrid.
Julie Wilson, Universitat Oberta de Catalunya.

ÍNDICE

Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L., Blàzquez-Salom, M. y Pons, G.X. La sostenibilidad turística a debate. 11
Tourism sustainability up for debate

Resúmenes de ponencias

Novelli, M. y Milano, C. De la saturación turística al subturismo inducido por COVID-19: la paradoja de la movilidad en tiempos difíciles 23
From overtourism to COVID-19 induced undertourism. The paradox of mobility in troubled times

Torres, A. Sostenibilidad turística: una respuesta necesaria para el futuro 25
Tourism sustainability: a necessary answer for the future

Murray, I. Turistificación planetaria. 26
Planetary touristification

Eje 1
Sostenibilidad turística: marco teórico, indicadores de diagnóstico, propuestas de planificación y gestión, …

Somoza Medina, M. y Somoza Medina, X. Resiliencia territorial y sostenibilidad en la España vaciada. 31
Territorial resilience, tourism and sustainability in the emptied Spain.

Navarro-Jurado, E., Romero-Padilla, Y. y Romero-Martínez, J.M. Destinos turísticos litorales en España: Crecimiento, reacción social y post-crecimiento. El caso de la Costa del Sol-Málaga. 43
Coastal tourist destinations in Spain: Growth, social reaction and post-growth. The case of the Costa del Sol-Málaga.

Fernández-Arroyo, A. Aplicación de un índice de especialización funcional del turismo en la identificación de relaciones de desigualdad territorial. 57
Application of an index of functional specialization of tourism in the identification of relations of territorial inequality

Ibarra, P. y Rabanaque I. La marca de calidad territorial y el paisaje como estrategia para el turismo interior de la comarca del Matarraña (Teruel). 69
The territorial quality mark and the landscape as a strategy for inland tourism in the Matarraña region (Teruel).

Piñeira, M. J., Fernández Tabales, A. y Mínguez, C. Vulnerabilidad y turistificación ¿quiénes son los perdedores del centro urbano? 83
Vulnerability and touristification, who are the losers of the urban center?

Cantarero Prados, F.J., Reyes Corredera, S. y Bautista Barroso, S. Enjambres de medusas en áreas turísticas litorales. Aproximación metodológica multiescalar a sus implicaciones en materia turística. 99
Jellyfish swarms in coastal tourist areas. Multiscalar methodological approach to its implications in tourism

Villar-Navascués, R.A., Baños, C., Hernández, M. y Olcina, J. ¿Es la eficiencia en la gestión del agua una coartada para el crecimiento del turismo? 109
Is efficiency in water management an alibi for the growth of tourism?

De la Calle Vaquero, M., Mendoza-de-Miguel, S., Ferreiro-Calzada, E. y García, M. El urbanismo como instrumento de contención de la actividad turística en los centros urbanos: alcance y limitaciones. 121
Urban planning as an instrument for containment of the tourism activity in urban centres: scope and limitations

De la Calle Vaquero, M. y García Hernández, M. Turismo, patrimonio y centros urbanos: ¿hacia un nuevo ciclo de turistificación?. 135
Tourism, heritage and urban centres: towards a new cycle of touristification?.

Babinger, F. y Serrano Cambronero, M. Turistificación como vector de nuevos recursos de calidad: terrazas hoteleras como oferta turística. 147
Touristification as a vector of new quality resources: hotel terraces as a tourist offer.

Rodríguez-Valdés, J. y Foronda-Robles, C. Objetivos de Desarrollo Sostenible en los Parques Temáticos: el camino hacia la economía circular. 161
Development sustainable goals in theme parks: towards the circular economy.

Piai, C. and Salim E. Are great touristic sites vectors of sustainability? Insights from two French mounting areas' case studies (Montenvers-Mer-de-glace and Bibracte-Mont Beuvray 171
¿Son los grandes sitios turísticos vectores de sostenibilidad? Información de dos estudios de caso de áreas de montaña francesas (Montenvers-Mer-de-glace y Bibracte-Mont Beuvray).

Pimentel-de-Oliveira. D. y Pitarch-Garrido, M.D. Midiendo la sostenibilidad en territorios turísticos: la aportación de la población residente. 187
Measuring sustainability in tourist areas: the contribution of the population living.

Müller, N. y Blázquez-Salom, M. El uso público en la custodia de territorio. ¿Hacia un domino de intereses privados? 197
Public use and land stewardship. Towards the domain of private interest?

Del Valle, L., Murray, I. y Pons, G.X. La sobresaturación turística y sus consecuencias socioambientales en la isla de Eivissa (Illes Balears). 209
The overtourism and its socio-environmental consequences on the Eivissa island (Balearic Islands).

Calaf-Ferré, R. Comparativa entre la imatge orgànica i induïda d'una destinació no urbana a través d'Instagram: el cas del Penedès. 221
Comparative study between organic and induced destination image through instagram: the case of Penedès.

Santiago-Cruz, M.J. Turismo rural, economía circular y desarrollo local. Reflexiones con base en experiencias en el sureste mexicano. 233
Rural tourism, circular economy and local development. Reflections based

on experiences in southeast Mexico.

Pareto Boada, P., Torres-Delgado, A., Cerdan Schwitzguébel, A. y Elorrieta Sanz, B. Sostenibilidad social del turismo en Barcelona: un análisis geoespacial. 249
Social sustainability in Barcelona: a geospatial analysis.

Guitart, N. and Serrat, R. A methodological proposal for public responses to overtourism and its integration in urban destinations' policies. 265
Una propuesta metodológica de respuesta pública al sobreturismo y su integración en las políticas de los destinos urbanos.

Hübscher, M. and Ringel, J. From one crisis to another. Tourism, housing and megaprojects in post-crisis Santa Cruz de Tenerife (Canary Islands, Spain). 283
De una crisis a otra. Turismo, vivienda y megaproyectos en la post-crisis Santa Cruz de Tenerife (Islas Canarias, España).

Lois-González, R.C. y Patiño Romarís, A. Sanxenxo un destino litoral gallego maduro: ¿Overtourism o estrategias para su reorganización? 295
Sanxenxo a mature galician coastal destination: overtourism or strategies for its reorganization ?.

Escudero Gómez, L.A. y Martínez Fernández, P. Comunidades anfitrionas frente al *overtourism*: un estudio comparado entre San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España). 307
Host communities facing overtourism: a comparative study between San Martín de los Andes (Argentina) and Toledo (Spain).

Mendoza-de-Miguel, S., Ferreiro-Calzada, E., de la Calle-Vaquero, M. y García-Hernández, M. "Overtourism" en centros urbanos. ¿Qué opinan los técnicos de la administración local? 319
"Overtourism" in urban centres. What do the local government managers think?.

Eje 2
Modelos espacio-temporales del *overtourism* y del *undertourism*

Cañada, E. Precarización laboral en la cadena de valor de las viviendas de uso turístico. 333
Job insecurity in the value chain of housing for tourist use.

Carballido, A. La participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination. 347
Citizens participation as an essential factor in the social dimension of the Smart Destination.

Martínez-Puche, A., Amat, X., Cortés, C., Larrosa, J.L., Lorente, A., Ortiz, S. y Sancho, I. Turismo rural inteligente. Capacitación aplicada en el marco del proyecto europeo SmartRural. 359
Smart rural tourism. Training applied within the framework of the european SmartRural project.

Blázquez-Salom, M., Yrigoy, I. y Murray, I. El devenir de la ciudad turística de sol y playa. 369

The becoming of the tourist city of sun and beach.

Macias Mendoza, J. y Russo, A.P. Población, gentrificación y turismo en Barcelona. Estudio estadístico de la ciudad por distritos. 379
Population, gentrification and tourism in Barcelona. Statistical study of the city by districts.

Hidalgo, C., Palacios, A. y Barrado, D. El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas española ¿overtourism? ¿undertourism? 391
The behavior of international tourism with cultural motivation. The case of the spanish medium and small cities. Overtourism? Undertourism?.

Pitarch-Garrido, M.D. and Zornoza-Gallego, C. Changes in the use of the Spanish litoral land (2008-2018). An announced saturation. 405
Cambios en el uso del suelo litoral en España (2008-2018). Una saturación anunciada.

Cors-Iglesias, M., Gómez-Martín, B. y Armesto-López, X. El uso turístico de la vivienda en el medio rural catalán. El auge del alquiler turístico frente a otras fórmulas de alojamiento. 417
The tourist use of housing in catalan rural areas. The growth of tourist rental compared to other accommodation formulas.

Ramos-Pérez, D. Las compañías chárter en España (2004-2019): ¿el fin de un modelo de negocio fordista? 431
Charter airlines in Spain (2004-2019): the end of a fordist business model?

Paül, V., Agrelo, L. M. y Trillo, J. M. Montañas de Trevinca: ¿*undertourism* en Galicia y *overtourism* en Sanabria? 445
Trevinca mountains: undertourism in Galicia and overtourism in Sanabria?

Díaz-Soria, I. y Blanco-Romero, A. "¡O hacemos el cambio o bajamos la persiana!" Estructuración territorial desde el turismo cultural en el Empordà 457
"We change or we close the blinds!". Cultural tourism as structuring element in emporda region.

Cànoves Valiente, G., Blanco-Romero, A. y Díaz-Soria, I. Turismo de interior en España, del *overtourism* al *undertourism*. 471
Inland tourism in Spain, from overtourism to undertourism.

Jiménez-Bravo, M. Gentrificación comercial del espacio público: las terrazas del centro histórico de Palma. 483
Commercial gentrification of public space: the terraces of the historic center of Palma.

Ródenas, P. El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo turístico. 495
LGTB tourism as a new form of tourism development.

Martín-Prieto, J.A., Carreras, D. y Pons, G.X. Análisis de la evolución de la línea de costa, frecuentación y superficie de playa en la isla de Menorca (2001-2015) (Islas Baleares). 507
Analysis of the of the coastline evolution, frequentation and beach surface on the island of Menorca (2001-2015) (Balearic Islands).

Valero-Escandell, J.R. y García-Tortosa, F. Overtourism urbano y cambios demográficos. 519

Urban overtourism and demographic changes.

Kagermeier, A. and Erdmenger, E. Destinations versus living environments: the clash over concurrent claims among different interest groups in cities. 531
Destinos versus entornos de vida: el choque sobre reclamos concurrentes entre diferentes grupos de interés en las ciudades.

López, L. and Lois González, R. C. New Tourism Dynamics Along The Way of St. James. From Undertourism and Overtourism to the Post-COVID-19 Era. 541
Nuevas dinámicas turísticas en el camino de Santiago. Del Undertourism y Overtourism a la era Post-COVID-19

Navalón-García, R. La paradoja del overtourism y undertourism en un mismo destino: el caso de Nueva Tabarca (Alicante, España). 553
The paradox of overtourism and undertourism in the same destination: the case of Nueva Tabarca (Alicante, Spain).

Krajíčková, A. y Novotná, M. Unsustainable imbalances in tourism development? Case study of Mikulov region (Czech Republic) 567
¿Desequilibrios insostenibles en el desarrollo turístico? Estudio de caso de la región de Mikulov (República Checa).

Merino Espeso, A. y Pilquimán Vera, M. Paisaje y turismo patrimonial como herramienta para la revitalización cultural mapuche, Panguipulli, sur de Chile 581
Landscape and heritage tourism as a tool for mapuche cultural revitalization, Panguipulli, south of Chile.

Murray, I. y Martínez-Caldentey, M.A. Turismo y desigualdad: un debate pendiente. 593
Tourism and inequality: a pending debate.

Índice de autores 609

La sostenibilidad turística a debate

Asunción BLANCO-ROMERO, Guillem X. PONS, Macià BLÁZQUEZ-SALOM, Rosario NAVALÓN-GARCÍA y Libertad TROITIÑO-TORRALBA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS



Blanco-Romero, A., Pons, G.X., Blázquez-Salom, M., Navalón-García, R. y Troitiño-Torralba, L. 2020. La sostenibilidad turística a debate. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism* vs *undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 11-20. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El Grupo de Trabajo en Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la Asociación Española de Geografía organiza Coloquios bienales desde sus inicios en 1989, hace ya más de treinta años. Su actual Comisión Permanente culmina su mandato en plena pandemia de la COVID-19, tras un verano estrepitoso para los negocios turísticos de masas. Este volumen monográfico refleja el debate académico sobre la sostenibilidad del turismo, en el tránsito de la saturación turística al subturismo, del overtourism al undertourism. Se ha estructurado en dos grandes ejes. El primero hace referencia a la sostenibilidad turística: marco teórico, indicadores de diagnóstico, propuestas de planificación y gestión. El segundo analiza los modelos espacio-temporales del *overtourism* y del *undertourism*. Dentro del primer eje quedan reflejados temas de candente actualidad, como: la España vaciada, los destinos turísticos litorales, las desigualdades territoriales, la calidad territorial y el paisaje como estrategia para el turismo interior y de la naturaleza, las presiones turísticas en centros urbanos, el urbanismo como instrumento de ordenación de la actividad turística, los parques temáticos, la evaluación de la sostenibilidad turística, la custodia del territorio, consecuencias de la sobresaturación en aspectos socioambientales, respuestas públicas en escenarios de *overtourism*, megaproyectos… Del segundo eje se abordan múltiples problemas: la precarización laboral, la participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination, el turismo rural inteligente, el devenir de la ciudad turística de sol y playa, procesos de gentrificación y turismo, la motivación cultural turística, el uso turístico de la vivienda en el medio rural, las compañías chárter en España, turismo de interior, análisis de estudio de caso que pueden ser extrapolados a otros lugares como la gentrificación comercial del espacio público con las terrazas de bares y restaurantes en centros históricos, el turismo LGTB como nueva fuente de desarrollo turístico, la relación entre la frecuentación y la evolución de la superficie de playas, el *overtourism* urbano y los cambios demográficos, nuevas dinámicas turísticas en el camino de Santiago, reflexiones sobre un entorno de vida y los destinos turísticos, turismo y desigualdad o análisis de características más globales como pueden ser el análisis y evolución de los cambios de uso de suelo litoral de España.
Palabras clave: *Geografía del Turismo, Ocio, Recreación, Asociación Española de Geografía overtourism, undertourism.*

TOURISM SUSTAINABILITY UP FOR DEBATE. The Working Group on Geography of Tourism, Leisure and Recreation of the Spanish Geographical Association organizes biennial Colloquia since its inception in 1989, more than thirty years ago. Its current Permanent Commission ends its mandate in the midst of the COVID-19 pandemic, after a tumultuous summer for mass tourism businesses. This monographic volume reflects the academic debate on the sustainability of tourism, in

the transition from overtourist to undertourism, from overtourism to undertourism. It has been structured in two main axes. The first refers to tourism sustainability: theoretical framework, diagnostic indicators, planning and management proposals. The second analyzes the spatio-temporal models of overtourism and undertourism. Within the first axis, hot topics are reflected, such as: Spain's dying interior areas, coastal tourist destinations, territorial inequalities, landscape as a strategy for inland and nature tourism, tourist pressures in urban centers, urban planning as an instrument for organizing tourist activity, theme parks, evaluation of tourism sustainability, land stewardship, consequences of oversaturation in socio-environmental aspects, public responses in scenarios of overtourism, megaprojects... Multiple problems are addressed from the second axis as well: job insecurity, citizen participation as an essential element in the social dimension of the Smart Destination, smart rural tourism, the future of the sun and sand resorts, gentrification processes and tourism, cultural tourism, tourist use of housing in rural areas, charter companies in Spain, inland tourism, case study analysis that can be extrapolated to other places such as the commercial gentrification of public space, such as terraces of bars and restaurants in historical centers, LGTB tourism as a new source of tourism development, the relationship between frequentation and the evolution of the beach surface extent, urban overtourism and demographic changes, new tourist dynamics on the Camino de Santiago, reflections on living environments and tourist destinations, tourism and inequality or analysis of more global characteristics such as the analysis and evolution of changes in the use of coastal land in Spain.
Keywords: *Geography of Tourism, Leisure, Recreation, Spanish Geographical Association, overtourism, undertourism.*

Asunción BLANCO-ROMERO, Departament de Geografia, Universitat Autónoma de Barcelona, Campus de Bellaterra, Edifici B, Carrer de la Fortuna, s/n, 08193 Bellaterra, Barcelona, asuncion.blanco@uab.cat; Guillem X. PONS y Macià BLÁQUEZ-SALOM, Departament de Geografia, Universitat de les Illes Balears, Ctra. de Valldemossa, km. 7,5. 07122 Palma (Mallorca), guillemx.pons@uib.es y mblazquez@uib.cat. Rosario NAVALÓN-GARCÍA, Departament d'Anàlisis Geogràfic Regional i Geografia Física, Universitat d'Alacant, Ap. de correos, 99, 03080, Alacant, r.navalon@ua.es. Libertad TROITIÑO-TORRALBA, Departamento de Geografía Humana, Universidad Complutense de Madrid, Fac. de Geografía e Historia, Edificio B, C/ Profesor Aranguren s/n, 28040, Madrid, ltroitin@ucm.es.

Introducción

El Grupo de Trabajo en Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la Asociación Española de Geografía organiza Coloquios bienales desde sus inicios en 1989, hace ya más de treinta años. Su actual Comisión Permanente culmina su mandato en plena pandemia de la COVID-19, tras un verano estrepitoso para los negocios turísticos de masas. Este volumen monográfico refleja el debate académico sobre la sostenibilidad del turismo, en el tránsito de la saturación turística al subturismo, del *overtourism* al *undertourism*. Más allá de presentar sus contenidos por bloques temáticos en un segundo apartado, esta presentación pretende clarificar cuestiones clave en relación a la incidencia de las crisis en la sostenibilidad de la actualidad turística y que promueven la convocatoria del XVII Coloquio Internacional de Turismo AGE-UGI, "Sostenibilidad Turística: *overtourism* vs *undertourism*", celebrado entre los días 6 y 10 de octubre de 2020 en Maó (Menorca).

Estado de la cuestión

Dichas cuestiones, centrales en el debate actual, son: en primer lugar, en referencia a la desigualdad socio-territorial y su vinculación estructural al capitalismo neoliberal; en segundo lugar, al respecto de los riesgos ambientales y sociales derivados de la vulnerabilidad sistémica que se deriva de la especialización turístico-inmobiliaria; y, en tercer lugar, sobre las oportunidades de reestructuración democrática mediante su planificación.

Hacemos nuestras las reflexiones de Benjamin *et al.* (2020) en que la transformación del turismo debe traer un enfoque viable en la equidad. Una nueva normalidad reconoce abiertamente las crisis y tensiones que habitaban el turismo mucho antes de la pandemia de COVID-19 junto con la naturaleza holística e integrada de una agenda pro-equidad. Un turismo pospandémico resiliente debe ser más equitativo y justo, en términos de cómo opera, sus efectos en las personas y el lugar, y cómo nosotros, como académicos, enseñamos, estudiamos e involucramos públicamente a la industria de viajes, particularmente en la preparación de sus líderes actuales y futuros. Un compromiso con la equidad consiste en realizar cambios específicos en las prácticas y decisiones en múltiples niveles, junto con el desarrollo de un marco ético más amplio. Este pivote de mentalidad requiere que nosotros, como turistas, corporaciones y educadores, nos alejemos de una perspectiva egoísta y cambiemos críticamente nuestra percepción y comprensión del turismo hacia un enfoque verdaderamente equitativo. En consecuencia, estas acciones nos obligan a cuestionar el consumismo y el prima capitalista que ha contribuido al crecimiento masivo en todo el paisaje turístico y, en cambio, optar por un sistema que fomente un crecimiento sostenible y equitativo, que a su vez, 'ralentiza' nuestras formas de consumir el mundo que nos rodea, transformando nuestros valores y experiencias de lo que es y debe ser el turismo.

Desigualdad inherente

El turismo de masas es el resultado de modelos industriales de uso del suelo, especialmente concentrado en espacios urbanos y costeros. El desarrollo urbano asociado al turismo de masas se fundamenta en una “máquina de crecimiento” (Molotch, 1976), que se diseña orientada a satisfacer la expansión de la acumulación de capital (Britton, 1991), mediante continuos procesos de expansión y reestructuración urbanística, apoyada por el incremento de la capacidad de la infraestructura de transporte, abastecimiento y tratamiento de los residuos. El crecimiento turístico también se ha producido “hacia adentro”, incorporando aspectos de la vida cotidiana al negocio turístico, como se hace con la vivienda para alojamiento turístico o la vía pública para la instalación de terrazas, en lo que se ha venido a denominar una turistificación global (Cañada y Murray, 2019).

Pero este análisis no es el que domina los estudios de la geografía del turismo. Muy al contrario, las contribuciones académicas abordan mayoritariamente el fenómeno turístico como una derivada del estímulo de la demanda, fruto de las conquistas sociales, como por ejemplo las vacaciones pagadas, y de las innovaciones tecnológicas, especialmente del transporte. De esta manera se produce la tendencia a analizar el hecho turístico desde posturas reduccionistas que se centran en la supuesta soberanía del consumidor, dejando de lado la complejidad de esta actividad industrial, con relaciones sociales y de poder

desiguales en la construcción y devenir de los espacios de producción turística (Murray, 2013). A ello se añade la publicitación de los destinos turísticos de masas con imágenes estereotipadas e idílicas, que evocan espacios privilegiados de las élites, en paraísos fiscales y ciudades globales (Méndez, 2018). Esta semiótica del capitalismo "explota también a través de la producción de signos y significados que colonizan la mente colectiva y condicionan formas de ser y de sentir" (Moruno, 2013, p. 168).

La intensificación industrial del metabolismo social de los espacios urbanos dedicados al turismo de masas, que se ven a menudo afectados por la saturación, requiere de la existencia de hinterland proveedor de recursos y mano de obra, en que los que también verter sus residuos (Brenner y Katsikis, 2020). Estos espacios operacionales, situados al otro extremo de la polarización socio-espacial, también se caracterizan por adolecer de subturismo, desatendido con desconsideración social. Incluso en los casos en los que se adopta el turismo como estrategia de desarrollo de estos espacios desfavorecidos, el control exterior expatría mayoritariramente sus beneficios; en el caso de estudio reciente de Zambezi hasta el 80% se fuga, en el denominado leakege (Kalvelage *et al.*, 2020). En este desigual proceso de desarrollo geográfico, la existencia de los espacios operacionales es fundamental para mantener los espacios masificados a un nivel metabólico y de empleo intensivo y en términos de rentabilidad del capital.

El sobreturismo y el subturismo son dos extremos de la polarización intrínseca al capitalismo. En ellos se expresa el desarrollo geográfico desigual, por un lado, en interiores vacíos y moribundos, mientras las áreas costeras se encuentran densamente pobladas con grandes flujos de inversión. En el caso de España, se caracteriza en estas últimas por un modelo fuertemente industrializado de especialización en proyectos inmobiliarios, turísticos y megainfraestructuras. Esto se debe a economías de aglomeración y escala, con mayor especialización y división del trabajo, que imponen la movilidad globalizada. Este desarrollo geográfico desigual depende de la accesibilidad y la conectividad, los dos factores más amenazados como resultado de la crisis sanitaria actual, vinculada a la pandemia de la COVID-19, pero también cuestionados por la crisis socioambiental del Antropoceno, que analizamos a continuación.

¿Capitalismo sin naturaleza?

La crisis sanitaria de la COVID19 nos enfrenta al hecho de nuestra dependencia de los ciclos naturales, transgredidos por la ganadería intensiva, que pone más en riesgo la humanidad que los hábitos culinarios exóticos o las zoonosis azarosas (Davis, 2020). El cambio climático de causa antrópica, la sexta extinción de especies de seres vivos o el agotamiento de los hidrocarburos son síntomas de la crisis socioecológica, que tienen su origen en el capitalismo, por lo cual se consideran característicos de una nueva época geológica denominada Antropoceno, o más etiológicamente Capitaloceno. La vinculación entre el capitalismo y el Antropoceno se debe a que este propósito le es inherente. Mientras que le proporciona soluciones a corto plazo que ayudan a resolver los problemas de sobreacumulación de capital mediante su desplazamiento a través del tiempo y el espacio (Harvey, 1982), el crecimiento intensifica el metabolismo social, que supone la apropiación, transformación, transporte, consumo y excreción de energía y materiales. La polarización de estos procesos da lugar a la saturación/relleno de los espacios preferidos por el capital y a la marginación/vaciado de los espacios operacionales. Así sucede con la

saturación de los destinos turísticos de masas, con base en el desarrollo del entorno inmobiliario, entre los cuales España destaca por su atracción creciente de flujos de turistas, inmigrantes y capitales internacionales (Murray, 2015); mientras sus externalidades son deslocalizadas a su hinterland. También la intensificación del metabolismo agrario industrial está en la base de la actual crisis sanitaria (Gibb *et al.,* 2020); como también se ha establecido la contribución del turismo a la crisis del Antropoceno (Gössling y Peeters, 2015), especialmente en términos de su contribución a la emergencia climática (Lenzen *et al.*, 2018).

Las respuestas socio-institucionales a esta situación, desarrolladas durante las últimas décadas, han consistido esencialmente en las propuestas del desarrollo sostenible y de capitalismo verde. Estas soluciones a la crisis del Antropoceno consisten en medidas mitigadoras y adaptativas, acordes al dogma del crecimiento. Por otro lado, el debate político actual baraja también el despliegue de otro proyecto económico, social y ambiental en torno al decrecimiento, el cual cuestiona el capitalismo en base a diagnósticos y propuestas radicales. En el escenario actual de crisis también sanitaria, el planteamiento de alternativas al imperativo del crecimiento deviene un reto intelectual más acuciante que nunca, en pos del post-crecimiento, post-capitalismo, post-desarrollo o decrecimiento (Fletcher *et al.*, 2019).

Reestructuración democrática

La crisis estructural del turismo se ha abordado desde el planeamiento mediante operaciones de renovación, reestructuración y reconversión (Vera y Rodríguez, 2012), orientadas a aportar una nueva rentabilidad a la inversión. Pero la desigualdad y la vulnerabilidad social no han dejado de aumentar, también asociadas a la intensidad y especialización turística, agravadas por la aplicación de mecanismos de flexibilidad y austeridad tras la crisis de 2008 (Martínez-Caldentey y Murray, 2019). Por ende, la recuperación de la crisis sistémica del 2008 se ha visto frenada por la pandemia de la COVID-19, haciendo que la burbuja turística que daba lugar a situaciones de saturación turística (*overtourism*) se haya visto revertida en el espacio y el tiempo al subturismo (*undertourism*), especialmente en la ciudad turística de sol y playa. Esta crisis repercute en la flexibilización de la regulación, la quiebra de la economía productiva, pero con el desembarco de las operaciones especulativas y la destrucción de empleo. La sostenibilidad turística implica dar solución de forma equilibrada no sólo a la rentabilidad económica, sino también al bienestar social y al equilibrio ecológico.

Más allá de las medidas paliativas a las contradicciones del capitalismo, como son el desarrollo sostenible o el capitalismo verde, las alternativas decrecentistas aportan soluciones prácticas para un turismo más sostenible. Por ejemplo y acorde a las propuestas de Gössling y Higham (2020): prolongar la duración de la estancia, abastecerse en mercados más cercanos, repensar la comida para optar por productos orgánicos (y de proximidad) y de temporada, avanzar hacia un modelo de alto valor añandido, dar beneficio local y no a plataformas globales de propiedad extranjera, abandonar los viajes intensivos en carbono, por ejemplo, en cruceros, etc. Pero el proyecto polítco del decrecimiento turístico no consiste en relegar la carga de la culpa a partes iguales en la población, recurriendo a su responsabilidad como consumidores que deben cambiar sus hábitos. Tampoco consisten únicamente en planificar o reestructurar el entorno construido para

reducir el número de camas de alojamiento turístico. Si combatiendo la saturación se opta por concentrar la riqueza y el poder, excluyendo a los desfavorecidos, haciendo el turismo solo accesible para la gente más rica, no se resuelven con justicia estos dilemas. Para decrecer con justicia habría de promoverse un turismo más inclusivo, accesible a las clases sociales desfavorecidas, para que puedan disfrutar de sus beneficios y darles acceso también a la toma de decisiones (Cañada, 2020). Sólo así se ligaría la justicia social y ambiental con democracia de raíz.

Sería necesario entonces hablar de radicalidad democrática también en el ámbito de la gestión y la planificación turística. La autoorganización comunitaria, en ámbitos como el turismo, promueve dicha práctica democrática y la gobernanza, mostrando los mejores resultados mediante la proximidad. Ello implica romper con la visión formalista y liberal predominante, optando por la gestión de la toma de decisiones, asegurando así la redistribución de la riqueza y el poder (Aguiló, 2014) que una actividad como la turística puede llegar a generar. Desaprender y transformar, combatiendo contra la monocultura que la democracia liberal mundializada y de discurso único ha creado, sería posible con proyectos y luchas que generen prácticas de articulación y complementariedad entre la democracia participativa, radical y representativa (Aguiló, 2013). El empoderamiento ciudadano partiría así de la concepción de una política prefigurativa con modos de organización y tácticas que anticipan la estructura de la sociedad deseada, creando prácticas políticas más radicales y participativas y generando formas de autogobierno popular capaces de asumir la gestión de proyectos de desarrollo que actualmente se encuentran en manos de minorías privilegiades y lobbies empresariales turísticos. En este contexto, nuevas formas de gestión y planificación de la industria turística y los territorios implicados, deberían ser concebidas dentro de un contexto de prácticas de participación amplio y de mayor calidad, donde lo público se presenta como elemento de cambio social, hacia una economía orientada al bien común y la transparencia. Posibilitar, de ese modo, el establecimiento de mecanismos alternativos de organización económica, incidiendo en la defensa de los derechos de ciudadanía social, la reducción de la vulnerabilidad y la dependencia de los mecanismos de mercado (García y Pradel, 2019), aproximándose a sistemas de gobernanza también en la creación de modelos de desarrollo turístico adecuados.

Los contenidos de un debate abierto

Los destinos turísticos de Europa están experimentando actualmente una nueva burbuja turística. Barcelona es uno de sus mejores ejemplos, donde están surgiendo conflictos sociales debido a la saturación turística y se están promulgando políticas públicas para gestionar la contención del crecimiento de la oferta turística, o incluso promover su decrecimiento. Por otro lado, la isla de Menorca también es un buen ejemplo, dentro del contexto de las Islas Baleares, en el que se está implementando un modelo de desarrollo de turismo equilibrado y sostenible, orientado al estado estacionario. Los esfuerzos del gobierno de Menorca para desarrollar un modelo de desarrollo turístico más sostenible están relacionados con el hecho de que toda la isla fue designada como Reserva de la Biosfera del programa de la UNESCO en 1993.

La globalización actual se caracteriza por la polarización territorial: entre espacios urbanos y rurales, entre zonas costeras e interiores, o como resultado de la segregación espacial por razón de clase social, etnia o género, entre otros. Su diversidad de problemas da como resultado diferentes diagnósticos y propuestas alternativas. Por un lado, por ejemplo, se denuncia la saturación en ciudades turistificadas con propuestas de contención de crecimiento y decrecimiento para hacerlo más sostenible. Por otro lado, en las áreas interiores y rurales, o en los países empobrecidos, el turismo todavía se considera como otra posible alternativa resiliente para el desarrollo o la subsistencia.

Sobre la base de este enfoque para el estudio de la polarización territorial, podemos hacer las siguientes preguntas sobre el desarrollo sostenible del turismo:

1. ¿Qué contribuciones se pueden hacer para enriquecer el marco teórico y conceptual de la sostenibilidad turística?
2. ¿Cómo se pueden diagnosticar las variables sociales, económicas y ambientales de los diferentes modelos turísticos? Por ejemplo, mediante el establecimiento de indicadores sobre el uso turístico del agua, vivienda, playas, espacios naturales o patrimonio, flujos migratorios, género o condiciones de trabajo, entre otros.
3. ¿Cómo es posible favorecer un turismo adecuado, por ejemplo, a través de manuales de buenas prácticas?
4. ¿Cómo podemos modelizar la evolución espacio-temporal de la funcionalidad turística?
5. ¿Cuáles son los procesos de participación de los grupos de interés en la toma de decisiones de propuestas para la planificación y gestión territorial del turismo?

El objetivo central de este debate es proporcionar una plataforma de desarrollo de la investigación actual dentro de la disciplina de la geografía del turismo, priorizando los siguientes ejes:

1. Sostenibilidad turística: marco teórico, indicadores de diagnóstico, propuestas de planificación y gestión, etc.
2. Modelos espacio-temporales del *overtourism* y del *undertourism*.

Sobre estos dos ejes se ha establecido la estructura de este volumen. En una primera fase se presentaron cerca de un centenar de resúmenes, de los que finalmente 45 han sido seleccionados y se han concretado en artículos aceptados para este monográfico, 23 corresponientes al primer eje y 22 al segundo; todo un éxito de participación.

Dentro del primer eje quedan reflejados temas de candente actualidad, como: la España vaciada, los destinos turísticos litorales, las desigualdades territoriales, la calidad territorial y el paisaje como estrategia para el turismo interior y de la naturaleza, las presiones turísticas en centros urbanos, el urbanismo como instrumento de ordenación de la actividad turística, los parques temáticos, la evaluación de la sostenibilidad turística, la custodia del territorio, consecuencias de la sobresaturación en aspectos socioambientales, respuestas públicas en escenarios de overtourism, megaproyectos… pero también estudios particulares como las medusas y sus implicaciones en materia turística, o la gestión del agua y el crecimiento turístico, evaluación de nuevos instrumentos como el Instagram como elemento comparativo entre la imagen orgánica e inducida de destinos no urbanos.

Del segundo eje se abordan múltiples problemas: la precarización laboral, la participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination, el turismo rural inteligente, el devenir de la ciudad turística de sol y playa, procesos de gentrificación y turismo, la motivación cultural turística, el uso turístico de la vivienda en el medio rural, las compañías chárter en España, turismo de interior, análisis de estudio de caso que pueden ser extrapolados a otros lugares como la gentrificación comercial del espacio público con las terrazas de bares y restaurantes en centros históricos, el turismo LGTB como nueva fuente de desarrollo turístico, la relación entre la frecuentación y la evolución de la superficie de playas, el overtourism urbano y los cambios demográficos, nuevas dinámicas turísticas en el camino de Santiago, reflexiones sobre un entorno de vida y los destinos turísticos, turismo y desigualdad o análisis de características más globales como pueden ser el análisis y evolución de los cambios de uso de suelo litoral de España.

Además, en este volumen se recogen las aportaciones de 4 personas expertas en los diversos aspectos a tratar, como son: Marina Novelli y Claudio Milano, reflexionando sobre la paradoja de la movilidad en tiempos difíciles, donde la COVID-19 ha llevado de la saturación turística al subturismo repentino; Ivan Murray, analizando la turistificación planetaria y la dialéctica entre *overtourism* y *undertourism*, un desarrollo geográfico desigual delimitado por espacios hiperturistizados e infraturistizados; y finalmente la reflexión sobre la necesidad, y la enorme dificultad de materialización, de estrategias, instrumentos o acciones adecuadas para conseguir el ansiado desarrollo turístico sostenible, de Anna Torres.

El carácter internacional de este volumen, aunque toca espacios geográficos de muchos lugares de España (Galicia, Madrid, Barcelona, Málaga, Teruel, Toledo, Islas Canarias e Islas Baleares…) también recoge ejemplos y experiencias de Chile, México, Argentina, República Checa, Francia,…

En este volumen participan unos 90 autores, expertos en temas de la geografía del turismo, ocio y recreación de la Asociación Española de Geografía (AGE), que junto con la Comisión de Turismo de la Unión Geográfica Internacional (UGI-IGU) harán de este volumen un documento de consulta obligada en lo referente al turismo en el mundo.

Agradecimientos

En un escenario de COVID-19 ha dificultado la organización de este coloquio. Pero han sido muchas las personas que han hecho posible su realización. Hemos de agradecer la inestimable ayuda de la Societat d'Història Natural de les Balears que ha aceptado incluir los artículos, previa doble evaluación científica, en un monográfico de su colección.

El Consell Insular de Menorca (CIMe) ha hecho posible este Coloquio, siendo distintos departamentos y personas los que nos han ayudado. La cesión de sus espacios en el incomparable marco de la isla del Lazareto en el puerto de Maó; el Institut Menorquí d'Estudis referente de la cultura de Menorca; la Agencia Menorca Reserva de la Biosfera, la conselleria de Cultura y conselleria de Medio Ambiente del CIMe. A todas las personas que han intervenido y facilitado el hacer posible este evento, nuestro más sincero agradecimiento.

También nuestro más sincero agradecimiento a la Agencia de Estrategia Turística de las Illes Balears (AETIB), Conselleria de model econòmic, turisme i treball del Govern de les Illes Balears por su apoyo a esta inciativa.

Del mismo modo, debemos señalar el apoyo de la Comisión de turismo de la Unión Geográfica Internacional, que gracias a su presidente (Dieter Müller) y miembros de la comisión, ha sido posible contar con su colaboración académica experta en el comité científico internacional, así como del resto de comité científico.

Este volumen monográfico es una contribución apoyada por diversos proyectos de investigación:

-*Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies*, (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I+D+I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional;

-*Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos* (CSO2016-74861-R);

-*Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes. Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos: Smart Tourism Planning (STP)* (CSO2017-82592-R);

-*Transformaciones del paisaje urbano histórico inducidas por el turismo: contradicciones y controversias, gobierno y gobernanza local*,- CSO2016-75470-R / PAITUR-Ciudad - 2017-2019. Proyecto de I+D+I correspondiente al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

Referencias bibliográficas

Aguiló, A. J. 2013. Una cartografía abismal de la democracia: representación política y democracia de baja intensidad, en Instituto Internacional Casa de Mateus (org.), *Representação | Representation*. IICM, Vila Real (Portugal), pp. 54-79.

Aguiló, A. J. 2014. Radicalidad democrática y nuevos movimientos populares: las luchas por otras democracias. *Agora*, 1 (2): 65-86. http://dx.doi.org/10.6035/Kult-ur.2014.1.2.3.

Benjamin, S., Dillette, A. y Alderman, D.H. 2020. "We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age, Tourism Geographies, 22:3, 476-483, DOI: 10.1080/14616688.2020.1759130

Britton, S. 1991. Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. *Environmental and Planning D: Society and Space*, 9 (4), pp. 451-478.

Cañada, E. 2020. *Posibilidades y límites de un turismo inclusivo. Territorio, trabajo y comunidad en las geografías del turismo*. Departament de Geografia, Universitat de les Illes Balears. Tesis doctoral inédita.

Cañada, E. y Murray, I. 2019. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria, Barcelona, 480 pp.

Davis, M. 2020. *Llega el monstruo. COVID-19, griper aviar y las plagas del capitalismo*. Capitan Swing, Madrid.

Fletcher, R., Murray, I., Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2019. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12): 1745-1763. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822.

García, S. y Pradel, M. 2019. Innovació social: diferents respostes de la ciutadania organitzada. Barcelona *Metròpolis*, 112, 38-43. Ajuntament de Barcelona. http://hdl.handle.net/2445/154508. https://www.barcelona.cat/metropolis/ca/continguts/la-innovacio-social-diferents-respostes-de-la-ciutadania-organitzada.

Gibb, R., Redding, D.W., Chin, K.Q., Donnellu, Ch.A., Blackburn, T.M., Newbold, T. y Jones, K.E. 2020. Zoonotic host diversity increases in human-dominated ecosystems. *Nature*. https://doi.org/10.1038/s41586-020-2562-8.

Gössling, S. y Higham, J. 2020. The Low-Carbon Imperative: Destination Management under Urgent Climate Change, *Journal of Travel Research*. DOI: 10.1177/0047287520933679.

Gössling, S. y Peeters, P. 2015. Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23:5, 639-659. https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1008500.

Harvey, D. 1982. *The limits to Capital*. University of Chicago Press, Chicago.

Kalvelage, L., Revilla Diez, J. y Bollig, M. 2020. How much remains? Local value capture from tourism in Zambezi, Namibia, *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2020.1786154.

Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y-P., Geschke, A. y Malik, A. 2018. The carbon footprint of global tourism. *Nature Clim Change* 8, 522–528. https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x.

Martínez-Caldentey, M.A. y Murray, I. 2019. Crisis y desarrollo geográfico desigual en la Unión Europea (2009-2015). *Revista de Geografía Norte Grande*, 72: 163-184. DOI: 10.4067/S0718-34022019000100163.

Méndez, R. 2018. *La telaraña financiera. Una geografía de la financiarización y su crisis*. Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, 424 pp.

Murray, I. 2013. Algunes notes sobre el turisme i la forma en què les ciències socials l'han abordat críticament. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVIII (1016). http://www.ub.es/geocrit/b3w-1016.htm.

Murray, I. 2015. *Capitalismo y turismo en España del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Alba Sud, Barcelona.

Molotch, H. 1976. The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology*, 82 (2), pp. 309-332.

Moruno, J. 2013. 'American Beauty'. ¿Qué es el postfordismo?. *In:* Iglesias, P. (ed.), *Cuando las películas votan. Lecciones de ciencias sociales a través del cine*. Los libros de la Catarata, Madrid, 159-175.

Vera, J.F. y Rodríguez, I. 2012. *Reconversión y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Publicaciones de la Universidad de Valencia, Valencia.

Resúmenes de ponencias



Fuentes del Duero. Sierra de Urbión (Soria). Camino Natural del Duero (GR-14).
Fotografia Asunción Blanco-Romero

De la saturación turística al subturismo inducido por COVID-19: la paradoja de la movilidad en tiempos difíciles

Marina NOVELLI y Claudio MILANO

Marina Novelli, University of Brighton, United Kingdom; School of Sport and Service Management
Claudio Milano, Autonomous University of Barcelona UAB / Ostelea School of Tourism & Hospitality, Spain

En los últimos tiempos, la industria del turismo se ha convertido en el motor de crecimiento de la economía internacional, impulsada en gran parte por el crecimiento exponencial de diferentes prácticas de movilidad y acumulación de capital. Con el aumento de la población en todo el mundo, la movilidad de los viajes se ha intensificado. Antes del surgimiento de COVID-19, las proyecciones de crecimiento para las visitas internacionales sugerían un crecimiento continuo sin precedentes, especialmente en los destinos fuera de los circuitos habituales.

Si la saturación turística es una reacción exagerada o simplemente un problema de gestión es discutible dado que, en los destinos más populares, la reacción de los residentes, los movimientos sociales, las organizaciones de base, los gobernadores municipales y, cada vez más, las autoridades gubernamentales han llegado a reconocer que los efectos del turismo excesivo son disruptivos, marginan y potencialmente proyectan un cambio permanente. En gran parte, esto es lo que ha impulsado inicialmente las protestas en las ciudades de destino más populares. Ahora, la resistencia se ha extendido a islas, parques nacionales y lugares patrimoniales, entre otros lugares, lo que demuestran que los problemas relacionados con el sobreturismo no solo están vinculados con los contextos urbanos. En resumen, los impulsores subyacentes de la saturación turística se encuentran posiblemente en la afluencia sin precedentes y las movilidades globales elevadas en el presente, junto con el aumento de la búsqueda de experiencias como una respuesta contemporánea y opuesta al materialismo, y al uso de las redes sociales para presumir de derechos y auto-promocionarse.

La aparición de COVID-19 a fines de 2019 y más allá de la primera mitad de 2020, ha revertido estos efectos. Partiendo de los casos de destinos más maduros, nos enfrentamos a las preguntas sobre cuáles son las implicaciones de los confinamientos en los destinos más visitados. El exceso de turismo se ha asociado más comúnmente con una gobernanza ineficaz y una política y planificación deficientes. Para los países de destino de todo el mundo que trabajan contra la avalancha de turistas, que se concentró durante los períodos pico de vacaciones, ha forzado transformaciones permanentes y desplazamientos devastadores con impactos adversos en el capital social, las comodidades a nivel local, los espacios públicos, la igualdad de género y el trabajo decente, patrimonio cultural, dotaciones naturales y formas de vida *in situ*.

From overtourism to COVID-19 induced undertourism. The paradox of mobility in troubled times

In recent times, the tourism industry has become the growth engine for international economy, propelled in large part by the exponential growth of different mobilities practices and capital accumulation. With growing populations across the globe the travel mobilities have intensified. Prior to the emergence of COVID-19, growth projections for international visitation suggested an unprecedented ongoing growth, especially in off the beaten track destinations.

Whether overtourism is an overreaction or simply a problem of management is a moot point, given that in popular destinations, the reaction of residents, social movements, grassroots organizations, municipal governors, and increasingly government authorities have come around to acknowledging that the effects of overtourism are disruptive, marginalizing and potentially casts permanent change. In large part, this is what has driven counter-protests in popular destination cities initially. While resistance has now spilled over into islands, national parks and heritage locations, among a host of others demonstrating that overtourism related-issues are not only linked with urban contexts. In sum, the underlying drivers of overtourism are arguably found in the unprecedented affluence and heightened global mobilities in the present, coupled with the rise of experience seeking as a contemporary and opposing response to materialism, and the use of social media for bragging rights and self-promotion.

The emergence of COVID-19 in late 2019 and further into the first part of 2020, has reverted these effects. In departing from the most mature destination cases, we confront the questions around what the implications of lockdowns across the most visited destinations. Overtourism has been most commonly associated with ineffective governance and deficient policy and planning. For destination countries around the globe labouring against the deluge of tourists, that at one point only occurred during peak holiday periods, has enforced permanent transformations and devastating displacement with adverse impacts on social capital, local-level amenity, public spaces, gender equality and decent work, cultural heritage, natural endowments and ways of life in situ.

Sostenibilidad turística: una respuesta necesaria para el futuro

Anna TORRES

Universidad de Barcelona. Carrer de Montalegre, 6, 08001 Barcelona. annatorres@ub.edu

La necesidad de conseguir un desarrollo sostenible en turismo ya es indiscutible y está ampliamente aceptada. No obstante, la principal dificultad continúa siendo su materialización: qué estrategias, instrumentos o acciones son las idóneas para avanzar hacia escenarios más sostenibles. Y la respuesta no es fácil, puesto que implica una trasformación del modelo de producción y consumo turístico tradicional, es decir, un replanteamiento de los valores y prioridades y un cambio de hábitos y dinámicas consolidadas en el sector.

Un primer paso en este sentido es plantearse si hay un balance realmente equitativo entre los beneficios y los costes del turismo. El éxito del turismo debe medirse justamente. Más allá de los indicadores económicos tradicionales, la emergencia climática, el consumo de recursos (agua, energía, territorio), la calidad de vida o del empleo, entre otros, deben tomar igual importancia en los procesos de decisión. Es necesario tener una visión justa de los impactos del turismo en los destinos para promover políticas turísticas realmente sostenibles.

Tourism sustainability: a necessary answer for the future

The need to achieve sustainable development in tourism is already indisputable and is widely accepted. However, the main difficulty continues to be its materialization: what strategies, instruments or actions are the best ones to move towards more sustainable scenarios. And the answer is not easy, since it implies a transformation of the traditional tourism production and consumption model, that is, a rethinking of values and priorities and a change in habits and consolidated dynamics in the sector.

A first step in this sense is to consider whether there is a really fair balance between the benefits and costs of tourism. The success of tourism must be measured fairly. Beyond the traditional economic indicators, the climatic emergency, the consumption of resources (water, energy, territory), the quality of life or employment, among others, must take equal importance in the decision processes. It is necessary to have a fair view of the impacts of tourism on destinations to promote truly sustainable tourism policies.

Turistificación planetaria

Ivan MURRAY

Universitat de les Illes Balears, carretera de Valldemossa, km 7,5, 07122, Palma (Illes Balears), ivan.murray@uib.cat

En la última década, la cuestión del "sobreturismo" (*overtourism*) ha surgido con fuerza en el debate académico y social. Este auge tiene que ver con la intensificación de los procesos de turistificación en los espacios urbanos después de la crisis de 2008. Si partimos del sobreturismo como marco conceptual o teórico, luego tendríamos que en un análisis de tipo dicotómico deberíamos encontrarnos con espacios de "subturismo" (*undertourism*). Se dibujaría así una dialéctica entre overtourism y undertourism. Un desarrollo geográfico desigual delimitado por espacios hiperturistizados e infraturistizados.

Si bien el debate sobre el sobreturismo ha jugado un papel importante a la hora de activar la reflexión crítica acerca de los procesos y mecanismos de turistificación, también presenta importantes límites como marco analítico. Así pues, en esta ponencia se pretende abordar la turistificación desde los marcos analíticos de la economía política radical con el objetivo de poder comprender las lógicas del desarrollo geográfico desigual de la turistificación. Para ello se vincula, entre otros marcos de referencia, con la teoría de la urbanización planetaria y las teorías de las crisis. Precisamente, el reciente estallido de la pandemia global del COVID-19 nos permite abundar en alguna de las cuestiones sobre la turistificación, más allá del overtourism-undertourism. Frente algunas voces que apuntan la crisis del coronavirus como una oportunidad para cambiar el "modelo turístico" o como "el final del turismo de masas", abogamos por una mirada crítica para entender qué implicaciones puede tener la crisis de la pandemia en las dinámicas de turistificación planetaria.

Planetary touristification

In the last decade, the question of "overtourism" has emerged strongly within academic and social debates. This boom is related to the intensification of the touristification processes in urban spaces after the 2008 crisis. Departing from overtourism as a conceptual or theoretical framework, then we would have that in a dichotomous analysis we should conceptualize spaces of undertourism. As a result, there could be framed a dialectic between overtourism and undertourism. This in turn would be reflected in an uneven geographical development defined by hyper-touristized and under-touristized spaces.

Although the debate on overtourism has played an important role in activating critical reflection about the processes and mechanisms of touristification, it also presents important limits as an analytical framework. Thus, this paper aims to address touristification from the approach of radical political economy in order to understand the logics of the uneven geographical development of touristification. In order to do so, the paper expands upon the theory of planetary urbanization and the theories of crises. Precisely, the recent outbreak of the global pandemic of COVID-19 allows us to elaborate on some of the questions about

touristification, beyond the dichotomy overtourism-undertourism. Faced with some voices that point to the coronavirus crisis as an opportunity to change the "tourism model" or as "the end of mass tourism", we advocate for a critical look to understand what implications the pandemic crisis may have on the dynamics of planetary touristification.

.

Eje 1

Sostenibilidad turística: marco teórico, indicadores de diagnóstico, propuestas de planificación y gestión



Isla de Tabarca (Alicante). Foto Rosario Navalón García.

Resiliencia territorial y sostenibilidad turística en la España vaciada

Marta SOMOZA MEDINA y Xosé SOMOZA MEDINA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Somoza Medina, M. y Somoza Medina, X. 2020. Resiliencia territorial y sostenibilidad en la España vaciada. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 31-42. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El turismo de naturaleza y el turismo rural se han promovido en España en todas las comunidades autónomas como una actividad económica que podía sustituir las actividades agroganaderas tradicionales y que frenaría la sangría emigratoria en las aldeas más alejadas de los centros y ejes de desarrollo urbano. El análisis de los datos muestra, sin embargo, que muchos de estos destinos apenas han despertado el interés de posibles visitantes y que la rentabilidad de la inversión es, cuando menos, discutible. En esta comunicación se analiza la oferta y demanda turística de la España vaciada, teniendo en cuenta la sostenibilidad del proceso de transformación en destino turístico y la resiliencia territorial de unos espacios abandonados durante décadas por la falta de oportunidades, aunque sus antiguos habitantes mantengan con sus aldeas de origen vínculos objetivos y subjetivos de gran intensidad.
Palabras clave: *Resiliencia territorial, sostenibilidad turística, España vaciada, turismo rural y de naturaleza.*

TERRITORIAL RESILIENCE, TOURISM AND SUSTAINABILITY IN THE EMPTIED SPAIN. Every Atonomous Community in Spain has promoted nature tourism and rural tourism in the villages furthest from the centers and axes of urban development as an economic activity that could replace traditional agro-livestock activities and that would halt emigration bleeding. However, the data analysis shows that many of these places have barely sparked the interest of potential visitors and that the return on investment is at least questionable. In this communication, the tourist supply and demand of the so-called Emptied Spain is analyzed, taking into account the sustainability in the process of transformation into a tourist destination and the territorial resilience of abandoned spaces, although ancient inhabitants had strong objective and subjective relations with those places.
Key words: *Territorial resilience, touristic sustainability, emptied Spain, nature and rural tourism.*

Marta SOMOZA MEDINA, Ayuntamiento de Allariz (Ourense). somozamedinamarta@gmail.com Xosé SOMOZA MEDINA. Universidad de León. somoza@unileon.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

El impulso promovido por las administraciones públicas al desarrollo de infraestructuras turísticas en las comarcas rurales ha permitido que el turismo rural y el turismo de naturaleza hayan experimentado en España un desarrollo considerable en las

últimas décadas. En el mes de enero de 2001, el Instituto Nacional de Estadística (INE) contabilizaba en España un total de 4.958 establecimientos de turismo rural, distribuidos de forma desigual a lo largo del territorio, con uno de cada tres establecimientos del total nacional situados en las provincias de Asturias, Huesca, Navarra o Tenerife. Según los datos publicados por el INE, en enero de 2020 el número total de alojamientos se había triplicado, registrándose 15.500 establecimientos abiertos, con una ligera menor concentración, pues las cuatro provincias con un mayor número de equipamientos, ahora Málaga, Asturias, Navarra y Ávila, concentraban el 25% de la oferta. No deja de ser llamativo que, tanto en la primera fecha como en la segunda, dos de las provincias con un mayor número de establecimientos rurales formen parte de lo que se conoce como la España vaciada, Huesca y Ávila, convertidos en destino de turismo de interior para los mercados urbanos de proximidad de Zaragoza y Madrid. Junto a estas dos provincias repiten dos comunidades autónomas uniprovinciales que han apostado desde hace décadas por este tipo de turismo (Asturias y Navarra) y dos provincias turísticas de sol y playa que han difundido hacia el interior sus infraestructuras de alojamiento (Tenerife y Málaga).

Para los entornos más rurales de España, este proceso, convertirse en destino turístico, ha sido un objetivo alentado por todos los organismos públicos: ayuntamientos, diputaciones provinciales, comunidades autónomas y, sobre todo, grupos de acción local. En algunas comarcas, la transformación estructural del territorio ha sido bien planificada y ha generado dinámicas socioeconómicas positivas que se mantienen en el tiempo, como en los ejemplos de Taramundi en Asturias (Córdoba, 2004) o las Alpujarras granadinas (Entrena, 2006). Aunque en otros casos, el objetivo de transformación se ha quedado únicamente en una voluntad política sin apenas consecuencias sobre el territorio, más que destinar fondos públicos a crear infraestructuras turísticas que poco tiempo después se han abandonado. En este sentido, la sostenibilidad turística no debe relacionarse exclusivamente con la reducción de los posibles impactos en las áreas de gran demanda, sino que debe contemplarse también en aquellos territorios en los que la oferta se sobredimensiona sin una clara justificación.

En este dilema se encuentran muchas comarcas dentro de la España vaciada, que a través de diferentes subvenciones públicas han promovido la proliferación de infraestructuras turísticas sin que existiera una demanda previa o potencial que las justificara. De esta forma se han construido o rehabilitado centros de interpretación, auditorios, museos, salas de exposiciones, hoteles, balnearios, restaurantes y otros variados equipamientos turísticos que al poco tiempo de inaugurarse se cierran por falta de demanda. La resiliencia territorial, la capacidad de adaptación y superación de un espacio geográfico frente a coyunturas negativas debe fomentarse en estos lugares, en la España vaciada, y para ello debemos apostar por seguir generando paisajes en producción, no meramente contemplativos para ser consumidos por turistas urbanitas. El turismo puede ser un motor de desarrollo en determinadas áreas próximas a los mercados de demanda y con unos recursos territoriales privilegiados, pero no en todas las áreas rurales por definición o regla generalizada.

El objetivo de esta investigación es, por tanto, analizar de forma genérica la sostenibilidad del turismo rural y de naturaleza en aquellos territorios españoles que más han sufrido la despoblación, contraponiendo los proyectos de desarrollo de infraestructuras turísticas de alojamiento con los procesos de retorno, temporal o definitivos, de la población originaria de estos lugares.

Antecedentes

La aparición hace unos años de una obra literaria de ensayo sobre la despoblación del medio rural español (Molino, 2016) volvió a poner de actualidad los cambios acaecidos en las últimas décadas en los territorios menos poblados, con las sucesivas oleadas de éxodo rural, el abandono de las explotaciones agropecuarias, el progresivo envejecimiento de la población local y la paulatina desaparición de servicios y actividades económicas. No es una novedad, ya había ocurrido antes con otras obras (Delibes, 1978; Llamazares, 1988; Mateo, 1996, Ibarz, 2009). La despoblación de los territorios más pobres, peor conectados y con una accesibilidad más limitada de bienes y servicios es un hecho consustancial con el actual modelo de desarrollo socioeconómico, no sólo en España sino prácticamente en todo el mundo. Lo cierto es que el ensayo de Sergio del Molino volvió a situar el tema de la despoblación rural en la Agenda política y social, lo que derivó en atículos, programas de radio y televisión, más ensayos literarios, propuestas políticas, iniciativas parlamentarias y en las últimas elecciones generales de España, celebradas en noviembre de 2019, una agrupación de electores centrada en esta temática, Teruel Existe, logró un escaño en Madrid. Desde entonces, la "España vaciada", encuentra más protagonismo y exige una nueva mirada hacia el territorio más rural y desconectado de este país. En el contexto académico, la despoblación del medio rural ha sido un tema de estudio recurrente para geógrafos, historiadores, sociólogos, o antropólogos en las últimas décadas.

La visión del mundo rural europeo cambió a partir del documento de la Comisión Europea "El futuro del mundo rural", escrito en 1988, en el que se planteaban los principales inconvenientes de estos territorios y las medidas que debían implementarse para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. En este documento, que guiaría las políticas rurales de toda Europa se exponía:

> "Entre los servicios que se deben crear en el medio rural, el turismo rural ocupa un lugar muy especial y, *a priori*, las perspectivas parecen muy favorables. Para sacarle el mayor partido, se deberían organizar las intervenciones en torno a tres ejes principales: mejora de las prestaciones turísticas mediante una ayuda a la organización del sector turístico y a la comercialización de productos; creación de una oferta turística más elaborada (productos mejor acabados); creación de infraestructuras apropiadas (piscinas, campos de deporte, etc.) y mejor formación de quienes se dediquen a la prestación de servicios turísticos; progresiva incorporación del turismo a la diversificación de la actividad agraria principal (formación de los agricultores y sus esposas, creación de las indispensables infraestructuras de asistencia)" (Comisión Europea, 1988, 11).

A partir de entonces se articularon los programas de desarrollo rural en Europa a través de la iniciativa comunitaria LEADER, replicada además en España con el Programa PRODER. De esta forma, cientos de territorios asociados del medio rural pudieron disponer de ayudas para fomentar un tipo de desarrollo rural en el que el turismo era un elemento fundamental. Un resultado evidente de esta política es el incremento de alojamientos de turismo rural desde inicios de los años 1990 (Fig. 1), la gran mayoría de ellos financiados con fondos europeos.

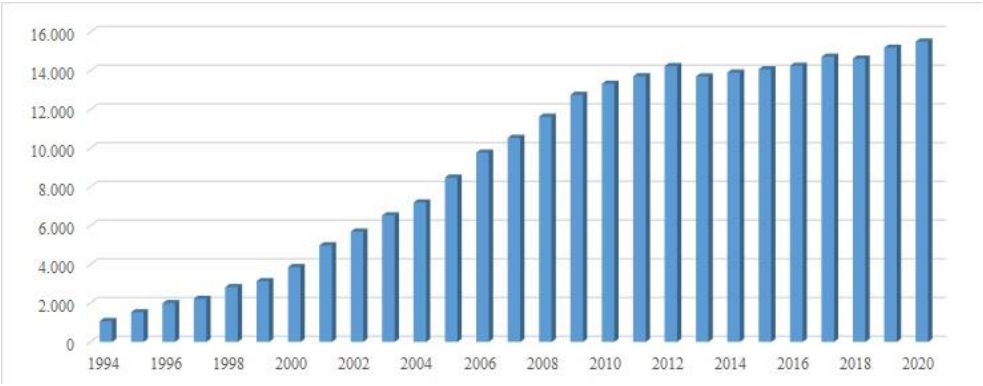


Fig. 1. Establecimientos de turismo rural abiertos en los meses de enero de cada año. Fuente: Ine.es
Fig. 1. *Rural tourism establishments open in January of each year. Source: Ine.es*

El turismo como motor del desarrollo rural y línea clave en los programas de ayudas públicas en estos territorios ha sido evaluado en diferentes investigaciones. Blanco y Benayas (1994) analizaron las primeras experiencias de promoción turística del LEADER I, conluyendo que las iniciativas en este ámbito eran fundamentales, tanto por el número de proyectos como por la inversión realizada, si bien criticaban la inexistencia de estudios sobre la demanda real de estas actividades y la nula planificación turística. Este último elemento, la falta de planificación, es uno de los mayores condicionantes a la sostenibilidad futura de esta tipología turística para Pulido y Cárdenas (2011). Ivars (2000) afirma que la oferta de turismo rural crece en España como una realidad incuestionable, si bien destaca otras realidades en gestación, crudas realidades y hasta ficciones, como considerar que el turismo es la llave del desarrollo rural. Un sentido crítico semejante se puede observar en el trabajo de Canoves, Villarino y Herrera (2006), que afirman que el turismo rural no es la solución a los problemas del medio rural español, poniendo en duda la sostenibilidad de muchas de las iniciativas turísticas desarrolladas. Vázquez y Martín (2011) inciden también en los problemas de sostenibilidad del turismo rural español, apuntando la ausencia de planificación, las características estructurales del sector, la escasa cualificación, la oferta indiferenciada, y la deficiente comercialización como los elementos principales a mejorar. Existen también análisis de casos concretos, en los que se estudia el desarrollo generado por el turismo en espacios rurales concretos (Bachiller, 1994; Maya, 1999; Andrés, 2000; Aparicio, 2004; Rico 2005, Nieto y Cárdenas, 2005; Canoves *et al.*, 2014; Millán *et al.*, 2014; Font *et al.*, 2018). En la última investigación citada se analiza el caso de Teruel, poniendo en relación las principales inversiones públicas y los resultados en los últimos años. Los autores se preguntan si el turismo es el sector milagro que logrará revetir las dinámicas negativas de la provincia turolense y promover el desarrollo de este territorio, llegando a la conclusión de que, si bien los datos no muestran un crecimiento claro, las importantes inversiones realizadas han permitido atenuar la situación de crisis socioeconómica revelando como en este caso, el turismo es el último milagro para Teruel (Font *et al.*, 2018). El estudio más completo sobre el desarrollo del turismo generado a través de los programas de desarrollo rural en un territorio concreto es la tesis doctoral del profesor Luis Alfonso Hortelano (2015), titulada “Desarrollo rural y turismo en Castilla y

León: éxitos y fracasos", remarcando desde el propio título la ambivalencia de este proceso.

Marco teórico

La sostenibilidad como la resiliencia son conceptos extraídos de las ciencias naturales para explicar nuevos paradigmas de las ciencias sociales. Ambos términos exponen condiciones para que un lugar, un ambiente, sea de una determinada forma (sostenible o resiliente). Conceptos de la naturaleza para explicar procesos de cambio social. En este contexto, la Geografía debe extraer ventaja de su posición de ciencia puente entre las ciencias de la naturaleza y las ciencias sociales. Un hecho que durante décadas ha parecido ser un problema puede convertirse en este siglo XXI en nuestra principal virtud.

La resiliencia, en Física, es la capacidad de un material, mecanismo o sistema para recuperar su estado inicial cuando ha cesado la perturbación a la que había estado sometido y la sostenibilidad, en Ecología, es la cualidad de un sistema vivo para mantenerse durante largo tiempo sin agotar los recursos existentes. Tanto sostenibilidad como resiliencia se han aplicado a los sistemas sociales desde hace décadas y uno de los pioneros en relacionar ambos conceptos fue el ecólogo canadiense C.S. Holling (1973), quien estableció que la resiliencia de un sistema socio-ecológico era su capacidad para tolerar perturbaciones, contrarrestando el aumento de entropía producida, de tal forma que podía evolucionar hacia múltiples estados de equilibrio diferentes del original, después de la perturbación, sin entrar en una crisis funcional.

La noción de desarrollo sostenible se difundió a partir de la declaración de las Naciones Unidas "Nuestro futuro común" de 1987 y de la posterior Cumbre de Río de 1992, y se define básicamente como la situación ideal en la que se pueden satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Este concepto aparece estructurado en tres pilares: el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

Existen conexiones evidentes entre desarrollo sostenible y resiliencia. Para lograr uno debemos basarnos en el otro. Los territorios resilientes son aquellos que muestran su capacidad para adaptarse a circunstancias y riesgos todavía desconocidos, asegurando su sostenibilidad (Adger, 2000).

También es evidente que tras los cambios mundiales ocurridos como consecuencia de la pandemia causada por la COVID-19, la certeza de vivir en una sociedad de riesgos es más absoluta que nunca. Ulrich Beck (1986) se pregunta al comienzo de su obra ¿Se puede tener en cuarentena a grupos enteros de países?

En este contexto socioeconómico en permanente estado de mutación, la sostenibilidad es más frágil que nunca y debe asociarse a la flexibilidad y adaptación que proporciona el ser resilientes. Nuestras acciones deben encaminarse a la búsqueda del desarrollo sostenible como mejoramiento constante de la sociedad a través del fomento de la resiliencia territorial en un contexto de riesgos y cambios imprevisibles constantes. Esta afirmación, contemplada en el ámbito específico al que se refiere esta investigación, conlleva replantearse máximas generalistas y aplicaciones de modelos teóricos a cualquier territorio de forma indiscriminada, para buscar la diferenciación y multiplicidad de opciones de los espacios rurales más alejados del sistema urbano jerarquizado, sin la pretensión de volver a

su estado original sino adaptándose a las nuevas y cambiantes circunstancias que los definen.

Estudio de casos

El concepto de España vacía, o vaciada, como suele emplearse con intención crítica, trata de exponer una realidad de contraste en la evolución de la distribución de la población en este país, frente a la España llena o rellenada. Por un lado, aparece la España rural de interior poco habitada, con muchos territorios con densidades inferiores a los 10 h/km2, y por otro la España urbanizada y en muchos casos litoral, con altas concentraciones de población. La densidad antes mencionada suele emplearse en Europa como umbral mínimo, definiendo como desierto demográfico las áreas que presentan una densidad inferior. Por ello se habla también en los medios de comunicación de la Laponia española (Cerdá, 2017), una gran extensión que recorre el sistema ibérico español con territorios de diez provincias, desde Zaragoza hasta Valencia, donde la densidad no llega a los 7 h/km2. Precisamente este territorio, conocido como la Serranía Celtibérica, estaría dentro del nuevo límite marcado por la Unión Europea para recibir subvenciones como áreas muy escasamente pobladas (regiones NUTS 2 con menos de 8 h/km2), siendo el límite para las provincias (NUTS 3), denominadas áreas escasamente pobladas, 12,5 h/km2. Para aproximar el problema a la realidad se pueden emplear las NUTS 4 o municipios, y así cartografiar las extensiones escasamente pobladas sin los límites político-administrativos superiores. En el caso de España contamos con el mapa realizado por la investigadora Pilar Burillo (Burillo *et al.,* 2019) de la Universidad de Zaragoza (Fig. 2), que marca como existen dos extensas agrupaciones de municipios por debajo de los 8 h/km^2, ambas en la mitad norte de España. La de mayor tamaño, 69.616 km^2 y 1.389 municipios, se corresponde con la citada serranía celtibérica con 7,1 h/km^2, mientras que la segunda, de 35.121 km^2 y 614 municipios, ocupa una franja longitudinal en torno a la frontera con Portugal, desde Ourense a Cáceres, con 7,6 h/km^2 (Burillo *et al.,* 2019).

Para acabar de definir la España vaciada y utilizar otro parámetro demográfico, además de la baja densidad, podemos emplear la población total provincial, para destacar como en relación al censo de 1900, cuando la población total de España era de 18,6 millones de habitantes, un total de 10 provincias tenían entonces más población que en el último recuento oficial a 1 de julio de 2019, con un total nacional de 47,1 millones. Son las provincias de Lugo, Teruel, Zamora, Ourense, Soria, Cuenca, Ávila, Palencia, Huesca y Segovia, ordenadas de mayor a menor pérdida absoluta de efectivos, desde los 136.636 habitantes de diferencia en Lugo, la única provincia costera del grupo, a los 5.159 habitantes menos de Segovia. En la Tabla 1 se aprecia la progresiva reducción de efectivos en todas ellas a partir de 1950 y como la pérdida de efectivos se atenúa en el siglo XXI, incrementando levemente sus efectivos las provincias de Huesca y Segovia. También únicamente dos provincias de las indicadas pierden población entre 1900 y 1950, Huesca y Teruel, lastradas por el crecimiento de la capital aragonesa, que pasó entre esos dos años de 99.118 a 264.256 habitantes. La tendencia repetida en todas ellas se da en la segunda mitad del siglo XX, con un fuerte descenso demográfico por emigración a provincias vecinas, a regiones más industrializadas o a otros países y también por la caída del crecimiento natural, con un alto envejecimiento y una reducción por la base de la pirámide de edades, con nuevas generaciones cada vez menos numerosas.

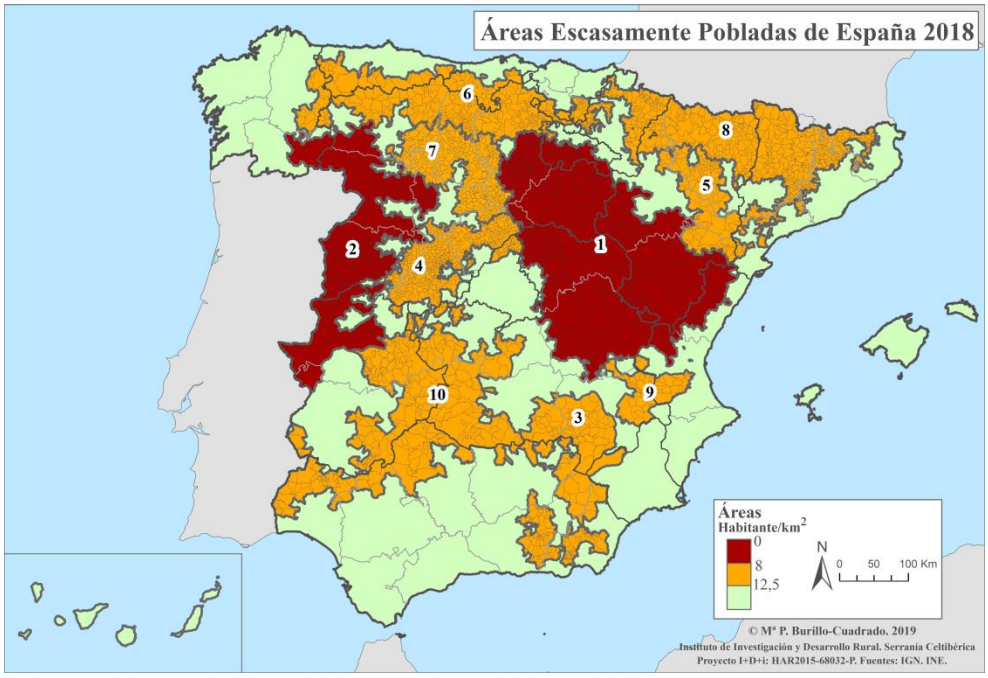


Fig. 2. Agrupaciones de municipios de baja densidad. Fuente: Burillo *et al.* (2019).
Fig. 2. *Low-density municipal groups. Source: Burillo et al. (2019).*

	1900	1950	2000	2019
Ávila	200.457	251.030	165.615	158.966
Cuenca	249.696	335.719	201.141	199.178
Huesca	244.867	236.232	206.587	219.788
Lugo	465.386	508.916	362.565	328.750
Ourense	404.311	467.903	340.322	306.789
Palencia	192.473	233.290	176.371	160.280
Segovia	159.243	201.433	147.623	154.084
Soria	150.462	161.182	91.270	89.612
Teruel	246.001	236.002	137.086	133.071
Zamora	275.545	315.885	201.777	172.522

Tabla 1. Evolución de la población en las provincias más despobladas desde 1900. Fuente: Ine.es
Table 1. *Evolution of population in the most depopulated provinces since 1900. Source: Ine.es*

Si retomamos el dato con el que iniciábamos este trabajo, nos encontramos con que dos de las provincias más despobladas de España, Ávila y Huesca, que en el mapa de la Fig. 2 se corresponderían con las áreas 4 y 8, con densidades situadas entre los 8 y los 12'5 h/km^2, se encuentran entre los territorios con mayor número de establecimientos rurales. En agosto de 2019 la estadística del INE contabilizaba 756 casas de turismo rural en Ávila y 681 en Huesca. Ahora bien, la ocupación fue en ese mes del 32'3% en Ávila y del 49'6% en Huesca. El resto de los meses la ocupación fue muy inferior, con mínimos en Ávila del 7'4% en enero y el 9'5% en febrero, con 10 meses por debajo del 20%, y en Huesca del 8'1% en enero y el 9,4% en febrero, y también 10 meses con una ocupación por debajo del

20%. Con estas cifras es difícil apostar por la sostenibilidad económica de la industria turística rural en estas dos provincias, sino fuera por las importantes subvenciones públicas. Y se debe tener en cuenta, además, que tanto Ávila como Huesca cuentan con dos importantes áreas urbanas próximas. Madrid, con 6,8 millones de habitantes en su área metropolitana a poco más de 100 km por autopista de la provincia abulense y Zaragoza, con poco menos de un millón de habitantes a 70 km, también por autopista, de la provincia oscense.

Si analizamos detenidamente los datos de viajeros y pernoctaciones en todos los establecimientos de turismo rural durante 2019 podemos extraer más informaciones concluyentes. En ese año se alojaron un total de 4.416.923 viajeros, la provincia de Ávila se situaba en el 10º puesto del total de 50 provincias con 133.045 viajeros y la de Huesca en el 14º con 102.189, muy lejos de los 329.576 viajeros de las Illes Balears que encabezaban el ranking. Ahora bien, si sólo tenemos en cuenta a los viajeros extranjeros, la provincia de Huesca se colocaba en el 13º lugar y la de Ávila en el 32º. Recordemos que Ávila es la cuarta provincia con mayor número de establecimientos rurales de toda España y Huesca la sexta. Los datos de pernoctaciones reafirman esta menor relevancia del turismo rural y de naturaleza en estas dos provincias de la España vaciada. Así del total de 11.692.362 noches, más del 10% se registraron en las Illes Balears (1.251.031), que encabezaba nuevamente el listado en el que la provincia de Ávila ocupaba el 9º puesto y la de Huesca el 10º. Si contamos únicamente las pernoctaciones de extranjeros Huesca se sitúa en el 9º puesto y Ávila en el 29º.

Las estadísticas de turismo rural del INE permiten además de conocer los datos de oferta y demanda a escala provincial, conocer algunos datos de determinadas zonas turísticas, tanto litorales como de interior. Entre el listado de espacios naturales con estadísticas sobre turismo rural se encuentran el Parque Natural del Lago de Sanabria, en Zamora, y el Parque Natural de Fuentes Carrionas y Fuente de Cobre en Palencia. Nuevamente dos áreas despobladas pertenecientes a la España vaciada que han apostado por el turismo. En el primer caso, la estadística oficial informa que en agosto de 2018 en el entorno del Lago de Sanabria había 29 establecimientos de turismo rural abiertos, y en el parque palentino se contabilizaban 86 establecimientos. La ocupación en la zona turística citada de Palencia fue en ese mes del 45% y en la zona zamorana del 46%. Ahora bien, la ocupación media anual en la Laguna de Sanabria fue del 16,3% y en el Parque de la montaña Palentina del 18’6%. En estos dos ejemplos estamos ante recursos turísticos de gran valor, tanto por la belleza paisajística y el valor ecológico del espacio natural principal como por el patrimonio arquitectónico y la cultura etnográfica de ambas comarcas, con un buen número de infraestructuras museísticas y centros de interpretación, pero también en ambos casos a una considerable mayor distancia de los posibles mercados potenciales. El Parque Natural de Fuentes Carrionas está a casi 250 kilómetros y 3 horas de viaje del área metropolitana de Bilbao y el parque de la Laguna de Sanabria a 360 kilómetros y 4 horas de viaje desde Madrid. La propuesta turística de ambos espacios parece como en los ejemplos anteriores poco sostenible económicamente.

Al principio de la comunicación hacíamos referencia a las provincias con mayor número de establecimientos rurales. Puede ser también de interés saber cual es la provincia con menos establecimientos. En el mes de agosto de 2019, la provincia que tenía un menor número de establecimientos rurales abiertos era Ourense. Una provincia de carácter rural con espacios naturales protegidos de gran belleza, con patrimonio arquitectónico singular y

con una gastronomía envidiable, tenía únicamente en todo su territorio provincial 73 establecimientos rurales (30 en 2001), que registraron en ese mes una ocupación del 41'5%, con una media anual de ocupación del 17'1%.

Discusión

El turismo rural y el turismo de naturaleza son modalidades turísticas que se desarrollan en espacios alejados de los ámbitos urbanos y que, por tanto, pueden suponer una actividad nueva para aquellos territorios españoles alejados del desarrollo urbano-industrial y debilitados por una sangría demográfica constante desde mediados del siglo pasado. Sin embargo, la deficiente accesibilidad de estos lugares, que es uno de los principales factores causantes de sus déficits de desarrollo, supone también un freno a sus posibilidades turísticas. Por otro lado, ambas modalidades turísticas, por sus propias características, nunca deberían suponer un desarrollo económico equivalente al de otras modalidades turísticas masivas, como el modelo de sol y playa de las costas españolas, por lo que creer que este turismo puede convertirse en motor de desarrollo para un extenso territorio es poco apropiado. Las áreas rurales próximas y bien comunicadas con las áreas metropolitanas serán destino preferente para turistas que deseen practicar estas modalidades, suponiendo un aporte económico para las economías locales. Pero aquellas comarcas más alejadas, despobladas y con menos servicios e infraestructuras permanecerán sin turistas, por muchas casas rurales que se inauguren financiadas con fondos europeos.

Otra cosa distinta es que la España vacía que describe la obra de Sergio del Molino sea un espacio yermo y acabado. Hasta hace pocas décadas ese territorio era el sustento de millones de personas y puede que en un futuro más o menos próximo vuelva a ser un espacio productivo, con una población inferior a la que tenía hace un siglo, pero económica y socialmente activo, siempre que se promuevan sobre estos lugares políticas acertadas y consecuentes con su realidad (Somoza, 2004). Los espacios rurales han pervivido durante toda su larga historia como espacios productivos. Y deben seguir siendo paisajes en producción, lo contrario sería continuar compadeciéndonos de su lenta agonía sin ofrecer nada a cambio. La resilencia de los espacios escasamente poblados está en los lazos de identidad y apego de la población que se fue y en la recuperación del ager, del espacio de cultivo con producciones agroganaderas de calidad, con sellos de origen y un alto valor añadido, sin que la mayor parte de la plusvalía se reparta en la cadena de intermediarios. Frente a esto último se deben promover circuitos cortos de comercialización, seguridad alimentaria y valorización del patrimonio agroganadero de estas comarcas. Las mujeres y hombres que regresan temporalmente en verano con sus familias y puede que de forma definitiva cuando se jubilen, o sus descendientes, si los servicios y las oportunidades de empleo lo permiten, deben ser los agentes del cambio. Para ello es necesario que se den muchos pasos, pero siempre teniendo en cuenta que la población a la que deben ir dirigidas los programas de ayudas son los residentes y la población emigrada que mantiene vínculos con su lugar de origen.

El profesor Delgado Urrecho (2018) destaca la importancia de la población vinculada a estos lugares, de las personas que un día emigraron pero que mantienen en los pueblos propiedades y fincas y regresan periódicamente a estos núcleos, promoviendo la creación de una serie de empleos y equipamientos que revelan las Encuestas de Infraestructura y Equipamientos Local. Para los profesores Pérez y García (2018) esta población sería la

protagonista de lo que denominan turismo paisano, que en el caso estudiado por ellos en Extremadura significa el regreso periódico de decenas de miles de personas a los pueblos extremeños. En su estudio analizan a través de encuestas la fidelización de esos movimientos (del 85% por ejemplo en los emigrantes extremeños a Madrid), su media de gasto (el 41% declara gastar más de 1.000 euros), o la duración de las estancias (más de dos semanas en el 70% de los casos). Este tipo de desplazamientos son típicos de áreas de emigración en época estival y suponen en muchos casos una reactivación de actividades económicas y sociales, cuando la población de estos lugares se multiplica. En la zona norte de Portugal, todos los veranos regresan miles de emigrantes en Francia con sus familias para pasar las vacaciones estivales en pueblos remotos de Tras Os Montes, cuando al pasear por sus calles es más fácil escuchar la lengua francesa que la portuguesa y las autoridades celebran este retorno estival realizando decenas de Festas do Emigrante, en las que se agradece públicamente a esta población que siga disfrutando la mayor parte de su tiempo de vacaciones en sus aldeas de origen, donde a pesar de vestir de otra manera y hablar otra lengua, no son considerados extranjeros.

Conclusiones

Los datos analizados en esta investigación muestran como la oferta de turismo rural y turismo de naturaleza ha crecido en España desde finales del siglo XX, impulsada por los programas de desarrollo rural financiados con fondos europeos. Durante un tiempo, el incremento de establecimientos de turismo rural y las subvenciones públicas generaron un falso convencimiento de que esta actividad podía convertirse en alternativa de desarrollo para los espacios rurales.

Los datos muestran como la baja ocupación y la elevada estacionalidad convierten a gran parte de estos negocios en insostenibles. Más aun desde la extensión de la oferta de alojamientos turísticos desde plataformas como Airbnb, Rentalia o Escapade. En España, las provincias próximas a Madrid acumulan una demanda de turismo rural relativamente importante, pero insuficiente para cubrir las miles de opciones de alojamiento. Es posible que el turismo rural sea una modalidad más segura que otras en los próximos meses, pensando en la reciente pandemia, y que ello incremente los desplazamientos, pero nunca para convertirse en palanca de cambio para las áreas escasamente pobladas.

En estos territorios la resilencia se basa en los lazos afectivos y patrimoniales con la población que emigró. Un último ejemplo para concluir, sobre la importancia de este tipo de turismo. En Avión, un pequeño municipio de la provincia de Ourense, donde la emigración a México vació durante décadas las nuevas generaciones, cada verano se reúnen decenas de familias procedentes de aquel país. Son familias conocidas por todos los habitantes locales, con lazos de parentesco entre ellos y la población residente, pero que llegan en jet privado al aeropuerto de Peinador y que invitan a otros poderosos magnates a sus mansiones. Cada mes de agosto, la pequeña localidad de Avión se llena de vehículos de alta gama y se convierte por unos días en el Davos español.

Este trabajo ha tratado de mostrar como la sostenibilidad del turismo rural y de naturaleza en la España vaciada se encuentra amenazada. La escasa rentabilidad socioeconómica de unas inversiones que durante dos décadas han tratado de crear nuevos destinos turísticos debe frenar nuevos proyectos y reorientar las actuaciones hacia ese otro turismo, denominado turismo paisano por algunos autores, que llena estos pueblos durante

el verano de antiguos vecinos ahora emigrados. Esta tipología de turismo debe seguir estudiándose con nuevas investigaciones que permitan conocer el verdadero impacto que genera en la España vaciada.

Agradecimiento

Investigación realizada dentro del Proyecto I+D+i Retos de Investigación. "Vulnerabilidad, resiliencia y estrategia de reutilización del patrimonio en espacios desindustrializados". Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Convocatoria 2018. Investigadora principal Paz Benito del Pozo. Referencia RTI2018-095014-B-100.

Bibliografía

Adger, N.W. 2000. Social and ecological resilience: are they related? *Progress in Human Geography* 24(3), 347-364.

Andrés Sarasa, J.L. 2000. Aportaciones básicas del tursmo al desarrollo rural. *Cuadernos de Turismo*, 6, 45-59

Aparicio Guerrero, A.E. 2004. El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la serranía de Cuenca. *Cuadernos de Turismo*, 13, 73-89.

Bachiller Martínez, J.M. 1994. El turismo rural como propuesta de revitalización económica de áreas rurales desfavorecidas: el suroeste soriano. *Ería. Revista Cuatrimestral de Geografía*, 33, 25-39

Beck, U. 1986. La sociedad del riesgo. Paidós, Barcelona, 432 pp.

Blanco Portillo, R. y Benayas del Álamo, J. 1994. El turismo como motor de desarrollo rural. Análisis de los proyectos subvencionados por LEADER 1. *Revista de Estudios Agrosociales*, 169, 119-147.

Burillo Cuadrado, M.P., Rubio Terrado, P. y Burillo Mozota, F. 2019. Estrategias frente a la despoblación de la Serranía celtibérica en el marco de la política de cohesión europea 2021-2027. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19 (1), 83-97

Canoves, G., Villarino, M., Blanco Romero, A., Uña, E. de y Espejo, C. (eds). 2014. *Turismo de interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia*. Universidad de Valencia, Valencia, 241 pp.

Canoves, G., Villarino, M. y Herrera, L. 2006. Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217.

Cerdá, P. 2017. *Los últimos. Voces de la Laponia española*. Pepitas, Logroño, 176 pp.

Comisión Europea, 1988. *El futuro del mundo rural*. 71 pp.

Córdoba Azcárate, M. 2004. A través de Taramundi: el ensayo de una nueva mirada teórica sobre el campo del desarrollo y el turismo rural. *Turismo, ocio y deporte: VIII Congreso de Sociología*, Alicante, 263-274.

Delibes, M. *El disputado voto del señor Cayo*. Destino, Bacelona, 192 pp.

Delgado Urrecho, J.M. 2018. Más allá del tópico de la España Vacía: Una Geografía de la Despoblación. *Informe España 2018*. Fundación Ramón Areces y Cátedra José María Martín Patino de la Cultura del Encuentro, Madrid, 232-295.

Díez, L.M. 1996. *El espíritu del páramo*. Ollero&Ramos, Madrid, 188 pp.

Entrena Durán, F. 2006. Turismo rural y desarrollo local: estudio de caso del Sur de España. *Revista mexicana de sociología*, 68(3), 511-549.

Font Garolera, J., Sánchez Aguilera, D. y Coma Guitart, J. 2018. El turismo como milagro. Estrategias de dinamización de áreas en declive en Teruel. En Somoza Medina, X. (coord.). *De lugar geográfico a destino turístico*. AGE, Madrid, 369-380.

Holling, C.S. 1973. Resilience and Stability of Ecological Systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4:1, 1-23

Hortelano Mínguez, L.A. 2015. *Desarrollo rural y turismo en Castilla y León: éxitos y fracasos.* (Tesis Doctoral). Universidad de Salamanca.

Ibarz, M. 2009. *La tierra retirada*. Minúscula, Barcelona, 120pp.

Ivars Baidal, J.A. 2000. Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*, 23, 59-88.

Llamazares, J. 1988. *La lluvia amarilla*. Seix Barral, Barcelona, 144 pp

Maya Frades, A. 1999. Los programas de desarrollo rural en la provincia de Zamora: ¿iniciativas capaces de dinamizar el atraso socioeconómico de sus espacios rurales? *Polígonos, Revista de Geografía*, 8, 99-128.

Millán Vázquez de la Torre, G., Morales Fernández, E. y Pérez Naranjo, L.M. 2014. Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 65, 113-137.

Molino Molina, S. del. 2016. *La España vacía*. Turner, Madrid. 292 pp.

Nieto Masot, A. y Cárdenas Alonso, G. 2015. El método LEADER como política de desarrollo rural en Extremadura en los últimos 20 años (1991-2013). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 69, 139-162.

Pérez Rubio, J.A. y García García, Y. 2016. El Turismo paisano. Un turismo rural sin atractivo turístico, *Anuario 2016*, Fundación de Estudios Rurales, Madrid, 171-178.

Pulido Fernández, J.I y Cárdenas García, P.J. 2011. El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 56, 155-176.

Rico González, M. 2005. El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. *Cuadernos de Turismo*. 16, 175-195.

Somoza Medina, J. 2004. Implicaciones territoriales del desarrollo rural. En Pérez Correa, E. y Rodríguez González, R. (coords). *Espacios y desarrollos rurales: una visión múltiple desde Europa y Latinoamérica*. Trea, Gijón, 67-80.

Vázquez Varela, C. y Martín Gil, F. 2011. Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 31 (1), 171-194.

Destinos turísticos litorales en España: Crecimiento, reacción social y post-crecimiento. El caso de la Costa del Sol-Málaga

Enrique NAVARRO-JURADO, Yolanda ROMERO-PADILLA y José María ROMERO-MARTÍNEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Navarro-Jurado, E. Romero-Padilla, Y. y Romero-Martínez, J.M. 2020. Destinos turísticos litorales en España: Crecimiento, reacción social y post-crecimiento. El caso de la Costa del Sol-Málaga. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 43-56. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

En España. el litoral representa el espacio turístico más importante, por volumen, reconocimiento en el mercado, empleo, empresas, transformación territorial, pero también por el importante cambio social y la degradación medioambiental. Las escasas estrategias para frenar los conflictos generados por el modelo urbano-turístico en constante crecimiento y la mercantilización del territorio, han provocado una reacción social de los residentes en contra de proyectos turísticos. Muchas de estas reacciones favorecen corrientes, ideas y prácticas ciudadanas cercanas al concepto de postcrecimiento. El objetivo de esta investigación es analizar en un destino litoral (la Costa del Sol) los conflictos provocados por el constante crecimiento y la reacción social de los residentes frente a proyectos que generan más crecimiento. Las reacciones sociales analizadas participan parcialmente de los postulados del postcrecimiento. Propone sacrificar las variables económicas a corto plazo, por proyectos con otros fines, como la regeneración ecológica, la desurbanización, etc. que, a largo plazo, implican una mayor calidad y sostenibilidad en el territorio. Finalmente, estos movimientos sociales, al igual que en otros destinos españoles, no renuncian al turismo ni están en contra, no son turismofóbicos sino que promueven la urbanofilia y la protección y cuidado del entorno, una posición más cercana a las premisas del postcrecimiento

Palabras clave: *destinos turísticos litorales, reacción social, crecimiento, post-crecimiento, impactos, Costa del Sol.*

COASTAL TOURIST DESTINATIONS IN SPAIN: GROWTH, SOCIAL REACTION AND POST-GROWTH. THE CASE OF THE COSTA DEL SOL-MALAGA. In Spain, the coast represents the most important tourist area, in terms of volume, market recognition, employment, companies, territorial transformation, but also because of the important social change and environmental degradation. The few strategies to stop the conflicts generated by the urban-tourist model in constant growth and the commercialization of the territory, have caused a social reaction of the residents against tourist projects. Many of these reactions favour currents, ideas and citizen practices close to the concept of post-growth. The aim of this research is to analyse in a coastal destination (the Costa del Sol) the conflicts caused by the constant growth and the social reaction of the residents against projects that generate more growth. The social reactions analysed partially participate in the post growth postulates. It proposes sacrificing short-term economic variables for projects with other purposes, such as ecological regeneration, de-urbanisation, etc., which in the long term imply greater quality and sustainability in the territory. Finally, these social movements, as in other Spanish destinations, do not renounce or oppose tourism, they are not tourist-phobic, but rather promote urban planning and the protection and care of the environment, a position that is closer to the premises of post-growth.

Key words: *coastal tourist destinations, social reaction, growth, post-growth, impacts, Costa of Sol.*

Enrique NAVARRO-JURADO. University Institute of Tourist Investigation, Intelligence and Innovation. Faculty of Tourism. University of Malaga. Campus of Teatinos s / n 29071. Málaga. enavarro@uma.es; Yolanda ROMERO-PADILLA, Faculty of Commerce and Tourism, Department of Business Organization and Marketing. Complutense University of Madrid. Tourism and Territory Research Group-UMA. yromerop@ucm.es; José María ROMERO-MARTÍNEZ, Department of Architectural and Engineering Graphic Expression. E.T.S. Architecture. University of Granada. jmr2@ugr.es

Recepción del manuscrito: 20-mayo-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

En territorios altamente especializados en turismo, como es el caso del litoral español en general y la Costa del Sol en particular, se experimentan diversos conflictos y retos provocados por el crecimiento y la expansión turística que en España está asociada al negocio inmobiliario (Barke, 2007; López Olivares *et al.,* 2005). El resultado es un modelo de crecimiento urbano-turístico basado en intereses económicos que mercantilizan el territorio. A ello se unen otras problemáticas globales que afectan directamente a estos territorios, como la crisis económico-financiera de 2008, la crisis sanitaria de 2020 o la actual crisis climática. Las respuestas a estas crisis marcarán los retos y oportunidades en los próximos años (Butler, 2018).

Las escasas estrategias para frenar los conflictos derivados del crecimiento turístico y de la mercantilización del territorio han provocado una reacción social de los residentes con movilizaciones que muestran un efecto de resistencia y denuncia de los sus efectos negativos, (Garau-Vadell *et al.*, 2018, Milano *et al.*, 2019). Si bien anteriormente ha habido movimientos ligados a las protestas ecologistas, esta reacción social se articula mediante movimientos sociales más localizados en los destinos y adquieren visibilidad a partir de la crisis de 2008.

En este contexto, hay constantes debates sobre la necesidad de un cambio de paradigma, favoreciendo ideas, estrategias y prácticas alternativas. El turismo sostenible ha sido una respuesta, pero ha resultado insuficiente porque ha practicado una sostenibilidad débil, centrada en compensar los conflictos sociales y ambientales con los efectos económicos (Thiel y Navarro, 2018). Otras investigaciones parten de conceptos en torno a la economía ecológica (sostenibilidad fuerte) y consideran el agotamiento del modelo de turismo global basado en el crecimiento (Fletcher, 2011) proponiendo otras vías: el *decrecimiento* turístico (Andriotis, 2018), el *estado estacionario* (Daly, 1996) o la *prosperidad sin crecimiento* (Jackson, 2011). Estas corrientes similares pueden englobarse dentro del movimiento post-crecentista (Schulz y Bailey, 2014; O'Neill *et al.*, 2018).

El objetivo de esta investigación es analizar en un destino litoral (la Costa del Sol) los conflictos provocados por el constante crecimiento y la reacción social de los residentes frente a proyectos que generan más crecimiento. Las reacciones sociales analizadas participan parcialmente de los postulados del postcrecimiento. La estructura de la investigación consta de seis apartados. Tras la introducción se analizan las causas del

crecimiento en los destinos litorales españoles, aunque los factores de este incremento rebasan la escala de país y están condicionados por el sistema global. En la tercera parte se muestran las reacciones sociales ante este crecimiento urbano-turístico en España. En el cuarto apartado se analizan algunas leyes y proyectos de administraciones públicas que promueven seguir creciendo en muchos destinos de España; como reacción surgen unos movimientos sociales que se acercan al pensamiento crítico y que empiezan a enlazar con postulados del postcrecimento: en este apartado se analizan estos postulados, se muestra la geografía del despilafarro y se recopilan casos de buenas prácticas que pueden servir de ejemplo para el caso de estudio, la Costa del Sol-Málaga. En el quinto apartado se muestra el caso de estudio, donde se analizan en detalle cuatro proyectos que han generado movimientos sociales en contra. Se concluye con algunas reflexiones sobre el área de estudio y sobre el turismo litoral en España.

Este análisis se ha llevado a cabo mediante métodos cualitativos en distintos momentos: observación participante e investigación documental (enero 2017 - mayo 2020), entrevistas (noviembre 2017 - mayo 2020) y dos grupos de discusión (GD1 el 30 de noviembre de 2017 y GD2 21 de febrero de 2018). La investigación ha seguido la filosofía de la investigación -acción donde se invitó a los interesados sociales a participar en el proceso de investigación para transformar su realidad social. Los grupos de discusión fueron importantes para transmitir las ideas individuales a nivel de grupo y crear una dinámica de análisis de conflictos y desafíos comunes. Mediante este método, los movimientos sociales transforman la investigación y, al mismo tiempo, obtienen un rendimiento porque son capaces de averiguar qué prácticas son más eficaces y aprovechar las experiencias de otros movimientos. Para seleccionar los proyectos se tuvo en cuenta el cumplimiento de cuatro criterios: proyectos de nueva construcción; proyectos ubicados en lugares de interés para el desarrollo turístico; proyectos que incorporen servicios o atributos similares de carácter turístico; y proyectos que hayan generado reacciones de resistencia social como respuesta.

1. Crecimiento turístico. Disfuncionalidades del modelo de crecimiento en los destinos turísticos

El turismo como actividad global se encuentra ligado a la evolución de la economía capitalista, cuya expansión mundial se realiza bajo el enfoque del crecimiento ilimitado y se apoya en la idea de modernidad y progreso. Este proceso de crecimiento se caracteriza, entre otros elementos, por (1) la extensión de suelo urbano, que diluye progresivamente los límites con el ámbito rural (Harvey, 2013; López y Rodríguez, 2010); (2) la economía global basada en procesos de acumulación flexible y deslocalizada de capitales; (3) la hipermovilidad y concentración de actividades, personas y capitales en determinados lugares, especialmente en los litorales (Antón y González 2008; Romero-Padilla, *et al.* 2016); (4) los cambios en los hábitos de consumo bajo la inercia de las transformaciones tecnológicas y sociodemográficas de las últimas décadas; y (5) la velocidad de su propio funcionamiento, acelerado en todas sus dimensiones. Esto da lugar a una nueva realidad, donde el turismo es una de las actividades que mejor representa a este tipo de economía.

Desde los años setenta existe una buena base teórica en torno al crecimiento turístico y sus impactos negativos (Doxey 1975, Pizam 1978, Butler 1980, O'Reilly, 1986, Britton 1991). El debate siguió en los noventa con las investigaciones sobre sostenibilidad (Saarinen, 2006) y hoy continúa asociado al fenómeno *overtourism* (WTO *et al.*, 2018).

España, desde los años 60 del siglo XX, ha estado marcada por las estrategias de atracción de turistas y de inversión, siendo imposible desligar su desarrollo turístico del crecimiento urbanístico (López Olivares *et al.,* 2005). Los espacios litorales españoles se han desarrollado como máquinas de crecimiento urbano-turísticas (Navarro-Jurado *et al.,* 2019) siendo el modelo que influye en la estructuración del territorio y en su actividad económica, social y cultural. El discurso tradicional, sobre el que se basa el crecimiento turístico, se ha asociado a efectos positivos como la creación de empleo, la llegada de inversión extranjera, el aumento de las infraestructuras y equipamientos recreativos. Sin embargo, en este discurso se han obviado siempre los impactos negativos en todas sus dimensiones (económica, social y ambiental) y las visiones críticas (Auken, 2009; Malvárez *et al.,* 2000; Britton, 1991). Por ejemplo, el empleo se sustenta con trabajos de baja cualificación, salarios bajos, precariedad, alta dependencia de factores externos (Cañada 2015, Exceltur 2006). La distribución de la riqueza es cuestionable a tenor de las cifras: los espacios turísticos tienen unas rentas familiares de las más bajas del país (Benidorm: 9.450 €; Marbella: 8.785 €; Málaga: 9.955€) (INE, 2020). Esto contrasta con el derroche de dinero público en grandes obras e infraestructuras innecesarias e inadecuadas (aeropuertos, autopistas, palacios de congresos, entre otros) que alcanzó la cifra de 200.000 millones de euros (la mitad de iniciativa privada) entre 1996 y 2016. En los años centrales del boom (2002-06), el derroche turístico-inmobiliario en España alcanzó el 20% del PIB (Romero *et al.,* 2018). Esta situación general se agrava después de la crisis del 2008, donde aumenta la mercantilización del espacio, se aceleran la concentración e integración de los operadores turísticos (Booking, Airbnb, …) y se introduce en los destinos urbanos la vivienda turística a través de la economía de plataforma (Barcelona, Valencia o Málaga).

Tras sesenta años de éxito, el turismo se ha concentrado en el litoral Mediterráneo e islas (Del Moral, 2012), principalmente en: Costa Brava, Costa Dorada, Costa Blanca, Baleares, Costa Cálida, Costa del Sol y Canarias. En esta zona se localizan el 68% de las plazas hoteleras, el 60% de viajeros y el 78% de pernoctaciones hoteleras, mientras solo representa el 22% de la superficie del país y aglutina el 46-47% de la población y las empresas.

Estas disfuncionalidades han sido detonantes de reacciones sociales, desde las más pioneras, ligadas a movimientos ecologistas, hasta las más recientes, reacciones sociales por la percepción de exceso de turismo en algunas ciudades litorales (Milano *et al.,* 2019).

2.- Conflictos en los espacios turísticos: las reacciones sociales

La historia de los movimientos sociales en territorios turísticos es amplia y variada. Los modelos de crecimiento urbano-turístico han formado parte de la geografía de conflictos de manera recurrente (Antón y González 2008; Vilarino y Orea, 2013; Del Romero, 2018). Un ejemplo habitual ha sido el choque entre los intereses de agentes que promueven un determinado proyecto turístico-residencial privado frente a intereses de conservación ambiental (Kousis, 2000).

Como fenómeno común en todo el mundo, los movimientos sociales pueden actuar como importantes catalizadores de las crisis del turismo. Ahora tienden hacia estructuras más informales y autónomas, de composición más heterogénea, discursos que asumen ideas transversales y globales (ej. igualdad, Estado del Bienestar, derechos humanos…), pero integradas y focalizados en reivindicaciones más específicas y locales (Soja, 2008; Castells,

2012; Díaz Parra y Candón Mena, 2014; Talego y Hernández-Ramírez, 2017). A la vez, el uso de la tecnología y las redes, se ha convertido en herramienta indispensable para amplificar el mensaje. Esto les convierte en movimientos locales y globales, locales porque se crean en un contexto y espacio determinado y, globales, porque el uso de internet ha hecho que puedan llegar a más personas y que puedan inspirarse en las experiencias de otros movimientos (Castells, 2012). En su evolución más reciente, los cambios tecnológicos y la crisis económico-financiera de 2008, han sido elementos de influencia determinante en la naturaleza de estos movimientos, siendo el caso del 15-M en España un ejemplo representativo.

Los primeros movimientos sociales en contra del turismo de masas en España surgen a mediados de la década de los noventa, donde surgieron resistencias de carácter local (Boissevain, 1996) y tienen un hito, con la propuesta de demolición del Hotel El Algarrobico (Almería) porque este edificio blanco de 21 plantas en un epacio natural protegido se convirtió en todo lo contrario a lo que se había ideado, hoy es considerado como el mayor símbolo de destrucción del litoral español y de la especulación urbanística.

Muchos de estos movimientos se organizan como colectivos en "Defensa del Territorio", en Murcia, Valencia o Andalucía. En ciudades como Madrid, Valencia, Palma o Barcelona surgen también plataformas que reinvindican el derecho a la ciudad frente a la turistificación, es el caso de la "Coordinadora de Asociaciones de Vecinos de Barrios Turísticos". Estos movimientos han paralizado proyectos y leyes a lo largo del litoral español, pero no ha sido suficiente, se precisan otros enfoques de pensamiento que renueven los postulados del crecimiento.

3.- Postulados para un cambio de modelo: el enfoque del post-crecimiento

El concepto de *post-crecimiento* aborda un escenario alternativo al modelo crecentista, que aboga por una transición socioeconómica, ecológica, democrática y justa que garantice la viabilidad de la vida en el planeta a largo plazo. Schulz y Bailey (2014) realizan una interesante revisión de los principales debates y contribuciones que en el marco de la Geografía se han desarrollado sobre los límites del crecimiento económico, sus impactos y las corrientes alternativas, repasando conceptos en torno a la economía ecológica, como el *estado estacionario* (Daly, 1996), el *decrecimiento* (Georgescu-Roegen, 1995, Andriotis, 2018), o la *prosperidad sin crecimiento* (Jackson, 2011). En definitiva, estos postulados invitan a repensar políticas y evaluar futuras propuestas para un desarrollo económico viable frente al reto ambiental y garantista de los derechos humanos (Schulz y Bailey, 2014).

En el ámbito del turismo, los estudios sobre la capacidad de carga y el establecimiento de límites en los destinos litorales fueron pioneros en las estrategias de contención del crecimiento (Lindbert *et al.*, 1997). Estos estudios han nutrido los posteriores planteamientos sobre sostenibilidad en turismo (Saarinen, 2006). En la práctica, también se observa un conjunto de leyes y proyectos que ayudan a la contención, ya sea de manera proactiva o de manera proteccionista/defensiva. En el caso de la ordenación territorial un par de ejemplos son: (1) El Plan de Ordenación del Litoral de Galicia de 2011 basado en el reconocimiento del territorio litoral con una actitud proactiva de conservación, estudio y fomento de su carácter (define el territorio litoral como aquel desde el que se observa el mar); (2) el Plan de Protección del Corredor del Litoral de Andalucía (aprobado en 2013

pero actualmente anulado) se limitaba a proteger los 500 primeros metros desde la línea del litoral, con un carácter exclusivamente defensivo.

En el caso de los proyectos, también hay ejemplos destacables como la judicialización del Hotel de El Algarrobico con diversas ideas de demolición (n´UNDO, 2012). Y otros más proactivos a distintas escalas como: (1) la regeneración ecológica del istmo de O Grove y playa de A Lanzada (Pontevedra), por iniciativa del gobierno nacional se deconstruye la infraestructura y se reutiliza una pista de aterrizaje de avionetas como aparcamiento público de vehículos privados de la playa, sin tener que hacer obra nueva (García *et al.*, 2010). (2) La desurbanización y recuperación de la funcionalidad ecológica en los sistemas costeros en Torroella de Montgrí-l'Estartit (Gerona) con la desclasificación de suelo urbanizable desde 1983, la deconstrucción de la urbanización costera (Quintana, 2019). En resumen, estos ejemplos pueden ser trasladables a otros destinos litorales con problemáticas similares, como sería el caso de la Costa del Sol.

4.- La Costa del Sol en el litoral de Málaga

La Costa del Sol es la aglomeración urbana más grande del sur de España y uno de los destinos turísticos más importantes de la región mediterránea desde los años 60 del siglo XX. Tiene un área de influencia que se extiende más de 50 km sobre las montañas del interior, con campos de golf, hoteles de lujo, grandes resorts, etc. y se alimenta del mismo modelo de crecimiento costero. Se conecta a las principales ciudades de Europa a través del aeropuerto con más tráfico del sur de España (19,8 millones de pasajeros en 2019). Para la conexión nacional e interna también cuenta con una amplia red de comunicaciones terrestres.

El turismo es su sector productivo más importante, junto con el de la construcción, lo que ha propiciado un modelo de desarrollo basado en el crecimiento urbano-turístico que ha transformado completamente este territorio, su sociedad y su economía. En 2019 la demanda turística alcanzó los 13,1 millones de visitantes con un impacto económico general en la provincia de 14.442 millones de euros (Turismo y Planificación, 2020). La capacidad de alojamiento alcanza las 209.564 plazas de oferta reglada y, adicionalmente, se estiman entre 720.000 y 960.000 plazas de viviendas, donde se incluyen las 195.940 viviendas turísticas que se comercializan en plataformas.

El modelo turístico se ha basado en el clásico modelo de "sol y playa" (recursos de playa y clima, actitud pasiva, importante demanda extranjera, concentración en verano con rasgos de masificación...), aunque con el tiempo se ha hecho más complejo (O'Reilly, 2009). Se trata de un modelo muy apoyado en la expansión urbana, destacando dos tendencias: la apuesta constante por la vivienda como forma de alojamiento turístico y la diversificación del producto con el incremento de la oferta complementaria (turismo de golf, turismo náutico, de salud, de congresos y eventos, etc.). Estas dos estrategias resultaron ser una apuesta innovadora hasta los ochenta del siglo XX, pero la redefinición de este modelo se ha traducido en lo mismo, crecimiento de alojamiento reglado y viviendas, campos de golf, puertos deportivos, unas perspectivas poco innovadoras que empiezan a ser una amenaza para el futuro turístico. La única novedad a inicios del siglo XX ha sido la diversificación del destino con la oferta cultural de Málaga capital, que ha crecido hasta rivalizar con Marbella en términos de atracción de inversión, proyectos, hoteles, etc.

El resultado de este proceso es una profunda transformación del territorio que ha dejado tanto aspectos positivos, como la multiculturalidad social, la tolerancia o su capital creativo (Romero-Padilla *et al.*, 2016), como otras problemáticas de diversa índole, ambiental, social y económica, que lo alejan del reto de la sostenibilidad.

Desde el punto de vista ambiental, la atracción demográfica, económica y la especulación urbanístico-inmobiliaria de la costa generan presiones sobre el litoral, una zona ecológicamente frágil que es soporte y fuente de recursos para la actividad humana. La primera línea de playa se encuentra urbanizada con una alta proporción de suelo sellado, y se ha extendido el proceso urbanizador hacia el interior de la provincia (hasta 20-30 km al interior). Se ha quebrado la dinámica de regeneración de las playas, lo que supone que todos los años haya que invertir millones de euros para su regeneración y puesta a punto ante la temporada turística (en 2018, 0.53 millones de euros en regeneración de arena y 4.6 millones de euros en obras tras los temporales), los cursos fluviales han sufrido modificaciones (construcción de embalses, desvíos, canalizaciones…), se han sobrexplotado los acuíferos y muchas zonas boscosas y naturales han desaparecido, exceptuando algunas áreas de especial interés que han quedado expresamente protegidas.

Desde el punto de vista social y económico, el proceso de transformación del modelo turístico adoptado tras la crisis del 2008 ha propiciado la precarización de las condiciones de empleo (ej. camareras de piso) y conflictos alimentados por la extensión e intensificación del uso turístico en núcleos urbanos que tradicionalmente se habían mantenido al margen, como ejemplifica el descontento vecinal ante el auge de las viviendas turísticas en el centro histórico de Málaga (Romero-Padilla *et al.*, 2019). El descrédito de la panacea económica turística se hace patente cuando se divulgan que Marbella y Málaga son los municipios que disponen de una mayor proporción de empleo en los servicios (84’2% y 85’9% respectivamente) y una de las más bajas rentas netas media anual por habitante (8.785€ y 9.955€ respectivamente) de España (INE, 2020). El monocultivo turístico-inmobiliario es insostenible económicamente, unido al escaso reparto entre la población local de los beneficios que generan las actividades turísticas o las inmobiliarias.

A pesar de los retos que plantean estas problemáticas se siguen promoviendo proyectos inmobiliario-turísticos y de infraestructuras apoyados en el discurso crecentista del siglo XX. Sin embargo, cada vez más, estos proyectos se encuentran con reacciones sociales de oposición de quienes se resisten a seguir hipotecando el territorio y abogan por pensar en otro futuro posible para la Costa del Sol. A continuación, se muestran cuatro ejemplos representativos de estas resistencias que han derivado en movimientos sociales.

Plataforma 'Otro Maro y Nerja es posible' contra el ‘Plan Larios’, Nerja. Costa del Sol

En 2020 el Ayuntamiento de Nerja y la Sociedad Azucarera Larios Inmobiliaria, S.L. acuerdan el ‘Plan Larios’ consistente en la construcción de un campo de golf, urbanización residencial y edificación para uso turístico/hotelero [Video promotor: https://youtu.be/OdEHYNKbtRE]. Sus antecedentes son anteriores a 2015; en 2017 se crea la plataforma.

La propuesta se proyecta sobre una superficie “*de uso agrícola y de gran valor cultural y paisajístico” (Plataforma 'Otro Maro y Nerja es posible', 2020)*, siendo de los pocos tramos de costa sin urbanizar de la Costa del Sol y reconocidos por la legalidad vigente del Plan Urbanístico Local (PGOU). El resultado es la *“contradicción con el supuesto respeto*

del proyecto con la Protección Integral de Acantilados existente en el PGOU de Nerja […]. También entran en contradicción con la propia Ley de Costas vigente" (GENA-Ecologistas en acción, 2020). Se denuncia la pérdida de la diversificación económica y productiva que supone el medio agrícola, *"se olvida que la zona tiene más de 300 parcelas en cultivo de frutales subtropicales, huertas e invernaderos, que dan un rendimiento bruto anual de cerca de un millón de euros para unas 300 familias"* (GENA-Ecologistas en acción, 2020), la pérdida del paisaje como valor cultural y natural, así como la dificultad de *"acceso a determinados puntos de interés geológico existentes en la zona, que bien podrían constituir un producto turístico"* (GENA-Ecologistas en acción, 2020). Además, el proyecto es una urbanización dispersa no conectada ni compactada con los núcleos urbanos existentes lo que incrementará el gasto público para la prestación de servicios (seguridad, limpieza, viario…).

Desde la plataforma se pide un turismo responsable apoyado en los atractivos del municipio; no disminuir la diversificación económica e impulsar la actividad agrícola apoyando las cooperativas, huertos periurbanos de economía social, red de productores y consumidores de productos ecológicos, etc.

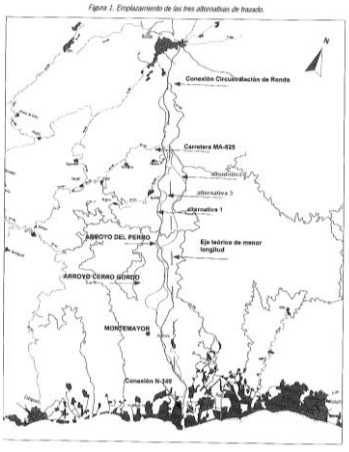
A: Campo de golf (Nerja)



B: Rascacielos en el puerto de Málaga



C: Autovía Marbella-Nerja



D: Ampliación puerto pesquero de Marbella



Fig. 1. Proyectos con movimientos de resistencias. Fuente: A. El Observador; B. Público; C. Junta de Andalucía; D. El Confidencial.

Fig. 1. *Projects with resistance movements. Source: A. El Observador; B. Público; C. Junta de Andalucía; D. El Confidencial.*

Movimiento auto organizado de vecinos, profesionales y comerciantes contra el proyecto de ampliación del puerto pesquero de Marbella

Se promueve un concurso público de ampliación del puerto pesquero de Marbella para transformarlo en puerto turístico multifuncional, con hotel-rascacielos de lujo, centros comerciales, auditorio, terminal de cruceros y 1.220 atraques nuevos. Se genera un movimiento social en contra compuesto principalmente por mujeres. Se denuncia el carácter especulativo de la operación, su insostenibilidad y el impacto en la transformación paisajística de un espacio central en el imaginario ciudadano: *no queremos que cambie el modelo de ciudad, […] vivimos en una ciudad media, mediterránea, con unas características muy propias […] ese modelo de ciudad jardín se va a perder* (GD2). Reivindican el derecho al paisaje, el derecho a la ciudad porque consideran que los proyectos se planifican sin la implicación de la ciudadanía y con una falta total de transparencia, por ello reclaman "*participación ciudadana como una verdadera participación del ciudadano y no como siempre, acabar en los juzgados*" (GD3). Consideran que estos proyectos solo prometen empleo y atracción turística, aunque dicho empleo sea de baja cualificación, sin redistribución de la riqueza (Marbella tiene una renta media por hogar de las más bajas de España) y donde el turismo es el único sector productivo "*la gente de Marbella no puede vivir en Marbella […] la ciudad se está deteriorando y el éxodo joven se está produciendo en dos aspectos, vertical y horizontal, sólo se quedan los empleos más bajos*" (GD2). En la actualidad el proyecto se encuentra paralizado "*porque la justicia ha dicho que la adjudicación fue completamente irregular*" (GD2).

Movimiento social en contra de la Autopista San Pedro Alcántara de Marbella-Ronda

En 2007 el gobierno regional de Andalucía promueve una nueva conexión viaria entre la Serranía de Ronda y la Costa del Sol. El proyecto se justifica para facilitar la movilidad de trabajadores y turistas entre el interior y la costa, acortando los tiempos de desplazamiento y aumentando el tráfico. El movimiento de respuesta es diverso: colectivos sociales, grupos ecologistas, profesores universitarios y algunos partidos políticos. La "Plataforma ciudadana por otro mundo rural posible" elabora en 2008 un informe donde "*lo que aportábamos era contundencia en materia de legislación, es decir, qué se estaba vulnerando*" (GD1). Se argumentaban los diferentes impactos ambientales y sociales, se cuestionaba su justificación técnica al no respetar el Plan Director de Infraestructuras de Andalucía 1997-2007 ya que "*la autovía no estaba contemplada en la legislación de la propia institución que la promueve*" (GD1). El informe también remarcaba el carácter de la conexión viaria, que se había planteado como autopista de peaje privada: "*la crisis de las autopistas de peaje, bienvenida sea porque ha puesto de manifiesto que eso era un 'bluf'*" (GD1) (en España se ha pagado la deuda de las autopistas privadas, que supera los 2.000 millones de euros). El trazado, que contemplaba túneles e importantes movimientos de tierra, atravesaba espacio de alto valor ambiental entre otros Sierra Bermeja, donde se localiza un gran afloramiento de peridotitas: "*el principal impacto son las peridotitas, por dos motivos, uno el volumen que implicaba de movimientos de tierra y dos porque las peridotitas van unidas a valores de biodiversidad altísimos a escala planetaria que en aquel momento no se reconocía*" (GD1). Estos valores asociados a la biodiversidad y los endemismos han sido posteriormente reconocidos por Europa con su inclusión como Lugar

de Interés Comunitario y por el informe sobre impacto ambiental vinculante, donde además se apuntaban otros impactos territoriales y específicamente sociales dictaminando que "*la nueva conexión viaria propuesta no responde a un modelo movilidad sostenible, ya que pretende impulsar la economía de la zona fomentando la creación de ciudades dormitorio*" (DT Málaga-Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, 2013).

Plataforma 'Defendamos nuestro horizonte' contra el hotel-rascacielos en el Puerto de Málaga

En 2015 el Ayuntamiento de Málaga promueve la construcción de un rascacielos (135 m) en el puerto. El proyecto obliga a cambio de usos en Plan Especial del Puerto para incluir el uso hotelero, un auditorio, más un casino y espacios comerciales y de ocio. El concurso de construcción y explotación se inicia ya con polémica, pues el plazo establecido se considera corto en proporción a los requerimientos que debían reunir las propuestas. Además, se adjudica a la empresa estatal catarí "Qatar Investiment Authority" que ya había presentado una propuesta previa al concurso. La justificación de la actuación se realiza en base a criterios conceptuales como la modernidad, mejora socioeconómica con el empleo y la atracción turística para el mercado de lujo. [Video de empresa adjudicataria: https://www.youtube.com/watch?v=-9TyQQfG6_g].

En 2017 se constituye la Plataforma Defendamos Nuestro Horizonte. El debate y los conflictos en torno al proyecto se introducen con fuerza en la opinión pública, pues afecta al paisaje identitario de la ciudad en uno de sus lugares centrales e históricos: *tanto la ciudad como la bahía de Málaga poseen una identidad y unos valores paisajísticos que se verían muy gravemente afectados* (Mérida, 2017). Informes como el de ICOMOS (2018) advierten de su "*impacto irreversible por la naturaleza permanente de la edificación […] tanto desde el punto de vista visual y objetivo como desde el subjetivo y simbólico, el impacto degradaría la imagen y los excepcionales valores paisajísticos de la ciudad y, muy particularmente, los patrimoniales*". Los detractores del proyecto también argumentan que la viabilidad económica no está garantizada y que la normativa vigente no permite "*autorizar la realización de rellenos en el dominio público portuario que no tengan como destino un uso portuario*" (Hosteltur, 2015). Este movimiento social pide paralizar el proyecto, respetar el uso público y libre del espacio (espacio público común), la protección paisajística de la bahía (identidad colectiva propia, local), promover la participación ciudadana para decidir sobre espacios clave de la ciudad (democracia directa y tiempos de transformaciones lentas). Entienden que los valores patrimoniales "*deben ser objeto de protección, respeto y mejora por parte de las Administraciones competentes, como recoge el Convenio Europeo del Paisaje*" (Defendamos Nuestro Horizonte, 2017).

Conclusiones

En España, el litoral es sin duda el espacio turístico por excelencia, el más importante, por volumen, reconocimiento en el mercado, empleo, empresas, transformación territorial, cambio social, degradación medioambiental, etc. El mito es claro, el crecimiento económico no tiene límites, pese a las contradicciones que genera; esta premisa del imaginario colectivo es global, pero se potencia también a escala local. Entre los diversos conflictos que surgen, esta investigación analiza la reacción social de los residentes frente a

proyectos que generan más crecimiento del destino y si dicha reacción participa de los postulados del postcrecimiento.

En la Costa del Sol-Málaga, los resultados muestran, por un lado, que estas prácticas obligan a redefinir conceptos y valores de los proyectos porque perpetúan el sistema de funcionamiento marcado por el pensamiento crecentista. La reacción social reclama un desarrollo turístico más equilibrado, sin que esté siempre asociado al desarrollo inmobiliario y a la construcción especulativa. Propone sacrificar las variables económicas a corto plazo, por proyectos con otros fines, como la regeneración ecológica, la desurbanización, etc. que a largo plazo implican una mayor calidad y sostenibilidad en el destino. Finalmente, estos movimientos sociales locales, al igual que en otros destinos españoles, no renuncian al turismo ni están en contra, no son turismofóbicos, sino que promueven la urbanofilia y la protección y cuidado del entorno, una posición más cercana a las premisas del postcrecimiento.

Agradecimientos

La investigación que da lugar a este artículo se financia con el proyecto de investigación titulado "Saturación turística en destinos costeros españoles. Estrategias de decrecimiento turístico. Una aproximación desde la dimensión social" (RTI2018-094844-B-C33) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (Plan Nacional de I+D+i).

Referencias bibliográficas

Andriotis, K. 2018. *Degrowth in tourism: conceptual, theoretical and philosophical issues*. CABI. 232 pp

Antón Clavé, S. y González Reverté, F. (Edit.) 2008. *A propósito del turismo*. UOC. Barcelona. 324 pp

Barke, M. 2007 Second homes in Spain: An analysis of change at the provincial level, 1981-2001. *Geography*, 92, 195-207.

Boissevain 1996 But We Live Here. En Briguglio *et al.* (eds.), *Sustainable Tourism in Islands and Small States: Case Studies*. London Pinter. 220-239.

Britton, S. 1991 Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. *Environmental and Planning D: Society and Space* 9 (4). 451-478.

Butler, R. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Geographe Canadien*, 24 (1), 5-12.

Butler, R. 2018. Challenges and opportunities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 10: 635-641.

Cañada, E. 2015. *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Edt. Icaria. Barcelona. 192 pp

Castells, M. 2012. *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza. Madrid. 294 pp

Daly, H. E. 1996: *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Beacon Press, Boston. 264 pp

Del Moral, L. 2012. Crisis del capitalismo global. Desarrollo y medio ambiente. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 59 (1): 77-103.

Del Romero Renau, L. 2018. Touristification, Sharing Economies and the New Geography of Urban Conflicts. *Urban Science*, 2 (4): 1-17

Díaz Parra I. y Candón Mena, J. 2014: Espacio geográfico y ciberespacio en el movimiento 15M. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. XVIII, 470.

Doxey, G. V. 1975. A causation theory of visitor/resident irritants: Methodology and research inferences. The impact of tourism. *Proceedings of the Travel Research Association 6th Annual Conference*, 195-198. Travel Research Association. San Diego

Exceltur. 2006. *Libro blanco de los recursos humanos*. Exceltur. Madrid. 120 pp

Fletcher, R. 2011. Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion. *Tourism Geographies*. 13 (3), 443-461.

Garau-Vadell, J.B., Gutierrez-Taño, D. y Diaz-Armas, R. 2018. Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management* 7, 68-75.

Georgescu-Roegen, N. 1995. *La décroissance. Entropie -Écologie - Économie*. Éditions Sang de la terre, Paris. 254 pp

Harvey, D. 2013. *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Akal. Madrid. 240 pp

Jackson, T. 2011. *Prosperidad sin crecimiento*. Barcelona: Icaria. 280 pp

Kousis, M. 2000. Tourism and the environment. A social movements perspective. *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 468-489

Lindbert, K; McCool, S y Stankey, G 1997. Rethinking Carrying Cpacity. *Annals od Tourism Research*, 24 (2), 461-465.

López, I., y Rodríguez, E. 2010. *Fin de ciclo. Financiación, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Traficantes de Sueños. Madrid, 503 pp.

López Olivares, Antón Clavé, Navarro Jurado, Perilla Del Álamo y Sastre Alberti. 2005. Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España. *Annals of Tourism Research en Español*, 7 (2), 423-446.

Malvárez, G., Pollard, J. y Dominguez, R. 2000. Origins, management andmeasurement of stress on the coast of southern Spain. *Coastal Management*, 28 (3), 215-234.

Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J.M. 2019. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 27 (12), 1857-1875

Navarro-Jurado, Romero-Padilla, Romero-Martínez, Serrano-Muñoz, Habegger y Mora-Esteban. 2019. Growth machines and social movements in mature tourist destinations Costa del Sol-Málaga, *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1786-1803

O'Reilly, A. M. 1986. Tourism carrying capacity: Concept and issues. *Tourism Management*, 7(4), 254-258.

O'Reilly, K. 2009. Hosts and Guests, Guests and Hosts: British Residential Tourism in the Costa del Sol. En en Pons, Crang & Travlou, *Cultures of mass tourism: doing the mediterranean in the age of banal mobilities*. 129-142. Ashgate Publishing.

Pizam, A. 1978. Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 16 (4), 8-12

Romero, J., Brandis, D., Delgado Viñas, C., García Rodríguez, J. L., Gómez Moreno, M.L., Olcina, J., Rullán, O., Vera-Rebollo, J. F., y Vicente Rufí, J. 2018. Aproximáción a la Geografía del despilfarro en España: balance de las últimas dos décadas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 77, 1-51.

Romero-Padilla, Y. Navarro-Jurado, E. y Malvárez, G.C. 2016. The potential of international coastal mass tourism destinations to generate creative capital. *Journal of Sustainable Tourism*. 24 (4), 574-593.

Romero-Padilla, Cerezo-Medina, Navarro-Jurado, Romero-Martínez, Guevara-Plaza. 2019. Conflicts in the tourist city from the perspective of local social movements. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2837, 1-35.

Saarinen, J. 2006. Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), 1121-1140.

Schulz, C. y Bailey, I. 2014. The green economy and post-growth regimes: opportunities and challenges for economic geography. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 96 (3). 277-291.

Soja, E. 2008. *Posmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños. 590 pp

Talego F. y Hernández-Ramírez, J. 2017. Los nuevos movimientos sociales reencantan el mundo. *Quaderns-e*. 22, 35-49

Thiel Ellul, D. y Navarro Jurado. E 2018. *Medición y análisis de la sostenibilidad: Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía*. Editorial Síntesis, Madrid. 266 pp

Vilarino, A. G, y Orea, D. G. 2013. *Ordenación territorial*. Mundi-Prensa Libros. 544 pp

World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; & NHL Stenden University of Applied Sciences. 2018. *'Overtourism'? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, UNWTO, Madrid. 12 pp

NEWS and REPORT

Auken, M. 2009. *Informe sobre el impacto de la urbanización extensiva en España y la aplicación del Derecho comunitario*. 18 pp. http://habitat.aq.upm.es/boletin/n40/auken.pdf

Defendamos Nuestro Horizonte. 2017. Manifiesto en defensa de la bahía de Málaga, de rechazo del rascacielos del morro de levante del puerto y de apuesta por el uso público de este espacio. Dispoinible en: https://revistaelobservador.com/images/stories/envios_17/febrero/manifiesto.doc

DT Málaga-Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. 2013. Informe vinculante de 8 de enero de 2013 de la Delegación Territorial en Málaga de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente relativo al trámite de autorización ambiental unificada del estudio informativo "Nueva conexión viaria entre la Serranía de Ronda y la Costa del Sol Occidental" con clave 1-MA-0567-0.0-0.0-EI, promovido por la Consejería de Fomento y Vivienda (AAU/MA/20/11). Disponible en: https://revistaelobservador.com/images/stories/Documentos/2013/informe_carretera.pdf

García, C.; Aguirre, I. y Agrasar F.; (2010). Proyecto de regeneración ecológica del istmo de O Grove y playa de A Lanzada (Pontevedra) http://citywiki.ugr.es/wiki/Monograficos_de_proyectos_14-15/GRUPOS

GENA-Ecologistas en Acción. 2020. Alegaciones al 'Convenio urbanístico entre el Ayto. de Nerja y Sociedad Azucarera Larios Inmobiliaria, S.L. para la regularización de anteriores convenios, ocupaciones de suelo y desarrollo urbanístico de Maro'. Disponible en: https://f3431ce0-d274-4822-8ba5-10b9428a3f6e.filesusr.com/ugd/8a9436_9891e9f5c8a243859a73380c727a6fbd.pdf

Hosteltur. 2015. Controversia por el "concurso express" para el hotel del Puerto de Málaga. Disponible: https://www.hosteltur.com/113985_controversia-concurso-express-hotel-puerto-malaga.html

ICOMOS. 2018. Evaluación del impacto del hotel-rascacielos en el muelle de levante en el paisaje patrimonial de Málaga. Redactado por Comité Nacional Español del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). Disponible en: https://revistaelobservador.com/images/stories/envios_18/febrero/icomos.pdf

INE. 2020. Indicadores Urbanos. Edición 2020. Disponible en: https://www.ine.es/prensa/ua_2020.pdf

Mérida Rodíguez, M. 2017. Informe sobre el impacto visual del hotel-rascacielos proyectado en la plataforma del morro del puerto de Málaga. Disponible en: https://revistaelobservador.com/images/stories/envios_17/octubre/matias.pdf

n´UNDO, 2012 http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/news/2012/June/nUndo-arquitectos-y-Greenpeace-demuestran-que-la-demolicion-del-Algarrobico-puede-ser-sostenible-y-generar-cerca-de-400-puestos-de-trabajo/

O'Neill et al. 2018. *Europe, It's Time to End the Growth Dependency*. Disponible en: https://degrowth.org/2018/09/06/post-growth-open-letter/

Quintana, X. 2019. Criterios ecológicos en la restauracón de las marsimas de La Pletera. en Torroella de Montgrí-l'Estartit (Gerona). Conferencia en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura, 10-12-19. Universidad de Granada

Plataforma 'Otro Maro y Nerja es posible'. 2020. Manifiesto No al 'Plan Larios' en Maro. Disponible en: https://noalplanlarios.wixsite.com/plataforma/manifiesto-firmas

Turismo y Planificación 2019. Observatorio Turístico de Málaga-Costa del Sol, 2019 (2020). Diputraci+pn de Málaga. https://www.costadelsolmalaga.org/5773/com1_tc-0/com1_bs-2019/com1_gs-295/com1_mn-0/descarga-de-documentos

Aplicación de un índice de especialización funcional del turismo en la identificación de relaciones de desigualdad territorial

Alfonso FERNÁNDEZ-ARROYO LÓPEZ-MANZANARES

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Fernández-Arroyo, A. 2020. Aplicación de un índice de especialización funcional del turismo en la identificación de relaciones de desigualdad territorial. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 57-66. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Determinar el potencial turístico de un lugar precisa una visión sistémica en el análisis de la información territorial ─sistema territorial─, seleccionando los elementos y factores análogos del sistema destino. El objetivo es predecir la capacidad de respuesta territorial a su funcionalización turística. Tomando como base la metodología convencional proponemos un giro en su propósito analítico: un indicador representativo de la especialización turística de facto o estructura material existente, reflejo de la problemática actual y no de una hipotética superposición del turismo sobre el lugar. Los resultados evidencian los efectos perniciosos de la subversión del uso y valor de cambio del territorio en perjuicio de una amplia periferia dependiente o damnificada por las relaciones de mercado canalizadas desde los centros de poder.
Palabras clave*: Índice de Especialización Funcional Turística, relaciones centro-periferia, Análisis Cuantitativo, Enfoque geográfico-crítico.*

APPLICATION OF AN INDEX OF FUNCTIONAL SPECIALIZATION OF TOURISM IN THE IDENTIFICATION OF RELATIONS OF TERRITORIAL INEQUALITY. Determining the tourist potential of a place requires a systemic vision in the analysis of the territorial information ─ territorial system ─, selecting the elements and analogous factors of the destination system. The objective is to predict the territorial response capacity to its tourist functionalization. Based on conventional methodology, we propose a change in its analytical purpose: a representative indicator of the real tourism specialization or existing material structure, which is a reflection of the current problem, not a hypothetical overlap of tourism about the place. The results show us the pernicious effects of the subversion of the use and the exchange value of the territory to the detriment of a vast dependent periphery or affected by the market relations channeled through power centers.
Key words: *Tourist Functional Specialization Index, center-periphery relations, Quantitative Analysis, Geographic-critical approach.*

Alfonso FERNÁNDEZ-ARROYO LÓPEZ-MANZANARES, Universidad de Castilla-La Mancha. Alfonso.FArroyo@uclm.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020

Introducción

El análisis territorial desarrollado con el esquema convencional de la geografía del turismo (Marchena, 1985; Valenzuela, 1986; López Palomeque, 1993; Vera *et al*., 1997;

2013; Ivars, 2001; Barrado, 2011) nos permite estructurar información relativa a las componentes que determinan la funcionalidad turística de un lugar. Esta metodología renovada con la "Nueva Geografía del Turismo", y sostenida sobre el principio positivista que privilegia lo cuantificable a lo que se oculta tras las cifras, elude o minimiza parte de la dimensión de los hechos al resaltar otra con su sistematización. Es decir, la objetividad que aparentan los datos y el relato que se acompaña encubre ideología y posicionamiento en cuanto que la selección de estos, en base a los análogos del sistema considerado, así como por las circunstancias de su disponibilidad y calidad, anulan cualquier intento de neutralidad.

Autores con miradas diferenciadas coinciden en afirmar que el campo de estudios del turismo se encuentra en un importante momento de inflexión que abre una brecha para cuestionar tanto la férrea defensa del turismo como concepto aglutinador de actividades económicas, como los límites y limitaciones de los marcos convencionales de la Geografía. Ante esta tesitura, "al geógrafo le quedan dos opciones: justificar el orden existente a través de la ocultación de conflictos perceptibles en la práctica espacial del turismo; o analizar la intencionalidad de ese encubrimiento y contemplar las posibilidades de un cambio social" (Fernández-Arroyo, 2020: 114-115).

El presente trabajo se ocupa de dar sentido alternativo al tratamiento de la información empleada para significar la funcionalidad turística a nivel territorial, incidiendo no tanto en la lectura economicista de los datos, sino en la trascendencia y significado social de los mismos según un enfoque geográfico. Tal y como comprendió Callizo (1991: 161), el interés por encontrar supuestas regularidades en el espacio no debe anular la reflexión sobre la razón por la que los resultados no siempre concuerdan con la percepción de la realidad. Para ello se toma como referencia un territorio de interior, Castilla-La Mancha (España), espacio que por su condición periférica en cuanto al escaso desarrollo de su función turística adquiere valor demostrativo para la investigación de destinos *undertourism*.

Con la obtención de un indicador capaz de determinar la especialización funcional/estructural de un lugar pretendemos contrarrestar esa lectura dominante que atiende al espacio privilegiado por la economía del turismo excluyendo a su periferia. No eludiremos preguntar: ¿qué racionalidad hay tras el hecho de que unos lugares tengan mayor capacidad que otros para desarrollar funciones turísticas? O, ¿qué supone el modelo de relaciones resultantes, centro-periferia, para la estructura social de cada lugar? Lo expuesto aquí se recoge de manera extensa en el trabajo de investigación que adquirió forma de tesis doctoral aplicando la metodología propuesta y obteniendo resultados satisfactorios (Fernández-Arroyo, 2019).

Para cumplir el objetivo de nuestra comunicación comenzamos presentando el marco teórico y metodológico empleado para cuantificar la capacidad acumulativa de un lugar a partir de un Índice de Especialización Funcional Turística (IEFT). En el siguiente bloque de contenidos se muestra el resultado cartográfico obtenido para el territorio de referencia empírica, Castilla-La Mancha. A continuación, exponemos una serie de indicadores sobre los que articulamos el discurso, justificando así la validez de los resultados y su utilidad social. Por último, ponemos en práctica la construcción de un relato de oposición a la racionalidad neoliberal cuya máxima expresión es la producción del espacio turístico tal y como lo concebimos en la actualidad.

Marco teórico y diseño metodológico de la investigación

En la elaboración de un índice de potencial turístico suele considerarse que tanto los recursos de un lugar como su accesibilidad territorial y los equipamientos facilitadores de la práctica del turismo son aspectos básicos de su probable especialización. En este tipo de análisis, sirviendo de ejemplo el trabajo de Anton y González (2005: 89 y ss.), para el tratamiento de datos muestrales se aplica un coeficiente de ponderación según la importancia asignada a cada componente o factor de desarrollo turístico[1]. Si bien metodológicamente partimos de un mismo principio, el objetivo aquí no es determinar el potencial turístico o grado de competitividad del destino sino, por el contrario, interpretar la situación derivada del modelo turístico impulsado con la racionalidad social y espacial dominante.

Es decir, con la aplicación del método se pretende advertir la capacidad centralizadora de algunos núcleos ─un nuevo tipo de lugares centrales de un nivel jerárquico bajo o medio─ para generar, absorber o dispersar flujos y capital turístico en un área de influencia reveladora del grado de externalidad o capacidad de dominio de unos lugares sobre otros. Se trata de descifrar una jerarquía de lugares según un modelo vigente de relaciones policéntricas de control y dominación que, tal y como advertía Paesler (1984, citado en Duhamel, 2007: 55), no tiene porqué encajar en la jerarquía urbana prevista con la Teoría de los Lugares Centrales, aunque los condicionantes histórico-estructurales suelen propiciar tal coincidencia.

Diseño de una matriz de datos resultado del análisis territorial del turismo

Para ello disponemos de una matriz con 53 tipos de datos obtenidos con el análisis territorial. Estos *items* multiplicados por los 921 términos municipales y condominios de Castilla-La Mancha constituyen las 48.813 variables directas e indirectas de nuestra *database*. Con el fin de salvar complicaciones aplicamos el modelo de reducción estadística para agrupar variables que constituyen las componentes y los subfactores que manejaremos en la elaboración de un Índice de Especialización Funcional del Turismo (IEFT). Ello nos lleva a trabajar con cuatro tipos de factores principales: recursos territoriales; accesibilidad territorial; equipamientos y servicios específicos; y alojamiento turístico.

El "factor recursos territoriales" se obtiene de la integración de dos subfactores: recursos de origen natural y de origen antrópico, compuestos a su vez por once y trece variables, respectivamente. Otro factor es el de la "accesibilidad territorial", el cual integra en un único dato las posibilidades de accesibilidad externa e interior de los lugares que conforman el territorio estudiado. El "factor equipamiento" se descompone a su vez en dos componentes: "equipamiento recreativo" y "oferta en ocio y restauración" ─diez variables y nueve─. Por último, el "factor alojamiento turístico" integra cinco niveles de datos agrupados en tres componentes: "alojamiento hotelero" ─público y privado, de calidad (tres estrellas o más) y convencional─; "alojamiento extrahotelero" ─rural y colectivo (albergues, campings, etc.)─; y "estructura residencial" ─residencia principal, segunda residencia y viviendas vacías─.

[1] FJPM= VJPa+VJPb+VJPc… Dónde: FJPM= Valor jerárquico ponderado de los recursos de un municipio; VJPa/p= Valor jerárquico ponderado de la categoría a; VJPb/p= Valor jerárquico ponderado de la categoría b; etc.

Evaluación y jerarquización de los factores de funcionalización turística

Para comprender el peso específico de los "recursos territoriales" los expertos señalan la necesidad de abordar de forma particular su distribución y concentración espacial. El proceso requiere establecer su valor cultural en base a un criterio jerárquico ponderado por un dato válido que indique objetivamente su disponibilidad territorial. Por ejemplo, en el caso de recursos naturales, teniendo en cuenta el grado de significación turística o nivel de protección por superficie afectada (ha.). Según un proceso similar se puede cuantificar la importancia del subtipo "recursos de origen antrópico", relacionado con el reconocimiento material e inmaterial de hechos históricos, artísticos, etnográficos o antropológicos asociados a edificios y al espacio producto de la escenificación turística.

El factor accesibilidad se obtiene de cuantificar el grado de conectividad entre oferta regional y demanda nacional (Fernández-Arroyo y Martínez, 2017), así como el acceso a servicios básicos y complementarios. Teóricamente, según el enfoque de Anton y González (2005: 98), esta variable es clave en la *turistificación* del lugar, asumiendo un interés ponderativo al equiparar la accesibilidad distancia-tiempo con la competitividad turística.

La obtención de un indicador sobre la disponibilidad y localización de equipamientos precisa la búsqueda de "componentes principales". En nuestro caso, la reducción de datos al mínimo de dimensiones capaces de explicar la información contenida sin devaluarla se ha obtenido a través del índice KMO ─Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo─, haciendo uso del software *SPSS Modeler*.

Igualmente, para el "factor alojamiento turístico" los valores estandarizados y normalizados se han trabajado para obtener un índice sintético. Previamente, la prueba KMO nos ha permitido elegir entre cuatro componentes "significativas" del paralelismo que existe, por ejemplo, entre producción del espacio turístico urbano ─correlación entre variables explicativas del alojamiento hotelero─ y lógicas especulativas asociadas al vaciamiento y temporalidad residencial o, entre otras, la correlación inversa observada entre vivienda vacía y presencia de camping.

Índice de especialización del turismo a escala municipal

A partir de los datos obtenidos para cada uno de los factores considerados, el siguiente paso ha sido aplicar la fórmula que nos permita cuantificar el grado de especialización turística en cada uno de los términos municipales ─unidad estadística─ del territorio de referencia[2]. El procedimiento por el que se ha venido a aplicar una serie de coeficientes de ponderación a los diferentes factores tenidos en cuenta tiene fácil justificación, salvo en lo relativo a la accesibilidad territorial. Igualmente, los recursos de origen natural y antrópico no son considerados esenciales en la especialización del turismo a escala local. Concretamente, con el objetivo de no especular sino de reconocer la función turística desempeñada por cada lugar, asignamos mayor peso a los equipamientos y servicios diseñados por una razón turística que a la propia existencia de "recursos territoriales".

[2] El índice de la especialización funcional turística a escala municipal se define con la fórmula: (IEFTx= FRNa+FRAb+FEc+FAd). Dónde FRN y FRA hace referencia al valor de los recursos naturales y antrópicos, FE es el factor equipamiento y FA el factor alojamiento. Cada uno sometido a un parámetro de ponderación: a, b, c.... La accesibilidad y conectividad territorial queda excluida de la fórmula final, pues su tratamiento como "factor" ocasiona distorsiones observadas con la investigación empírica.

El alojamiento, ya sea producido *ex novo* o por adaptación de las estructuras heredadas, se interpreta aquí como el elemento indispensable que nos permite hablar de especialización turística: sin su existencia la ocupación de un lugar estaría condicionada por los ciclos diurnos y nocturnos, limitando siempre su apropiación turística a un hecho parcial e inacabado. Tales cuestiones de método revelan diferencias con los estudios que buscan determinar el potencial turístico, sin menospreciar que tales recursos constituyen un factor clave "puesto que son muy difíciles de crear cuando no existen" (Anton y González, 2005: 90).

Resultado cartográfico: Una jerarquía de lugares turísticos en un destino de interior

El resultado obtenido con la acumulación de criterios metodológicos y hechos concretos expuestos para el caso de Castilla-La Mancha se comunica cartográficamente identificando centros y subcentros funcionales en torno a los que orbita una periferia turística (Fig. 1). Este modelo expresa un sistema de relaciones asimétricas entre jerarquías variables constantemente repetitivas (Claval, 2002: 28), así como la inclusión del espacio público al área productiva de los negocios: un doble proceso de funcionalización claramente desigual que abarca la capacitación funcional del "espacio medio de producción" ─plazas, calles senderos y espacios naturales, etc.─ y la de los propios "espacios de acogida" (Sánchez, 1991: 163 y ss.).

La selección de diferentes alturas de corte sobre los valores obtenidos con el Índice de Especialización Funcional del Turismo (IEFT) nos permite identificar un total de 72 núcleos con la ventaja comparativa necesaria para competir turísticamente, desagregados jerárquicamente en: 11 centros turísticos ─encabezados por Toledo, Cuenca y Sigüenza─, 18 subcentros de primer nivel y 43 subcentros de segundo nivel[3]. La periferia, a su vez, se subdivide en tres niveles u orbitas de dependencia funcional. Y al margen quedan los lugares que carecen de valor turístico, siempre desde un punto de vista estrictamente funcional pues todo lugar puede suscitar interés y todo espacio puede ser técnicamente *turistificado*.

[3] **Centros turísticos**: 1- Sigüenza, 2- Cuenca, 3- Alcalá del Júcar; 4- Albacete; 5- Nerpio; 6- Yeste; 7- Riópar; 8- Ossa de Montiel; 9- Almagro; 10- Ciudad Real; 11- Toledo. **Subcentros turísticos nivel 1**: 1- Cantalojas; 2- Molina de Aragón; 3- Guadalajara; 4- Peralejos de las Truchas; 5- Orea; 6- Las Majadas; 7- Hellín; 8- Letur; 9- Molinicos; 10- Villanueva de los Infantes; 11- Ruidera; 12- Valdepeñas; 13- Daimiel; 14- Horcajo de los Montes; 15- Navas de Estena; 16- Oropesa; 17- Talavera de la Reina; 18- Navamorcuende. **Subcentros turísticos nivel 2**: 1- Condemios de Arriba; 2- Campillo de Ranas; 3- Brihuega; 4- Zaorejas; 5- Sacedón; 6- Poveda de la Sierra; 7- Checa; 8- Beteta; 9- Cañamares; 10- Poyatos; 11- Vega del Codorno; 12- Tragacete; 13- Saelices; 14- Belmonte; 15- San Clemente; 16- Olmedilla de Alarcón; 17- Alarcón; 18- Minglanilla; 19- Villatoya; 20; Villarrobledo; 21- Chinchilla de Monte-Aragón; 22- Almansa; 23- Alcaraz; 24- Peñascosa; 25- Villaverde de Guadalimar; 26- La Solana; 27- Santa Cruz de Mudela; 28- Viso del Marqués; 29- Puertollano; 30- Brazatortas; 31- Fuencaliente; 32- Almadén; 33- Villarrubia de los Ojos; 34- Alcázar de San Juan; 35- Alcoba; 36- Retuerta del Bullaque; 37- Los Yébenes; 38- El Toboso; 39- Ocaña; 40- Seseña; 41- Escalona; 42- Hormigos 43- Cazalegas.

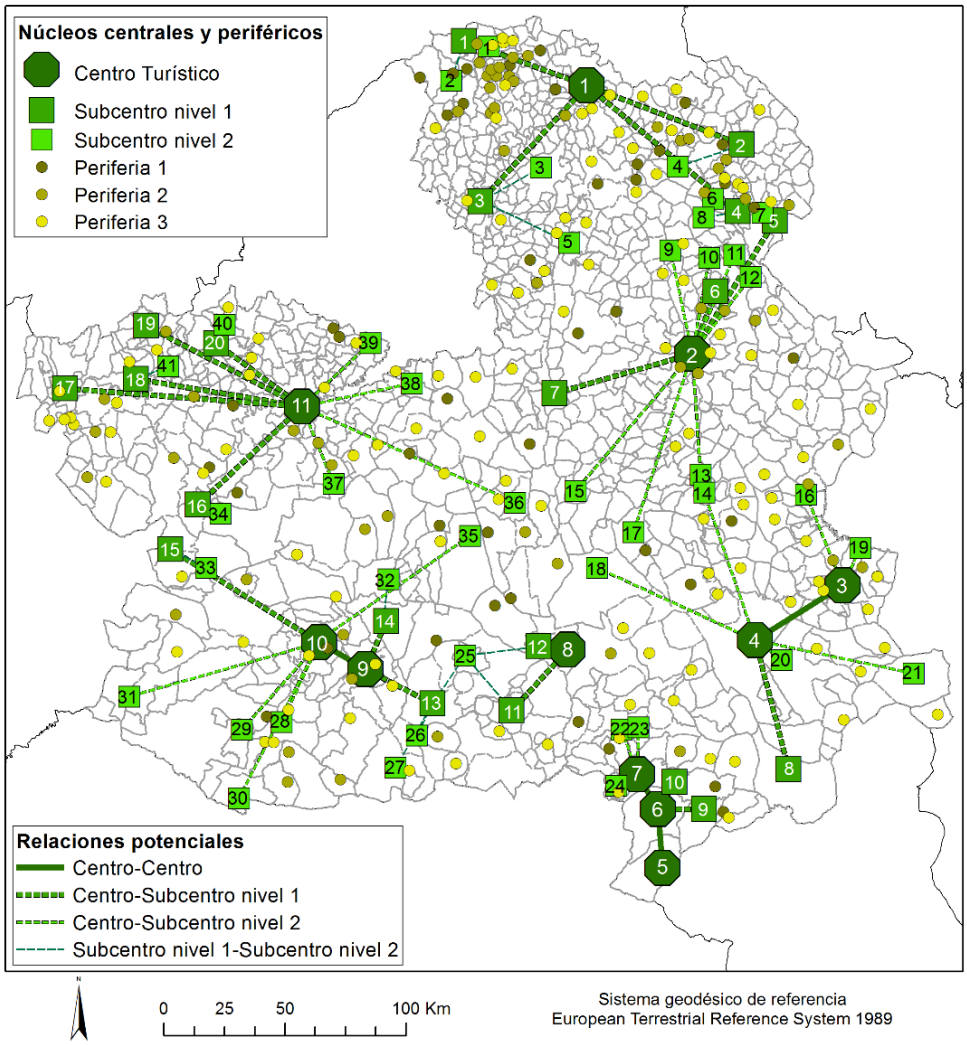


Fig. 1. Mapa de jerarquización de núcleos y relaciones entre lugares turísticos de Castilla-La Mancha. Elaboración propia.
Fig. 1. *Map of the hierarchy of nuclei and relationships between tourist places in Castilla-La Mancha. Own elaboration.*

Síntesis de resultados

Considerando que solo un 8% de los municipios de la región ostentan una situación de centralidad funcional, frente al 67% sin afección turística alguna, podemos deducir la sistémica acumulación de capitales y flujos en unos pocos lugares privilegiados. Así mismo, conforme la jerarquía establecida, apreciamos la estrecha relación entre

especialización funcional del turismo, densidad demográfica y desarrollo urbano: los "lugares centrales" son salvo excepción los más poblados, con una densidad de población de hasta 3,4 veces superior a la media, acaparando el 45% de la residencia principal mientras el 50% de la vivienda secundaria está en los "lugares al margen" (tabla 1). A partir de estos datos cuestionamos la relación turismo-segunda residencia en espacios de interior escasamente *turístificados*. Al contrario del litoral, en Castilla-La Mancha la dialéctica turismo-urbanismo sigue un patrón inverso: el capital turístico se rige por la presencia de estructuras precedentes, producto de la política económica del franquismo, perpetuada y supervisada por las instituciones de Bretton Woods, siempre en perjuicio de la "periferia del centro" (Murray, 2015: 26-28).

También, nos interesa conocer las implicaciones socioeconómicas de este proceso en la producción de los espacios del turismo: ¿qué consecuencias ha tenido la lógica de mercado en la diferenciación de lugares turísticos? Si nos remitimos a la cifra de desempleados observamos que en los "subcentros" y en la "periferia" turística el porcentaje de desempleados es mayor que el dato porcentual relativo a su población. Al contrario de lo que ocurre en los "lugares al margen", donde está el 28% de la población regional pero no el 28% de los parados, sino el 26%. Es decir, donde hay turismo hay niveles de desempleo sensiblemente superiores, a excepción de lo que ocurre en el "centro turístico", donde la multifuncionalidad de importantes ciudades permite mayores índices de empleabilidad.

Condición turística del lugar	Tipos de lugares según su especialización	Municipios (nº)	Población (%)	Densidad (hab/km^2)	Vivienda principal (%)	Vivienda secundaria (%)	Desempleo (%)
Lugares centrales	Centro turístico	11	20	89	20	8	18
	Subcentro n. 1	18	14	64	14	7	15
	Subcentro n. 2	43	11	24	11	8	12
Lugares periféricos	Primera periferia	42	9	28	9	7	10
	Segunda periferia	59	4	13	4	6	5
	Tercera periferia	132	14	27	14	13	14
Lugares al margen		616	28	33	28	51	26
Núcleos (totales)		921	100	26	100	100	100

Tabla 1. Indicadores socioeconómicos por tipo de lugar según su especialización turística, a partir de los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia.
Table 1. *Socioeconomic indicators by type of place according to their tourism specialization, based on data provided by the National Statistics Institute (INE). Own elaboration.*

Según el paradigma dominante, instituciones y gobiernos avalan el potencial del turismo en la creación de empleo, especialmente en zonas donde se pretende combatir con ello la pobreza, diversificar la economía y garantizar estrategias que aseguren la inclusión de los más pobres (Carrillo y Pulido, 2015: 408). Sin embargo, el dato analizado no se corresponde con dicho relato, debiendo señalar a su vez "la progresiva precarización de las condiciones laborales en el sector, que afectan, especialmente a las mujeres" (Secretaría de Estado de Turismo, 2019: 7). Desde nuestra perspectiva diremos que no siempre las

grandes empresas y multinacionales de la globalización turística se adaptan a los espacios y grupos sociales menos competitivos o peor adaptados a la economía-mundo, sino que estas se benefician de su posición aventajada ante tal circunstancia, aprovechando que se suele asumir la precariedad laboral asociada a la localización del turismo (Cooper *et al*., 2007: 374).

La jerarquización de lugares obtenida con el IEFT nos puede ayudar igualmente a revelar la intencionalidad que hay tras el reconocimiento del valor turístico de ciertos bienes patrimoniales transformados en "recursos", de origen natural y antrópico (tabla 2). A grandes rasgos observamos que la "periferia" soporta la práctica totalidad de las áreas naturales protegidas, mientras el "centro" tiene el privilegio de albergar un mayor número de manifestaciones declaradas de interés cultural[4]. Existe, por tanto, una relación geográfica entre la "condición turística del lugar" y tipología de "recursos territoriales" que enlaza con las características del alojamiento. Observamos una estructura hotelera de calidad ─el 74% de capital público y el 61% de capital privado─ que compite por acaparar cuotas de mercado en el "centro turístico", beneficiándose del efecto red de polarización funcional que permite complementar eficazmente el acceso a los recursos turísticos de proximidad, de origen antrópico, con la apropiación temporal de recursos naturales localizados en la periferia.

Solo cuando hablamos de alojamiento rural observamos cierta redistribución en la inversión público-privada, cuestión motivada recientemente con el aval de las políticas financieras de desarrollo territorial. No obstante, al estudiar la creación de una estructura de alojamiento turístico en espacio rural observamos que "muchas veces no está al alcance de los pobladores o inversionistas que desean invertir en un potencial destino, […] para construir se necesita disponer de un dinero y una afluencia regular de turistas que asegure el retorno de la inversión" (García Henche, 2008: 255). Esto hace que los inversores menos capacitados depositen su dinero en zonas más asequibles, menos rentables, mientras el oligopolio de las cadenas hoteleras domina el "centro", situación generalizada y justificada como "fallos" que pueden darse en cualquier sistema de mercado.

Esta situación hace que el volumen del alojamiento turístico en territorio rural sin tradición turística ─lugares al margen─ se reduzca un 4% durante la etapa 2008-2017, dato que contrasta con la tendencia acumuladora del "centro turístico", con un crecimiento del 4%. Si nos fijamos en la órbita más inmediata al "centro" ─subcentros de primer y segundo nivel, así como primera periferia─, comprobando dicha tendencia negativa en tiempos de crisis, probablemente por la dificultad de competir con el "centro turístico" en la captación de clientes. En cambio, una segunda y tercera periferia menos influenciada por dicho efecto gravitacional experimenta el aumento de la oferta, impulsada por la política comunitaria de desarrollo rural y su efecto demostración en empresas del medio urbano y del litoral. Al respecto, se pueden señalar dos consecuencias de signo opuesto: "la positiva en términos de aportación de *know-how* en la gestión turística y, la negativa, del riesgo de trasladar patrones de gestión inapropiados para la filosofía del turismo rural" (Ivars, 2000: 83).

[4] En lo referente a los recursos de origen antrópico tomamos como indicador el Monumento (BIC), en cuanto que su número y distribución geográfica permite cuantificar mejor el valor de cambio turístico potencial de esta dimensión del patrimonio territorial.

Condición turística del lugar	Tipo de lugares según su especialización	Recursos territoriales		Plazas hoteleras		Plazas extrahoteleras	
		Áreas protegidas (%)	Monumentos BIC (%)	Alojamiento de calidad (%)	Parador de Turismo (%)	Alojamiento rural (%)	Evolución aloj. rural (2008-2017)
Lugares centrales	Centro turístico	8	34	61	74	17	4
	Subcentro n. 1	8	10	12	10	7	0
	Subcentro n. 2	17	10	10	2	11	-1
Lugares periféricos	Primera periferia	13	7	6	10	8	-2
	Segunda periferia	12	3	1	4	10	1
	Tercera periferia	14	11	5	0	14	2
Lugares al margen		28	25	5	0	33	-4
Núcleos (totales)		100	100	100	100	100	0

Tabla 2. Indicadores relativos a la oferta turística a partir del Servicio de Estadísticas y Registro de Empresas y Establecimientos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Elaboración propia.

Table 2. *Indicators relative to the tourist offer from the Statistics and Registry Service of Companies and Establishments of the Community Board of Castilla-La Mancha. Own elaboration.*

Discusión y conclusiones

La presente comunicación se soporta en el trabajo de investigación que adquiere forma de tesis doctoral con el título: *El espacio social del turismo y su producción como territorio patrimonial. Aplicación a Castilla-La Mancha* (Fernández-Arroyo, 2019). A tenor de los resultados obtenidos, parcialmente presentados y justificados con el método expuesto, consideramos probado el valor comunicativo de la investigación por la que llegamos a obtener el Índice de Especialización Funcional del Turismo (IEFT). Se demuestra, no solo la validez técnica y operativa del método cuantitativo sino, sobre todo, su utilidad asociada al enfoque geográfico-crítico en la demostración de contradicciones y desajustes soslayados con representaciones superficiales concebidas desde la visión apologética del turismo.

A todas luces, el enfoque que planteamos se pretende rupturista con la investigación cuantitativa que elude la multiplicidad social en cuanto al posicionamiento frente a la práctica del turismo, confundiendo neutralidad con una supuesta objetividad atribuida al método de análisis de datos, alentado en todo caso por "*stakeholders*" de la industria del turismo en cuya agenda de investigación está la prioridad de resaltar las bondades del turismo sin reparar en sus miserias (Dwyer *et al.*, 2012: 1 y ss.).

Sistematizar los desequilibrios existentes ─materiales, humanos y sociales─ entre unos lugares y otros ─centrales, periféricos y al margen─ otorga credibilidad científica al hecho de cuestionar la idea del turismo como motor de desarrollo facilitador de la cohesión territorial pues, no solo no se reducen desequilibrios territoriales existentes sino que, por lo general, se acentúan las dinámicas originarias de la propia problemática general, a saber: la acumulación policéntrica de bienes, servicios, capitales e imágenes en los lugares centrales del actual modelo de regulación económica de mercado y desregulación política de la

actividad, en perjuicio de comunidades y clases sociales de la periferia cada vez más empobrecidas y dependientes.

Los agentes alineados con localizaciones privilegiadas por su centralidad respecto a la práctica del turismo defenderán los efectos positivos de la misma por su papel en: la redistribución de los rendimientos económicos; la creación de empleo en zonas rurales o propiamente agrarias; la movilización de viajeros hacia un entorno geográfico percibido como complemento del destino principal; así como por las oportunidades de negocio que surgen en la "periferia" cuando el "centro" se satura. En la cara opuesta, los efectos del turismo se experimentan en la periferia en forma de: pérdida de oportunidades por acaparamiento de capitales en destinos más competitivos; inclusión pasiva en dinámicas promovidas desde el exterior ─instrumentos de financiación o prestación económica, planes sectoriales y estratégicos, etc.─; deslocalización de beneficios derivados del turismo ─agencias de viaje, empresas transfer, contratación de seguros, etc.─; o, entre otras expresiones de la *neocolonización* promovida con el turismo, subversión del territorio y la cultura por su transformación práctica y simbólica en "recurso" económico.

El resultado viene a dar un nuevo sentido de lugar que afecta tanto a núcleos urbanos bien conectados y densamente poblados como a zonas rurales poco capacitadas para la vida cotidiana pero transformadas en focos gravitacionales de corrientes turísticas. La llegada del turismo promueve un "«*mise au monde*» *du lieu*" (Duhamel 2007: 41); una suerte de "«alumbramiento» del lugar" por el que se viene a "imponer a todos los lugares una única racionalidad" (Pillet, 2008: 90). En todo caso, si el turismo, como la ciudad o cualquier otro asentamiento urbano, es producto de una razón dominante en la política y el comercio, tomar consciencia de nuestro posicionamiento al respecto pasa por cuestionar nuestra propia racionalidad, con independencia del método que apliquemos, cuantitativo o cualitativo, y con indiferencia del espacio objeto de estudio.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad de Castilla-La Mancha que avala mi investigación con la formalización de un contrato predoctoral cofinanciado por el Fondo Social Europeo, en el marco del Plan Propio I+D+i de la propia institución [2015/4062]. También doy las gracias al Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio y al Grupo de Investigación DETER (Desarrollo Territorial Castilla-La Mancha) por el apoyo recibido, en particular a D. Félix Pillet Capdepón, catedrático emérito de la UCLM, director de mi Tesis Doctoral.

Bibliografía

Anton, S. y González, F. (coord.) 2005. *Planificación territorial del turismo*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 180 pp.

Barrado, D. A. 2011. Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación del turismo en la España de las autonomías. *Estudios Turísticos*, 149, 3-22.

Callizo, J. 1991. *Aproximación a la Geografía del turismo*. Síntesis, Madrid, 216 pp.

Carrillo, I. y Pulido, J. I. 2015. Un análisis crítico del papel de los Organismos Financieros Internacionales en la financiación del turismo en América Latina y el Caribe. En López, D. (ed.):

Del territorio al destino turístico: Retos y Claves de Éxito. XVII Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa. Tirant Lo Blanch, Valencia, 407-435.

Claval, P. 2002. El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 34, 21-39.

Cooper, Ch. *et al*. 2007. *El Turismo. Teoría y práctica*. Síntesis, Madrid, 944 pp.

Duhamel, P. 2007. Les lieux touristiques. En Stock, M. (coord.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. Belin, París, 33-82.

Dwyer, L., Gill, A. and Seetaram, N. (ed.) 2012. *Handbook of Research Methods in Tourism. Quantitative and Qualitative Approaches*. Edward Elgar, Cheltenham & Northampton, 514 pp.

Fernández-Arroyo, A. 2020. Geografía Social del Turismo. Una mirada crítica a la percepción del turismo y a su representación espacial. *Cuadernos de Turismo*, 45, 113-139.

Fernández-Arroyo, A. 2019. *El espacio social del turismo y su producción como territorio patrimonial. Aplicación a Castilla-La Mancha* (tesis doctoral) [inédita]. Universidad de Castilla-La Mancha, Ciudad 833 pp.

Fernández-Arroyo, A. y Martínez, H. S. 2017. El acceso a los destinos rurales: Una perspectiva para la planificación territorial del turismo en una región de interior (Castilla-La Mancha). *Cuadernos de Turismo*, 40, 251-272.

García Henche, B. 2008. Características diferenciales del turismo rural y estrategias de comercialización. En Cebrián, F. (coord.), *Turismo rural y desarrollo local.* Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, 251-269.

Ivars, J. A. 2000. Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones geográficas*, 23, pp. 59-88.

Ivars, J. A. 2001. *La planificación turística de los espacios regionales en España* (tesis doctoral). Universidad de Alicante, Alicante, 766 pp.

López Palomeque, F. 1993. Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos. *Papers de Turisme*, 11, 49-64.

Marchena, M. J. 1985. Un análisis de los recursos turísticos andaluces. *Revista de estudios regionales*, VI (extra), 169-195.

Murray, I. 2015. *Capitalismo y turismo en España. Del «milagro económico» a la «gran crisis»*. AlbaSud, Barcelona, 433 pp.

Pillet, F. 2008. *Espacio y ciencia del territorio: proceso y relación global-local*. Biblioteca Nueva, Madrid, 185 pp.

Sánchez Melero, J. E. 1991. *Espacio, economía y sociedad*. Siglo XXI de España Editores, Barcelona, 338 pp.

Secretaría de Estado de Turismo, 2019. *Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid, 20 pp.

Valenzuela, M. 1986. Turismo y territorio. *Estudios Turísticos*, 90, 47-56.

Vera, J. F. *et al*. (coord.) 1997. *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Ariel, Barcelona, 464 pp.

Vera, J. F. *et al*. (coord.) 2013. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos.* Tirant Humanidades, Valencia, 485 pp.

La marca de calidad territorial y el paisaje como estrategia para el turismo interior de la Comarca del Matarraña (Teruel)

Paloma IBARRA y Isabel RABANAQUE

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Ibarra, P y Rabanaque I. 2020. La marca de calidad territorial y el paisaje como estrategia para el turismo interior de la comarca del Matarraña (Teruel). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 69-81. ISBN ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La Comarca del Matarraña está formada 18 pequeños municipios de Teruel con una clara identidad territorial muy ligada a su paisaje y a su cultura. Este trabajo tiene como primer objetivo exponer la singularidad de su producto turístico en el marco de una estrategia territorial y desde la visión de los diferentes agentes sociales. Un segundo objetivo deriva de la irrupción inesperada de dos factores que plantean un nuevo escenario: un proyecto de parque eólico de grandes aerogeneradores y la pandemia de la COVID-19. Por este motivo se sondea mediante una encuesta la percepción y la respuesta de los ciudadanos con la hipótesis de que estos cambios puedan interferir en la estrategia planteada por la comarca.
Palabras clave: *turismo interior, Comarca del Matarraña, paisaje, marca de calidad, desarrollo socioeconómico.*

THE TERRITORIAL QUALITY MARK AND THE LANDSCAPE AS A STRATEGY FOR INLAND TOURISM IN THE MATARRAÑA REGION (TERUEL). The Matarraña region is formed by 18 small municipalities of Teruel with a clear territorial identity closely linked to its landscape and culture. The firts objective of this work is to expose the uniqueness of its tourism product within the framework of a territorial strategy and from the perspective of the different social agents. A second objective derives from the unexpected eruption of two factors that pose a new scenario: a wind farm project for large wind turbines and the COVID-19 pandemic. For this reason, the perception and response of the citizens is surveyed with the hypothesis that these changes may interfere with the strategy proposed by the region.
Key words: *inland tourism, Matarraña region, landscape, quality mark, socioeconomic development.*

Paloma IBARRA, Isabel RABANAQUE, Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza. Emails: pibarra@unizar.es, irabanaque@unizar.es.

Recepción del manuscrito: 17-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

Este trabajo forma parte del proyecto TIERVE (Turismo de Interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos), en el que se analizan las dinámicas de diferentes territorios de interior con contrastados productos turísticos que tienen en común una estrategia de revalorización

de su oferta turística y continua la línea de investigación abierta por Cànoves *et al*. (2014). La metodología aplicada en el conjunto del proyecto es comparativa entre diferentes zonas con problemáticas similares que cubren un amplio espectro de tipologías turísticas de interior, pero esta comunicación responde a un doble objetivo centrado únicamente en la Comarca del Matarraña.

La Comarca del Matarraña se localiza en la provincia de Teruel (Fig. 1). Cuenta con 18 municipios que congregan 8.200 habitantes con una densidad en torno a 9 habitantes/km^2, una de las más bajas de España. Es una población envejecida con un peso del sector primario está próximo al 30%, el industrial al 18%, la construcción al 9% y el sector servicios con fuerte peso del turismo se sitúa por encima del 40%. La oferta del número de plazas turísticas es superior a 2.000, lo que supone una proporción de una plaza por cada cuatro habitantes.(IAEST, 2019).



Fig. 1. Mapa de localización de la comarca del Matarraña.
Fig. 1. *Location map of the Mataraña region.*

La hipótesis de partida se basa en la idea de que la sostenibilidad y la capacidad de innovar y competir de los clústeres formados por los nuevos productos turísticos en los territorios españoles de interior, la economía colaborativa, la integración social y el uso masivo de las nuevas tecnologías, son factores no contradictorios, que ayudan a crear nuevas relaciones funcionales asimétricas y a mejorar la resiliencia y dinamizar dichos territorios, generando un producto y una marca turística que facilitan la consolidación de la imagen diferenciada de estos destinos. Es una hipótesis que se apoya en la importancia de la participación social porque cualquier estrategia territorial con posibilidades de éxito

requiere de la implicación y voluntad de los principales actores locales y con una mirada que no tenga en cuenta únicamente los resultados a corto plazo (Nogué 2016; De Uña-Alvarez *et al*., 2017).

En este contexto, el primer objetivo es exponer la singularidad del producto turístico de la Comarca del Matarraña en el marco de una estrategia territorial y desde la visión de los diferentes agentes sociales, a modo de confirmación de la hipótesis de partida del proyecto. El segundo objetivo deriva de la irrupción brusca e inesperada de dos nuevos factores que plantean un nuevo escenario: un proyecto de parque eólico de grandes aerogeneradores y la pandemia de la COVID-19.

El proyecto de un clúster de parques eólicos en las provincias de Teruel y Zaragoza (Green capital power, 2019), propone la instalación de 84 aerogeneradores de palas SIEMENS-GAMESA SG 6.0-170 de 6 MW de potencia nominal con un diámetro de rotor de 170 m y una altura de buje de 115 m y afecta de lleno a la Comarca de Matarraña. Su conocimiento en la fase de información pública causó una gran conmoción en la población de la comarca. Este nuevo factor puede entrar a modificar el escenario en el que estaba planteada la estrategia para el turismo de la comarca, basada en la marca de calidad territorial y el paisaje. A ello se une el gran impacto de la pandemia de la COVID-19 que ha supuesto una crisis de gran magnitud trastocando muchos de nuestros comportamientos y actividades, entre ellas muy posiblemente la elección de destino turístico.

La percepción del paisaje por parte del observador es una componente intangible, vivencial y personal que nunca debe obviarse de cara a la Ordenación del Territorio. La capacidad de atracción que tiene un paisaje sobre los potenciales visitantes no puede ser evaluada únicamente con criterios técnicos porque influyen también factores emocionales y estéticos que dependen de la percepción y de las preferencias personales (Gold, 1989; Galindo y Corraliza, 2012). El Convenio Europeo del Paisaje (CE, 2000) que España ratificó, compromete a las autoridades públicas competentes a planificar medidas de protección, gestión y ordenación de los paisajes europeos de manera que se contemplen las aspiraciones de las poblaciones en lo que concierne a las características paisajísticas de su entorno no sólo en los paisajes excepcionales, sino también en los cotidianos. Por todo ello, el 2º objetivo pretende sondear la percepción, la respuesta psicológica de los ciudadanos ante los componentes del paisaje y su relación con la preferencia de destino turístico tras la situación de la pandemia en el escenario de paisaje actual y en la simulación de un escenario de futuro con aerogeneradores, con la hipótesis de que puede interferir en la estrategia planteada.

Metodología

El proceso metodológico parte de una primera fase documental en la que se recoge información de la zona de estudio de tipo cuantitativo (a través de la recogida de documentos estratégicos de las áreas objeto de estudio, principales datos estadísticos, que recogen la evolución de: población, equipamientos y servicios, y fundamentalmente al desarrollo económico, haciendo especial hincapié en el sector turístico). Sumado a esto, la mayor aportación del trabajo se apoya en herramientas de participación social. Se ha elaborado un cuestionario para realizar una radiografía actual de la resiliencia territorial del destino y de la sostenibilidad de cada producto turístico con un guión común para todas las

áreas de estudio del proyecto TIERVE ya testado en anteriores investigaciones (Cànoves *et al*., 2014), si bien cada producto turístico ha especificado sus peculiaridades. Así, las entrevistas se han estructurado en cuatro grandes apartados:

1) La percepción de la situación actual de la comarca: sus fortalezas, sus debilidades, el impacto que ha supuesto la crisis económica.

2) La percepción de las potencialidades de la comarca para el futuro.

3) El papel de la marca de calidad territorial y de la innovación como motor de desarrollo.

4) La políticas de desarrollo rural y la participación de los agentes sociales y económicos como ejes transformadores del territorio.

Se han realizado reuniones con diferentes agentes sociales, con perfiles clave desde diferentes perspectivas, empresarios (propietarios de negocios locales, representantes de asociaciones, gerentes de cooperativas agrícolas), agentes de la administración (técnico de la comarca y Agente de Desarrollo Local), a lo largo del mes de mayo de 2019 y se han transcrito para poder analizarlas aplicando herramientas informáticas de análisis social como el Atlas Ti. El análisis cuantitativo se apoya en la selección de un conjunto de palabras clave comunes en todas las zonas de TIERVE. El estudio de las coincidencias y frecuencias resulta un buen indicador de diagnóstico de las percepciones actuales y perspectivas futuras que pueden apoyar propuestas de planificación y gestión en fases posteriores. Con toda la información cuantitativa y cualitativa se puede identificar la estrategia del producto turístico de la comarca respondiendo al primer objetivo del trabajo.

El segundo objetivo, se apoya en la realización de una encuesta que incorpora imágenes representativas del paisaje de la comarca (Fig. 2) y que invitan al encuestado a imaginar otros paisajes similares que pueda conocer. En la primera sección se pregunta lo que le sugiere el paisaje en su estado actual en cuanto a las opciones que ofrece, sensaciones que le evoca y valoración y a continuación se le pregunta si elegiría como destino turístico un paraje como este o similar. En la segunda sección aparecen las mismas fotografías pero en el escenario simulado con los grandes aerogeneradores (equivalentes a un edificio de 60 pisos) representados a escala en la ubicación aproximada que indica el proyecto y se plantea al encuestado si cambia su percepción del paisaje en ese escenario de futuro, haciéndole responder a las mismas preguntas que con el paisaje actual. A continuación, se sondean opiniones y percepción que se tiene sobre las repercusiones socioeconómicas y de calidad de vida, de la instalación de grandes aerogeneradores en este tipo de zonas rurales de interior donde el turismo con vocación de calidad es un recurso y sobre el tipo de planificación idónea.

La encuesta se ha realizado entre el 13 y 30 de mayo de 2020, en pleno periodo de confinamiento y siendo imprescindibles las fotografías, ha sido necesariamente una encuesta on line distribuida por redes sociales y por listas de correo electrónico, de carácter anónimo y configurada para poder ser enviada una sola vez desde un mismo dispositivo. El público objeto de interés es la población nacional, ya que no sólo interesa la opinión de la comarca y de la Comunidad Autónoma afectada, puesto que la problemática planteada puede ser común a otras zonas y porque interesa conocer todos los puntos de vista, los de la población local, los de los potenciales turistas y también los de los no potenciales turistas.

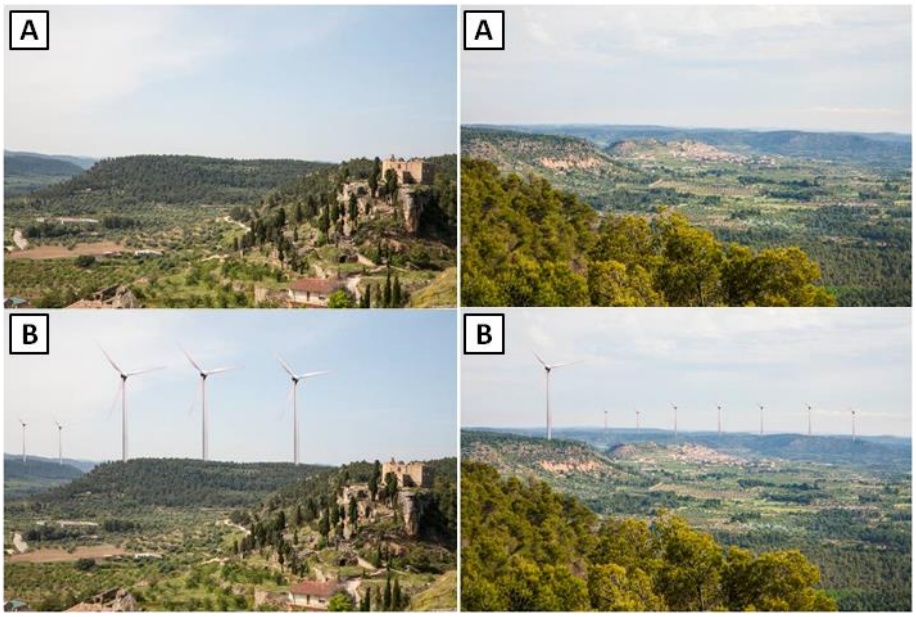


Fig. 2. Imágenes de paisajes típicos de la comarca del Matarraña (A) e imágenes retocadas de cómo se mostrarían esos paisajes con la incorporación de aerogeneradores (B).
Fig. 2. *Images of typical landscapes of the Mataraña region (A) and retouched images of how those landscapes will be shown with the incorporation of wind turbines (B).*

Se ha conseguido una muestra de 1.057 individuos, donde el mayor porcentaje de respuestas se recoge de habitantes procedentes de pequeños municipios (un 24%), un elevada proporción teniendo en cuenta que el porcentaje de habitantes que reside en España para este tipo de municipios es de un 6%. Por otro lado y en función de la edad, el menor peso de respuestas es el correspondiente a la población mayor de 65 años (un 5%), mientras que este grupo de edad representa el 22% del total de habitantes del conjunto de España (INE, 2020). Ambas apreciaciones demuestran por un lado el interés suscitado en la población rural y por otro, el sesgo inevitable de la población de mayor edad ante una encuesta on line, sin embargo no invalida el interés del sondeo explotario que se presenta.

Resultados

La Comarca del Matarraña es tierra de contrastes siendo su zona Norte de relieves escalonados compartimentados por pequeñas vales y salpicada por rico patrimonio de masias y pequeños núcleos, rodeados de paisajes agrarios-culturales y naturales muy singulares y que son la base de su riqueza gastronómica basada en la producción pròpia. La zona Sur es en cambio montañosa con agrestes sierras calcáreas, espectaculares cañones fluviocársticos y vistosos relieves conglomeráticos. Es una zona forestal de alto valor ecológico que alberga también rico patrominio cultural. Son paisajes variados, vivos y vividos que constituyen un legado bastante bien conservado que hoy se valora como un

preciado recurso. Entendiendo esto, la comarca cuenta desde hace más de una década con un Modelo de Desarrollo Estratégico que tiene un eje principal: llegar a un Modelo de Gobernanza Territorial Sostenible en el que el paisaje y la ordenación paisajística sean el motor del desarrollo territorial. Por un lado se trata de promover la integración del paisaje en las distintas políticas públicas que le afectan: ordenación del territorio, evolución de los sectores agrario y ganadero, turismo, conservación del patrimonio natural y cultural, etc. Por otro lado, integrarlo en la actividad privada a través de la sensibilización y formación, favoreciendo que las iniciativas económicas se integren en el paisaje y que el conjunto de la población lo valore como seña de identidad. El paisaje y la marca de calidad territorial, asi como la combinación de ambos, constituyen la singularidad del recurso turístico de la Comarca del Matarraña.

Tras relacionar las palabras clave de la radiografía de la comarca, de su producto turístico y de las opiniones de cada uno de los agentes sociales entrevistados, el resultado es coherente e indicativo de la estrategia turística del Matarraña. Las palabras clave más frecuentes y compartidas han sido por este orden: "marca", "calidad", "paisaje", "desarrollo socioeconómico" y "redes y asociaciones". Estos cinco conceptos, engloban el 63,6% del total citado, siendo también recurrentes "valor", "identidad", "patrimonio", "recurso", "crisis" y "política".

Las entrevistas en profundidad ayudaron a detectar no sólo ideas clave, sino el contexto sobre las que éstas se desarrollan y que se muestra a continuación. Los cinco conceptos más repetidos fueron los siguientes: "marca", "calidad", "paisaje", "desarrollo socioeconómico" y "redes y asociaciones".

Concepto "marca", asociado estrechamente con "calidad" y "paisaje"

El concepto de "marca" es el más recurrente tanto en documentos estratégicos como en las entrevistas realizadas en profundidad a los diversos agentes del Matarraña, esto es así debido a que esta palabra está estrechamente relacionada con la creación de la marca de calidad territorial de la comarca, en la que se encuentran incluidas en este momento diversas empresas relacionadas principalmente con el sector agroalimentario y turístico.

El objetivo de esta "marca"es potenciar la identidad de la comarca a través de la calidad y sostenibilidad de los productos registrados, una identidad que es la principal fortaleza de la zona, y que deriva del característico paisaje (como combinación de medio natural y espacio vivido, trabajado y cuidado), así como del amplio y rico patrimonio arquitectónico y cultural (donde la lengua juega un papel fundamental).

Conceptos relacionados con "desarrollo socioeconómico" y "redes y asociaciones"

Todos los agentes entrevistados comparten la idea de que el turismo no es ni puede ser el único motor de desarrollo económico de la comarca, ya que existen otros sectores que en la actualidad se consideran fundamentales, como pueden ser el sector cárnico, el ganadero o el agrícola. Algunos aspectos remarcados en las entrevistas y que fomentarían ese desarrollo económico de la comarca tendrían que ver con la necesidad de asentar población y promover, entre otras, las actividades que ya han comenzado a abandonarse por falta de relevo generacional, como pueden ser las explotaciones agrarias, y que son además las que hacen que el paisaje más característico de la comarca perdure. Además, para conseguir que la nueva población asentada conserve la identidad de la comarca y conozca sus valores, es

necesario que la conozca y para ello debe haber interacción con sus habitantes, en buena parte a través de la creación de redes y de asociaciones que promuevan ese contacto.

Otra de las ideas fuerza que se repiten y que relaciona tanto el concepto de desarrollo económico, como el de redes y asociaciones, tiene que ver con el interés de mejorar las colaboraciones y comunicaciones público-privadas como vía de encauzar proyectos que asienten población y mejoren la calidad de vida de los habitantes. La garantía del trabajo conjunto permitirá no sólo el comienzo de nuevas iniciativas sino también la garantía de su consolidación y perdurabilidad en el tiempo.

Estas interacciones público-privadas deberían quizá partir de la elaboración de un nuevo Plan Estratégico que recoja los intereses de la comarca en su conjunto y donde se incluya una hoja de ruta con objetivos comunes donde esté presente la transversalidad entre sectores y la sostenibilidad a través de la planificación y definición de propuestas conjuntas. Por ello, tras relacionar las palabras clave de la radiografía de la comarca, de su producto turístico y de las opiniones de cada uno de los agentes sociales entrevistados, el resultado es coherente e indicativo de la estrategia turística del Matarraña.

Algunas de las fortalezas o potencialidades también aparecen en este análisis, como son la puesta en valor de: el paisaje, la identidad territorial de la comarca, o el patrimonio. También se encuentran en este listado, aunque en posiciones más alejadas, conceptos como: "plan", "iniciativa", "formación", "valor añadido" o "promoción".

No obstante, aunque éstas son las ideas más frecuentemente compartidas entre los agentes y fuentes de información incluidos en el análisis, se observan diferencias en función del grupo de interés. Como observamos en la Fig. 3, en la que aparecen los cinco conceptos más repetidos globalmente, es la palabra "marca" la más nombrada en todos los ámbitos, sin embargo, las diferencias de citas son destacadas, siendo mucho más frecuente (en un 39,2%) en los documentos técnicos y estratégicos elaborados por la comarca, que en las reuniones y entrevistas con los agentes económicos y sociales del lugar.

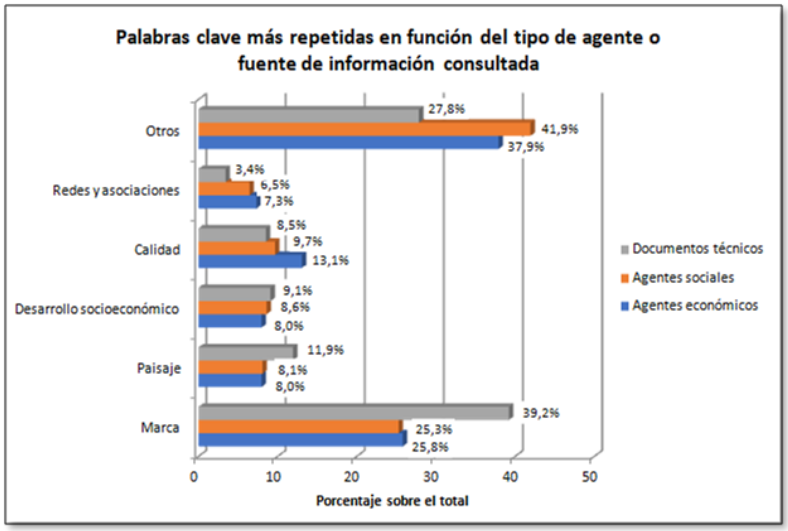


Fig. 3. Palabras clave más citadas en función del tipo de agente o fuente de información consultada.
Fig. 3. *Most cited keywords depending on the type of agent or source of information consulted*

Otros conceptos que adquieren más importancia en documentos, frente a las referencias en las entrevistas con agentes, son: "paisaje" con un 11,9%, frente a un 8 y 8,1% por parte de los agentes socioeconómicos, o "desarrollo socioeconómico" sin embargo en este caso, las diferencias son escasas, aunque llama la atención que es en el grupo de agentes económicos, en el que menos frecuentemente se repite esta idea (8%).

Por contra, otras ideas clave se repiten en menor medida en los documentos frente a las entrevistas, éstas son las referidas a "redes y asociaciones", concepto que cobra mayor importancia entre los agentes económicos y sociales y "calidad", claramente más recurrente entre los agentes económicos (13,1%, frente a un 9,7% entre los agentes sociales y a un 8,5% entre los documentos técnicos).

Por último, cabe destacar que hay una mayor variabilidad de ideas fuerza utilizadas en las entrevistas con los agentes, frente a las aportadas por la documentación estratégica escrita (es el caso de "otros", que supone un 41,9% entre los agentes sociales, un 37,9% entre los económicos y un 27,8% entre los documentos técnicos).

Resultados de la encuesta online

Esta estrategia turística se ve refrendada por los resultados de la encuesta realizada pues ante un paisaje como el mostrado del Matarraña (Fig. 2A), las opciones que sugiere (Tabla 1), las sensaciones positivas que evoca (Tabla 2) y la valoración que sugiere (Tabla 3) muestran promedios elevados y en algunos casos próximos al máximo (actividades al aire libre y disfrute del patrimonio; tranquilidad y evasión, armonía; calidad territorial y calidad paisajística). El 73% de los encuestados responde que elegiría como destino turístico un paraje como éste o similar y que ya lo ha hecho en otras ocasiones y un 17,3% responde que en la situación post-COVID eligiría un destino como este com mayor probabilidad. Únicamente un 6,1% responde que solo si no pudiera elegir otras opciones que prefiere y 2,9% no lo elegiria en ningun caso.

La percepción de los encuestados cambia sustancialmente ante el mismo paisaje con grandes aerogenadores en el escenario de futurso simulado (Fig. 2B). En cuanto a las opciones que sugiere el paisaje el descenso es homogéneo en 0,6 puntos (Tabla 1).

Las opciones que sugiere	Paisaje actual (A)	Paisaje con aerogeneradores (B)	Diferencia promedios (B-A)
Actividades al aire libre	1,889	1,263	-0,626
Disfrute de patrimonio	1,764	1,106	-0,658
Tradición y cultura	1,658	1,050	-0,607
Fascinación-aventura	1,465	0,839	-0,626

Tabla 1. Valores promedios de la opciones que sugiere el paisaje actual y el paisaje de un escenario de futuro con aerogeneradores (siendo 2 mucho, 1 algo y 0 nada)**.**

Tabla 1. *Average values of the options suggested by the current landscape and the landscape of a future scenario with wind turbines (2 being a lot, 1 something and 0 nothing).*

En las sensaciones positivas que evoca la influencia negativa es mucho más marcada descendiendo más de 1 punto en armonia y atractivo estético y en 0,9 en tranquilidad y evasión. La nostalgia tiene un carácter ambivalente y desciende ligeramente, mientras que la sensación negativa de disgusto que era inapreciable en el paisaje actual, aumenta ahora 0,9 puntos (Tabla 2).

Las sensaciones que evoca	Paisaje actual (A)	Paisaje con aerogeneradores (B)	Diferencia promedios (B-A)
Tranquilidad y evasión	1,947	1,043	-0,904
Armonía	1,863	0,733	-1,130
Nostalgia	1,101	0,756	-0,345
Atractivo estético	1,739	0,702	-1,037
Disgusto	0,044	0,965	0,921
Aburrimiento	0,188	0,632	0,444

Tabla 2. Valores promedios de las sensaciones que evoca el paisaje actual y el paisaje de un escenario de futuro con aerogeneradores (siendo 2 mucho, 1 algo y 0 nada).
Tabla 2. *Average values of the sensations evoked by the current landscape and the landscape of a future scenario with wind turbines (2 being a lot, 1 something and 0 nothing).*

El escenario de futuro eólico hace descender todas las valoraciones que sugiere el paisaje, especialmente la calidad paisajística (1,1 puntos), el espacio libre de impactos negativos y la identidad territorial (Tabla 3). Son resultados que explican que la disposición a elegir este destino turístico se modificaría, de tal modo que el 42,1% de personas encuestadas que elegirían otro destino de turismo interior de calidad sin aerogeneradores, frente al 24,3% que iría igualmente al no afectarle especialmente su presencia y el 33% que se plantea la duda al no saber hasta qué punto le molestaría su presencia.

La valoración que sugiere	Paisaje actual (A)	Paisaje con aerogeneradores (B)	Diferencia promedios (B-A)
Espacio libre impactos negativos	1,660	0,675	-0,986
Sostenibilidad	1,734	1,211	-0,523
Calidad territorial	1,770	0,995	-0,775
Calidad paisajística	1,881	0,735	-1,146
Calidad turística	1,579	0,843	-0,736
Recurso económico	1,314	1,399	0,085
Identidad territorial	1,752	0,848	-0,904
Territorio vivo/vivido	1,592	1,088	-0,504

Tabla 3. Valores promedios de las valoracions que sugiere el paisaje actual y el paisaje de un escenario de futuro con aerogeneradores (siendo 2 mucho, 1 algo y 0 nada).
Tabla 3. *Average values of the valuations suggested by the current landscape and the landscape of a future scenario with wind turbines (2 being a lot, 1 something and 0 nothing).*

Es interesante constatar que la elección de otro destino turístico sin aerogeneradores es inversamente proporcional al tamaño del municipio del encuestado, siendo del 35% en los de más de 250.000 habitantes y aumentado progresivamente hasta el 52% en aquellos de menos de 500 habitantes. También incrementa con la edad desde el 33% de aquellos entre 16-29 años, hasta el 49% de los mayores de 65 años. Pero en todos los casos es la opción mayoritaria, lo que apoya la hipótesis de que un escenario de futuro con el proyecto de parque eólico hecho realidad afectaría de forma negativa e importante la elección como de esta zona como destino turístico.

La percepción sobre si los grandes aerogeneradores pueden afectar negativamente a la calidad de vida de la población de los núcleos cercanos (molestias acústicas, trastornos del sueño, etc.) resulta muy diversa. Consideran que les afectará de forma muy severa en un 44% en el caso de los viven en la comarca o tienen allí casa mientras que nadie de los que responde que no conoce la comarca y le resulta indiferente, contesta que puede afectar de forma severa. En el conjunto de los encuestados suman 20% los que perciben afección severa, 37% opinan que afecta de forma considerable pero no severa, 31% algo, pero muy poco y un 13% opina que no afectará nada.

En cuanto al tipo de impacto socioeconómico que puede tener la instalación de grandes aerogeneradores en los municipios turísticos en donde se instalan, un 43,7% opina que sólo será positivo si los ingresos se invierten en actividades que dinamicen el empleo de esos municipios, un 21,4% que será negativo por el impacto en el turismo, y en torno al 16% otras opciones. Si se analizan en función del tamaño del municipio de los encuestados queda patente una percepción más negativa del impacto socioeconómico en la población de municipios pequeños (49%) frente a los grandes (28%), pero en todos los casos la opción mayoritaria es que solo será positivo si hay inversión en actividades que dinamicen el empleo.

Si el análisis se hace en función de la relación con la comarca, resulta muy destacable que sus habitantes lo perciben como algo negativo por el impacto del turismo en un 70% (los nacidos fuera) y 63% (los nacidos allí) descendiendo la visión negativa a medida que la relación con la comarca es más lejana o inexistente y de forma inversamente proporcional a las visiones positivas.

Si pasamos a considerar el tipo de impacto socioeconómico en los municipios turísticos afectados visualmente (aproximadamente hasta 10km con bastante nitidez) pero sin derecho a canon compensatorio, la percepción cambia considerablemente pues la opción mayoritaria del conjunto de los encuestados pasa a ser la de un impacto negativo por la afección al turismo (46%), seguida por 22% que opina que será positivo durante la instalación y negativo a largo plazo por el impacto en el turismo. El análisis en función de la relación con la comarca arroja porcentajes superiores al 70% en la opción de impacto negativo por el turismo.

Por último, se le planteaba al encuestado que *"La energía eólica constituye un recurso abundante, limpio y renovable de indudable interés y uso creciente, siendo una de las alternativas para sustituir el uso de combustibles fósiles"*. Y que teniendo eso en cuenta, eligiera la opción con la que estaba más de acuerdo. El 87,4% de los encuestados ha estado de acuerdo con que es necesario hacer una planificación estratégica que tenga en cuenta no solo la rentabilidad del parque eólico sino también la colisión con otras posibles estrategias de desarrollo territorial como pueda ser el turismo apoyado en el paisaje de calidad.

Discusión y conclusiones

El análisis realizado pone de relieve que la Comarca del Matarraña tiene un producto y una marca turística con identidad propia muy compartido por los diferentes agentes implicados, aún dentro de los matices y diferentes puntos de vista. La estrategia de este producto turístico se apoya en el paisaje y en la marca de calidad territorial que incorpora la

producción agraria ligada a ese paisaje y que aúna los dos pilares del desarrollo de la comarca.

Pero es necesario plantear una oferta más competitiva donde la cooperación, la sostenibilidad y la resiliencia territorial, sean los principales mimbres sobre los que afianzar el producto turístico y el desarrollo integral del Matarraña. Pare ello es preciso tener una visión integrada de los esfuerzos que se realizan en materia de desarrollo turístico en esta zona y conocer bien las debilidades y fortalezas del mismo, por lo que la aportación de los agentes económicos, sociales e institucionales es decisiva. El acuerdo es unánime en potenciar la singularidad de la zona, sus recursos naturales, patrimoniales y económicos, pero por encima de todos ellos, el recurso humano, ya que la población es un factor clave en el desarrollo, suponiendo el agente más preciado para las zonas de turismo de interior, tan castigadas por la fuerte despoblación selectiva. Esto obliga a llevar a cabo políticas más transversales en las que resulta imprescindible invertir en especialización, formación, así como en la expansión y uso de las TIC. Sin embargo, estas acciones no serán en absoluto eficaces si no se logra que haya una verdadera colaboración público-privada, tan necesaria en nuestro territorios de interior.

Los resultados del sondeo exploratorio realizado evidencian que un escenario de futuro con la instalación de grandes aerogeneradores afecta claramente a la percepción que se tiene de este tipo de paisaje y lo que se espera de él, tanto dentro como fuera de la comarca y puede reducir su elección como destino turístico en un alto porcentaje de ciudadanos. Por ello, entra en colisión no solo con el producto turístico de la comarca sino con su estrategia territorial y con los compromisos consensuados en los objetivos de calidad paisajística de los Mapas de Paisaje (IGEAR, 2009) y en la Carta del Paisaje de la comarca (2010) así como con la Estrategia de Ordenación Territorial de Aragón en su capítulo VI (2014). Añade muchas más incertidumbres sobre el futuro de la comarca que certezas de compensaciones socioeconómicas y esa percepción es muy elevada en la población del Matarraña así como en otros habitantes de municipios pequeños de España, siendo también mayoritaria aunque más diversa en la población urbana. La percepción de peligro y pérdida de recursos y de calidad de vida por parte de la gran mayoría de los encuestados de la comarca, explica los movimientos de recogida de firmas, manifiesto por la conservación del paisaje del Matarraña y presentación de alegaciones por parte de la Asociación de Empresarios del Matarraña, de la Comarca, de asociación Gent del Matarranya además de asociaciones conservacionistas y particulares, pero se ve reforzada por el alto porcentaje de potenciales visitantes que afirman cambiar de destino turístico o ponerlo en duda con el parque eólico tan próximo.

El contundente el porcentaje de respuestas a favor de una planificación estratégica que tenga en cuenta no solo la rentabilidad del parque eólico sino también la colisión con otras posibles estrategias de desarrollo territorial como pueda ser el turismo apoyado en el paisaje de calidad, es una demanda clara a las autoridades competentes que no implica en absoluto estar en contra de la energia eólica, sino de decidir ubicaciones, diseños, cantidades, etc. que tengan en cuenta otras estrategias territoriales vitales precisamente para zonas vulnerables de interior pero con potencial de desarrollo.

Aunque tal como señala Noguera (2016, pp. 137) “Hasta el momento en que exista una normativa que establezca por ley la obligatoriedad de contar con planes estratégicos territoriales participativos, la mayoría de los Planes Estratégicos serán esfuerzos

voluntaristas emergidos de sociedades concienciadas, o procesos con lógica de proyecto para asegurar una financiación externa. Sean una cosa o la otra, presentarán algunos condicionantes que disminuyen notablemente sus posibilidades de éxito…"

Teniendo en cuenta la población como recurso, resulta imprescindible que los habitantes de la comarca sean tenidos en cuenta en las estrategias planteadas a futuro, ya que sólo si la sociedad está implicada, los proyectos podrán tener éxito social y probablemente también económico. En este sentido, la iniciativa de instalación de un parque eólico de grandes dimensiones, debería ser necesariamente respaldada por sus habitantes, ya que puede suponer un importante cambio para la zona, con consecuencias al menos poco claras, en una comarca que siempre ha destacado por sus esfuerzos por elaborar planes y proyectos estratégicos con amplio consenso.

La presente crisis originada por la COVID-19, puede suponer una oportunidad para el impulso de la estrategia turística y territorial de esta comarca y otros territorios de interior, tal y como desvelan algunos estudios y encuestas llevadas a cabo en los últimos meses, donde los lugares poco masificados y cercanos, con una importante presencia de espacios naturales abiertos (turismo de naturaleza, paisaje, aventuras, etc.), parecen los preferidos por los potenciales turistas (Comarcas de Aragón, 2020; Developing Natural Activities, S.L. 2020a y 2020b). La mayoría de los agentes sociales ya planteaban cuando fueron entrevistados la necesidad de renovar e impulsar un nuevo plan estratégico que paliase mejor las debilidades que continuaban lastrando y siguiera innovando sobre las potencialidades que se identifican. Esta crisis y la reacción de alta preocupación e incertidumbre ante el proyecto de parque eólico, lo hacen más necesario.

Agradecimientos

Agradecimiento al proyecto TIERVE (CSO2016-74861-R) del programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los Retos de la Sociedad.

Referencias bibliográficas

Cànoves, V., Villarino, M., Blanco, A., de Uña, E. y Espejo, C. (eds.) 2014. Turismo de interior: renovarse o morir. Valencia: Publicacions de la Universitat de València (PUV).

Comarca del Matarraña 2010. Carta del Paisaje de la Comarca del Matarraña. Pp 55

Comarcas de Aragón y empresas y establecimeintos turísticos de Aragón. 2020. Encuesta: ¿ Qué necesitas para volver a visitar Aragón?

Consejo de Europa 2000. Convenio Europeo del Paisaje. Florencia.

De Uña-Álvarez, Elena; Villarino-Pérez, Montserrat; Cuquejo Bello, Mª Carmen 2017. Territorio y turismo a través de los actores locales. El caso de Larouco (Galicia, noroeste de la Península Ibérica). *Anales de Geografía de la Universidad Complutense.* 37 (2), 349-370.

Developing Natural Activities, S.L. 2020a. La Industria Turística y el COVID 19: en busca de escenarios y recetas para las nuevas fases que definirán una nueva era del turismo.

Developing Natural Activities, S.L. 2020b. La Industria Turística y el COVID 19. Segunda investigación: "la opinión de la demanda": intención de compra de productos y servicios turísticos nuevos hábitos de consumo turístico.

Galindo, M.P. y Corraliza, J.A. 2012. Estética ambiental y bienestar psicológico: algunas relaciones existentes entre los juicios de preferencia por paisajes urbanos y otras respuestas afectivas relevantes. *Apuntes de Psicología*, Vol 30 (1-3), 289-303.

Gobierno de Aragón. 2014. *Estrategia de Ordenación Territorial de Aragón* (EOTA).

Gold, J.R. 1980. *An Introduction to Behavioural Geography*. University Pres, Oxford.

Green Capital Power S.L, 2019. Proyecto Parque eólico Argestes. Pp.418.

IGEAR (2009). *Mapas de Paisaje de la Comarca del Matarraña/Matarranya*. Dirección General de Ordenación del Territorio. Gobierno de Aragón.

Instituto Aragonés de Estadística (IAEST) (acceso 2019). Descarga de datos del Padrón Municipal de habitantes y de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Instituto Nacional de Estadística (INE) (acceso 2020). Cifras oficiales de Padrón municipal.

Noguera, J. 2016. Pensamiento y planificación estratègica territorial. En Noguera Tur, J. (Ed). *La visión territorial y sostenible del desarrollo local. Una perspectiva multidisciplinar*. Publicacions de la Universitat de Valencia. Vol I, 111-139.

Vulnerabilidad y turistificación ¿quiénes son los perdedores del centro urbano?

Mª José PIÑEIRA, Alfonso FERNÁNDEZ TABALES y
Carmen MÍNGUEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM
ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM
SUSTAINIBILITY

Piñeira, M. J., Fernández Tabales, A. y Mínguez, C. 2020. Vulnerabilidad y turistificación ¿quiénes son los perdedores del centro urbano? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 83-98. ISBN ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

En las últimas décadas los centros urbanos se han visto afectados por procesos que abarcan desde el abandono y su posterior ocupación, hasta la gentrificación, la segregación y, más recientemente, la turistificación. Todos ellos son consecuencia de los cambios en la demanda, políticas municipales, acciones del sector privado e incluso de modas; y han provocado numerosos cambios. Sin embargo, ninguno de estos fenómenos afecta con la misma intensidad a todas las áreas ni a toda la población, que presentan distintas capacidades de adaptación y de vulnerabilidad, entendida como una mayor exposición a un riesgo o amenaza. En esta comunicación realizaremos una revisión bibliográfica en torno a dos términos: vulnerabilidad social y turistificación de los centros urbanos. Ambos, de manera independiente, acumulan numerosas publicaciones en las que se establecen sus causas, cómo se manifiestan en determinados espacios e incluso indicadores para su medición; sin embargo, son escasas las publicaciones que las aúnan. Con esta investigación se pretende conocer cómo responde la sociedad actual a la presión turística, al tiempo que se van a definir y caracterizar los procesos de sustitución de usos y pobladores vulnerables
Palabras clave: *centro urbano, turismo urbano, turistificación, vulnerabilidad.*

TITLE: VULNERABILITY AND TOURISTIFICATION, WHO ARE THE LOSERS OF THE URBAN CENTER? In recent decades, urban centers have been affected by processes ranging from abandonment and subsequent occupation, to gentrification, segregation and, more recently, touristification. All of them are a consequence of changes in demand, municipal policies, actions of the private sector and even trends; and have caused numerous changes. However, none of these phenomena affects all areas or the entire population with the same intensity, which present different adaptation and vulnerability capacities, understood as greater exposure to a risk or threat. In this article we will carry out a bibliographic review around two terms: social vulnerability and touristification of urban centers. Both, independently, accumulate numerous publications in which their causes are established, how they are manifested in certain spaces and even indicators for their measurement; However, there are few publications that combine them. This research aims to know how current society responds to tourist pressure, while defining and characterizing the processes of substitution of uses and vulnerable inhabitants
Key words: *urban center, urban tourism, touristification, vulnerability.*

María José PIÑEIRA, Facultad de Geografía e Historia. Pza. Universidad 1. 15782 Santiago de Compostella mariajose.pineira@usc.es; Alfonso FERNANDEZ TABALES, Facultad de Geografía e Historia. C/ María de Padilla, s/n. 41001-Sevilla aftabales@us.es; Carmen MINGUEZ Facultad de Geografía e Historia. C/ Profesor Aranguren s/n. 28040 Madrid cminguez@ghis.ucm.es

Recepción del manuscrito: 1-julio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

Los centros urbanos constituyen un elemento muy importante de la imagen que proyectan nuestras ciudades. Son espacios en los que se cuida la calidad visual y que podemos identificar fácilmente porque son verdaderos hervideros de personas, en los que confluye el mayor volumen de vehículos de la ciudad, se concentran los equipamientos más cualificados e infrecuentes, así como los edificios institucionales y un rico patrimonio monumental, lo que les otorga una mayor visibilidad frente a otros sectores urbanos (Zoido *et al.*, 2013; Klinenberg, 2018). En palabras del sociólogo Martín Santos[1] (1986), en el centro, la ciudad asume sus prestigios, goza de sus monumentos, intensifica el espacio con el brillo de las luces, se produce la identificación urbana. Más allá todo se diluye gradualmente. Ya lejos del centro, lo urbano deja paso a una acumulación inorgánica y al almacén de las frustraciones.

El centro urbano forma parte de la memoria colectiva y tiene un alto valor simbólico para los ciudadanos. Puede corresponderse a una porción del casco antiguo, coincidir con él o sobrepasarlo (Zoido *et al.*, 2013). Y es que el centro urbano no es estático. Desde la Edad Media ha ido trasladándose desde el núcleo prístino hacia los ensanches decimonónicos a medida que la ciudad crecía. De lo que no hay duda es que ha sido el foco de atención por parte de las administraciones públicas a la hora de generar una imagen atractiva y garantizar su dinamismo. Sin embargo, la presión sobre el suelo de las actividades terciarias y los procesos especulativos de las últimas décadas, alentados por la centralidad determinaron un proceso dual. Por un lado, los sectores más dinámicos se vieron afectados por procesos de mejora urbana que, bajo diversos términos -regeneración, transformación, rehabilitación, recuperación o recalificación-, supusieron un cambio paisajístico, social y funcional. La idea era darle un nuevo look al centro, y conseguir que en él confluyesen la *beatiful people* y la *beatiful city*[2]. Por otro, el resto del espacio se vio abogado a un proceso de degradación, con el deterioro de edificación, precarias condiciones de habitabilidad, población residente envejecida y de escasos recursos, y la aparición de focos de población marginal.

En consecuencia, los centros urbanos se han convertido en espacios de diversidad, donde cohabitan sectores poblacionales diferentes desde el punto de vista social, cultural y demográfico: una población de alto nivel adquisitivo con un nuevo proletariado (inmigrantes pobres, sectores jóvenes de rentas muy bajas y afectados por el mercado de trabajo secundario) que se concentra en los sectores del centro urbano más devaluados y donde el alojamiento es más asequible por las malas condiciones de habitabilidad (Bruquetas *et al.*, 2005; Alguacil, 2006). Unos sectores, estos últimos, que han quedado en el olvido de las administraciones y que se han convertido en islas de pobreza rodeadas por un mar de riqueza plasmada en las viviendas, comercios y equipamientos a los que nunca van a poder acceder. Son espacios vulnerables, no solo por acoger una población

[1] https://elpais.com/diario/1986/12/15/madrid/535033454_850215.html
[2] https://elpais.com/diario/1986/11/18/madrid/532700654_850215.html

vulnerable que ve amenazada su supervivencia a diario ante la falta de ingresos o ayudas no contributivas, sino también por la presión que existe bien por parte un sector de la ciudadanía, que preferiría acabar con esas bolsas de pobreza y con los campamentos de cartón de la población sin techo que duerme en la calle, que generan inseguridad y dan "mala imagen"; bien por parte de los promotores inmobiliarios -apoyados en ocasiones por la administración- que ven en ese ese espacio un parcelario de gran valor y elevadas plusvalías en el que llevar a cabo proyectos de renovación urbana; así como por la tensión surgida a raíz de los procesos de gentrificación y turistificación, que de forma progresiva acaparan todo el centro urbano y que, como si de un sismo se tratara, hacen tambalear no solo la existencia de dichas islas sino también las características urbanas, sociales, económicas y culturales de todo el centro urbano.

A lo largo de este trabajo, repasaremos las investigaciones de ámbito nacional e internacional que han analizado los procesos de turistificación, y cómo estos se han convertido en un factor de vulnerabilidad urbana; para posteriormente abordar sus impactos y finalizar con iniciativas que a modo de buenas prácticas se están poniendo en marcha desde la administración para frenar o mitigar su impacto.

Las dos caras de la turistificación: fuente de ingresos *vs* factor de vulnerabilidad y dominación

La importancia del turismo como motor de crecimiento de la economía española y como sector estratégico en las etapas de crisis es un hecho reconocido y ampliamente estudiado (Lara y López-Guzman, 2004; Altamira y Muñoz, 2007; Cuadrado-Roura y López, 2015; Muñoz, 2016). Según el estudio *Aproximación al sistema de cuentas nacionales del turismo* llevado a cabo por Figuerola (2019), el turismo aportó un 12,5% al PIB y produjo 297.122 millones de euros en 2019, lo que le convierte en uno de los sectores mejor percibidos por parte de las administraciones locales, que veían en él una fuente de ingresos garantizada, hasta la crisis sanitaria del COVID19. Una crisis que mostró la cara más amarga de la vulnerabilidad de la actividad turística, más allá de aspectos como la estacionalidad, alta concentración de empleados base o la precarización de los contratos (Caixabank, 2016; Exceltur, 2018). La restricción de movilidad, el cierre de fronteras, los ERTEs, la limitación de aforo en los servicios de restauración y equipamientos culturales, la falta de ingresos para el pago a proveedores, limitan la capacidad e ingresos en los servicios directos e indirectos relacionados con el sector. Las consecuencias, una pérdida estructural definitiva de 207.000 puestos de trabajo en la hostelería (Carvalho y Valdés, 2020), y un impacto de la actividad turística para el 2020 de 124.150 millones de euros, que supone una caída del 81,4%. De hecho, entre los meses de marzo y junio de 2020 se ha registrado una pérdida de actividad 43.460 millones de euros, y 1,4 millones de empleos turísticos se han visto afectados. En este contexto, algo más del 50% de los empresarios no esperan recuperar los niveles de 2019 hasta 2022 o posterior (Exceltur, 2020).

Sin embargo, a pesar de que el sector turístico ha sido probablemente el más castigado por la crisis sanitaria (y económica), su capacidad de resiliencia, junto a unas adecuadas fórmulas de gobernanza que integren los sectores público y privado de forma coordinada, le permitirá reactivase y ser el sector estratégico para la recuperación económica de numerosas ciudades (Ramagosa, 2020). Será entonces cuando volvamos a reflexionar sobre

el turismo como factor de dominación, ejercido a través del diferencial de renta y de la hegemonía de prácticas turísticas que se manifiestan por un poder de arrastre y acumulación (Galán, 2002; Arias, 2018) de determinados establecimientos/actividades (grandes multinacionales del sector, franquicias, alquileres turísticos) y la ausencia de otros (comercio de proximidad); y como factor de vulnerabilidad urbanística, ambiental, social y económica.

Las investigaciones sobre vulnerabilidad (Arias, 2000; Naciones Unidas, 2003; Nel.lo, 2011; Carman *et al.*, 2013; Alguacil *et al.*, 2014; Subirats y Martí-Costa, 2014; Méndez *et al.*, 2015; Piñeira y Trillo, 2016; León y García, 2017; Hernández *et al.*, 2018; Piñeira y González, 2018), concuerdan en que el concepto lleva implícito algún tipo de amenaza, exposición a una incertidumbre o riesgo. Su unidad de análisis más frecuente (el individuo) se define como vulnerable ante una amenaza específica por estar en una situación de pérdida (calidad de vida, costumbres, identidad con el espacio). Sin embargo, en términos urbanos, podemos hablar de vulnerabilidad urbana para referirnos a un espacio social considerado como espacio geográfico cuya población puede verse afectada por circunstancias adversas y encontrarse en una situación de riesgo y/o fragilidad. Una fragilidad que en ocasiones vemos incrementada en los centros urbanos a raíz de políticas de regeneración que provocan, por un lado, la expulsión de la población pobre y la ocupación por estratos medios y altos de la sociedad (gentrificación); y por otro, la ocupación del espacio por parte de usuarios alóctonos, que Blanco (2005) define como consumidores de turismo y de bienes culturales y comerciales. Es así como los centros urbanos se han convertido en escenarios propios de consumo y (neg)ocio, en los que el turismo ha adquirido un papel central en su proceso de ludificación (Cabrerizo *et al.*, 2016), pero en los que se corre el riesgo de perder las funciones tradicionales y la calidad de vida de los residentes. Se trata, pues, de espacios sensibles que requieren de una atención especial (Egea *et al.*, 2008; Arias, 2000), puesto que en ellos la espiral de la obsolescencia puede determinar que surjan o consoliden situaciones de vulnerabilidad a medida que van entrando en juego diversos factores de carácter ambiental, económico, social, residencial, sensorial (Tabla 1). De su evolución y posible combinación dependerá que estemos ante lo que Temes (2007, 2014) ha definido como áreas urbanas monovulnerables en las que se identifica un tipo de vulnerabilidad; áreas polivulnerables, en las que identificamos dos tipos (pe. Residencial+económica; económica+social; social+residencial) y áreas vulnerables integrales en las que se identifican tres tipos de vulnerabilidad de forma simultánea.

El proyecto europeo SMARTDEST dirigido por A. Russo[3] se encuentra analizando cómo los grupos más vulnerables son los que sufren los peores efectos de la turistificación (aumento del coste de vida, escasez y encarecimiento de la vivienda, congestión de servicios y espacios públicos, empobrecimiento de los trabajadores con contratos temporales, transformación de la identidad cultural del centro urbano, etc.). Y es que con el turismo la ciudad de la vida cotidiana se ha ido convirtiendo en la trastienda de la ciudad escaparate (la ciudad mercantilizada) (Harvey, 2012), y lejos queda la materialización de una ciudad sostenible que mejore la calidad de vida de todos los ciudadanos.

[3] https://smartdest.eu/

Vulnerabildad	***Factor desencadenante***
Urbana	Abandono de los centros urbanos -principalmente los centros históricos-por parte de la administración hasta la década de 1980 (Campesino, 1984) Falta de planes integrales de atención a los sectores urbanos más vulnerables (p.e. se mejoran las fachadas de los edificios, pero no las condiciones de habitabilidad) Desarrollo de intervenciones sectoriales puntuales que acentúan la dualización entre sectores urbanos céntricos dinámicos y degradados (aislados) Escenificaciones autentificadas (Monterroso, 2011), urbanalización (Muñoz, 2008) y musealización en los centros urbanos/centros históricos
Económica	Incremento del valor del suelo Competencia acrecentada por los usos del suelo Generalización de procesos especulativos sobre las fincas antiguas (Bruquetas et al, 2005) Ley de arrendamientos y actualización de alquileres antiguos (Fernández, G., 2018). Especialización comercial y de servicios Incremento de la actividad turística
Social	Incremento de la dualidad social: elitizacion-gentrficación y bolsas de pobreza. (Bruquetas et al, 2005) Incremento del desempleo y precariedad laboral. Aumento de la inmigración. (Parreño y Domínguez, 2013) Contexto de vecindad cada día más anónima y resquebrajamiento de las redes de apoyo (Egea et al, 2008) Falta de servicios que satisfagan necesidades básicas de la población residente (Egea, 2008).
Residencial	Subida de los precios de las viviendas (Lois et al, 2016) Incremento de la población sin techo (Sales, 2014) Reducción del número de viviendas residenciales frente a la gentrificación y edificios ocupados por servicios de élite Escasas/nulas alternativas para vivienda de colectivos vulnerables: VPO, alquileres sociales, promociones de compra/alquiler para jóvenes.

Tabla 1. Factores de vulnerabilidad del turismo en los centros urbanos.
Table 1. *Vulnerability factors of tourism in urban centers.*

Los efectos de la turistificación y su medición en los ámbitos urbanos

Como se ha señalado en el apartado anterior, la rápida extensión del turismo de masas a espacios urbanos anteriormente ajenos al mismo es uno de los temas más tratados en las Ciencias Sociales en los últimos años (García-Hernández et al., 2017).

Dadas las numerosas y diversas implicaciones del fenómeno (económicas, sociales, espaciales, culturales, normativas, etc.), el tratamiento científico de sus efectos ha sido igualmente múltiple y, a veces, confuso en el aspecto conceptual, siendo escasos los intentos de categorizar sus consecuencias, diferenciando con nitidez causas, efectos y manifestaciones colaterales. Entre estos esfuerzos, quizás el más cercano a la realidad de los hechos es el planteado por De la Calle (2019), el cual diferencia cinco efectos principales al que se puede añadir un sexto: 1. Una mayor presencia de visitantes en los espacios centrales de la ciudad; 2. El incremento de las actividades directamente vinculadas al consumo turístico; 3. La reorientación de una gama cada vez más amplia de negocios a la clientela foránea; 4. La conversión de la vivienda en una nueva mercancía turística; 5. La creación de un paisaje o escena urbana donde predominan elementos turísticos (De la Calle, 2019: 15) y 6. La pérdida de la cultura y cohesión del vecindario (Gallagher, 2017). Pese a estos intentos de categorización, la mayor parte de las investigaciones entremezclan varias manifestaciones del fenómeno, siendo difícil asignarlas a una u otra categoría.

Parece innegable que el efecto más relevante de este fenómeno es la alteración del mercado inmobiliario en las áreas afectadas, con un intenso incremento de precios de la

vivienda (en especial en el mercado de alquileres) que puede llegar a provocar la sustitución de la población residente original, desplazada hacia áreas menos centrales de la ciudad. Sin embargo, no existe aún un cuerpo teórico y metodológico suficientemente sólido sobre la cuestión, existiendo incluso diferencias conceptuales para designar el conjunto de fenómeno. Así, en los primeros años del siglo surgió el concepto de gentrificación turística en la investigación de Gotham (2005) sobre Nueva Orleans, que ha sido posteriormente retomado con frecuencia (Sequera y Nofre, 2018; Cócola, 2018). No obstante, existe una corriente de opinión tendente a la no utilización de esta expresión, ya que el término gentrificación, vinculado a la sustitución de población residente por otra igualmente residente pero de mayor nivel de renta, se considera inapropiado para su aplicación a fenómenos turísticos, en los que la población residente se vería sustituida por población flotante (y por ello no residente); si bien algunas visiones han intentado solventar esta incoherencia terminológica aludiendo al fenómeno como una nueva modalidad, la "gentrificación 4.0" (Sorando y Ardura, 2018). En todo caso, algunos autores han afirmado que "la tendencia académica a dar una excesiva elasticidad a las definiciones permitió clasificar todos los tipos de desarrollo o reurbanización urbana neoliberal bajo el concepto de gentrificación, perdiendo así la capacidad de describir procesos urbanos matizados. Por ello es necesario diferenciar entre gentrificación, gentrificación transnacional y turistificación" (Jover y Díaz-Parra, 2019). Siendo De la Calle quien de manera más rotunda ha señalado los riesgos conceptuales de la incesante creación de nuevos términos, a veces escasamente fundamentados, al afirmar: "El concepto de gentrificación turística, de indudable éxito en términos de marketing mediático y académico, puede acabar convirtiéndose en un lastre que limite las posibilidades de aproximación al estudio del turismo y sus efectos en la ciudad" (De la Calle, 2019: 24). Con ello se hace referencia a lo aconsejable de huir de modelizaciones teóricas, a menudo nacidas en contextos académicos e institucionales lejanos a los ámbitos de estudio, frente a la necesidad de conocer y analizar las diferencias y singularidades de la relación turismo-población local en cada caso concreto, entre las cuales resulta imprescindible citar los niveles de renta de la población residente original, la morfología urbana del espacio afectado, los agentes turísticos e inmobiliarios implicados, la tradición turística de la ciudad o las políticas de gestión públicas implementadas.

En todo caso, se puede citar una amplia relación de autores e investigaciones que han abordado este fenómeno desde diferentes enfoques. Por una parte, aquéllos que han intentado adoptar una visión globalizadora, valorando el impacto desde la afectación al bien común de las poblaciones locales preexistentes (Requejo, 2016; Nofre et al, 2018; Blanco-Romero et al., 2018). Por otra, aquellos que se han ocupado de la problemática concreta de la elevación del precio de los alquileres como vector de traslación de la mayor parte del parque inmobiliario desde la función residencial a la función turística, con el resultado del desplazamiento de los residentes en alquiler (Colomb y Novy, 2017). Ya es amplia la relación de estudios de esta evolución en numerosas ciudades del mundo, tales como el ya citado de Nueva Orleans (Gotham, 2005), Los Ángeles (Lee, 2016), San Francisco y Valparaíso (Oppilard, 2017), Nueva York (Dudas *et al.*, 2017), García-Ayllón (2018) para tres ciudades españolas (Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca), Porto (Chamusca *et al.*, 2019), Santiago de Compostela (López *et al.*, 2019), Madrid (Velasco *et al.*, 2019), Málaga (Almeida *et al.*, 2019), o el muy célebre de Merante y Horn (2017), en el

que ya desde el título ("Is Home Sharing Driving up Rents? Evidence from Airbnb in Boston") se plantean demostrar, para dicha ciudad, el impacto de AirBnb en la subida de los alquileres. Por el contrario, es necesario citar también algunos estudios que ponen en duda la causalidad directa y exclusiva de la proliferación de viviendas de uso turístico para explicar el alza de los precios de los alquileres residenciales, apuntando a la complejidad del fenómeno, la inconsistencia de la mayor parte de las fuentes estadísticas disponibles y la necesidad de prudencia ante la posibilidad de buscar respuestas simples y unívocas (Füller y Michel, 2014). En definitiva, la cuestión clave estriba en medir el diferencial de beneficios que obtiene el propietario de un inmueble entre ofertarlo en alquiler residencial, con contratos de larga duración, o en alquiler turístico a través de plataformas on-line, de corta estancia y alta rotación. Y hay que señalar que la mayor parte de la literatura científica señalada, así como de informes elaborados para instituciones públicas (Schneiderman, 2014), coinciden en que la diferencia de beneficios se inclina marcadamente en favor del alquiler turístico, con el efecto en cadena de reducir el número de viviendas en alquiler residencial y elevar su precio, auténtico motor del desplazamiento de población de menores recursos a otras áreas urbanas (Blanco y Blázquez, 2019).

Otro de los efectos reiteradamente señalados es, incluso para residentes no afectados por el alza de los alquileres, la rápida transformación de su entorno cotidiano de vida, que se ve inundado de población flotante cuyas pautas y hábitos (horarios, prácticas de ocio, patrones de consumo...) pueden chocar con los habituales para los residentes, en especial si son de edad avanzada, generando una percepción de incomodidad e inseguridad (Gil y Sequera, 2018; Nofre *et al.,* 2018). Ello se acentúa a medida que se incrementa el volumen de visitantes, llegando a producir efectos de masificación en los espacios públicos y congestión en servicios y transportes públicos (Neuts *et al.,* 2012; Neuts, 2016).

En parte relacionado con lo anterior, y como agravante del mismo, cabe señalar igualmente la desaparición de comercios tradicionales y su sustitución por otros orientados hacia la demanda turística (venta de recuerdos, franquicias internacionales de restauración, cambio de moneda, puntos de información y venta de entradas, etc.) (González y Waley, 2013; Gant, 2015; Blázquez-Salom *et al.,* 2019). Este fenómeno, denominado gentrificación comercial, incrementa las dificultades para la permanencia de la población preexistente, a la que prestaba servicio dicho tejido comercial, acentuando su vulnerabilidad de cara a la desaparición de la función residencial del centro urbano.

Desde un punto de vista más próximo al análisis sectorial, algunos autores han analizado los efectos de la expansión de las viviendas turísticas sobre otros establecimientos de alojamiento, en especial los hoteles, con repercusiones negativas en la población local cuyos empleos se relacionan, directa o indirectamente, con éstos. Estos análisis, a menudo con estimaciones o aproximaciones cuantitativas, han coincidido en señalar que no solo la generación de riqueza y de ingresos fiscales sino, también y de manera destacada, de empleos es netamente superior en términos proporcionales en los establecimientos hoteleros que en las viviendas de uso turístico (Zervas y Byers, 2016; Requejo, 2016; Fuentes y Navarrete, 2016). Si bien esta problemática escapa del debate centrado en la vulnerabilidad de la población de los centros urbanos, no cabe despreciar su impacto en el conjunto de la economía local, que finalmente acabará derivando en un empeoramiento de las condiciones de los segmentos más vulnerables.

Por último, una aproximación diferenciada que cabe señalar, es la de las investigaciones que se han dirigido específicamente a la medición de los efectos en relación a la localización concreta de las viviendas de uso turístico. Este enfoque se caracteriza por su marcado carácter metodológico, centrado en lograr el máximo detalle en la identificación y localización exacta de dichas viviendas, a través de TIC, y sus relaciones espaciales causales con la ubicación de recursos turísticos, servicios públicos, equipamientos o redes de transporte, o con la distribución de precios del suelo y la vivienda. Es este un enfoque en plena expansión, y absolutamente necesario para avanzar en una materia en la que hasta el momento ha predominado el debate ideológico sobre la medición precisa de los fenómenos. No obstante, y reiterando de nuevo que esta orientación indudablemente abre fecundas vías de investigación, cabe señalar en algunos casos cierta desproporción entre el esfuerzo metodológico y los resultados concretos obtenidos, que a menudo han subrayado manifestaciones ya conocidas en la geografía del turismo (por ejemplo, que la oferta de alojamiento se ubica en las proximidades de los recursos turísticos). Sin entrar en este debate, sí cabe resaltar algunas aportaciones de relevancia en los años más recientes, tales como las de Schneiderman (2014) en el caso de Nueva York; Arias y Quaglieri (2016) en Barcelona; Lee (2016) en Los Ángeles; Yrigoy (2016) en Palma de Mallorca; Gutiérrez-Puebla *et al.* (2017) en Barcelona; Oppilard (2017) en San Francisco y Valparaíso; Ioannides *et al.* (2018) en Utrecht; García-Ayllon (2018) en Madrid, Barcelona y Palma; Mínguez *et al.* (2019) o Jover y Díaz-Parra (2019) en Sevilla.

La respuesta social e institucional

El fuerte impacto ocasionado por la masificación y la turistificación ha motivado una importante respuesta institucional y también social, muy desigual. Esta ha sido investigada por expertos en diferentes ramas de las ciencias sociales, como Velasco *et al*. (2019), Gil y Sequera (2018) o Blanco *et al.* (2019b), entre muchos otros, generando entre todos un *corpus* importante con el que se poder comparar iniciativas ante problemas semejantes que afectan a cada vez un número mayor de ciudades.

Retomando los principales efectos del turismo urbano actual, citados *ut supra*, se observa que ni la administración ni la sociedad civil han respondido con la misma intensidad a cada uno de ellos; ya que los efectos de la conversión de la vivienda residencial en viviendas de uso turístico son, sin duda, los que han acaparado mayor atención, incluso de la prensa no especializada. El interés de la administración se centró inicialmente en controlar los efectos económicos de esta conversión. Así, lo que más atención ha recibido es el encarecimiento del precio del suelo y en consecuencia la reducción del mismo para uso residencial (Gravari-Barbas y Guinand, 2017; Cócola, 2020) y, también la evasión de impuestos y la competencia con los establecimientos de alojamiento reglado (Zervas *et al.,* 2017; Xie y Kwok, 2017). Se observa, como denominador común, que la mayoría de los grandes destinos urbanos internacionales muestran la necesidad de regular las plataformas de alquilar, con la finalidad de equilibrar los intereses de los visitantes y residentes/negocios locales (Nieuwland y van Melik, 2020).

Según los primeros expertos que analizaron las iniciativas, desarrolladas hasta mediados de la década pasada, indicaban que estas podrían agruparse en tres enfoques, según el grado de rigidez: el *laissez-faire* (que en realidad no implica regulación sino todo lo contrario), la autorización con ciertas restricciones y la prohibición (Jefferson-Jones,

2014; Miller, 2014; Guttentag, 2015). El *boom* de viviendas de uso turístico experimentado en la última década se traduce en numerosas medidas, acorde a su casuística y marco legal. Estas, según von Briel y Dolnicar (2020), se pueden clasificar en cuatro tipos de respuestas, que han sido realizadas por numerosas ciudades, siguiendo una secuencia cronológica. Así, la primera reacción es la de regulación e imposición; seguida de la introducción de un sistema de registro que permite declarar y controlar los alquileres a corto plazo y, en tercer lugar, de la modificación de la regulación. Por último, en algunos casos minoritarios hasta el momento, como en Tokyo, se llega a la colaboración entre la administración y los proveedores de plataformas de alojamiento P2P. Si bien es cierto, que la regulación de este tipo de plataformas es muy complicada (Espinosa, 2016) esencialmente por la falta de instrumentos, que han tenido que ser creados ad hoc buscando un equilibrio entre el derecho a la propiedad y el derecho al acceso a la vivienda, por la dificultad para conocer si los huéspedes incumplen o no las reglas (Gottlieb, 2013; Edelman y Geradin, 2016; Espinosa, 2016) y porque la administración no se enfrenta a un único problema ni a una sola causa como origen (Novy y Colom, 2019). En definitiva, se observa que todo ello lleva a la aplicación de restricciones que afectan tanto a las características del alquiler (número de anuncios, número de visitantes, días e incluso veces que se puede alquilar una propiedad en un año o las características de la vivienda) (Guttentag, 2015; Gottlieb, 2013; Miller, 2014; Jefferson-Jones, 2014) como del espacio en el que se ubican (Gurran y Phibbs, 2017). Para ello las administraciones se han servido de instrumentos urbanísticos ya existentes, como el Plan de Ordenación Urbana y diversas ordenanzas municipales y en ocasiones se han diseñado otras específicas como el PEUAT de Barcelona o el Plan Especial de regulación del Uso Hospedaje (PEH) de Madrid.

Existe una tendencia común que consiste en reproducir las medidas acordadas, aunque son varios los investigadores que indican que cada ciudad debería adoptar las propias según sus características e impactos (Guttentag, 2015; Oskam y Boswijk, 2016; Gurran y Phibbs, 2017). Esto es lo que ha sucedido, por ejemplo, en el barrio del Cabanyal-Canyamelar (Valencia) donde se limita el uso de la vivienda turística o en Amsterdam en cuyo centro se prohibí; en Berlín que ha sido pionera al tomar una medida excepcional como es fijar un límite en los precios del alquiler de la vivienda. Esta iniciativa ha sido muy cuestionada, especialmente por asociaciones de inmobiliarias y de propietarios, hasta debatir su legalidad y carácter constitucional (Fischer-Lescano y Gutmann, 2020).

De forma paralela se ha producido una respuesta social caracterizada por ser muy crítica con el impacto del turismo en el mercado inmobiliario, la expulsión de la población y la pérdida de la calidad de vida de los residentes (Gil y Sequera, 2018). Este activismo urbano creado en torno al turismo se canaliza a través de plataformas y, de manera excepcional, ha dado lugar acciones de protesta y a una reacción social denominada de manera incorrecta como "turismofobia" o anti-turismo (Blanco *et al.*, 2019a). Surgen así asociaciones y plataformas como ABTS (Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible) y Albasud, ambas en Barcelona, Bizi Lagun Ekin en Donostia, Lavapiés, ¿dónde vas? en Madrid o Morar em Lisboa, de la capital portuguesa, entre otras muchas. Todas ellas tienen en las webs, periódicos y redes sociales sus altavoces divulgativos que permiten el intercambio de información entre ellas. Muchas se han agrupado en la "Red de Ciudades del Sur de Europa contra la Turistización" que alberga a movimientos de catorce ciudades europeas, diez de ellas españolas, con el fin de presionar a las administraciones públicas para que cambien

sus políticas sobre turismo y regulen esta actividad en función de políticas de sostenibilidad social, económica y ambiental (Manifiesto de SETNet). Se pone en evidencia así la capacidad de creación de redes alternativas (Gil y Sequera, 2018) que presentan diferentes formas de reacción, que abarcan desde las opciones más académicas a las más artísticas, y por lo tanto mediáticas.

Además, las asociaciones y plataformas creadas como consecuencia de la turistificación mantienen una estrecha colaboración con otras asociaciones vecinales que están centradas en otros aspectos, como las condiciones y el acceso a la vivienda, la protección del comercio tradicional y la defensa de los espacios y servicios públicos. De manera que comparten con ellas una filosofía - anticapitalistas y contrarias a las políticas neoliberales- y unos objetivos semejantes, como es el derecho a la ciudad que se ve especialmente amenazado por el turismo (Hernández, 2018). En definitiva, estas nuevas plataformas siguen la estela iniciada por otros movimientos contrarios a las tenderncias gentrificadoras (Sequera, 2013) iniciadas en muchas ocasiones por la propia administración a través de sus programas de embellecimiento de la ciudad y de ayuda a la mejora de la calidad de vida de las viviendas (Jover y Díaz, 2019). Uno de los hechos destacables es que curiosamente estos movimientos no están liderados por la población más vulnerable desde el punto de vista socioeconómico, sino que sus agentes protagonistas son los vecinos que otrora formaron parte de un primer proceso de gentrificación del barrio y que defienden las condiciones de vida de barrios que ya han sufrido un primer aburguesamiento.

Paralelamente, hay que destacar la aparición, en los últimos años, de otro movimiento asociativo menos conocido pero resultado también de la turistización, y es el de propietarios de viviendas en alquiler turístico. En estos casos, estas agrupaciones, ofrecen servicios de asesoramiento jurídico y fiscal a los propietarios que quieren ofrecer sus viviendas y hacer negocio con ellas. Sin duda, este campo es menos conocido y por lo tanto estudiado.

En definitiva, hay que destacar que la relevancia adquirida por el turismo determina su firme inclusión en la agenda política de las entidades locales -concediéndole a la actividad turística un valor económico, social y también político (Burns y Novelly, 2007), así como en la agenda de los movimientos sociales (Milano, 2017). Si se compara la respuesta institucional con la social se destacan dos cuestiones clave. Por un lado, que ninguna de las dos defiende de manera directa a la población más vulnerable y para la cual la presión turística endurece su situación de precariedad y, por otro lado, que las orientaciones de las acciones institucionales son más limitadas y presentan una visión más económica, que la de los grupos que contemplan aspectos de carácter más amplio y social.

Conclusiones

A lo largo del presente trabajo se ha podido comprobar la cantidad y diversidad de investigaciones llevadas a cabo sobre la actividad turística y sus impactos. Son numerosos los que han señalado los beneficios del turismo y cómo desde el foco político y mediático se intenta trasladar la idea de que el crecimiento turístico acaba beneficiando, aunque sea por “derrame”, a todo el conjunto de la sociedad, independientemente de su nivel de renta o posición; de forma que aunque sea innegable que unos se benefician más que otros, finalmente toda la ciudadanía se beneficiaría. No obstante, ante el incremento de efectos negativos generados en numerosos destinos, se va abriendo paso una nueva visión

alternativa a la anterior, según la cual existen colectivos sociales para los que el balance coste-beneficio de la turistificación es netamente negativo, entendido como pérdida de calidad de vida y deterioro del acceso a bienes públicos y de carácter básico.

El análisis de la literatura científica e institucional nos ha permitido comprobar cómo las políticas públicas dirigidas a paliar los problemas de los centros urbanos han adoptado, en general, un enfoque sectorial (dotación de equipamientos, renovación arquitectónica, embellecimiento de entornos, construcción de hitos emblemáticos, etc), siendo muy escasas las muestras de enfoques integrales que hayan vinculado las medidas sociales, económicas y dotacionales. El resultado de ello ha sido que, ante el fenómeno de la turistificación, estas medidas públicas no han discriminado positivamente en favor de los grupos sociales más vulnerables, con el corolario de su expulsión de los centros urbanos en paralelo a la mejora objetiva de las condiciones de éstos, lograda paradójicamente gracias a políticas públicas de regeneración urbana.

En el momento actual, todos los planteamientos sobre esta temática se han visto trastocados por los efectos de la pandemia de COVID-19. La paralización de los flujos turísticos ha transformado radical y abruptamente la situación, de forma que el escenario ha pasado desde la preocupación por el impacto de la turistificación, a un creciente debate sobre las fórmulas posibles para revitalizar el sector turístico, ante la previsible crisis económica y social que se avecina. Si bien esta segunda orientación, unánime en el mundo institucional y empresarial, es comprensible ante el acelerado incremento del desempleo, cabe señalar que los fenómenos analizados pueden recuperar impulso en pocos años; con las mismas consecuencias, pero con el agravante de que el deterioro derivado de la crisis en los grupos sociales desfavorecidos puede hacerlos aún más vulnerables que antes. Así, una nueva oleada futura de turistificación impactaría sobre unos ámbitos y colectivos urbanos cuya vulnerabilidad (capacidad para asumir un incremento de precio del alquiler, nivel de resistencia organizativa, posibilidades de articular un discurso alternativo, etc.) se habría visto agravada. Es pronto para adelantar conclusiones definitivas sobre este escenario, pero al menos debe señalarse que sobre ello se abre un fecundo y necesario campo de investigación y de acción social en los próximos años.

Agradecimientos

A los proyectos del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades: “Nuevos modelos de gobierno de las ciudades, e intervencion en los espacios urbanos en el periodo postcrisis”, “Inteligencia Territorial Vs. Crecimiento Turístico. La Planificación y Gestión de Destinos ante el Nuevo Ciclo Expansivo Inmobiliario” y “Transformaciones del paisaje urbano histórico inducidas por el turismo: contradicciones y controversias, gobierno y gobernanza.”

Referencias bibliográficas

Alguacil Gómez, J. 2006. Barrios desfavorecidos: diagnóstico de la situación española. En: Vidal Fernández, F. (dir.), *V Informe FUHEM de políticas sociales: La exclusión social y el estado del bienestar en España*. FUHEM, Madrid, pp. 155-168.

Alguacil, J. A., Camacho, J. y Hernández, A. 2014. Urban vulnerability in Spain. Identification and evolution of vulnerable neighbourhoods. *EMPIRIA. Social Sciences Methodology Journal*, 27, 73-94.

Almeida, F., Cortés, R. y Balbuena, A. 2019. Tourism-phobia in historic centres: the case of Malaga. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.

Altimira, R. y Muñóz, X. Y. 2007. El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 677-710

Arias, F. (dir.) 2000. *La desigualdad urbana en España*. Ministerio de Fomento, Madrid, 191 pp.

Arias, A. and Quaglieri, A. 2016. Unravelling Airbnb: Urban perspectives from Barcelona. En: Russo, A. P., Richards, G. (eds.), *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*. Channel View Publications, Bristol, 209–228.

Arias , A. 2018. Turismo y gentrificación. Apuntes desde Barcelona. En: Donat, C., Porcel, S., Gomà, R. *Gentrificació i dret a la ciutat*, 60, 207-2011.

Blanco, I. 2005. Políticas urbanas de inclusión socio espacial. La experiencia de Barcelona. *X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Santiago de Chile, Biblioteca Virtual. Disponible en https://www.participacionsocial.org/ARCHIVO/documentos/barrio_Taller4_La_ciudad_desigual_1.pdf

Blanco, A., Blázquez, M. and Canoves, G. 2018. Barcelona, Housing Rent Bubble in a Tourist City. Social Responses and Local Policies. *Sustainability*, 10, 2043.

Blanco, A. y Blázquez, M. 2019. Marchandisation touristique du logement et planification urbaine à Barcelone. *Sud-Ouest Européen*, 46, 9-22.

Blázquez, M., Blanco, A., Gual, J. and Murray, I. 2019. Tourist gentrification of retail shops in Palma (Majorca). En: Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (eds.), *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*. CABI Publishing, London, 39–69.

Blanco, A., Blàzquez, M., Morell, M. y Fletcher, R. 2019. Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.

Bruquetas, M., Moreno, F. J. y Walliser, A. 2005. *La regeneración de barrios desfavorecidos*. Fundación Alternativas, Madrid, 68 pp.

Cabrerizo, C., Sequera, J. y 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.

Caixabank. 2016. *La estacionalidad del turismo*. Informe mensual Focus. Disponible en https://www.caixabankresearch.com/documents/10180/3228299/28%2BFocus%2B8%2BCAST.pdf

Campesino, A. 1984. Los centros históricos, análisis de su problemática. *Norba: Revista de Geografía*, 5, 51-62.

Carman, M., Vieira, N. y Segura, R. 2013. *Segregación y diferencia en la ciudad. FLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)*. Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Quito, 116 pp.

Carvalho, A. y Valdés, P. 2020. *Impacto de COVID-19 en hostelería en España*. Bain and company, Madrid, 16 pp.

Chamusca, P., Rio Fernandes, J., Carvalho, L. and Mendes, T. 2019. The role of Airbnb creating a "new"-old city centre: facts, problems and controversies in Porto. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.

Cócola, A. 2016. Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront. *Sociological Research Online*, 21 (3).

Cócola, A. 2018. Tourism gentrification. En: Lees, L. y Phillips, M. (eds.), *Handbook of Gentrification Studies*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham and Northampton, 281-293.

Cócola-Gant, A. 2020. Gentrificación turística. *In:* Cañada, E. y Murray, I. (edit.). *Turistificación global: perspectivas críticas en turismo*. Icaria, Barcelona, 291-308.

Colomb, C. y Novy, J. (Eds.) 2017. *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge, London, 344 pp.

Cuadrado-Roura, J. R. y López Morales, J. M. 2015. *El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española*. El turismo, motor delcrecimiento y de la recuperación de la economía española. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, Universidad de Alcalá, Madrid.

De la Calle, M. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1-40.

Dudas, G.; Vida, G.; Kovalcsik, T. y Boros, L. 2017. A socio-economic analysis of Airbnb in New York City. *Regional Studies*, 7, 135–151.

Edelman, B. G. y Geradin, D. 2016. Efficiencies and regulatory shortcuts: How should we regulate companies like Airbnb and Uber? *Stanford Technology Law Review*, 19(2), 293–328.

Egea, C., Nieto, J. A., Domínguez, J., y González, R. 2008. *Vulnerabilidad del tejido social de los barrios desfavorecidos de Andalucía. Análisis y potencialidades.* Centro de Estudios Andaluces, Sevilla.

Espinosa, T. P. 2016. The cost of sharing and the common law: How to address the negative externalities of homesharing. *Chapman Law Review*, 19(1), 597–627

Exceltur. 2018. Estudio sobre el empleo en el sector turístico español. Disponible en https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf

Exceltur. 2020. Plan "Renacer del turismo español" 2020-2023. Disponible en www.exceltur.org

Fernández, G. 2018. La "turistificación" de barrios y ciudades i: definición y agentes intervinientes. http://gumersindofernandez.com/blog/2018/05/25/la-turistificacion-de-barrios-y-ciudades-i-definicion-y-agentes-intervinientes/

Figuerola, P. 2019. *Aproximación al sistema de cuentas nacionales del turismo.* Mesa de Turismo. Universidad de Nebrija.

Fischer-Lescano, A. y Gutmann, A. 2020. Mietpreisregulierung im Föderalismus. Zur Verfassungsmäßigkeit des Berliner Wohnungsmietenbegrenzungsgesetzes. *KJ Kritische Justiz*, *53*(1), 3-15.

Fletcher, R: Murray, I; Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2019. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763

Fuentes, R. y Navarrete, L. 2016. Tourists in hotels versus holiday homes: Economic impact and characterization. *Tourism Review International*, 20, 177–195.

Füller, H. y Michel, B. 2014. 'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38, 1304–1318.

Galán, M. M. 2002. El turismo urbano como estrategia de desarrollo sostenible. Análisis de cuatro ciudades andaluzas. Universidad de Málaga.

Gallagher, L. 2017. *The Airbnb story: How three ordinary guys disrupted an industry, made billions … and created plenty of controversy*. Houghton Mifflin Harcourt, Boston.

Gant, A. 2015. *Tourism and Commercial Gentrification*. Disponible en: www.rc21.org/en/wpcontent/uploads/ 2014/12/E4-C%C3%B3cola-Gant.pdf

García, J. S., Díaz, M. C. y García, L. M. 2018. Auge y crisis inmobiliaria en Canarias: desposesión de vivienda y resurgimiento inmobiliario, *Investigaciones Geográficas*, nº 69, 23-39.

García-Ayllón, S. 2018. Urban Transformations as an Indicator of Unsustainability in the P2P Mass Tourism Phenomenon: The Airbnb Case in Spain through Three Case Studies. *Sustainability*, 2018, 10(8), 2933

García Hernández, M., Calle Vaquero, M. de la, y Yubero Bernabé, C. 2017. Cultural heritage and urban tourism: historic city centres under pressure. *Sustaninability*, 9, 46.

García, L.; Smith, N. y Mejías, M. 2007. Gentrification, displacement, and tourism in Santa Cruz de Tenerife. *Urban Geography*, 28 (3), 276-298.

Gil, J. y Sequera, J. 2018. Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. *Empiria Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 41, 15–32.

González, S. y Waley, P. 2013.Traditional retail markets: The new gentrification frontier? *Antipode*, 45, 965–983.

Gotham, K. F. 2005. Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099–1121.

Gottlieb, C. 2013. Residential short-term rentals: Should local governments regulate the 'industry'? *Planning & Environmental Law*, 65(2), 4–9.

Gravari-Barbas, M., & Guinand, S. (eds.). 2017. *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Routledge, London, 340 pp.

Gutiérrez, J., García-Palomares, J.C., Romanillos, G. and Salas-Olmedo M.H. 2018. The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291.

Gurran, N., and Phibbs, P. 2017. When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American planning association*, 83(1), 80-92.

Guttentag, D. 2015. Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217.

Harvey, D. 2012. *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. Verso, London, 208pp.

Hernández Ramírez, J. 2018. La voracidad del turismo y el derecho a la ciudad. *Revista Andaluza de Antropología*, 15, 22-46.

Hernández, A., Rodríguez, R., y Rodríguez, I. 2018. *Barrios vulnerables de las grandes ciudades españolas 1991 | 2001 | 2011*. Ministerio de Fomento, Madrid.

Hernández, S., Sánchez, C., Ginés, C. 2008. Turismo y desarrollo sostenible en los espacios urbanos. *In:* Troitiño, M. A., Saúl, J., García, M. (edits.). Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones? Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 201-2012.

Hervella, E. 2018. Turismo sostenible en la ciudad de Madrid. *M+A. Revista Electrónic@ de Medio Ambiente*, 19 (2), 178-194.

Ioannides, D., Röslmaier, M. y Van der Zee, E. 2018. Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood, *Tourism Geographies*, 21(5), 822-840.

Jefferson-Jones, J. 201). Airbnb and the housing segment of the modern sharing economy: Are short-term rental restrictions an unconstitutional taking. *Hastings Constitutional Law Quarterly*, 42(3), 557–575.

Jover, J. y Díaz-Parra, I. 2019. Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*.

Klinenberg, E. 2018. *Palaces for the People: How Social Infrastructure Can Help Fight Inequality, Polarization, and the Decline of Civic Life*. Penguin, London, 277 pp.

Lara, F., López-Guzmán, T. 2004. El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 243-256.

Lee, D. 2016. How Airbnb short-term rentals exacerbate Los Angeles's affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harvard Law Policy Rev*, 10, 229–253.

León, J. y García, G. 2017. Mapa de Riesgo Social de Zaragoza. Una visión alternativa a los análisis urbanísticos de vulnerabilidad urbana. *Civatge. Estudis e testimonis sobre el conflicte y el canvi socials*, 5. 11-47.

López, A., Estéban, J. 2008. Turismo, internet e indicadores ambientales de sostenibilidad. *Observatorio Medioambiental*, 11: 185-199.

López, L., Pazos Otón, M., y Piñeiro Antelo, M. de los Ángeles. 2019. ¿Existe overtourism en Santiago de Compostela? Contribuciones para un debate ya iniciado. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.

Méndez, R.; Abad, L.D. y Echaves, C. 2015. Atlas de la crisis. Impactos socioeconómicos y territorios vulnerables en España. Tirant lo Blanch, Valencia, 301 pp.

Merante, M. and Horn, K.M. 2017. Is Home Sharing Driving up Rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, 38, 14–24.

Milano, C. 2017. Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea urbana*, 1, 5-8.

Milano, C., Novelli, M., y Cheer, J. M. 2019. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1857-1875.

Miller, S. R. 2014. Transferable sharing rights: A theoretical model for regulating Airbnb and the short-term rental market. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id = 2514178

Mínguez, C, Piñeira, M.J. y Fernández-Tabales, A. 2019. Social Vulnerability and Touristification of Historic Centers. *Sustainability,* 11 (16), 4478

Monterroso, J. M. 2011. El centro histórico. La creación de una conciencia cultural. El caso de Santiago de Compostela. *Actas do Seminário Centros Históricos: Passado e Presente. Universidade de Porto,* pp. 39-69.

Muñoz, F. 2008. *Urbanalización. Paisajes Comunes, Lugares Globales*. Gustavo Gili, Barcelona, 216 pp.

Muñoz, R. 2016. El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la economía española. *International journal of scientific management and tourism*, 2 (4), 81-115

Murray, I. 2015. *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Alba Sud Editorial, Barcelona, 424 pp.

Naciones Unidas 2003. *Report on the World Social Situation, New York*, United Nations.

Nel·Lo, O. 2011. The Five Challenges of Urban Rehabilitation. The Catalan Experience, U*rban Research and Practice*, IV (3) 308-325

Neuts, B. 2016. An econometric approach to crowding in touristic city centres: Evaluating the utility effect on local residents. *Tourism Economics*, 22(5), 1055–1074

Neuts, B., Nijkamp, P., & Van Leeuwen, E. 2012. Crowding externalities from tourist use of urban space. *Tourism Economics*, 18(3), 649–670

Nieuwland, S. y van Melik, R. 2020. Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals. *Current Issues in Tourism*, 23 (7), 811-825

Nofre, J.; Giordano, E.; Eldridge, A.; Martins, J.C.; and Sequera, J. 2018. Tourism, nightlife and planning: Challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta. *Tourism Geographies*, 20: 377-396.

Novy, J. y Colomb, C. 2019. Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: A critical review. *Tourism Planning & Development*, 16(4): 358-375.

Oppilard, F. 2017. From San Francisco's 'Tech Boom 2.00 to Valparaiso's UNESCO World Heritage Site: Resistance to tourism gentrification from a comparative political perspective. En: Colomb, C. y Novy, J. (eds.). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge: London, 129-151.

Oskam, J.y Boswijk, A. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of tourism futures*.

Parreño, J. M. y Domínguez, J. 2013. Crecimiento urbano-turístico, segregación residencial y políticas de intervención en el área urbana Gran Canaria Sur. *In:* Valenzuela, M., Barrado, D. A., Palacios, J. (eds.) *Las ciudades españolas en la encrucijada: Entre el "boom" inmobiliario y la crisis económica*. Real Sociedad Geográfica y Asociación de Geógrafos Españoles, Madrid, 297-334.

Piñeira, M. J. y Trillo, J. M. 2016. El efecto de la crisis sobre los barrios vulnerables: una aproximación al contexto español a través de un estudio de caso. En *Crisis, globalización y desequilibrios sociales y territoriales en España. Aportación Española al 33 Congreso de la Unión Geográfica Internacional.* Comité Español de la UGI, Beijing.

Piñeira, M. J. y González, J. M. 2018. Conflictos sociales y nueva gobernanza urbana en España: alternativas a la vulnerabilidad. En: Autissier, A. M. et al. (eds.), *Urban Dynamics. Conflicts, Representations, Appropriations and Policies*. Peter Lang, Berlin.

Ramagosa, F. 2020. The COVID-19 crisis: Opportunities forsustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*. 1-5

Red de Autoridades Ambientales. Módulo de sensibilización Ambiental para el sector turístico. Disponible en https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/red-de-autoridades-ambientales-raa-/moduloturismodic04_tcm30-166734.pdf

Requejo, J. 2016. Frente a la marabunta: Territorio y trabajo, bases del turismo responsable y sostenible. *Razones de Utopía*, 2, 30–47.

Saarinem, J. 2014. Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. *Sustainability*, 6, 1-17.

Sales, A. 2014. Crisis, empobrecimiento y personas sin hogar. *Dossier Catalunya Social Propostes desv del Tercer Sector*. Disponible en www.tercersector.cat/sites/default/files/dossier_crisis_empobrecimiento_y_personas_sin_hogar_2.pdf

Schneiderman, E. T. 2014. *Airbnb in the city*. Office of the Attorney General of the State of New York. Disponible en https://ag.ny.gov/pdfs/ AIRBNB%20REPORT.pdf

Sequera, J. y Nofre, J. 2018. Debates Shaken, not stirred. New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(5–6), 843-855.

Sorando, D., y Ardura, A. 2018. Procesos y dinámicas de gentrificación en las ciudades españolas. *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona. Territori, estratègies, planejament*, 60, 35–47.

Subirats, J. y Martí-Costa, M. 2014. *Ciudades, vulnerabilidades y crisis en España*. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 174 pp.

Temes, R. 2007. *El tapiz de Penélope. Transformaciones residenciales sobre tejidos sin valor patrimonial*. Tesis Doctoral inédita. Universitat Politécnica de Valencia.

Temes, R. 2014. Valoración de la vulnerabilidad integral en las áreas residenciales de Madrid. *EURE*, 40, 119-149

Torres, A. 2010. Sostenibilitat i modalitats turístiques. Una anàlisi de casos a Catalunya. *Documents d'anàlisi geogràfica*, vol. 56 (3), 479-502.

Torres, T., y Sala, M. 2008. El turismo como elemento de crecimiento económico en el ámbito español. *Papers de Turisme*, 43-44, 83-95

Velasco González, M., Herrero López, R., y López Sánchez, E. 2019. El orden del caos: la decisión del gobierno ante el problema del impacto del turismo en el centro urbano de Madrid. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.

Von Briel, D. y Dolnicar, S. 2020. The evolution of Airbnb regulation. An International Longitudinal Investigation 2008-2020. https://doi.org/10.31235/osf.io/t4nqs

Xie, K.L. y Kwok, L. 2017. The effects of Airbnb's price positioning on hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 67: 174-184.

Yrigoy, I. 2016. The impact of Airbnb in the urban arena: Towards a tourism-led gentrification? The case study of Palma old quarter. *In:* Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X., (eds.). *Turismo y Crisis. Turismo Colaborativo y Ecoturismo*. Societat d'Història Natural de les Balears, Palma, 281-289.

Zervas, G. y Byers, J. 2016. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of marketing research*, 54 (5), 687-705.

Zoido, F., De la Vega, S., Morales, G., Mas, R., y Lois, R. 2013. *Diccionario de urbanismo*. Ed. Cátedra. Madrid, 424 pp.

Enjambres de medusas en áreas turísticas litorales. Aproximación metodológica multiescalar a sus implicaciones en materia turística

Francisco José CANTARERO PRADOS, Sergio REYES CORREDERA y Sofía BAUTISTA BARROSO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Cantarero Prados, F.J., Reyes Corredera, S. y Bautista Barroso, S. 2020. Enjambres de mesusas en áreas turísticas litorales. Aproximación metodológica multiescalar a sus implicaciones en materia turístca. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 99-108. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La Costa del Sol es uno de los principales destinos turísticos maduros de sol y playa en el panorama internacional. Esta circunstancia ha llevado a buena parte del litoral malagueño a depender de esta actividad y, por tanto, verse condicionada ante las fluctuaciones de visitantes marcadas por los ciclos económicos o los acontecimientos acaecidos a diferentes escalas geográficas contemplando por ello aquellos que se sustentan en las alteraciones de las condiciones ambientales. Entre estas alteraciones se encuentra un fenómeno que ha sido recurrente en los últimos veranos, coincidiendo en gran medida con la temporada alta de la actividad turística, la presencia de enjambres de medusas en el área litoral más próxima a tierra firme. La propuesta que se expone en este trabajo persigue evaluar el potencial impacto de este fenómeno en el uso de los arenales costeros demandados por turistas, residentes y visitantes, así como en su área de influencia socioeconómica inmediata dominada en gran medida por la actividad turística y de ocio.
Palabras clave: *vulnerabilidad, playas, medusas, turismo, riesgo.*

JELLYFISH SWARMS IN COASTAL TOURIST AREAS. MULTISCALAR METHODOLOGICAL APPROACH TO ITS IMPLICATIONS IN TOURISM. Costa del Sol is one of the main mature touristic destinations of sun and beach in the international scene. This context makes that the most part of the coast depends on this activity and, for that, it is conditioned by the fluctuations of visitors from de economic cycles and other events from different regional scales, including environmental alterations. About those alterations there is a phenomenon what was recurring in last summers, largely coinciding with the high season of tourist activity, the presence of jellyfish swarm in the coast nearest of the land. The proposal that shows this text follows to evaluate the potential impact of this phenomenon in the use of the coastal beaches demanded by tourists, residents and visitors and their socioeconomical hinterland dominated by tourist and leisure activity.
Key words: *vulnerability, beaches, jellyfish, risk, tourism.*

Francisco José CANTARERO PRADOS, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Málaga, Campus Universitario de Teatinos, s/n 29071 – Málaga, España. fjcantarero@uma.es; Sergio Jesús REYES CORREDERA, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Málaga, Campus Universitario de Teatinos, s/n 29071 – Málaga, España, sergioreyes@uma.es; Sofía BAUTISTA BARROSO, Facultad de Turismo, Universidad de Málaga, C/ León Tolstoi, s/n., Campus de Teatinos 29071, Málaga, España, sofii_bb@hotmail.com

Recepción del manuscrito: 15-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

A finales de los años 60 del pasado siglo, la Costa del Sol encontró en el turismo una forma rentable de sacar partido a su litoral. Desde entonces, de forma general, los factores naturales (el sol, las aguas, las playas) han dado la cara a una sociedad que los ha puesto en valor y los ha empleado como motor principal de su desarrollo. Por tanto, en la dualidad antagónica, según la cual el medio natural es entendido por el ser humano como recurso u obstáculo natural (Dollfus, 1976), el litoral en la Costa del Sol es percibido claramente como lo primero. La apuesta por el desarrollo ha sido decidida; la progresiva especialización de esta costa en el turismo ha conllevado una extraordinaria concentración de la actividad productiva en tal sector. Esta excesiva dependencia de la economía de los flujos turísticos y, por ende, de los factores que lo permiten, implica que cualquier anomalía natural que pueda afectar a la actividad turística sea encajada con inquietud por parte del sector y de la administración. Esto es lo que sucedió en el verano de 2018 con la abundante de llegada de colonias de medusas a buena parte de municipios de la Costa del Sol.

Este fenómeno no es la primera vez que ocurre, pero si de forma tan llamativa. Los enjambres de medusas (principalmente *Pelagia noctiluca*, entre otras) vienen presentándose a lo largo de la costa andaluza de manera periódica a lo largo de los años. Su presencia por ahora podría calificarse como "revés" o "contratiempo". Por ahora se desconoce si quedará solo en eso o si pueda alcanzar mayor magnitud. Esta cuestión, aún no ha sido calibrada principalmente por dos factores. El primero de ellos: la falta de conocimiento tan preciso como para la elaboración de modelos predictivos de la aparación del fenómeno natural, a pesar de que se sigue avanzando en el conocimiento al respecto (Goy *et al.,* 1988; Boero *et al.,* 2008; Condon *et al.,* 2013; Canepa *et al.,* 2014; Bellido *et al.,* 2020, Rubio Gómez y Gutiérrez Hernández, 2020). En segundo lugar: el desconocimiento de las repercusiones sociales y económicas que podría acarrear un agravamiento y cronificación del problema. Ante esta tesitura, la gestión territorial de esta problemática imprecisa debe ser contrarrestada con previsión, planificación y preparación.

Esta segunda cuestión motiva a este trabajo a plantear una metodología que tiene por objectivo estimar las posibles repercusiones de este fenómeno cada vez menos esporádico, al menos en los últimos años, en la Costa del Sol. Se trata, por tanto, de analizar el grado de afectación del litoral para derivar conclusiones que puedan ayudar a la puesta en pràctica de posibles medidas de gestión problemática a nivel local. El enfoque observa las llegadas de medusas a las costas como un riesgo para la actividad en las playas. En base al mismo se enfoca el anàlisis a través del esquema clásico de gestión del mismo, el cual queda dividido en tres factores: peligrosidad, exposición y vulnerabildad de los elementos expuestos (Olcina, 2001). Particularmente se centra la atención en las playas y sus áreas de influencia y se enfoca el anàlisis a la vulnerabilidad de las actividades de recreación y ocio que se llevan a cabo en estas áreas. Para ello se ha elegido un área piloto de cuatro playas en el municipio de Marbella (provincia de Málaga, España), porción de la Costa del Sol que no ha sido una excepción al fenómeno de las medusas en años precedentes, siendo la de 2018 la última temporada de verano en la que la llegada de medusas a la playa ha sido notable.

Metodología

La metodología empleada se centra en detectar la vulnerabilidad del uso humano de las playas y sus áreas de influencia. Al pensar en la efectación que las medusas pueden provocar a las actividades humanas en la playa, en un primer instante, podría pensarse que todas puedan ser negativas. Sin embargo, no siempre tiene por qué ser asi. Dada que algunas de estas actividades son económicas, puede plantearse que la llegada de un enjambre en un día concreto podría reportar mas beneficios económicos que en un día sin medusas a ciertas actividades como, restaurantes, piscinas aledañas, hidropedales, farmacias, etc, sin embargo, a largo plazo (a dos o tres veranos vista en un escenario con reiteradas visitas de medusas en todos ellos) podría provocar que la actividad decaiga por un descenso generalizado del turismo. Por tanto, este trabajo trata de abordar las afectaciones que las medusas pueden comportar realizando el enfoque a varias escalas temporales y espaciales.

Por un lado, en la dimensión espacial se abordará el estudio de la vulnerabilidad a tres escalas:

- De detalle (playa): La de mayor acercamiento o resolución, delimitando la zona a estudiar a la propia playa y paseo marítimo.
- Área de influencia: Abarca una extensión que va más allá de la propia playa, alcanzando áreas donde la actividad económica está relacionada en gran parte con la actividad turística de la playa. Es su área de influencia más cercana. No tiene una extensión fija sino variable en función de la magnitud de dicha influencia, la cual estará en función de elementos como la propia relevancia de la playa o la competencia de otras frente a la que es objeto de este estudio. En esta zona, por ejemplo, se encuentran normalmente la mayoría de los hoteles que utilizan la playa como recurso turístico.
- Municipal: La del municipio o entorno supramunicipal al que pertenece la playa.

A nivel temporal se establecerán 2 dimensiones:

- Corto plazo: en el que se abordarán las posibles repercusiones inmediatas de la llegada de un enjambre de medusas.
- Largo plazo: en el que se considerarán las consecuencias en un posible escenario de aumento en la frecuencia de los blooms de medusas en próximas temporadas.

En cuanto a las diferentes dimensiones de la vulnerabilidad, se valora principalmente la socioeconómica que es abordada a través de entrevistas a los empresarios de la zona y encuestas a los usuarios de las playas.

Se aplica esta metodologia a cuatro de las playas que forman parte de la Guía de Playas del el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente en su Guía de Playas (MAPAMA, 2019), concretamente las de La Bajadilla, La Venus, la del Faro y la Fontanilla, en el municipio de Marbella (provincia de Málaga, España).

Las fuentes para trabajar estos seis contextos espacio-temporales se dividen en dos tipos: por un lado las estadísticas oficiales económicas ofrecidas por institutos oficiales de estadística (en el caso andaluz el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía) y por otro las encuestas y entrevistas realizadas mediante trabajo de campo tanto en la playa como en su área de influencia. En función de dicho contexto se emplearán unas, otras o ambas.

A continuación se desarrollan los diferentes procedimientos metodológicos para hacer frente al análisis en estos diferentes contextos espacio-temporales. Se han estructurado en dos grandes bloques en función de la escala temporal, primero a corto plazo y después a largo plazo:

Análisis de posibles consecuencias a corto plazo

Este primer bloque se centra en conocer las posibles consecuencias inmediatas que puede acarrear la llegada de un enjambre de medusas en un día concreto a la playa. Este análisis se divide en dos secciones: las repercusiones sobre la propia playa (a nivel de uso y sobre actividad económica ligada al turismo) y sobre el área de influencia (concretamente en la actividad económica ligada al turismo).

Análisis de detalle (en la propia playa) a corto plazo (en la inmediatez temporal)

Se parte, de la evaluación del factor exposición (de los usuarios y las actividades económicas de tipo turístico existentes sobre la playa) para, a continuación, abordar la propia vulnerabilidad, tanto de los usuarios como de las mismas actividades económicas. Se tratan los siguientes apartados:

a) Exposición total.

Se basa en un doble Inventario de actividades económicas relacionadas con la playa ubicadas sobre el área o en el frente de mar (restaurantes, bares, hidropedales, hamacas, vendedores ambulantes, etc.).

b) Exposición neta

Con esta denominación se trata de refinar o filtrar el número de usuarios que realmente se pueden ver afectados por la presencia de medusas. Éstos son los que acuden a la playa con la intención de darse un baño. Aquellos otros que acuden con otro tipo de intenciones no son contabilizados. Se caracteriza a través de los siguientes 2 indicadores: "Motivo por el que se decide ir a la playa" y "preferencia personal para meterse al agua en el 100% de las ocasiones que se acude a la playa"

c) Vulnerabilidad del usuario

El grado de afectación, o nivel de vulnerabilidad de los usuarios se ha segmentado en tres diferentes componentes:

c1) Grado de molestia experimentado, determinado a través de los siguientes indicadores:

-Valoración de la experiencia ante la llegada de medusas u otro impedimento para bañarse en el mar

-Voluntad de permanencia en la playa ante la llegada de una colonia de medusas

c2) Elementos de protección, caracterizado por los siguientes tres elementos indicadores:

-Información preventiva: Conocimiento de la app "Infomedusa" (Diputación de Málaga y Aula del Mar).

-Protección física: empleo de protección anti-medusas

- Elementos de mitigación: Conocimiento de cómo actuar en caso de picadura.

c3) Alternativas al baño en caso de imposibilidad por presencia de medusas.

d) Vulnerabilidad de la actividad económica ligada al turismo. Evaluada a través de estimación cualitativa a través de entrevistas a los negocios del área de estudio.

Análisis en el area de influencia a corto plazo

El objetivo es conocer si en un día con presencia de medusas se observa algún tipo de diferencia en la actividad cotidiana del negocio. Algunos negocios a los que especialmente considerar pueden ser: hoteles, bares y restaurantes, farmacias, estacionamientos privados. Se pone en pràctica a través de trabajo de campo, aplicando entrevistas semi estructuradas a los trabajadores de las actividades ligadas al turism. Se intenta el entorno cercano a las playas para conocer si existe en la actividad económica algún tipo de modificación cuando las medusas aparecen en la playa cercana.

Análisis de consecuencias a largo plazo

Este análisis aborda en primer lugar la escala espacial más general de las propuestas, la municipal, para en función de los resultados de ésta, ir aumentando la resolución hasta llegar al análisis a la reducida área de estudio del tramo de playa objeto de este estudio.

Análisis de consecuencias a largo plazo en el municipio

La aproximación a las repercusiones a esta escala municipal se hace a través de dos indicadores generales: uno de acercamiento y otro de concreción.

El indicador de acercamiento es la fracción de la economía municipal (porcentaje) que depende del turismo. Las fuentes empleadas para su estimación son el Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA), concretamente los datos recabados de sobre el sector empresarial y el mercado laboral.

El indicador de concreción es específicamente la fracción (porcentaje) de la economía municipal que depende de la actividad turística de sol y playa. Es necesario plantear este segundo indicador por sobre todo en aquellos municipios grandes donde la actividad turística no solo esté ligada al sector de turismo litoral.

En la hipótesis planteada de un escenario de descenso de los ingresos por turismo, las repercusiones van más allá de las propias económicas a nivel municipal. La pérdida de empleos o el descenso de las ganancias repercutirá directamente sobre las personas ligadas directamente al sector del sol y playa. Puede considerarse que, más allá de lo económico, el impacto directo sobre estos trabajadores puede relegarlos a situaciones de vulnerabilidad social. Por esta razón se plantea un indicador de vulnerabilidad social que consiste en el porcentaje de población activa empleada en el sector turístico de sol y playa. En este caso los datos para el cálculo de este indicador pueden obtenerse a través del SIMA.

Estimación de posibles consecuencias en la playa y área de influencia a largo plazo

Para evaluar el impacto social y económico a largo plazo en la playa objeto de este trabajo se ha optado por evaluar el posible comportamiento del usuario de la misma a través del levantamiento de información con encuestas. Éstas básicamente cuestionan a los entrevistados por su preferencia o comportamiento en caso del escenario ya planteado en esta hipótesis: que en su playa se experimentara una recurrente llegada de enjambres de medusas en la presente temporada y también en las sucesivas.

Dadas las diferentes circunstancias o motivaciones por las que la playa objeto de este trabajo es visitada, se ha decido separar al conjunto de estos en los siguientes grupos:

1.- Población local. Como norma general el factor principal de elección de esta playa es la cercanía o facilidad de acceso.

2.- Veraneantes que eligen el municipio o comarca de estudio como lugar para pasar sus vacaciones.

3.- Turistas ocasionales. Son visitantes que cambian de destino habitualmente y por tanto probablemente en años venideros elegirán un nuevo destino el cual tampoco repetirán.

El objeto último de la encuesta es saber si los actuales visitantes de la playa objeto de estudio dejarían o no de visitar la misma y si su único criterio son las medusas o éste está combinado con otros.

Aplicación de la metodología

Los datos obtenidos en bruto han sido levantados en campo empleando para tal fin la aplicación Google Forms. Posteriormente la información recabada fue procesada a través de la hora de cálculo Microsoft Excel

Se calcula una capacidad de carga física aproximada de 2744 personas en el sector de playas analizado, estimado a través de fotointerpretación de la imagen aérea del sábado 7 de julio de 2018 (Landsat/Copernicus, 2018). Se aplicó una muestra de 100 entrevistas diseñada para un margen de error de +/-8,8 %, con un nivel de confianza del 93% y p=q=0,5. Las encuestas se realizaron en las playas de La Bajadilla, La Venus, El Faro y La Fontanilla a lo largo de los días 1, 2 y 3 de junio de 2019. El tramo horario escogido entre las 12:00h y las 14:00h y las 15:00 a las 18:00 de la tarde. Los usuarios se eligieron de forma aleatoria tanto a marbellís, nacionales y extranjeros.

Además, se han preguntado a distintos restaurantes y chiringuitos a primera línea de playa. Los chiringuitos encuestados han sido La Pesquera, Beach Restaurant, Mahiki Beach, Soleo Marbella Beach Club y Bocana Beach.

Resultados

Atendiendo a los datos municipales observados sobre la demanda turística se puede determinar que la población que va a la playa es en un 68 por ciento internacional (Reino Unido, Alemania y Francia principalmente), en un 17 por ciento son nacionales (fundamentalmente andaluces y madrileños) y el restante 15 por ciento son locales. El dominio de los desplazamientos está condicionado por las buenas comunicaciones con la comarca a través del aeropuerto internacional de la Costa del Sol y de la conexión de alta velocidad ferroviaria.

Los resultados a corto plazo se sintetizan en el siguiente cuadro-resumen (Tabla 1) y se complementan los estimados a largo plazo expuestos en la Tabla 2.

<table>
<tr><th colspan="5">Análisis de las posibles consecuencias a corto plazo</th></tr>
<tr><td colspan="5">Análisis de detalle (en la propia playa) a corto plazo (en la inmediatez temporal)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Exposición</td><td colspan="2">Exposición total</td><td colspan="2">· Usuarios: 2744 personas (capacidad de carga calculada a partir de la imagen aérea del sábado 7 de julio de 2018 (Landsat/Copernicus, 2018).
· A nivel económico: 21 áreas de hamacas, 54 establecimientos de restauración, 9 de alojamiento, un estacionamiento y 7 establecimientos clasificados como otras actividades (Fig.).</td></tr>
<tr><td colspan="2">Exposición neta</td><td colspan="2">12% usuarios acude para darse un baño como motivo principal. El resto: (29% por tomar el sol, 29% por entretenimiento y 31% otros).
El 37% siempre se mete al agua (aunque esté fría)</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Vulnerabilidad</td><td rowspan="5">Del usuario</td><td rowspan="2">Grado de molestia experimentado</td><td>Valoración de la experiencia</td><td>25% muy mala; 24% mala; 51% indiferente</td></tr>
<tr><td>Voluntad de permanencia en caso de aparición de medusas</td><td>El 83% permanecería en la playa y 17% optaría por irse</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Elementos de protección</td><td>Información preventiva (conocimiento de app "Infomedusa")</td><td>Solo el 14% conoce InfoMedusa app</td></tr>
<tr><td>Empleo de protección anti-medusas</td><td>92% no utiliza, el 8% sí lo hace</td></tr>
<tr><td>Elementos de mitigación: Conocimiento de cómo actuar en caso de picadura</td><td>El 49% no sabría como actuar, el 51% si</td></tr>
<tr><td>Alternativas al baño</td><td colspan="2">39% irían a un parque acuático, bañarse en un espacio natural o un embalse.
35% se queda en la playa.
14% se iría a la piscina de un familiar o amigo.
12% marcharse de la playa.</td></tr>
<tr><td>Actividad económica</td><td colspan="3">Hasta el momento la actividad económica a esta escala no ha sufrido alteraciones con presencia de medusas en la playa.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Análisis en el area de influencia a corto plazo</td></tr>
<tr><td colspan="5">Hasta el momento la actividad económica a esta escala no ha sufrido alteraciones con presencia de medusas en la playa.</td></tr>
</table>

Tabla 1. Cuadro-resumen de los resultados más destacados en el análisis a corto plazo. Elaboración propia a partir de encuesta y SIMA (IECA).
Table 1. *Summary table of the most outstanding results in short-term analysis. Own elaboration from survey and SIMA (IECA).*

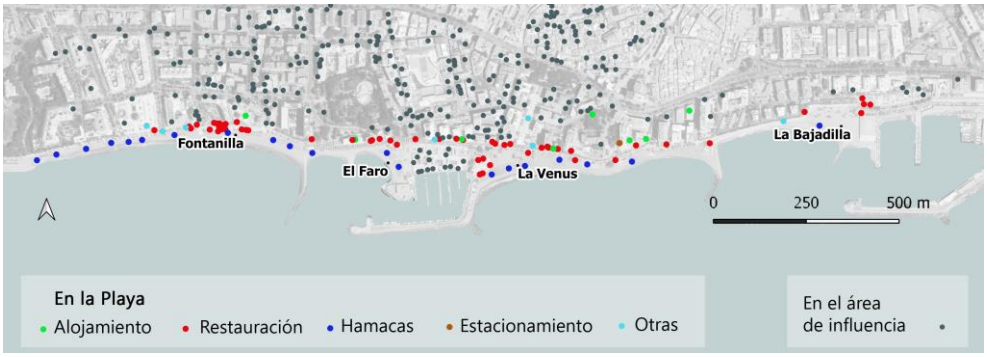


Fig. 1. Distribución espacial de las actividades económicas con función turística en el sector de playas "Fontanilla-La Bajadilla". Fuente: elaboración propia a partir de IECA (2020).
***Fig. 1**. Spatial distribution of economic activities with a tourist function in the "Fontanilla-La Bajadilla" beach sector. Source: Own elaboration based on IECA (2020).*

Análisis de consecuencias a largo plazo
Análisis de consecuencias a largo plazo en el municipio
Existe una alta vulnerabilidad de la economía municipal puesto que el 39,8% de las empresas del municipio están vinculadas directa o indirectamente al sector turístico (Alojamientos, actividades recreativas, agencias de empleo, construcción, inmobiliarias, agencias de viajes...) y el 98% de los contratos registrados por el Servicio Público de Empleo Estatal y el Servicio Andaluz de empleo pertenecen al sector servicios (87%) y al de la construcción (11%)
Estimación de posibles consecuencias en la playa y área de influencia a largo plazo
En un escenario hipotético de recurrencia de llegada de medusas, el 65% de los veraneantes, el 75% de los turistas ocasionales y el 16,7% de los usuarios locales optarían por no seguir acudiendo a este tramo de playa

Tabla 2. Cuadro-resumen de los resultados más destacados en el análisis a largo plazo. Elaboración propia a partir de encuesta y SIMA (IECA).
***Table 2.** Summary table of the most outstanding results in long-term analysis. Own elaboration from survey and SIMA (IECA).*

Discusión y conclusiones

Existe una notable vulnerabilidad del uso recreacional y turístico del tramo de playas analizado frente a la llegada de enjambres de medusas. Sin embargo ésta es diferenciada en función de las dimensiones espacio-temporales a las que se realice el análisis. En el corto plazo una buena parte de los usuarios (49%) valora como negativa su experiencia, aunque realmente solo el 12% indica como motivo principal el baño. En este sentido el aspecto resiliente del usuario es notable, pues un 83% permanece en la playa, aunque sea visitada por medusas. Además, a pesar del malestar manifestado por la presencia de ellas por la mayoría, solo una pequeña proporción usa elementos de protección (cremas) contra ellas o sabe como actuar en caso de picadura. Como último recurso, en caso de no poder meterse al agua, los usuarios declaran tener en su mayoría alternativa (53%). A largo plazo las consecuencias son claras y diferenciadas en función del tipo de usuario al que afecte. En general los locales no cambiarían su hábito de acudir a este sector de playas, sin embargo,

los veraneantes y turistas ocasionales declaran en su mayoría que su preferencia sería no volver a este sector de playas. En un municipio donde los turistas de origen extranjero son mayoritarios, este grado de vulnerabilidad a largo plazo lo deja áltamente expuesto a la amenaza de las medusas pues, además, la actividad a nivel municipal está claramente ligada al sector turístico.

Este trabajo es una contribución metodológica a una amenaza reciente para el sector turístico, que aporta procedimientos de medición de las consecuencias sociales y económicas cuya aportación principal es su estructura conceptual y procedimental, más allá de los resultados concretos obtenidos. Se hace necesario, en este sentido, extender su aplicación a nuevas áreas de estudio con las que complementar y perfeccionar el método, lo cual, además, puede suscitarse, por su parte, con la revisión de los trabajos que van surgiendo en el contexto de la Costa del Sol, (Aula del Mar, 2018, Franco Duro, 2019; Cantarero *et al.*, 2020; Bellido *et al.*, 2020, Rubio Gómez y Gutiérrez Hernández, 2020). Por ejemplo, valdría la pena insistir en lo referente al apartado dedicado a la exposición, es decir, el volumen de bañistas expuestos en cada una de las playas, que podría ser abordado en un trabajo concreto. Precisamente las medidas de aforo de playas, planteadas por muchos municipios en España para gestionar sus playas ante pandemia del COVID-19, pueden venir a facilitar la labor de extracción de muestras de forma fiable. El número real y el origen de esos usuarios de playas es difícil de trazar, algo que puede solucionarse con el empleo de fuentes como las antenas de teléfono movil en algunas playas españolas. Trabajos en este sentido como el de Geoblink y Orange recogicos por Andrino *et al.* (2019) pueden suponer un gran avance al respecto.

En conclusión, la metodología expuesta es un ensayo que trata de abarcar todos los aspectos posibles de la vulnerabilidad del uso humano de las playas y sus áreas de influencia. En el área de estudio tomada como zona piloto se aprecia que los espacios quedan expuestos y son vulnerables tanto en el plano social como en el económico a las llegadas de medusas. Si el fenómeno natural persiste en el tiempo y se agrava en cantidad o frecuencia deberían tomarse medidas en la gestión tanto de las playas que podrían venir de la mano de diagnósticos como el aquí presentado o de futuros trabajos que sigan analizando este problema que por ahora solo ha sido “un contratiempo”.

Bibliografía

Andrino, B.; Grasso. D; Llaneras, K.; Pérez Colomé, J. (1 de agosto de 2019). De dónde son los españoles que veranean en Benidorm (y en otros 55 destinos). El País. Recuperado de https://elpais.com/tecnologia/2019/07/31/actualidad/1564569679_106651.html

Aula del Mar 2018. Patrones en la distribución de enjambres de medusas a lo largo de la costa de Málaga: un modelo basado en la ciencia ciudadana y aplicación de los recursos tecnológicos. Informe inédito.

Bellido, J., Báez, J., Souviron-Priego, L., Ferri-Yañez, F., Salas, C., López, J., & Real, R. 2020. Atmospheric indices allow anticipating the incidence of jellyfish coastal swarms. Mediterranean Marine Science, 0, 289-297. doi:https://doi.org/10.12681/mms.20983.

Boero, F. 2013. Review of Jellyfish Blooms in the Mediterranean and Black Sea. Studies and Reviews. General Fisheries Commission for the Mediterranean, 93.

Canepa, A., Fuentes, V., Sabatés, A., Piraino, S. y Boero, F. 2014. *Pelagia noctiluca* in the Mediterranean Sea. En Jellyfish Blooms (págs. 237-266). Netherlands, Dordrecht: Springer.

Cantarero Prados, F.J.; Reyes Corredera, S.; Plaza Santiago, R.; Perles Roselló, M.J. 2020. Contribución al análisis del riesgo de afectación por medusas en el litoral malagueño. Sector Torre del Mar – Caleta de Vélez. En Mora Aliseda, J; Garrido Velarde, J. y Castro Serrano, J. (Coord.). *Espacios y sociedades en transformación*. Ed. Thomson Reuters - Aranzadi. 61-74. ISBN 9788413466958.

Condon, R.H., Duarte C.M, Pittd K.A., Robinson K.L., Lucas C.H., Sutherland K.R., Mianzan H.W., Bogeberg M., Purcell J.E., Decker M.B., Uyek S., Madin L.P., Brodeur R.D., Haddock S. H., Malej A., Parry G.D., Eriksen R., Quiñones J., Acha M., Harvey M., Arthur J.M. y Graham W.M. 2013. Recurrent jellyfish blooms are a consequence of global oscillations, *Proc. Natl. Acad. Sci.* 110: 1000–1005.

Diputación de Málaga y Aula del Mar 2013. Infomedusa. Aplicación para teléfonos móviles. https://infomedusa.es/

Dollfus, O. 1976. El espacio geográfico. Ed. Presses Universitaires de France. 125 pp. Barcelona.

Franco Duro, F.I.; Real Giménez, R. y Salas Casanova, C. 2019. Protocolo de emergencia para actuar ante la llegada de blooms de medusas. Ed. Universidad de Málaga.

Goy, J., Morand, P. y Etienne, M., 1988. Long-term fluctuations of *Pelagia noctiluca* (Cnidaria, Scyphomedusa) in the western Mediterranean Sea. Prediction by climatic variables. *Deep Sea Research*, 36 (2), 269-279.

Landsat/Copernicus 2018. Imagenes satelitales. Fecha: 7 de julio de 2018. Ed. Google Earth.

MAPAMA 2019. Guía de Playas. https://www.miteco.gob.es/es/cartografia-y-sig/ide/descargas/playas_base_datos_tcm30-163167.zip.

Navarro Jurado, E., Dantas, A.G. y Pereira Da Silva, C. 2009. Coastal Zone Management: Tools for establishing a set of indicators to assess beach carrying capacity (Costa del Sol – Spain). *Journal of Coastal Research.* SI 56/ 1.125-1.129.

Olcina Cantos, J. y Ayala Cardedo, F.J. 2002. Riesgos naturales. Conceptos fundamentales y clasificación. *In:* Ayala Carcedo, F.J. y Olcina Cantos, J. (coords.) Riesgos naturales. Ed. Síntesis. 41-74.

Red de Información Ambiental de Andalucía -REDIAM- 2018. WMS Avistamientos de medusas en el litoral andaluz (serie histórica). Ed. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/mapwms/REDIAM_avistamientos_medusas? el 1/6/2020.

Rubio Gómez, A. y Gutiérrez Hernández, O. 2020. Impacto de las medusas y otros organismos gelatinosos en el litoral andaluz. Implicaciones para el turismo de sol y playa. *Estudios Geográficos*, 81 (288), enero-junio 2020, e038 ISSN: 0014-1496 | eISSN: 1988-8546. https://doi.org/10.3989/estgeogr.202053.033

Thiel Ellul, D.F. 2014. Medición y análisis de la sostenibilidad: Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía. Tesis Doctoral Inedita. http://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8591.

¿Es la eficiencia en la gestión del agua una coartada para el crecimiento del turismo?

Rubén Alejandro VILLAR-NAVASCUÉS, Carlos BAÑOS, María HERNÁNDEZ y Jorge OLCINA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Villar-Navascués, R.A., Baños, C., Hernández, M. y Olcina, J. 2020. ¿Es la eficiencia en la gestión del agua una coartada para el crecimiento del turismo? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 109-120. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La necesidad de disponibilidad de agua para posibilitar el desarrollo turístico ha conducido durante las últimas décadas a la implementación de políticas orientadas tanto al incremento de la oferta de recursos hídricos como a la mejora de su eficiencia. No obstante, los avances en la eficiencia no siempre han supuesto una disminución del consumo en términos absolutos en los destinos turísticos. Tras la superación de la peor etapa de la crisis económica y la apertura de un nuevo ciclo de crecimiento económico ha tenido lugar un proceso expansivo para el turismo hasta la pandemia de la Covid-19. En ese contexto, el ahorro hídrico generado por las políticas de eficiencia en el uso del agua ha posibilitado el crecimiento de la actividad turística. En este trabajo se analiza la relación entre la evolución del rendimiento hidráulico y el consumo de agua en los municipios litorales de la provincia de Alicante. Asimismo, se identifican las dinámicas y factores que explican las diferentes tendencias observadas en estos destinos turísticos maduros de sol y playa. Los resultados ponen de manifiesto la influencia que el tamaño de la población, el modelo urbano y turístico han ejercido sobre el incremento de la eficiencia y el consumo de agua.

Palabras clave: *rendimiento hidráulico, (in)sostenibilidad ambiental, crecimiento turístico, paradoja de Jevons, destinos maduros de sol y playa.*

IS EFFICIENCY IN WATER MANAGEMENT AN ALIBI FOR THE GROWTH OF TOURISM? The need for water availability to enable tourism development has led in recent decades to the implementation of policies aimed both at increasing the supply of water resources and improving its efficiency. However, advances in efficiency have not always meant a decrease in water consumption in absolute terms in tourist destinations. After overcoming the worst stage of the economic crisis and opening a new cycle of economic growth, there was an expansionary process for tourism until the emergence of the Covid-19 pandemic. In this context, water savings generated by the water efficiency policies has enabled the growth of tourist activity. This work analyzes the relationship between the evolution of hydraulic performance and water consumption in the coastal municipalities of the province of Alicante. Likewise, the urban-tourist dynamics and factors that explain the different trends observed in these sun and beach mature tourist destinations are identified. The results show the influence that the population size, the urban and the tourist model have had on the increase in efficiency and water consumption.

Key words: *hydraulic performance, environmental (un)sustainability, tourism growth, Jevons paradox, sun and beach mature destinations.*

Rubén Alejandro VILLAR-NAVASCUÉS, Instituto Interuniversitario de Geografía, Universidad de Alicante, Edificio de Institutos Universitarios, Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n, 03690, San Vicente del Raspeig (Alicante),

rvnavascues@ua.es; Carlos BAÑOS, Dpto. de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad de Alicante, Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n, 03690, San Vicente del Raspeig (Alicante), carlos.banos@ua.es; María HERNÁNDEZ, Dpto. de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad de Alicante, Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n, 03690, San Vicente del Raspeig (Alicante), maria.hernandez@ua.es; Jorge OLCINA, Dpto. de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad de Alicante, Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n, 03690, San Vicente del Raspeig (Alicante), jorge.olcina@ua.es.

Recepción del manuscrito: 8-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

Durante los años de la burbuja inmobiliaria, entre 1997 y 2006, la expansión de la urbanización y el desarrollo de la actividad turística estuvieron caracterizados por la falta de enfoques orientados a garantizar la sostenibilidad del modelo urbano y turístico (Blázquez-Salom *et al*., 2019). En el litoral mediterráneo, la necesidad de incrementar la disponibilidad de agua para el mantenimiento del crecimiento urbano y turístico ha requerido no sólo de la diversificación de las fuentes de suministro, incluyendo recursos no convencionales como el agua regenerada y la desalinización, sino también del redimensionamiento de las infraestructuras hidráulicas para gestionar la estacionalidad del consumo (Milano *et al*., 2019). Asimismo, las políticas hídricas se han centrado en promover la mejora de la eficiencia en el uso del agua, como la introducción de dispositivos de ahorro en viviendas y alojamientos turísticos (Gabarda-Mallorquí *et al*., 2017; Rico *et al*., 2019), y en la gestión del servicio de abastecimiento a través de la mejora de la eficiencia hidráulica (Rico *et al*. 2013). La mejora de la eficiencia en la gestión del ciclo integral ha reducido las pérdidas de agua en la red de distribución contribuyendo a la disminución del volumen de agua no registrada (ANR), lo que ha permitido mantener los patrones de consumo suministrando menos agua.. Según la Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamientos (AEAS), el porcentaje de ANR en redes urbanas ha pasado del 29% al 22% entre 1998 y 2018. Esta evolución es resultado de las mejoras en los métodos de detección y reparación de fugas, la sectorización de la red de suministro, la introducción de los sistemas de información geográfica, telemando y telecontrol y el desarrollo de la telelectura y de contadores más precisos, que mejoran el control de los fraudes (Morote y Hernandez, 2018). No obstante, la reducción del volumen de ANR depende del nivel de inversión efectuado en el sistema de suministro. Esta relación no es lineal, ya que tiene una progresión asintótica, es decir, que existe un límite económico-técnico en el que la inversión necesaria para disminuir el ANR no justifica el ahorro de agua producido (Álvarez *et al*., 2014).

El incremento de la eficiencia ha sido señalado como uno de los principales factores que desde el inicio del siglo XXI explican el descenso en el consumo de agua en la mayor parte de las áreas urbanas del mundo desarrollado, tendencia que se acentúa tras la crisis económica (Baldino y Saurí, 2018). Sin embargo, en el litoral mediterráneo español esta disminución ha sido menos intensa posiblemente por la influencia del consumo de agua para usos turístico-residenciales (Villar-Navascués, 2019). De hecho, en algunos municipios del litoral mediterráneo donde existe un gran desarrollo del modelo turístico-

residencial, especialmente en las provincias de Alicante, Málaga y las Islas Baleares, se produjo un incremento en el consumo durante el periodo 2007-2014, mientras que en el resto de áreas urbanas se experimentaba la tendencia contraria (Villar-Navascués, 2019). Diversos estudios relacionan los distintos niveles de consumo resultado de los modelos territorial-turísticos, diferenciando entre municipios con gran concentración de plazas hoteleras respecto de aquellos que desarrollan un turismo residencial de baja densidad (Navarro *et al.* 2020). Las ciudades y modelos turísticos de alta densidad favorecen las economías de escala en el uso y gestión del agua, lo que redunda en un menor consumo de agua y un menor volumen de ANR (Stoker *et al*., 2019). En cambio, en los municipios con una clara función turístico-residencial el modelo urbano basado en tipologías de vivienda unifamiliar con usos exteriores y la atracción de residentes temporales producen un mayor nivel de consumo de agua y un mayor volumen de ANR, debido a la mayor longitud de la red de distribución y el número de acometidas de agua (Rico, 2007).

No obstante, el incremento en la eficiencia del suministro no supone necesariamente una reducción neta de los consumos, si no que puede tener un efecto rebote, produciendo el impacto contrario. Ese resultado contraintiuitivo es habitualmente referido en el estudio de la gestión de recursos como "paradoja de Jevons", que establece que el incremento de la eficiencia pueden producir un aumento en el consumo de recursos, lo que cuestiona la visión generalizada que vincula progresos técnicos y sostenibilidad ambiental (Polimeni *et al*. 2008). La literatura científica sobre turismo comienza a tener ya una importante producción sobre como las mejoras tecnológicas pueden generar diversos efectos rebote en los planos financiero, psicológico o sobre el consumo de materiales, recursos y energía (Hall *et al.,* 2015) y los límites de la tecnología como factor de disminución de los consumos (Hall, 2010). Así se ha puesto de manifiesto, por ejemplo, en el consumo de energía en el transporte turístico (Gascón, 2019) y, ligado a ello, en el incremento de las emisiones de gases de efecto invernadero (Bows *et al.* 2009; Scott *et al.*, 2010). Respecto al agua, se ha identificado la relación entre el aumento de eficiencia en el regadío y el incremento en el consumo de agua, ya que la reducción del coste marginal del recurso hídrico ha conducido al incremento de la superficie regada o la introducción de nuevos cultivos que demandan más agua (Sears *et al*. 2018). También, se ha identificado que el descenso en los costes de producción del agua desalinizada, y, por tanto, de su precio final, pueden conducir a un incremento en el consumo (Meerganz y Moreau, 2007). En el caso del sector turístico se ha señalado la necesaria combinación de distintas medidas de gestión, más allá de apostar exclusivamente por el incremento de la eficiencia (Tirado *et al.*, 2006). Asimismo, hay que considerar que el nivel de consumo de agua difiere según la categoría de los establecimientos hoteleros (Gössling *et al*., 2012;), siendo los de mayor categoría los que mas consumen por turista y, de una forma menos contrastada, por su tamaño (Bohdanowicz y Martinac, 2007). En este sentido, la introducción de medidas de eficiencia en el uso de agua no aseguran un menor consumo, ya que, en algunos casos, en los hoteles con mayor presencia de dispositivos y políticas de ahorro la demanda hídrica se ha incrementado, por el efecto que en los hoteles de mayor categoría tiene el mayor gasto de agua asociado a los usos exteriores y servicios de lujo como los spas y jacuzzis (Rico *et al*., 2019).

Este trabajo tiene como objetivo el análisis de la relación que se establece entre la evolución de la eficiencia en la gestión del agua y del consumo de agua en destinos turísticos maduros de sol y playa de la provincia de Alicante. Asimismo, se pretende identificar las dinámicas y factores que expliquen comportamientos diferenciados entre

municipios en la evolución de la eficiencia hídrica. Este análisis parte de la hipótesis de que las políticas de incremento de la eficiencia en el uso del agua no sólo responden a objetivos de sostenibilidad ambiental, sino también a la necesidad de incrementar la disponibilidad de agua para garantizar el mantenimiento de la actividad turística.

Datos y metodología

Para comprobar esta hipótesis se ha analizado la evolución del rendimiento técnico hidráulico (RTH) y del volumen facturado de agua en municipios del litoral de Alicante. El RTH, que indica el porcentaje que representa el agua registrada respecto al agua suministrada, permite una primera aproximación general a la eficiencia de un sistema de suministro. En términos generales, se consideran valores propios de una gestión óptima los valores superiores al 85%, mientras que aquellos inferiores al 75% son considerados bajos (Álvarez *et al*., 2014). Este indicador debería complementarse con información sobre la longitud de la red, su estado de conservación o el volumen real de ANR para realizar una comparación entre distintos municipios, pero la falta de disponibilidad de datos acerca de la longitud de la red para todo el periodo analizado imposibilita este análisis.

El análisis se ha realizado para todos los usos urbanos del agua en cada municipio y se centra en el periodo 2013-2017 en 16 de los 20 municipios litorales de Alicante para los que se dispone de series de datos homogéneas, ya que es durante estos años cuando se produce el último periodo de incremento de la actividad turística (Baños *et al*., 2019). Una vez identificados los grupos de municipios con dinámicas similares respecto a la evolución del RTH, se ha analizado la evolución del consumo de agua, así como de las características urbanas, turísticas y relacionadas con la gestión del agua mediante estadística descriptiva. Para ello, se ha solicitado a ayuntamientos, empresas responsables del servicio de abastecimiento municipal y entidades supramunicipales de suministro en alta (Mancomunidad de Canales del Taibilla y Consorcio de Aguas de la Marina Baja), datos sobre consumo de agua (volumen suministrado anual y mensual, volumen facturado total y doméstico), número de abonados y longitud de la red de distribución a escala municipal. Asimismo, se ha utilizado la información disponible de la Agencia Valenciana de Turismo sobre variables turísticas (número de plazas disponibles por tipo de alojamiento turístico, y número de pernoctaciones para el periodo analizado). Para las variables urbanas y de población se ha extraído la información disponible del Instituto Nacional de Estadística (población empadronada y porcentaje de viviendas secundarias), el Portal de la Dirección General del Catastro (número de bienes inmuebles) y el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (transacciones inmobiliarias de vivienda nueva). Por último, se ha realizado una consulta por palabras clave en el Boletín Oficial de la Provincia de Alicante y el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana para obtener la información sobre las tarifas de los servicios de abastecimiento agua y alcantarillado para cada municipio y el canon de saneamiento de la Comunidad Valenciana.

Con esta información se han calculado diversos índices que expresan el modelo territorial de implantación turística, como el índice de función residencial no permanente (*IFR*), y el índice de especialización turística (*IET*). De esta manera los municipios litorales son vinculados a un tipo de modelo turístico, cumpliendo una clara función turístico residencial aquellos municipios donde el IFR supera la unidad y una función claramente

turística bajo tipologías de alojamiento reglado los municipios que presentan un IET con valores superiores a la unidad (Baños *et al*., 2019). Asimismo, se ha calculado el índice de estacionalidad del consumo de agua, con el objetivo de comprobar si este factor guarda influencia con la evolución del rendimiento hidráulico. Por último, dada la heterogeneidad de las estructuras tarifarias entre municipios, se ha calculado el precio de un metro cúbico de agua para un nivel de consumo mensual medio de 12 m^3/mes, y el porcentaje que representa la parte fija de la factura para este nivel de consumo mensual, teniendo en cuenta todos los componentes de la factura.

Resultados

Aunque la reducción del consumo de agua se había iniciado ya a mediados de la década del 2000 en el litoral de Alicante, la crisis económica de 2008 y el posterior freno de la actividad turística e inmobiliaria acenturaron esa tendencia regresiva hasta el año 2010. A partir de ese año y hasta 2013, se produjo un amortiguamiento de esta tendencia regresiva, en parte debido al crecimiento de la actividad turística, especialmente por el aumento de las pernoctaciones de los turistas extranjeros. En total, para los municipios de la Costa Blanca analizados, se produjo entre 2005 y 2013 un descenso del volumen de agua facturado del 14,3% (Fig. 1). No obstante, en el periodo 2013-2017 se produjo un ligero pero continuo incremento en el consumo del 3,1%, debido a distintos factores entre los que se encuentra una mejora de la situación económica, una ligera reactivación de la construcción y el mantenimiento del crecimiento de la actividad turística, motivada en parte por la inestabilidad política en el norte de África. No obstante, estas cifras agregadas enmascaran comportamientos a escala local, influidos por factores como el modelo de implantación territorial turística, las tendencias en la actividad turística y la gobernanza del agua.

Respecto al rendimiento hidráulico, desde el inicio de la crisis se ha producido una tendencia general de disminución del volumen de agua no registrada (ANR) y, por tanto, un incremento del rendimiento técnico hidráulico (RTH). Este incremento ha sido mayor en los municipios del litoral norte donde el promedio de rendimiento hidráulico era del 69% en 2008 y del 77% en 2017, mientras que en el resto de municipios, donde la situación de partida era considerablemente superior en 2008 (82%), el rendimiento hidráulico disminuyó al 80% en 2017. Esta reducción del RTH obedece al envejecimiento de la red y la baja tasa de renovación de las conducciones en algunas de las grandes ciudades del litoral de Alicante (Clemente, 2019), lo que ha generado una evolución del RTH desigual (Fig. 2).

En cambio, la evolución del volumen facturado de agua presenta una tendencia positiva en todo el litoral para el periodo 2013-2017, con la excepción del municipio de Alicante, donde ha disminuido un 1,2%. Este incremento no se ha producido de manera homogénea, ya que ha sido particularmente intenso en algunos municipios del litoral norte como Finestrat (16%), Jávea, Teulada y Benitachell (11%), o Calpe (9%). Asimismo, en otros municipios donde se ha producido un incremento notable de los bienes inmuebles durante este periodo, de entre el 5% y el 6%, el consumo de agua también ha crecido de una manera considerable, como en el caso de Villajoyosa y Orihuela (8%), o Pilar de la Horadada (9%) (litoral centro y sur).

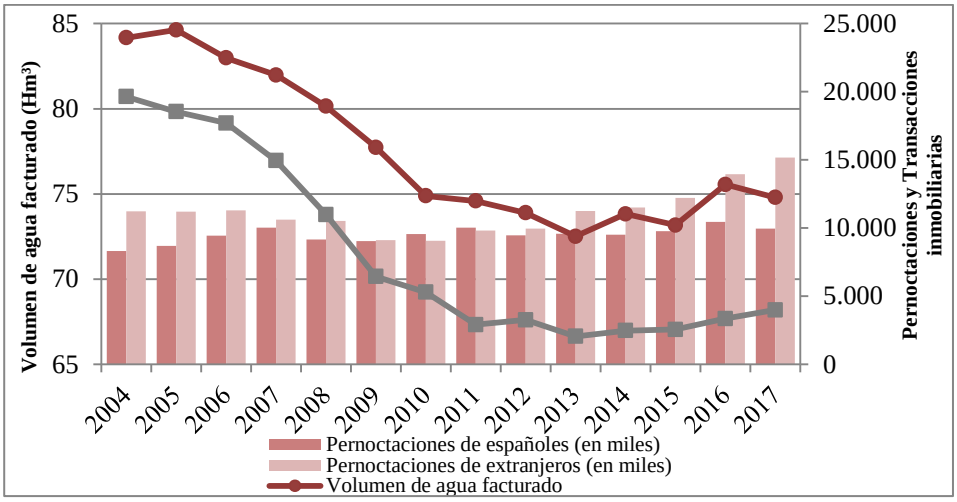


Fig. 1. Evolución del consumo de agua, de las transacciones inmobiliarias de vivienda nueva y las pernoctaciones en alojamiento turístico reglado en el litoral de Alicante (2004-2017).
Fig. 1. *Water consumption, new home real-estate transactions and regulated tourist accommodation overnights trends in the Alicante coastline (2013-2017).*

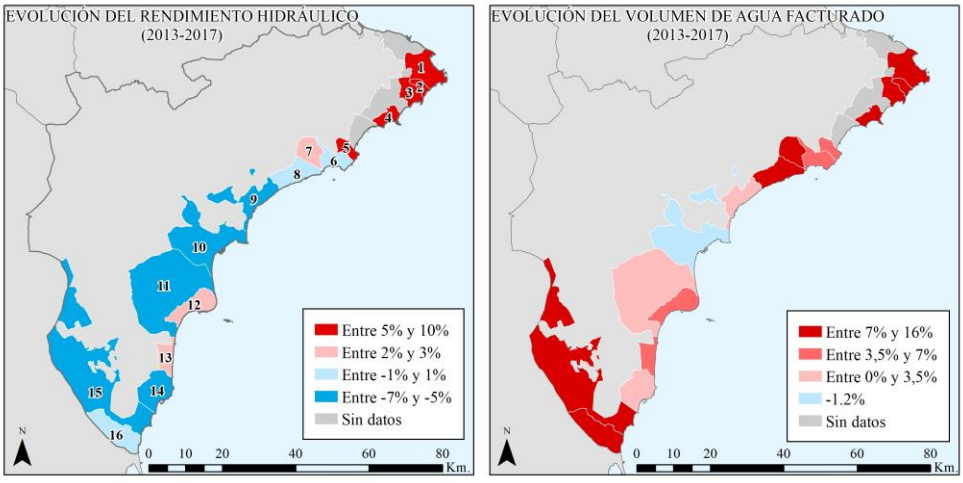


Fig. 2. Evolución del rendimiento hidráulico y volumen facturado de agua por municipios (2013-2017).[1]
Fig. 2. *Hydraulic performance and registered water volume trends by municipalities (2013-2017).*

[1]De norte a sur, los municipios analizados en este estudio son: Jávea (1), Benitachell (2), Teulada (3), Calpe (4), Alfaz del Pi (5), Benidorm (6), Finestrat (7), Villajoyosa (8), El Campello (9), Alicante (10), Elche (11), Santa Pola (12), Guardamar del Segura (13), Torrevieja (14), Orihuela (15) y Pilar de la Horadada (16).

Se han identificado tres grupos de municipios respecto a la evolución del RTH con el objetivo de detectar posibles dinámicas y factores que expliquen las distintas tendencias señaladas: a) los municipios que han incrementado el RTH más de un 5% (Alfaz del Pi, Benitachell, Calpe, Jávea y Teulada); b)los que han experimentado un ligero crecimiento (de hasta el 3%) o donde el RTH ha permanecido estable (Guardamar del Segura, Finestrat, Pilar de la Horadada, Santa Pola y Villajoyosa); y c) integrado por aquellos municipios donde se ha reducido el RTH entre el 5% y el 7% (Alicante, El Campello, Elche, Orihuela y Torrevieja). Las características urbanas, turísticas y del sistema de suministro de agua municipal de los grupos se resumen en la Tabla 1. Se ha considerado excluir al municipio de Benidorm del segundo grupo dado que presenta unas características marcadamente diferenciadas del resto, con un modelo urbano concentrado con gran presencia de alojamiento reglado y actividad turística durante todo el año.

Los municipios con una evolución positiva del RTH (superior al 5%) son aquellos que presentan un mayor incremento del consumo de agua y los de menor tamaño poblacional. Presentan una marcada baja densidad urbana, que se evidencia en el menor número de abonados por kilómetro de la red de distribución de agua (57,3 abonados/km) y unos módulos de consumo de agua para usos domésticos de 340 litros/habitante/día, considerablemente superiores a los del resto de grupos, que se sitúan en torno a los 200

Variable	**Grupo 1. RTH crece por encima del 5%**		**Grupo 2. RTH permanece estable o crece ligeramente**		**Grupo 3. RTH disminuye por encima del 5%**		**Benidorm**
	Media	**Desv.Est.**	**Media**	**Desv.Est.**	**Media**	**Desv.Est.**	
Población	16.752	5.093	21.671	11.516	149.894	126.772	67.558
Evolución del consumo de agua (2013-2017)	7,33%	3,86%	8,97%	4,63%	2,01%	3.53%	3,80%
Consumo de agua por habitante (l/hab/día)	340	76,6	212	43,8	192	69,5	194
Abonados/km. de red	57,3	16,6	140	77,5	134,5	44,1	92.8
RTH	71,9%	10,5%	84.8%	4%	78.1%	6.9%	92,7%
IET	0,78	0,29	0,28	0,20	0,11	0,07	1,18
IFR	0,96	0,27	1,13	0,34	0,89	0,40	0,89
Estacionalidad	2,09	0,23	2,57	0,51	2	0,59	1,85
Viv. secundarias(2011)	34,3%	12,1%	38,8%	11,9%	33,1%	18,2%	43,3%
Precio del agua(€/m^3)	2,09	0,45	2,28	0,22	2,30	0,34	1,73
Evolución precio del agua (2013-2017)	3%	8%	9,8%	3,1%	10%	6,4%	5,3%
Parte fija de la factura del agua (%)	54,7%	9,2%	47,8%	14,7%	46,6%	6,8%	41,3%
Evolución bienes inmuebles(2013-2017)	1,68%	0,81%	3,18%	2,65%	2,74%	1,70%	1,35%

Tabla 1. Principales características de los grupos de municipios identificados en relación a la evolución del rendimiento hidráulico (RH) entre 2013 y 2017 [2].

Table 1. *Main characteristics of the groups of municipalities identified in relation to the hydraulic performance trend between 2013 and 2017.*

[2] Los datos se refieren a las variables disponibles en el año 2017, si los datos corresponden a otro año o periodo se indica en la tabla.

litros/habitante/día en promedio. Otras de las características destacables son que presentan los valores promedio de RTH más bajos, y el menor incremento en el precio del agua donde, además, la parte fija representa el porcentaje de la factura más elevado de todo el litoral de Alicante. Es de destacar, asimismo, que, sin considerar Benidorm, en este grupo de localizan los municipios con mayor índice de especialización turística (Calpe, Jávea y Teulada-Benitachell).

Los municipios pertenecientes al Grupo b, donde el RTH permanece estable o crece ligeramente, se caracterizan por presentar una mayor densidad urbana y una marcada función turístico-residencial, ya que presentan el mayor IFR, índice de estacionalidad en el suministro de agua y porcentaje de viviendas secundarias. En este grupo de municipios se ha producido el mayor desarrollo urbanístico durante el periodo 2013-2017, lo que puede explicar que, en términos promedio, presentan el mayor incremento en el consumo de agua. Por su parte, el Grupo c lo conforman principalmente las grandes ciudades del litoral, donde el rendimiento hidráulico ha disminuido por encima del 5% y el incremento del consumo ha sido menor, presumiblemente por el envejecimiento de la red de distribución y el menor impacto de la actividad turística en la dos grandes ciudades alicantinas.

Discusión y conclusiones

En España el elevado nivel de pérdidas de agua en la red (22%), en comparación con otros países como Alemania, Francia o Portugal (con 7%, 19% y 18%, respectivamente), indica que existe un amplio margen de mejora para reducir los costes de operación de los sistemas hídricos y aumentar su sostenibilidad ambiental (AEAS, 2019). No obstante, como se ha comprobado para el caso del litoral de Alicante, el volumen y evolución del ANR varía enormemente entre municipios, ya que depende de numerosos factores y, especialmente, del modelo urbano y turístico. Asimismo, la disminución del consumo de agua tras la crisis económica, la introducción de la desalinización al sistema de suministro de la Mancomnunidad de Canales del Taibilla o la necesidad de garantizar el principio de recuperación de costes del servicio son otros factores que pueden haber fomentado la adopción de dos estrategias por parte de las empresas gestoras del servicio: el incremento del precio del agua y el incremento de la eficiencia de la red de distribución.

Los municipios del norte del litoral de Alicante, se caracterizan por presentar una marcada baja densidad urbana y los menores niveles de RTH de todo el litoral. Esto se explica debido al desarrollo de modelos urbanos dispersos, que presentan una mayor longitud de la red por abonado, lo que incrementa la parte del ANR que se produce por pérdidas físicas (fugas). Sin embargo, es en estos municipios donde más se ha incrementado la eficiencia en la gestión del servicio de abastecimiento de agua, dinámica que puede responder a razones diversas. La falta de una entidad supramunicipal para el suministro de agua en alta (Baños *et al.* 2010) ha podido incidir en que los gestores del servicio de abastecimiento de agua hayan priorizado la mejora de la eficiencia de las redes de distribución municipales ante la baja diversificación de las fuentes de suministro y la imposibilidad de recibir transferencias de recursos hídricos externos. A este respecto, el impacto de la sequía producida entre 2014 y 2016 fue mucho mayor en los municipios de la Marina Alta (Jávea, Benitachell, Teulada y Calpe) que en el resto del litoral, debido a la mayor vulnerabilidad de sus sistemas de suministro, lo que pudo influir en la necesidad de mejorar el RTH para satisfacer una demanda de agua creciente. Este hecho se

manifestó en la aprobación de varios planes de emergencia ante situaciones de sequía en 2014 y 2015 en los municipios de Jávea y Calpe, respectivamente, en los que se expresa la necesidad de mejorar la eficiencia del servicio de abastecimiento de agua a través de la búsqueda activa de fugas y la renovación de las infraestructuras hidráulicas.

Por otro lado, en el resto del litoral las políticas de mejora de la eficiencia de la red de distribución vienen produciéndose desde mediados de la década del 2000, alcanzándose valores de RTH por encima del 75% incluso en municipios con modelos urbanos de baja densidad. Su evolución difiere ostensiblemente de la producida en el litoral norte, aunque se han identificado dos tendencias contrapuestas. Por un lado, en los municipios con un marcado modelo turístico-residencial se ha producido un mantenimiento o ligero crecimiento en el RTH y, paralelamente, un incremento en el consumo de agua por el efecto conjunto de las dinámicas turísticas, la reactivación del sector de la construcción y la mejora de la situación económica. Por otro lado, en las mayores ciudades de la Costa Blanca el incremento del consumo de agua ha sido considerablemente inferior al del resto de municipios litorales, por el menor impacto sobre los consumos totales de la actividad turística. Asimismo, en estos municipios se ha producido una reducción del RTH, como resultado del progresivo envejecimiento de las redes de abastecimiento y alcantarillado, situación diagnosticada para el conjunto de las áreas metropolitanas españolas, en las que más del 50% de la red cuenta con más de 30 años (AEAS, 2019). En el área de estudio se constanta, por tanto, la paradoja de Jevons en la gestión de los recursos hídricos y se corrobora la hipotesis de investigación. La reducción del ANR y el incremento de la eficiencia, aunque en teoría supone una mejora desde el punto de vista de la sostenibilidad del servicio de abastecimiento de agua (Albadalejo, 2019), ha posibilitado el incremento del consumo de agua en gran parte de los municipios del litoral de Alicante.

Asimismo, se han identificado algunos indicadores económicos que se relacionan con el nivel de eficiencia, ya que tal y como indican algunos autores, existe una relación directa entre el precio del agua y la eficiencia de la red (Cabrera *et al.* 1999). En aquellos municipios donde los costes reales del servicio se reflejan en la factura, el rendimiento de la red es mayor. Esto se sustenta en el análisis económico de las actuaciones por parte del gestor del sistema, ya que si el precio del agua no cubre los costes de renovación o reparación de la red es muy probable que estas medidas no se realicen ya que no serían rentables. Por ello, la mayor necesidad de inversión y dificultad de gestión del servicio de abastecimiento en los modelos urbanos dispersos conduce a que los gestores de estos sistemas incrementen la parte fija de la tarifa de agua para compensar las pérdidas producidas por el alto nivel de ANR (Kanakoudis *et al.* 2015). Estas cuestiones ayudan a entender por qué la parte fija de la tarifa en el litoral norte es, en términos proporcionales, una de las más elevadas de todo el litoral, ya que de esa manera se recuperan las pérdidas económicas ocasionadas por un alto nivel de fugas (Kanakoudis *et al*. 2015). Además, el predominio en el litoral norte de sistemas de abastecimiento basados principalmente en recursos subterráneos, que presentan el menor precio unitario del agua del litoral, puede haber contribuido a que la mejora del RTH no fuera tan perentoria en esa relación coste-beneficio como en el litoral sur, al menos hasta que las tendencias crecientes en el consumo y el impacto de la sequía han requerido incrementar los recursos disponibles.

El incremento del consumo de agua para usos turísticos ha incentivado el desarrollo de iniciativas y estudios encaminados a mejorar la eficiencia del suministro, adaptar la estructura

tarifaria a los costes de operación del servicio, incorporar recursos no convencionales o modificar los hábitos de consumo de los turistas a través de políticas de concienciación (Baños *et al.* 2019). Sin embargo, el análisis de las tendencias en la evolución del RTH y el consumo de agua en el litoral de Alicante revela que para garantizar la sostenibilidad ambiental de los destinos turísticos no basta con la adopción de mejoras tecnológicas en la gestión del servicio. Esa mejora de la eficiencia ha permitido configurar nuevos incrementos en la oferta residencial que son abastecidos con el ahorro generado con esas actuaciones. El desarrollo de medidas de gestión de la demanda, una mejorada gestión planificada de las situaciones de sequía y la promoción de modelos turísticos que consuman menos recursos a través de la planificación urbanística y territorial son algunas de las alternativas en relación con el consumo de agua que deben acompañar a las medidas de incremento de la eficiencia hidráulica y reducción del ANR. Igualmente, cuestiones vinculadas a la planificación hidrológica, la ordenación del territorio y los límites naturales al desarrollo turístico deben ser considerados ante un escenario de cambio climático y reducción de la disponibilidad de agua.

En el litoral mediterráneo español el escenario climático futuro se caracteriza por una reducción de precipitaciones y, por tanto, de recursos de agua convencionales disponibles, así como por el incremento de la irregularidad y carácter extremo de las lluvias (AEMET, 2015). De manera que los destinos turísticos deben acelerar su adaptación al cambio climático a partir de la elaboración de planes de adaptación que, en materia hídrica, supone la construcción de sistemas sostenibles de drenaje urbano y de depósitos de almacenamiento adaptados a la realidad de eventos de sequía más intensos y frecuentes (CEDEX, 2017). El escenario de cambio climático en los municipios turísticos del mediterráneo español debe suponer la apuesta definitiva por la sostenibilidad ambiental y territorial, por la calidad y el abandono de prácticas de crecimiento urbanístico que resultaron funestas para agravar los efectos de la crisis económica entre 2008 y 2012 (Burriel, 2014). Procesos de cambio normativo recientes, animados desde algunas Comunidades Autónomas, tendentes a la relajación de los requisitos ambientales en los procesos de ordenación territorial y urbanística, amparados en la coartada de una salida acelerada de la crisis económica causada por la pandemia del Covid-19 (Sáez *et al.* 2020), van en contra de la lógica que deben seguir las acciones de adaptación al cambio climático en áreas turísticas.

Agradecimientos

Los autores quieren agradecer a las empresas encargadas del servicio de abastecimiento de agua en los municipios litorales de Alicante, así como a la Mancomunidad de Canales del Taibilla y el Consorcio de Aguas de la Marina Baja, su colaboración en este estudio a través de la cesión de datos sobre consumo de agua.

Este trabajo es una contribución al proyecto de investigación financiado con fondos FEDER del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y Agencia Estatal de Investigación titulado: "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31), https://overtourism-degrowth.uib.eu/.

Referencias bibliográficas

Agencia Estatal de Meteorología (AEMET). 2015. *Proyecciones Climáticas para el siglo XXI en España*, 5/06/20, http://www.aemet.es/es/serviciosclimaticos/cambio_climat.

Asociación Española de Abastecimientos de agua y Saneamiento y Asociación española de empresas Gestoras de los servicios de Agua urbana (AEAS y AGA). 2019. *Hacia una financiación más eficiente de las infraestructuras del ciclo urbano del agua en España*. PricewaterhouseCoopers.

Albadalejo, A. 2019. Optimización del agua no registrada (ANR) en las ciudades inteligentes. *Congreso Nacional del Agua 2019:innovación y sostenibilidad*, Alicante, 1661-1672.

Álvarez, M., Castellví, E., Monzó, M. y Verdú, C. 2014. *La eficiencia en los sistemas de distribución: revisión sobre la gestión del agua no registrada*. Fundación Aquae, Madrid, 38 pp.

Baldino, N. y Saurí, D. 2018. Characterizing the recent decline of water consumption in Italian cities. *Investigaciones Geográficas*, 69, 9-21.

Baños, C.J., Vera, J.F. y Díez, D. 2010. El abastecimiento de agua en los espacios y destinos turísticos de Alicante y Murcia. *Investigaciones Geográficas*, 51, 81-105.

Baños, C.J., Hernández, M., Rico, A.M. y Olcina, J. 2019. The hydrosocial cycle in coastal tourist destinations in Alicante, Spain: increasing resilience to drought. *Sustainability*, 11, 4494.

Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A., Vera-Rebollo, F. y Ivars-Baidal, J. 2019. Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1764-1785.

Bohdanowicz, P. y Martinac, I. 2007. Determinants and benchmarking of resource consumption in hotels – case study of Hilton international and Scandic in Europe. *Energy and Buildings*, 39, 82–95.

Bows, A., Anderson, K. y Peeters, P. 2009. Air Transport, Climate Change and Tourism. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6 (1), 7-20.

Burriel, E.L. 2014. El estallido de la burbuja inmobiliaria y sus efectos en el territorio". En: Albertos, J.M. y Sánchez, J.L. (coords.), *Geografía de la crisis económica en España*. Publicaciones de la Universidad de Valencia, Valencia, 101-140.

Cabrera, E., Almandoz, J., Arregui, F. y García-Serra, J. 1999. Auditoría de redes de distribución de agua. *Ingeniería del Agua*, 6(4), 291-303.

Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas (CEDEX). 2017. *Evaluación del impacto del cambio climático en los recursos hídricos y sequías en España*. Ministerio de Fomento, Madrid, 346 pp.

Clemente, C. 2019. La necesidad de renovación de las redes de distribución de agua potable: caso del municipio de Orihuela. *Congreso Nacional del Agua 2019: innovación y sostenibilidad*, Alicante, 1661-1672.

Gabarda-Mallorquí, A., Garcia, X. and Ribas, A. 2017. Mass tourism and water efficiency in the hotel industry: A case study. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 82-93.

Gascón, J. 2019. Tourism as a right: a "frivolous claim" against degrowth?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1825-1838.

Gössling, S., Peeters, P., Hall, M., Ceron, J.P., Dubois, G., Lehmann, V. y Scott, D. 2012. Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33, 1-15.

Hall, C.M. 2010. Changing Paradigms and Global Change: From Sustainable to Steady-state Tourism. *Tourism Recreation Research*, 35 (2), 131-143.

Hall, C.M., Gossling, S., y Scott, D. 2015. Tourism and sustainability: Towards a green(er) tourism economy? En Hall, C.M., Gossling, S. y Scott, D. (eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge, New York, 490–519.

Hall, C.M. 2009. Degrowing tourism: Décroissance, sustainable consumption and steady-state tourism. *Anatolia, 20 (1)*, 46-61.

Kanakoudis, V., Tsitsifli, S., Samaras, P. y Zouboulis, A. 2015. Water pipe networks performance assessment: Benchmarking eight cases across the EU Mediterranean basin. *Water Quality Exposure and Health*, 7 (1), 99-108.

Meerganz, G. y Moreau, V. 2007. Modelling of water–energy systems. The case of desalination. *Energy*, 32 (6), 1024-1031.

Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J.M. 2019. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1857-1875.

Morote, A. F. y Hernández, M. 2018.Unauthorised domestic water consumption in the city of Alicante (Spain): A consideration of its causes and urban distribution(2005–2017). *Water*, 10(7), 851.

Navarro, S., Estruch-Guitart, V. y García, C. 2020. Uso de indicadores causa-efecto para el diagnóstico de la sostenibilidad hídrica en las Islas Baleares (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 85, 2833, 1-48.

Polimeni, J., Mayumi, K., Giampietro, M. y Alcott, B. 2008. *The Jevons paradox and the myth of resource efficiency improvements*. Earthscan, London & Sterling, VA, 183 pp.

Rico, A.M. 2007. Tipologías de consumo de agua en abastecimientos urbano-turísticos de la Comunidad Valenciana. *Investigaciones Geográficas*, 42, 5-34.

Rico-Amorós, A.M., Saurí, D., Olcina-Cantos, J. y Vera-Rebollo, J.F. 2013. Beyond megaprojects? Water alternatives for mass tourism in coastal Mediterranean Spain. *Water Resources Management*, 27, 553-565.

Rico, A.M., Olcina, J., Baños, C., Garcia, X. y Saurí, D. 2019. Declining water consumption in the hotel industry of mass tourism resorts: Contrasting evidence for Benidorm, Spain. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 770-783.

Sáez, E., Vadillo, V. y Sánchez, E. 2020. El ladrillo se impone al medio ambiente en plena pandemia para combatir la crisis económica, *Diario El País*, 16/05/20, https://elpais.com/sociedad/2020-05-16/el-urbanismo-se-impone-al-medio-ambiente-en-plena-pandemia-para-combatir-la-crisis-economica.html..

Scott, D., Peeters, P. y Gössling, S. 2010. Can tourism deliver its "aspirational" greenhouse gas emission reduction targets?, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (3), 393-408.

Sears, L., Caparelli, J., Lee, C., Pan, D., Strandberg, G., Vuu, L. y Lin Lawell, C.-Y.C. 2018 Jevons' Paradox and Efficient Irrigation Technology. *Sustainability*, 10(5), 1590.

Stoker, P., Chang, H., Wentz, E., Crow-Miller, B., Jehle, G. y Bonnette, M. 2019. Building Water-Efficient Cities. *Journal of the American Planning Association*, 85(4), 511-524.

Tirado, D., Gómez, C.M., y Lozano, J. 2006. Efficiency improvements and water policy in the Balearic Islands: A general equilibrium approach, *Investigaciones Económicas*, 30 (3), 441-463.

Villar-Navascués, R.A. 2019. Evolución reciente del consume urbano de agua en el litoral mediterráneo (2007-2016). *Congreso Nacional del Agua 2019: innovación y sostenibilidad*, Orihuela, 1593-1605.

El urbanismo como instrumento de contención de la actividad turística en los centros urbanos: alcance y limitaciones

Manuel de la CALLE VAQUERO, Sofía MENDOZA DE MIGUEL, Elena FERREIRO CALZADA y María GARCÍA HERNÁNDEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Calle Vaquero, M. de la, Mendoza, S., Ferreiro, E. y García, M. 2020. El urbanismo como instrumento de contención de la actividda turística en los centros urbanos: alcance y limitaciones. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 121-133. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Los recientes problemas asociados al crecimiento de turismo en los centros urbanos han propiciado la adopción de medidas de contención de la actividad turística en algunas de las principales ciudades españolas. Las autoridades municipales han recurrido al instrumental urbanístico para contener el crecimiento de la planta de alojamiento en las áreas de mayor presión, favoreciendo indirectamente su difusión por áreas más periféricas. La ciudad de Madrid ha adoptado medidas de este tipo, recogidas en el *Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje*, aprobado en marzo de 2019. Si bien instrumentos de ese tipo permiten regular adecuadamente la implantación del alojamiento hotelero en edificios completos, presentan mayores limitaciones para controlar la oferta de viviendas turísticas por su mayor similitud al uso residencial.
Palabras clave: *Turistificación, centros urbanos, urbanismo, contención, Madrid.*

URBAN PLANNING AS AN INSTRUMENT FOR CONTAINMENT OF THE TOURISM ACTIVITY IN URBAN CENTRES: SCOPE AND LIMITATIONS. Recent problems associated with the growth of tourism in urban centres have led to the adoption of measures to contain tourism activity in some of Spain's main cities. The municipal authorities have resorted to urban planning instruments to contain the growth of the accommodation supply in the areas of greatest pressure, indirectly favouring its spread to more peripheral areas. The city of Madrid has adopted measures of this type, included in the Special Plan for regulating the use of tertiary services in the accommodation category, approved in March 2019. Although instruments of this type make it possible to adequately regulate the implementation of hotel accommodation in full buildings, they present greater limitations to controlling the supply of tourist housing due to their greater similarity to residential use.
Keywords: *Turistification, urban centres, urban planning, containment, Madrid*.

Manuel de la CALLE VAQUERO, Departamento de Geografía – Facultad de Geografía e Historia – Universidad Complutense de Madrid C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid mcalleva@ucm.es; Sofía MENDOZA DE MIGUEL, Departamento de Geografía – Facultad de Geografía e Historia – Universidad Complutense de Madrid C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid smendo01@ucm.es; Elena FERREIRO CALZADA, Departamento de Geografía – Facultad de Geografía e Historia – Universidad Complutense de Madrid C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid eferreir@ucm.es; María GARCÍA HERNÁNDEZ, Departamento de Geografía, Facultad de Geografía e Historia, Universidad Complutense de Madrid

C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid mgarciah@ucm.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Presentación

Este texto plantea una aproximación al urbanismo como instrumento de contención de la actividad turística en centros urbanos. En la primera parte se aborda una serie de reflexiones generales sobre urbanismo y turismo a nivel de las ciudades españolas. Planteada como marco teórico, implica una revisión de la producción bibliográfica sobre la materia. La segunda parte corresponde a un estudio de caso sobre Madrid, con una crónica de los cambios en la ordenación urbanística que regula la implantación del uso del alojamiento. Esta crónica finaliza con la aprobación del *Plan Especial de Regulación del Uso de Servicios Terciarios en la Clase de Hospedaje* en marzo de 2019. Dicho Plan supone el principal instrumento de contención a nivel de la ciudad y supone un cambio radical respecto a la dirección en materia de turismo del gobierno municipal de Madrid. La principal fuente de información utilizada para esta parte del trabajo ha sido la prolija documentación de los expedientes municipales, que se ha revisado de forma exhaustiva. Un buen número de los documentos analizados tiene valor de norma jurídica, por lo tanto forman parte de las acciones de gobierno a nivel local. Para una mejor comprensión de esta acción y, específicamente, de los instrumentos normativos, se ha recopilado un conjunto amplio de noticias en medios de comunicación de masas que recogen posiciones de los distintos actores en relación a esta temática. Estas posiciones obedecen a diferentes intereses y se expresan en forma de discursos justificativos. De forma complementaria, se ha mantenido entrevistas en diversas ocasiones con actores significativos, en especial los responsables municipales de diferentes periodos de gobierno. El texto termina con una serie de reflexiones finales, con referencia a las principales conclusiones del trabajo.

Ordenación urbana y turismo. Del crecimiento a la contención

Hasta hace poco tiempo existía un consenso bastante generalizado sobre las bondades del turismo para las ciudades. El discurso dominante, practicamente unitario, aludía al turismo como vector propiciador del crecimiento económico, que derivaría en un mayor bienestar social. Ayudaba en la regeneración física de áreas degradadas y favorecía una proyección amable de la urbe en el cada vez más competitivo mercado global de ciudades. De acuerdo a estos planteamientos, el conjunto de políticas urbanas se orientaban a propiciar un mayor crecimiento turístico. Alcanzar este crecimiento implicaba movilizar recursos para incrementar el atractivo de la ciudad como lugar de visita y ganar conectividad en el sistema de transporte. Las disposiciones legales se han flexibilizado para facilitar la implantación de las actividades turísticas y las políticas turísticas se han centrado en la promoción. Esta orientación hacia el crecimiento se acentuó en los años de la Gran Recesión, cuando se percibía el turismo como uno de los pocos sectores capaces de resistir la crisis y seguir creando empleo.

En tiempos recientes esta situación ha cambiado. Factores como el rapídisimo incremento de la afluencia de visitantes y la proliferación de viviendas de uso turístico en

los centros urbanos, han puesto el foco sobre los efectos negativos del turismo, en especial en destinos tremendamente populares como Barcelona y, en menor medida, Donostia-San Sebastián, Málaga, Santiago de Compostela o Palma en Mallorca. Estos efectos han sido denunciados por un conjunto amplio de movimientos sociales y están en la base de las medidas de acción adoptadas por una serie de ayuntamientos, mayormente asociados al ciclo municipal de los denominados "gobiernos del cambio".

En algunos destinos urbanos, las políticas locales han pasado de propiciar un crecimiento turístico a toda costa a buscar un desarrollo más equilibrado que minimice los efectos más negativos asociados a esta actividad. Algunos autores presentan estas políticas organizadas en las míticas 5D (Milano, 2018). En otras ocasiones se presentan estas políticas en relación a su filiación principal (Mendoza *et al.*, 2018). Así se habla de políticas de marketing, pero en este caso orientado a la atracción de visitantes en periodos de baja afluencia o a lugares menos conocidos; de transporte, pero relacionada con la contención de llegadas al destino; de destinos turísticos inteligentes, pero para la gestión interna del flujo turístico; etc. Dentro de estas políticas se encuentra el urbanismo.

La producción académica sobre urbanismo y turismo es muy abundante, sobre todo en relación a los espacios del turismo del sol y playa. En general, esta modalidad turística ha estado asociada a la creación de nuevos tejidos urbanos con predominio de las unidades destinadas al alojamiento de los visitantes. Cuando se hacía conforme a ordenación, la creación de estos tejidos se vehiculaba mediante el planeamiento urbanístico vigente e incluso instrumentos de mayor dependencia de la administración turística como fueron los Centros de Interés Turístico Nacional (Galiana y Barrado, 2005). Además de los trabajos sobre creación de tejidos turísticos, también existe una producción significativa sobre medidas la utilización de instrumentos urbanísticos para contener la expansión de la actividad turística y renovar espacios obsoletos (entre otros: González, 2012; Rullán, 2005; 2011; Simancas, 2012).

Sin embargo, las reflexiones sobre estos aspectos a nivel de destinos de turismo urbano son menos numerosos y más recientes (Arana, 2018; Barrera-Fernández y Hernández-Escampa, 2016; Fernández y Pavón, 2018; Román, 2018). Esta falta de reflexión deriva de factores como el tardío reconocimiento del turismo como vector clave de transformación de la ciudad contemporánea; de la dificultad para diferenciar el turismo de otros procesos urbanos ligados a la movilidad; o de la tendencia del turismo a refuncionalizar tejidos urbanos preexistenes (fundamentalmente en la ciudad central) frente a la creación de espacios ex novo. En todo caso la incidencia del urbanismo en la conformación de los destinos urbanos ha sido crucial, sobre todo a nivel de planeamiento general. La definición del modelo de ciudad incluye llamamientos constantes a una mayor calidad urbana, sobre todo en las áreas centrales; una mayor competividad, en relación a mercados nacionales e internacionales; una mayor sostenibilidad, fundamentalmente en las formas de movilidad, etc. Se busca alcanzar un mayor atractivo en ciudades cada vez mejor conectadas, si es posible, a nivel global. Atractivo urbano y accesibilidad externa son factores claves de competividad turística, aunque también se trata de aspectos que tienen repercusión total en la vida de la propia población residente. De hecho, durante mucho tiempo estas actuaciones se han hecho en clave interna y sólo recientemente han incorporado el discurso turístico a efectos justificativos. Así, se plantean como proyectos estratégicos capaces de movilizar amplios recursos a favor de un mayor crecimiento turístico.

A nivel de la normativa, el régimen de usos que regula la implantación de actividades turísticas en suelo urbano resulta de especial trascendencia para el turismo de ciudad. Dada la naturaleza de la actividad turística, la regulación específica se limita al alojamiento en sus distintas modalidades, ya que el resto de la oferta tiene un tratamiento que no atiende a distinciones sobre su demanda. Buena parte del planeamiento urbanístico español de las últimas décadas ha buscado, al menos a nivel teórico, la defensa de la función residencial de los centros urbanos, amenazada por un progresivo proceso de terciarización. El régimen de usos establecido para estas áreas privilegiaba el uso residencial, estableciendo una compatibilidad de actividades terciarias modulada por zonas. Se regulaba la posible implantación de comercio, oficinas, servicios recreativos... y también el alojamiento turístico. En el contexto de las actividades terciarias, el sector del alojamiento ha gozado de un tratamiento benévolo, ya que la se consideraba una actividad compatible con el alojamiento permanente y con una dinámica de crecimiento no muy acentuada. Es más, se consideraba una alternativa interesante para dar nuevo uso a edificios de valor patrimonial en desuso. Y con ello generar mayor dinamismo a nivel de la ciudad.

Con este marco de tratamiento urbanístico benévolo, desde la década de los noventa del siglo XX se asiste a un crecimiento muy notable de la planta de alojamiento convencional de los principales destinos urbanos. Además aparecen nuevas modalidades como los "hostels", establecimientos en habitaciones colectivas que también tienden a ubicarse en los espacios centrales de la ciudad. Y durante los últimos años se asiste a una proliferación extraordinaria de viviendas de uso turístico (VUT) gracias a la acción de plataformas globales como Aribnb (Richards, 2017). Crecimiento de la planta de alojamiento convencional y proliferación incontrolada de viviendas de uso turístico, fenómeno de alcance disruptivo en muchos barrios de la ciudad, determinan un cambio en la orientación del tratamiento del alojamiento dentro del régimen de usos vigente en cada municipio. Aquellas corporaciones que han acometido estos procesos lo han hecho introduciendo modificaciones en el planeamiento para contener la expansión del alojamiento y, en especial, de las viviendas de uso turístico, modalidad que no estaba contemplada en el momento de aprobación de la mayor parte de los planes actualmente vigentes.

Barcelona ha marcado la pauta. Lo hizo cuando incorporó el turismo en la agenda política urbana en clave de crecimiento y lo ha vuelto a hacer en la consideración del turismo como un fenómeno que necesita de una regulación estricta a nivel municipal en pro del bienestar urbano. Las tensiones en el modelo turístico de Barcelona son patentes desde hace años. La llegada al gobierno municipal de la plataforma Barcelona en Comú – BeC (2015) supone un replanteamiento global del modelo turístico de la ciudad, que va más allá de las medidas de mitigación de los efectos negativos del turismo planteadas por las corporaciones anteriores (Russo y Scarnato, 2018). Entre otras cuestiones, el nuevo equipo de gobierno aborda la elaboración Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT), primer instrumento urbanístico de ordenación de la actividad turística que busca la contención de la expansión del alojamiento turístico en una ciudad española. Ya desde abril de 2014 estaba vigente una moratoria en la concesión de licencias de apartamentos, con vistas a la tramitación de un Plan Especial Urbanístico para la Regulación de Viviendas de Uso Turístico que no llegó a aprobarse definitivamente. El gobierno de BeC mantiene esta congelación hasta la aprobación del PEUAT en enero de 2007 (BOPB, de 6 de marzo de 2017), documento que ya ha sido tratado con profundidad en distintos trabajos (Blanco-

Romero *et al.*, 2018; Blázquez-Salom *et al.*, 2019). Además del planteamiento orientado a la contención, dos son las grandes novedades que aporta: de una parte, la regulación de la implantación de las viviendas de uso turístico como una actividad diferenciada del uso residencial; de otra, una zonificación que modula la ordenación del conjunto de actividades de alojmiento de acuerdo a ámbitos donde se reconoce diferentes niveles de presión turística.

El modelo adoptado en Barcelona sirve de referencia para otras ciudades. Se reconoce problemas similares: un incremento de la presión turística, especialmente en las áreas centrales; una proliferación indiscriminada de VUT, con una regulación a nivel autonómica que no satisface las peculiaridades locales; y la movilización de ciertos movimientos sociales, que contraponen el turismo de masas con el derecho a la ciudad. Se impone un discurso general de contención de la actividad turística, en especial en las corporaciones "del cambio", y se recurre al urbanismo para instrumentalizar esta contención. En Santiago de Compostela se aprueba definitivamente una *Modificación puntual do Plan especial de protección e rehabilitación da cidade histórica (PE-1) para limitar os aloxamentos de carácter temporal no seu tecido residencial* (POPAC, Num. 223, de 22 de novembre de 2018). También en 2018 se aprueba la *Ordenanza municipal reguladora del uso de vivienda turística y de alquiler de habitaciones en vivienda habitual para uso turístico* (BOG, Num. 60, de 26 de marzo de 2018) de Donostia-San Sebastián. Bilbao, Madrid y Palma en Mallorca también intoducen medidas similares.

La regulación urbanística de la implantación del alojamiento turístico en Madrid

Hasta la victoria electoral de Manuela Carmena con la candidatura de Ahora Madrid (2015), el municipio de Madrid contó con una sucesión de alcaldes y gobiernos conservadores. En tiempos de José María Álvarez del Manzano se aprueba el Plan General de Ordenación Urbana de 1997 (PG 1997), un plan con muy escasas referencias al turismo (Barrado, Palacios e Hidalgo, 2012). La intervención directa en materia turística se limita a la regulación de la implantación del alojamiento. La ordenación más compleja corresponde a la Zona 1- Protección del Patrimonio Histórico, que comprende la mayor parte del centro histórico. El uso cualificado es el residencial. En relación a los no cualificados (complementarios y autorizables), se establece cinco agrupaciones o niveles de usos: A, B, C, D y E. En relación al hospedaje, en los niveles A, B, C y D se consideraba alternativo o autorizable en situación de edificio exclusivo y no se considera su implantación en el nivel E. La implantación de un uso alternativo se tramita mediante licencia mientras que si es autorizable requiere de un plan especial. La normativa también regula la posiblidad de implantación de usos compatibles en partes del edificio, estableciendo en su caso, condiciones de situación (planta del edificio donde se puede implantar el uso), condiciones de acceso, o ambas. En la Norma Zonal 1 el hospedaje se puede implantar en cualquier situación del edificio, con acceso independiente en los niveles A, B, C y D, pero no el E.

En el año 2003 se convierte en alcalde Alberto Ruiz Gallardón, también del Partido Popular. Su estilo de gobierno es totalmente diferente y pone especial énfasis en "profundizar en el modelo de ciudad competitiva global, interviniendo de manera clara en ámbitos claves que permitan el desarrollo de determinadas actividades económicas"

(Fuente y Velasco, 2012). Se presta especial atención a la proyección internacional y al marketing urbano. Prueba de ello son los esfuerzos para convertirse en capital olímpica, con presentación de sendas candidaturas para organizar los Juegos Olímpicos de 2012 y 2016. En cuanto a la materia turística, en 2005 se aprueba al *Plan Especial de Mejora de la Ordenación Pormenorizada relativo al Régimen del Uso Terciario en su Clase de Hospedaje en el Suelo Urbano* (PE 2005). Se persigue favorecer la implantación del alojamiento turístico, para lo que se eliminan algunas de las restricciones vigentes. De forma general, se considera que el crecimiento y la mejora de la planta hotelera son condiciones impresdencibles para proyectar a la ciudad como un destino de turismo urbano de rango europeo. Específicamente, la Comisión de Evaluación del Comité Olímpico Internacional había señalado la oferta hotelera como la principal debilidad de la candidatura de Madrid para los Juegos de 2012 (Mateos y Gimeno, 2004), al menos en relación a sus principales competidoras: París, Londres y Nueva York.

El PE 2005 modifica las normas zonales en relación al hospedaje. Fundamentalmente se cambia el régimen de usos de la Zona 1. En los niveles A, B, C y D se mantiene la consideración de uso complementario en cualquier situación del edificio si tiene acceso independiente. En cambio, si se trata de edificio exclusivo, en las situaciones que se considera uso autorizable pasan a uso alternativo, lo que supone eliminar el requisito del plan especial para el control urbanístico-ambiental de usos. De otra parte, se amplía la consideración de uso autorizable en el nivel E, lo que supone de hecho la posibilidad de su implantación mediante la tramitación de un plan especial del tipo mencionado. Como salvedad, se establece que para la implantación de uso hotelero en edificios protegidos con nivel 1 o 2 es necesario la tramitación previa de un plan especial de compatibilidad de usos.

Esta flexibilización de la normativa se realizó en un contexto de crecimiento global del turismo urbano, con un creciente número de operadores privados que intervienen en la producción de alojamientos turísticos. Alberto Ruiz Gallardón gana las elecciones muncipales de 2007 en este contexto de crecimiento. Es designado Ministro de Justicia en 2011 y cede la alcaldía a Ana Botella, con un escenario de gobierno totalmente distinto. La Gran Recesión, que arranca en 2008, supone una crisis económica y social fortísima. El turismo se considera uno de los pocos sectores resistentes a la recesión y, dentro de la política turística, se asiste a un reforzamiento de las acciones de marketing, fundamentalmente de promoción hacia los mercados internacionales. La proyección externa también está en la nueva candidatura fallida para organizar los Juegos Olímpicos de 2020 y los acuerdos con una serie de grandes promotores para la apertura y reforma de establecimientos de alojamiento. Estos promotores incluyen una mezcla variopinta de empresas de la construcción, entidades financieras, empresas hoteleras... y promotores inmobiliarios en sentido estricto.

En 2015 accede al gobierno municipal una candidatura de izquierdas liderada por Manuela Carmena. Con un discurso inicialmente centrado en la regeneración de la vida pública y en afrontar los estragos que estaba generando la Recesión en los colectivos más vulnerables, el turismo estaba ausente del programa electoral de Ahora Madrid. Es más, durante los primeros momentos se mantiene el tono y contenido de la política turística de las corporaciones anteriores, ya que el turismo era generalmente percibido como uno de los pocos sectores de actividad que mantenían un comportamiento positivo.

Sin embargo, pronto cambian las tornas. En poco tiempo aparece dentro de la agenda política municipal y aparece con una connotación negativa: lo que antes se percibía como una panacea ahora empieza a sentirse como uno de los grandes problemas que aquejan a la ciudad. La política turística de la ciudad incorpora nuevos planteamientos. Se busca la reducción de la presión turística sobre el centro mediante la expansión de la huella turística a espacios periféricos. Se desarrollan campañas como Madrid 21 Distritos y se potencia la celebración de eventos fuera de la almendra central. No obstante, se considera clave el control de la implantación del alojamiento, para lo que se tiene que recurrir al instrumental urbanístico.

Como el resto de las grandes aglomeraciones urbanas europeas, Madrid ha registrado un crecimiento muy notable de la planta de alojamiento durante las últimas décadas. Este crecimiento se basó en primer lugar en el incremento de la oferta convencional, formado por hoteles y hostales, albergues o "hostels" y apartamentos. Más recientemente, al crecimiento de esta oferta se ha unido una rápida expansión de las viviendas de uso turístico propiciado por plataformas como Airbnb (Martínez-Caldentey *et al.,* 2020.). El crecimiento de la planta de alojamiento es una de las manifestaciones centrales de la ola de turistificación reciente que afecta a las ciudades españolas (Calle Vaquero, 2019). Este crecimiento está motivado por un conjunto de factores estrechamente relacionados. Entre otros aspectos, la ordenación urbanística se flexibilizó para favorecer este crecimietno. En esta lógica se inscribe el PE 2005, que favoreció la implantación del alojamiento turístico convencional en el distrito Centro y, en menor medida, por el resto del centro histórico. Significativamente, sus efectos reales han ido en contra de lo planteado en el PG 1997, al menos a nivel de su discurso. El Plan General abogaba por una defensa activa de la función residencial del centro y, en consecuencia, un control del proceso de terciarización. En cambio, durante los últimos años se ha reforzado este proceso pero en clave de turistificación, con un fuerte protagonismo del sector del alojamiento.

La adopción de una política de contención de la planta de alojamiento por parte del gobierno municipal de Ahora Madrid fue un proceso gradual, que arranca con la elaboración de una serie de estudios centrados en la estructura y dinámica del alojamiento turístico en la ciudad. En enero de 2017 se presenta un Trabajo titulado *La Oferta de Alojamiento Turístico en Madrid. Características y Distribución Territorial*. En este estudio no se hacía referencia a las viviendas de uso turístico, cuyos primeros datos, procedentes de Inside Airbnb, son más tardíos. Con ese objetivo la Junta de Distrito de Centro encargó a Red2Red un trabajo realizado con estos datos y con título *Análisis del Impacto de las Viviendas de Uso Turístico en el Distrito Centro*. Sobre la base de estos estudios, en enero de 2018 el gobierno municipal da orden para la elaboración y tramitación de un instrumento de planeamiento en materia de alojamiento. De manera cautelar, a principios de febrero se acuerda la suspensión de la realización de actos de uso del suelo, de construcción y edificación y de ejecución de actividades, excepto licencias de funcionamiento, relativos al hospedaje, en régimen de interrelación de uso compatible, en edificios existentes de uso residencial en el distrito de Centro, que se extiende para las viviendas de uso turístico a otros barrios.

Elaborado por los técnicos municipales, en julio de ese mismo año se somete a aprobación inicial del *Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje* (PE 2015). La aprobación definitiva se realiza por parte del pleno

municipal en sesión de día 27 de marzo de 2019. En sintonía con el PG 1997, el objetivo general del nuevo PE 2019 es la defensa del uso residencial en las áreas centrales de la ciudad. Como antaño, este uso se encuentra amenazado por el proceso de terciarización. Y este proceso ahora se produce en clave de turistificación, con un papel central del alojamiento turístico.

Las modificaciones en el régimen de compatibilidad de usos introducidas por el PE 2005, que supusieron un tratamiento privilegiado del uso de hospedaje frente a otros usos terciarios, han favorecido la expansión del alojamiento y, en consecuencia, han acentuado el proceso de turistificación y expulsión de la población residente. Con el nuevo plan se pretende revertir esta situación, acotar *"las posibilidades de implantación del uso de hospedaje en algunos barrios de la ciudad de Madrid, que están sufriendo las consecuencias de la turistificación, para garantizar una ciudad rica, compleja y con mezcla de actividades"*. Se reconoce que la presión turística no afecta por igual a toda la ciudad, por ello se establece una ordenación más restrictiva en las áreas más céntricas que, indirectamente, ayudara a desconcentrar el alojamiento. De forma específica, se establece una zonificación en tres anillos que, esquemáticamente, corresponden al distrito Centro (Anillo 1), al resto del Conjunto Histórico – APE001 (Anillo 2) y al resto de la Almedra Central (Anillo 3), con algunas incorporaciones de barrios situados en la otra orilla del Manzanares en ese Anillo más externo (Fig. 1). La superficie total de la nueva regulación es de 52.768.610 m² y el resto del municipio mantiene la ordenación anteriormente vigente.

El tratamiento normativo diferencia entre la implantación del uso de hospedaje en la totalidad de la edificación y su implantación en parte de la edificación como uso complementario. Mediante la primera se pretende controlar la transformación de edificios de uso residencial en establecimientos de alojamiento turístico. A estos efectos, se adoptan las siguientes determinaciones:

- En parcelas con uso cualificado Residencial, no se permite implantación del uso de hospedaje en las zonas residenciales más puras como son los niveles de usos A, B y E, en el Anillo 1 o los niveles de usos A y E, en el Anillo 2.
- Como uso alternativo, cuando el uso existente sea distinto del residencial en cualquiera de los tres anillos y cuando el uso existente sea residencial, únicamente en el nivel de usos D (ejes terciarios dentro del APE 00.01) en los Anillos 1 y 2, y en los ejes terciarios definidos en la norma zonal 10 del Anillo 3. Su implantación se hace directamente a través de licencia urbanística.
- Como uso autorizable, en el resto de las situaciones no contempladas anteriormente. Necesita la redacción de un Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental del Usos (PECUAU) con el fin de salvaguardar las máximas medidas de control para el entorno.

Como resultado, las posibilidades de implantación de edificios de alojamiento se han reducido notablemente en el conjunto del Conjunto Histórico de la ciudad (Anillos 1 y 2). Respecto a la regulación hasta ahora vigente y tomando como referencia las parcelas afectadas:

- No permitido: pasa de suponer el 3,87% de las parcelas al 40,52%. La diferencia de superficies es menor, del 24,44% al 41,67%.
- Permitido como Alternativo al uso residencial: del 71,14% al 4,68% en parcelas y del 52,66% al 6,80% en superficies.

- Permitido como Autorizable con PECUAU: del 0,93% al 30,9% en parcelas y del 0,65% al 27,21% en superficies.

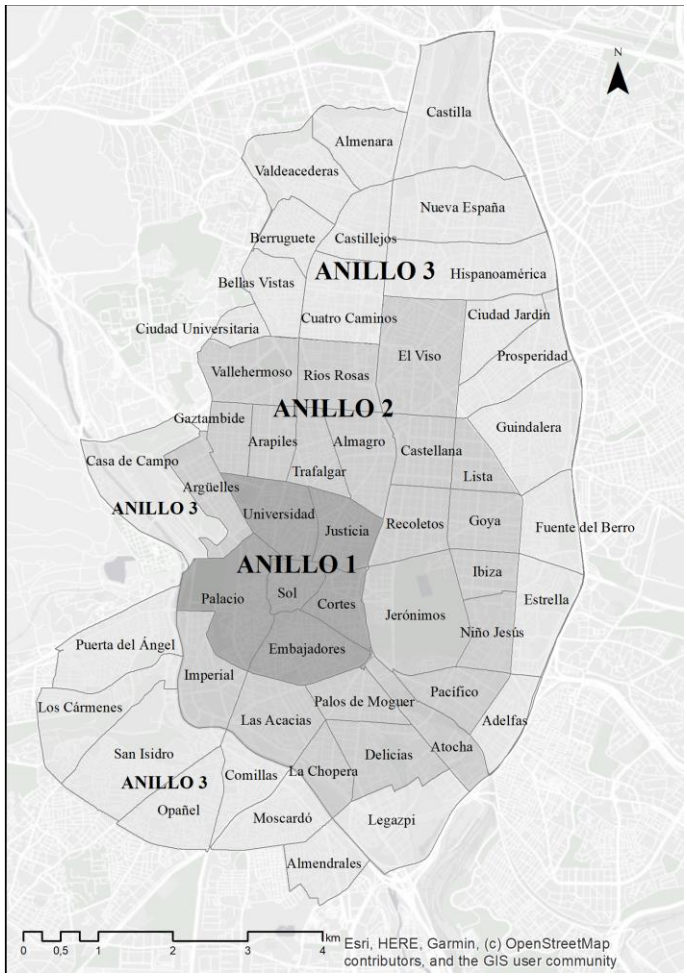


Fig. 1. Esquema zonal del *Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje* (PE 2015).
Fig. 1. *Zoning scheme of the Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje (PE 2015).*

Respecto a los a los edificios protegidos con nivel 1 ó 2, se mantiene el régimen de implantación como uso autorizable con un Plan Especial de Protección. No obstante, se introducen determinaciones complementarias para estos planes en defensa del uso residencial existente, como que se acredite la imposibilidad de compatibilizar las condiciones de protección con las condiciones higiénicas y de vivienda exterior.

En origen la implantación del uso de hospedaje ocupando sólo parte del edificio residencial estaba pensada para regular la apertura de hostales y establecimientos similares (uso complementario). En general, la normativa vigente permitiría implantar el uso de hospedaje en determinadas plantas, normalmente las mismas para las que se permiten otros terciarios. Y se exigía un acceso exclusivo que, en las zonas históricas, no existe más que en los locales a pie de calle. Ambas condiciones son especialmente importantes para regular la convivencia entre el uso residencial y el de hospedaje dentro del mismo edificio. La irrupción de las viviendas de uso turístico supuso afrontar la ordenación de una actividad que no existía cuando se aprobaron el PG 1997 ni el PE 2005. En este sentido, la Comisión de Seguimiento del PGOUM 1997, en su sesión de 23 de enero de 2018, dictaminó que no era exiglibe la condición de acceso independiente a las viviendas de uso turístico. Frente a esta posición, el PE 2019 generaliza esta exigencia a la totalidad de los edificios de uso residencial situados en los Anillos 1 y 2, se generaliza la exigencia de acceso independiente. En el Anillo 3 se mantiene la regulación vigente, pero imponiendo la exigencia de acceso exclusivo en las situaciones del edificio donde no se admita la implantación de otras clases del uso de servicios terciarios. En consecuencia, la regulación propuesta no discrimina el tratamiento de las viviendas de uso turístico respecto de otras modalidades del alojamiento que se implanten en parte del edificio, haciendo muy difícil de implantación en aquellos edificios de uso residencial. En todo caso cabe recalcar que se mantiene parte del acuerdo adoptado por la Comisión de Seguimiento del Plan General en esa sesión, la parte que restringe al uso terciario en clase de hospedaje a aquellas viviendas de uso turístico que se destinen a este uso en su totalidad y por tiempo superior a tres meses al año. Si estas condiciones no se cumplen, se siguen considerando uso residencial.

Reflexiones finales

Como se ha señalado, la ordenación urbana reviste una importancia clave para la gestión de la actividad turística en los destinos urbanos. Si cabe, su importancia es aún mayor que las políticas estrictamente turísticas. De una parte, inciden en la materialidad física de la ciudad para favorecer una mayor accesiblidad externa y un mayor atractivo urbano. De otra, regulan la implantación de las actividades turísticas, especialmente el alojamiento.

De acuerdo con los lineamientos generales de las políticas urbanas en relación al turismo, se ha pasado de planteamientos muy propiciadores del crecimiento turístico a otros que abogan por la contención. El planeamiento urbanístico de Madrid refleja este cambio, ya que se pasa de una posición inicial relativamente indiferente al turismo (PG 1997 en su versión original), una intermedia muy favorable (PE 2005) y una final tendente a la contención (PE 2019). No obstante, el alcance de las medidas de contención se limita a la regulación de la implantación del sector del alojamiento. Aunque se trata de la actividad turística por excelencia, solo incidir sobre este aspecto no conseguirá revertir los problemas asociados al “overtourism” urbano o la turistificación de las áreas centrales de la ciudad. La propia naturaleza del turismo, como actividad asociada a la demanda, dificulta su tratamiento desde el urbanismo. La afluencia de visitantes incide sobre el entramado cultural urbano, sobre el comercio, sobre la movilidad... pero los turistas son solo una parte de sus usuarios. Por lo tanto no se pueden regular estas actividades pensando únicamente

en la incidencia que tiene en la actividad turística. De igual forma, toda mejora en la accesibilidad externa y en el atractivo urbano va a propiciar una mayor llegada de turistas, por mucho que se haga pensando en la población residente.

En consecuencia, la utilización del urbanismo para contener el turismo no parece ir más allá de la normativa urbanística que restringe la implantación del alojamiento turístico. En el corto plazo, la aprobación de estas medidas enfría las expectativas de conversión de inmuebles en este tipo de alojamientos, por lo que ayuda a contener la turistificación de los espacios de mayor presión turística. Estas medidas operan de forma adecuada para el núcleo de la oferta de alojamiento urbano convencional: los hoteles que ocupan edificios completos. El instrumental urbanístico resulta pertinente para el control de la impltanción de este tipo de establecimientos, cuyo proceso de producción inmobiliara requiere de periodos largos susceptibles de ajustarse a la tramitación urbanística vigente en cada ciudad (planes especiales, licencias, declaración responsable, etc.). La zonificación lo único que hace es reconocer la existencia de distintos niveles de presión turística y modular la respuesta urbanística de acuerdo a estos niveles. En principio, la reducción de la presión en las áreas centrales propiciaría una expansión de la planta en áreas más periféricas, favoreciendo un reequilibrio turístico de la ciudad.

Sin embargo, estos mecanismos no operan con la misma eficacia para el control de la vivienda de uso turístico. Estas conforman una oferta "líquida", flexible y bastante adaptable a la dinámica del mercado turístico. Estas condiciones son opuestas al estatismo inherente a la regulación de usos del planeamiento español. De hecho el uso asociado a vivienda turística fluye entre situaciones distintas: el puramente residencial y vinculado a la propiedad; el aprovechamiento económico del uso residencial, que incluye usos complementarios y alquiler residencial; y el aprovechamiento estrictamente económico, como oficinas y hostales. La disparidad de posturas adoptadas en el planeamiento refleja la dificultad para abordar esta problemática. En algunas ciudades se prohibe complementamente. En otras se introduce una regulación zonal. En Madrid, el PE 2019 diferencia entre viviendas destinadas al uso turístico menos de tres meses (considerado uso residencial y por lo tanto no sujeto a regulación urbanística) y las que superan este umbral (considerado uso terciario). La situación todavía se hace más compleja en el caso de las habitaciones de posible uso turístico. Todo ello necesitaría de reforzar los procedimientos de control urbanístico, hasta un límite que hace realmente cuestionable la eficacia de estas medidas de contención. Como se señala en la memoria del PE 2019, el hospedaje es una clase de terciarización especialmente difícil de controlar urbanísticamente por las similitudes funcionales y espaciales que guarda con la residencia. Y esta similitud se acentúa en las viviendas de uso turístico, por lo que la regulación y control de su implantación se hace aún más difícil.

Agradecimientos

Este texto expone resultados parciales obtenidos en el marco del proyecto de investigación PAITUR-Ciudad - 2017-2020 (CSO2016-75470-R) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades dentro del Programa I+D+i. Sofía Mendoza de Miguel: contratada FPU del Ministerio de Ciencia, Innovación y

Universidades. Elena Ferreiro: contratada FPI del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

Referencias bibliográficas

Arana García, E. 2018. La intervención local en las viviendas de uso turístico a través de la zonificación urbanística: requisitos y consecuencias. *REALA*, 10, 6-21.

Barrado Timón, D.A., Palacios García, A. y Hidalgo Giralt, C. 2012. El turismo, una actividad esencial para la economía madrileña. Propuestas para la revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997. En: Vinuesa Angulo, J. et al. (coords.) *Reflexiones a propósito de la revisión del Plan General de Madrid*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, 317-336.

Barrera‐Fernández, D. y Hernández‐Escampa, M. 2016. El impacto de la política urbanística en la gestión de la ciudad histórico -turística: un estudio comparativo. *Pasos*, 14 (3), 705-724.

Blanco-Romero, A., Blazquez-Salom, M. y Canoves, G. 2018. Barcelona, Housing Rent Bubble in a Tourist City. Social Responses and Local Policies. *Sustainability*, 10, 2043. https://doi.org/10.3390/su10062043

Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A. Vera-Rebollo, J.F. y Ivars-Baidal, J. 2019. Territorial tourism planning in Spain: From boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1764-1785. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675073

Calle Vaquero, M. de la. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40. http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829

Fernández Tabales, A. y Santos Pavón, E. 2018. La difícil convivencia entre paisaje urbano y turismo: clasificación de conflictos y propuestas de regulación a partir del análisis comparativo de normativas locales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (78), 180-211. https://doi.org/10.21138/bage.2715

Galiana Martín, L. y Barrado Timón, D. 2005. Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España. *Investigaciones Geográficas*, 39, 73-93.

González Pérez, J.M. 2012. Un plan nuevo para un núcleo turístico maduro. Reconversión y rehabilitación de la Platja de Palma (Mallorca). En: Vera Rebollo, J.F. y Rodríguez Sánchez, I. (eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Valencia, Publicacions de la Universitat de València, 243-268.

Martínez-Caldentey, M.A., Murray, I. y Blázquez-Salom, M. 2020. En la ciudad de Madrid todos los caminos conducen a Airbnb. *Investigaciones Turísticas*, 19, 1-27. https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.01

Mateos de Cabo, R. y Gimeno Nogués, R. 2004. Evaluación del proyecto de Madrid 2012 bajo un enfoque de mercado. Una exploración de posibilidades y mejoras. *Cuadernos de Gestión*, 4 (2), 97-118.

Mendoza de Miguel, S., Calle Vaquero, M. de la y García Hernández, M. 2018. Gestión de la saturación turística en destinos urbanos. En: Somoza Medina, X. (coord.), *De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de los procesos de cambio generados por el turismo*. Ed. Universidad de León y Asociación de Geógrafos Españoles, León, 275-286.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos*, 16 (3), 551-564. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041

Richards, G. 2017. The new geographies of tourism: Space, place and locality. In: Dredge, D. and Gyimóthy, S. (Eds.) *Tourism and Collaborative Consumption: Perspectives, Politics, Policies and Prospects*. Springer, 169-184.

Román Márquez, A. 2018. Planificación urbanística del turismo: la regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *REALA*, 10, 22-39.

Rullan, O. 2005. Una técnica urbanística para contener el crecimiento residencial en espacios con fuerte presión inmobiliaria. *Scripta Nova*, IX (194), 32, 1-12.

Rullan, O. 2011. La regulación del crecimiento urbanístico en el litoral mediterráneo español. *Ciudad y Territorio: Estudios Territoriales*, 168, 279–297.

Russo, A.P. y Scarnato, A. 2018. Barcelona in common: A new urban regime for the 21st-century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 40 (4), 455-474. https://doi.org/10.1080/07352166.2017.1373023

Simancas Cruz, M. 2012. Evaluando políticas públicas de renovación de destinos maduros: el proceso de reconversión turística de Canarias. En: Vera Rebollo, J.F. y Rodríguez Sánchez, I. (eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Valencia, Publicacions de la Universitat de València, 163-200.

Turismo, patrimonio y centros urbanos: ¿hacia un nuevo ciclo de turistificación? [i]

Manuel de la CALLE VAQUERO y María GARCÍA HERNÁNDEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Calle Vaquero, M. de la y García Hernández, M. 2020. Turismo, patrimonio y centros urbanos: ¿hacia un nuevo ciclo de turistifcación?. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 135-146. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La turistificación de los centros urbanos es un proceso de largo recorrido. Arranca con la conversión de las ciudades españolas en destinos de visita y está plenamente consolidado en la década final del siglo XX. El momento actual se caracteriza por la intensificación del proceso, lo que ha supuesto un incremento de sus efectos más negativos. No obstante también emergen toda una serie de aspectos novedosos, como la irrupción de las viviendas de uso turístico, la ampliación de la huella turística sobre otros barrios de la ciudad y cierta contestación social. Ello permite afirmar la existencia de un nuevo ciclo en la turistificación, con amenaza directa sobre la salvaguarda urbana y patrimonial de los espacios más afectados por una creciente presión turística.
Palabras clave: *Turistificación, centros urbanos, ciudades españolas.*

TOURISM, HERITAGE AND URBAN CENTRES: TOWARDS A NEW CYCLE OF TOURISTIFICATION?. The touristification of urban centres is a long process. It began with the conversion of Spanish cities into visiting destinations and was fully consolidated in the final decade of the 20th century. The present moment is characterized by the intensification of the process, which has meant an increase in its most negative effects. However, a whole series of new aspects have also emerged, such as the emergence of tourist housing, the extension of the tourist footprint to other neighbourhoods of the city and a certain social response. As a result, there is a new cycle of touristification, which directly threatens the urban and heritage protection of the areas most affected by growing tourism pressure.
Key words: *Turistification, urban centres, Spanish cities.*

Manuel de la CALLE VAQUERO, Departamento de Geografía – Facultad de Geografía e Historia – Universidad Complutense de Madrid C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid mcalleva@ucm.es; María GARCÍA HERNÁNDEZ, Departamento de Geografía – Facultad de Geografía e Historia – Universidad Complutense de Madrid C/ Profesor Aranguren s/n 28040 Madrid mgarciah@ucm.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Presentación

El término turistificación se suele manejar con dos sentidos. El primero, de alcance amplio y carácter neutro, alude al proceso de transformación de un lugar en un espacio turístico y sus efectos asociados. Esta transformación, que opera a nivel de atractivos y destinos, implica una adecuación del lugar al visitante, sea el turismo la actividad

dominante de ese espacio o no. Sus efectos, que pueden ser positivos o negativos, son de carácter ambiental, paisajístico, económico, social o cultural. Con este sentido, suele hacerse equivalente al término "turistización" y presenta ciertas semejanzas con "valorización / puesta en valor turística", si bien turistificación alude a un proceso amplio con intervención pública variable y valorización al conjunto de acciones de una entidad que busca expresamente el desarrollo turístico.

El segundo sentido es más limitado y tiene connotaciones negativas. Como sucede con el concepto de terciarización cuando se aplica a los centros históricos, el término describe tanto el incremento de las actividades de servicios como una valoración negativa de este incremento: la terciarización supone una amenaza directa a la condición residencial de los centros, cuya defensa ha sido uno de los ejes centrales del planeamiento urbanístico durante las últimas décadas. Así, la turistificación es una forma de terciarización que amenaza la salvaguarda urbana y patrimonial de los núcleos originarios de nuestras ciudades. Si bien tiene repercusiones sobre las formas del espacio urbano, sus efectos más palpables afectan al entramado socioeconómico, simbólico y funcional. Se trata de un proceso de especialización territorial en actividades turísticas cuyos efectos negativos superan con muchos los positivos, al menos en la percepción de una parte de la población local.

Este texto aborda la turistificación de los espacios centrales de las ciudades españolas. Adopta el sentido de articulo de revisión, si bien el número de referencias bibliográficas citadas es más limitado y selectivo. La primera parte plantea la génesis del proceso y describe la situación alcanzada en la primera década del siglo XXI, cuando el turismo es ya una realidad consolidada en buena parte de los centros de nuestras ciudades. La segunda parte se centra en las características actuales, señalando los rasgos principales del proceso durante y después de la Gran Recesión que arranca en 2008. En las conclusiones se señalan permanencias y rupturas del proceso, a efectos de dar respuesta al interrogante que da titulo a este trabajo: ¿nos encontramos ante un nuevo ciclo de la turistificación?

Un siglo de turismo en los centros históricos españoles

Cierto número de ciudades españolas llevan recibiendo visitantes desde los albores del turismo contemporáneo. Lugares como Córdoba, Granada, Sevilla y Toledo devienen en destinos turísticos prácticamente en el siglo XIX, con un flujo incipiente de turistas extranjeros que se aproximaban a un legado patrimonial que ya había llamado la atención de los primeros viajeros románticos. Durante las primeras décadas del siglo XX el turismo ya es un hecho significativo en los cascos de las ciudades más relevantes. Y el embrión de la administración turística estatal se centra en labores de recuperación patrimonial, ya que se considera que el legado histórico es el principal recurso turístico del país. En Sevilla se asiste a una reconstrucción del barrio de Santa Cruz de acuerdo al imaginario de pueblo andaluz. En Toledo se recupera la figura del Greco, que deviene en recurso turístico. En Barcelona el barrio de la Catedral se transforma en Barrio Gótico. Ante la ausencia de impulso muncipal, proliferan los sindicatos locales de iniciativas turísticas: Málaga (1897), Palma de Mallorca (1905), Toledo (1908), Tarragona (1910), Burgos (1912), Salamanca (1913), etc. Además de las ciudades de atractivo patrimonial, ciudades como Donostia-San Sebastián y Santander se conforman como destinos de turismo litoral vinculado al aprovechamiento de las playas del Cantábrico.

Con la eclosión del turismo de sol y playa, se asiste a cierto eclipsamiento de las ciudades como destinos turísticos. Sin embargo la afluencia turística seguía creciendo y se ampliaba el perfil social de los visitantes. Seguía existiendo un flujo de turismo internacional minoritario, muy volcado en el patrimonio y en las manifestaciones de lo que supuestamente representaba la esencia de España. Además, una vez que las condiciones económicas del país mejoraron, aumentó año a año la presencia de visitantes nacionales en las ciudades más populares del país, en una mezcla variable entre turismo cultural, educativo y de proximidad. Es la época de las excursiones y los circuitos en autobús discrecional que recorren las principales ciudades turísticas del país. Estos paquetes representan la manifestación máxima del turismo fordista en su versión urbana y cultural.

Si bien el turismo era un fenómeno significativo en la dinámica de muchos centros históricos, apenas despertaba interés a nivel político, social o académico. Esta situación cambia en la década de 1990 como consecuencia de un cúmulo de transformaciones en retroalimentación que reactivan el turismo en los centros históricos e incentivan su turistificación. En un contexto de crecimiento general del flujo turísico, se diversifican motivaciones y prácticas de los viajeros. La cultura y el patrimonio ganan popularidad como activos turísticos y la mirada se vuelve sobre los espacios urbanos con mayor concentración de atractivos culturales. El turismo gana peso en la agenda urbana como vector de desarrollo local y las políticas turísticas del la administración central inciden sobre las ciudades a efectos de romper la dependencia con el producto sol y playa. Las empresas del sector exploran nuevos frentes de expansión: las cadenas hoteleras desarrollan su negocio en las ciudades, las compañías aéreas de bajo coste favorecen la conectividad urbana y abren nuevos destinos, los operadores de cruceros expanden sus recorridos por el Mediterráneo occidental, etc.

Este desarrollo del turismo de ciudad sustentó una creciente investigación en la materia, con una importante aportación de la geografía (Campesino, 1999; López Palomeque, 1995, Troitiño, 1995; 1998; Valenzuela, 1992; 1999; Zárate, 1995). Esta investigación permitió conocer en sus rasgos principales un fenómeno que cada vez tenía más importancia a nivel urbano. En el año 2000, el número de las pernoctaciones en hoteles alcanzaba los 11,3 millones en Madrid, 8,35 en Barcelona, 3,12 en Sevilla, 2,06 en Granada y 1,55 en Valencia. La estancia media era corta e incluso algunas ciudades contaban con mayor número de excursionistas que de turistas en sentido estricto. La proporción de visitantes extranjeros variaba mucho entre destinos. En cambio, en la mayoría predominaba el turista que organizaba su propio viaje, a pesar de la visibilidad de los grupos turísticos asociados a circuitos en autobús discrecional y, en su caso, cruceros. Las grandes urbes presentaban perfiles turísticos más complejos, con mayor aportación de los viajes de negocios. En cambio, las ciudades de menores dimensiones basaban su atractivo en el legado patrimonial. En todo caso la afluencia de visitantes tendía a concentrarse sobre los centros urbanos, en la mayoría de las ocasiones declarados Conjuntos Históricos e incluso algunos con la consideración de Patrimonio de la Humanidad. El núcleo de la oferta turística correspondía al alojamiento, en especial el sector hotelero. Además los visitantes hacían un uso extenso de las tiendas de recuerdos, los transportes turísticos y servicios basados en la presentación de la ciudad. A nivel público, los ayuntamientos se dotan de una potente política turística y el resto de las políticas urbanas asumen como propios los objetivos de desarrollo turístico.

En estos momentos ya era evidente cierta turistificación de la ciudad (Calle, 2002), en especial de los ámbitos incluidos en la "ciudad histórico-turística" (Ashworth y Tunbridge, 1990). Estos ámbitos correspondían a las calles y plazas de relevancia patrimonial donde se concentra la presencia efectiva de visitantes y actividades turísticas. Estos espacios, que reflejan en términos espaciales la simplificación inherente a la mirada turística, se caracterizaban por la aglomeración de visitantes, la proliferación de tiendas de recuerdos que extienden sus productos en expositores externos al local, la reorientación de la hostelería y el comercio al cliente foráneo… y todo lo que caracteriza a los paisajes turísticos de los centros históricos de todas Europa. La turistificación era más acentuada en aquellos cascos y sectores de menor vitalidad funcional, donde las actividades turísticas tenían más fácil la penetración ante la ausencia de otros sectores competidores. En todo caso existía una visión general bastante benévola con el turismo. A nivel general, suponía una de las pocas actividades productivas de ciudades donde la atonía general era lo característico. Generaba dinamismo, ingresos para los sectores público y privado, y empleos. Se reconocía la existencia de zonas de dominante turístico, pero en muchos casos se consideraba una alternativa plausible para barrios amenazados de ruina por ausencia de vitalidad funcional. Las críticas procedecían fundalmentalmente de ciertos sectores culturales, que oponían la figura del turista y del viajero y se habían nutrido con los trabajos de lo que Jafari (2005) denominó la "plataforma precautoria". Desde estas posturas, se empezaba a hablar de los centros históricos como burbujas turíticas, parques temáticos o museos para turistas.

Procesos recientes en retroalimentación

En los primeros años del siglo XXI el turismo urbano es un fenómeno totalmente consolidado. Las ciudades son grandes destinos turísticos y algunos de sus sectores centrales están inmersos en procesos de plena turistificación. La afluencia de visitantes crecía de forma sostenida y nada parecía amenazar un futuro boyante. Esta situación se interrumpe momentaneamente en 2008, cuando arranca la Gran Recesión. No obstante, pronto se recuperan los niveles de actividad y se reactivan los procesos de turistificación. A nivel académico, la investigación tradicional en materia de turismo y ciudad se enriquece con aportaciones desde planteamientos más o menos novedosos. Se retoma el concepto de capacidad de carga (García, 2000; 2003), que se vincula al nuevo término de "overtourism" (Koens *et al.*, 2018; Milano, 2018; Żemła, 2020). Desde los estudios críticos se transfiere el concepto de gentrificación al ámbito del turismo, popularizando el término de gentrificación turística (Cócola, 2018 y 2019; Gotham, 2015; Sequera y Nofre, 2018). De forma paralela, se consolida una línea de trabajo basada en el uso de "big data", extraídos mediante técnicas de minería de datos y tratados con SIG (Gutiérrez *et al.*, 2017; Salas-Olmedo *et al.*, 2018). Con base en estos planteamientos, muchas veces cruzados, se han elaborado un buen número de estudios de caso sobre alguno de los destinos urbanos más relevantes del país: Donostia-San Sebastián (García *et al.*, 2017), Madrid (Calle *et al.*, 2018; Gil y Sequera, 2018; Troitiño y Troitiño, 2018), Málaga (Marín *et al.*, 2017), Palma (Yrigoy, 2018), Sevilla (Díaz-Parra y Jover, 2020; Jover y Díaz-Parra, 2020), Toledo (Solís *et al.*, 2020) y, sobre todo, Barcelona (Blanco y Blázquez, 2018; López Palomeque, 2015; Mansilla, 2018). Este conjunto de trabajos da cuenta de toda una serie de procesos recientes

que alteran la magnitud y alcance del turismo en los centros urbanos de las ciudades españolas. Estos procesos, en retroalimentación continua, se describen sucintamente en los epífrages siguientes.

Un crecimiento vertiginoso de la afluencia de visitantes

Los momentos iniciales de la crisis registraron una reducción de la afluencia turística, que afectó al conjunto de los destinos urbanos. Las series muestran una recuperación de la actividad hotelera a partir de 2009. Si se toma como referencia los 44 destinos urbanos considerados como Puntos Turísticos en la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, entre 2009 y 2017 se incrementa el número de turistas en hoteles en un 35,59%. Y este incremento ha sido especialmente intenso en los últimos años, con incrementos interanuales que rondan el 5%. Estas dinámicas de crecimiento tan acelerado también se manifiestan en otros indicadores: llegada de cruceros y, sobtre todo, de cruceristas; movimiento aeroportuario, en especial de las líneas de bajo coste; realización de eventos vinculados al turismo de negocios; etc.

De igual forma que no se había vislumbrado la llegada de la recesión, también el crecimiento tan intenso y rápido de la demanda fue algo que sorprendió a todos los actores del sector turístico. Creció primero la afluencia procedente de los mercados tradicionales europeos. También los mercados de larga distancia, caso de América y Extremo Oriente. El mejor comportamiento de los mercados externos favoreció a aquellas ciudades con mayor proyección internacional: las grandes urbes –especialmente Barcelona- y las capitales andaluzas con mayor presencia del patrimonio hispano-musulmán. Más tardíamente se añadió el mercado nacional, clave para los grandes destinos patrimoniales del interior.

La irrupción de las viviendas de uso turístico

El alquiler de la vivienda para fines vacacionales es una actividad de amplia tradición en los destinos de la costa peninsular. En cambio el turismo urbano estaba tradicionalmente asociado a estancias en establecimientos hoteleros. La acción de compañías como Airbnb, cuyas plataformas digitales facilitan el contacto entre oferta y demanda a nivel global, ha favorecido la conversión de la vivienda urbana en una mercancía turística.

Inside Airbnb contabiliza 18.302 anuncios de alquiler vacacional en Barcelona, 17.301 en Madrid, 6.552 en Valencia, 5.498 en Sevilla, 4.787 en Valencia y 1.644 en Palma de Mallorca. La traslacción de esta cifra a número de viviendas afectadas y plazas disponibles es muy difícil, como se señala en los estudios sobre la materia encargados por los ayuntamientos (Donostia-San Sebastián, Madrid, Santiago de Compostela, Valencia, etc.). En todo caso se trata de una oferta muy líquida, de un crecimiento vertiginoso y concentrado en los espacios centrales de la ciudad. Para la demanda, ha supuesto una nueva alternativa de alojamiento a un precio más barato. Para el sector hotelero, un nuevo competidor. Para los propietarios, una fuente de ingresos en términos de economía colaborativa o como opción empresarial de aprovechamiento económico de bienes residenciales. Y para los ayuntamientos, un foco de conflicto cuya regulación se suele abordar vía urbanismo.

Nuevos "frentes de turistificación"

La implantación de la actividad turística sobre el espacio urbano no es homogénea, sino

que destaca por su selectividad espacial. En el caso de las ciudades europeas, los visitantes tienden a concentrarse sobre los centros históricos y, en concreto, en determinados sectores de éstos que encarnan la identidad turística tradicional del destino. Estos espacios presentan una larga trayectoria turística y, desde hace mucho tiempo, están afectados por procesos de turistificación más o menos intensos. Es fácil reconocer estos sectores en lugares como Toledo, Segovia, Córdoba, etc. La turistificación de estos espacios es antigua y, si acaso, el reciente crecimiento de la afluencia de visitantes lo único que supone es un reforzamiento de procesos hace tiempo consolidados.

Junto a los espacios del "beaten track", la reciente ola de turistificación está afectando a barrios centrales aledaños que hasta hace poco tiempo eran ajenos a la presencia de visitantes. Esta ampliación de la huella turística viene de la mano de un nuevo turista que pretende un contacto diferente con la ciudad, un contacto más auténtico con la vida diaria alejado de las burbujas turísticas establecidas hace tiempo. Los barrios "más auténticos" son precisamente aquellos sometidos a procesos más intensos de regeneración urbana y en los que las corporaciones locales habían puesto el foco a efectos de reequilibrar la presión turística. Barrios de dominante residencial, ven transformarse su parque de viviendas en viviendas de uso turístico, proliferar los negocios orientados al visitante de paso (lavanderías, consignas, etc.) y, en general, reorientar la oferta comercial y hostelera a los gustos del consumidor foráneo. Gentrificación y gentrificación turística se refuerzan, aunque a veces la propia presión turística afecta a los primeros gentrificadores residenciales, que acaban siendo ellos mismos objeto de desplazamiento y sustitución.

Resistencias urbanas y turistificación de los movimientos sociales

Como se señalaba anteriormente, hasta hace poco tiempo existía una percepción bastante positiva sobre los efectos del turismo para las ciudades. Era una opinión sostenida por el sector empresarial pero también por el conjunto de las administraciones públicas y buena parte de la academia, que enfatizaba las bondades del turismo urbano de base cultural frente al impacto territorial del turismo de sol y playa. Incluso esta percepción positiva se acentuó en los momentos más duros de la recesión, cuando el turismo era uno de los escasos sectores que seguía generando empleo.

En líneas generales, la opinión pública sigue manteniendo una actitud bastante benevolente ante el turismo. No obstante, durante los últimos años ha crecido la proporción de personas que muestran su rechazo, de forma paralela al crecimiento de las noticias en los medios de comunicación de masas sobre los problemas que genera el turismo en las comunidades urbanas. Como en otras ocasiones, Barcelona ha marcado la pauta. Desde hace tiempo, se llevaba cuestionando alguno de los efectos más negativos asociados al éxito turístico de la ciudad. Progresivamente, algunos movimientos sociales han incorporado el turismo en su agenda, primero en Barcelona y luego en otras ciudades. Desde una posición crítica con los actuales modelos de desarrollo turístico, han impulsado acciones como debates públicos, concentraciones ciudadanas de protesta, pintadas en paredes e incluso ataques simbólicos a instalaciones turísticas. Insertas en una lógica de globalización, manifestaciones de este tipo pueden encontrarse en muchas ciudades del mundo y son la base de la actividad de plataformas como la Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible (Barcelona), Málaga no se Vende (Málaga), Lavapiés dónde Vas (Madrid) o *Ciutat per a qui l'habita*, no per a qui la visita (Palma). Muy activas en redes

sociales, se nutren de un número creciente de trabajos académicos de corte crítico. A pesar de su estigmatización como movimientos antiturísticos y germen de la turismofobia, defienden formas de turismo que sean compatibles con su defensa del derecho a una ciudad en el sentido lefebreviano, una ciudad libre de presiones mercantilistas y burocráticas (Blanco *et al.*, 2018).

La contención de la actividad turística como nuevo objetivo de gobierno

En consonancia con la visión positiva del turismo, durante las últimas décadas las entidades de gobierno local han orientado su acción a propiciar un mayor crecimiento turístico. Se ha trabajado en la mejora de la accesibilidad externa y en la potenciación del atractivo urbano de las áreas centrales, base del atractivo turístico. Se ha flexibilizado la normativa para favorecer la implantación de actividades turísticas como el alojamiento. Y se ha reforzado la promoción externa, en especial en los momentos más duros de la recesión. Incluso se planteaba la extensión de la huella turística por otros espacios de la ciudad, a efectos de que dichos espacios se vieran favorecidos por una actividad turística creciente.

El crecimiento de los problemas urbanos asociados a un incremento de la presión turística ha supuesto un giro significativo en las políticas locales en relación al turismo, al menos en algunos destinos muy relevantes. En este giro ha influido la acción de los movimientos sociales pero también la circulación de ideas entre las corporaciones municipales, muchas en sintonía por su vinculación a los "gobiernos del cambio". La idea central es propiciar un desarrollo turístico más sostenible y armónico con la ciudad, para lo que se pretende contener la actividad turística en las áreas centrales con mayor presión y extender la actividad por las zonas periféricas. Estos planteamientos impregnan algunos de los planes estratégicos aprobados así como medidas más concretas vinculadas al marketing, la gestión de infraestructruras de transporte, los programas de destinos turísticos inteligentes, etc. Y también las medidas adoptadas en el marco del urbanismo, ámbito de competencia plenamente local que se ha utilizado como principal instrumento de contención de la expansión del alojamiento en las áreas centrales de la ciudad. Barcelona se dota de un Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos en 2017. De 2018 data la Modificación puntual do Plan especial de protección e rehabilitación da cidade histórica para limitar os aloxamentos de carácter temporal no seu tecido residencial de Santiago de Compostela, y la Ordenanza municipal reguladora del uso de vivienda turística y de alquiler de habitaciones en vivienda habitual para uso turístico de Donostia-San Sebastián. En 2019 se aprueba el Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje de Madrid. Estos y otros instrumentos regulan por primera vez la implantación de viviendas de uso turístico y adoptan un modelo de zonificación acorde con los niveles de presión turística (Arana, 2018; Román, 2018).

Reflexiones finales. Continuidades y disrupciones en el proceso de turistificación

El turismo es un fenómeno de largo recorrido a nivel urbano. Desde que los turistas llegan a las ciudades existen procesos de turistificación e incluso de contestación social al turismo (Fernández Tabales, 2018). Estos procesos se insertan en el marco general de la terciarización. Desde el resurgimiento del turismo de ciudad en la década de 1990, ha

habido periodos de crecimiento y otros de cierta recesión, que además han afectado de forma desigual a distintas ciudades. El momento actual es de fuerte crecimiento, lo que implica una intensificación de los procesos previos de turistificación.

Si se atiende a destinos, los mayores niveles de presión turística se siguen registrando en un conjunto de ciudades medias que combinan un importante flujo de turismo de base patrimonial y cierta atonía socioeconómica. Para acercarse a esta presión se suele utilizar indicadores de intensidad turística (Calle *et al*., 2019), por ejemplo la relación entre pernoctaciones y población residente. Con los datos del INE correspondientes a 2017, los valores más elevados se obtienen en ciudades como Santiago de Compostela (15), Granada (14), Toledo (12,2) y Segovia (9,4). Son destinos con una larga trayectoria, donde apenas ha existido contestación a un mayor incremento de visitantes. Sin embargo, la dinámica más explosiva de crecimiento ha correspondido a aquellas ciudades que: 1. Cuentan con un elevado grado de accesibilidad aérea, especialmente en vuelos de bajo coste; 2. Presentan una imagen turística consolidada en mercados externos, sobre todo como lugares con cierto ambiente cultural y diversión garantizada; y 3. Disponen de puerto de cruceros. Cuando se juntan las tres circunstancias la dinámica turística se dispara, como ha pasado en las grandes ciudades de la costa mediterránea (Barcelona, Palma, Valencia, Málaga, etc.). Si bien la turistificación adopta formas similares a la de los grandes destinos patrimoniales, se produce de una forma mucho más abrupta e intensa. Y además amparada por los poderes públicos, amparo percibido por una parte de la sociedad local como privilegios otorgados a la industria turística a costa de la población residente.

Dentro de la ciudad, la turistificación se sigue produciendo en los centros urbanos, los espacios donde se concentran visitantes y actividades turísticas. Esta turistificación se manifiesta en una mayor presencia de turistas y excursionistas, que ocupan espacios públicos, servicios de transporte e hitos de atracción. También sus vehículos adquieren mayor presencia en el viario público, ya sea vehículos convencionales o transportes turísticos. De igual forma, se expanden las actividades orientadas al consumo de los visitantes, especialmente el alojamiento. Se refuerza la "hotelización" del espacio urbano. Y se reorienta comercio y hostelería al consumo foráneo. Todo ello ayuda a conformar un paisaje urbano donde predominan elementos de la escena turística, un paisaje que en su componente más epidérmico es bastante común a muchos de los centros históricos más turísticos del país.

Los efectos potenciales del proceso de turistificación fundamentan su connotación negativa. A nivel ambiental, una mayor presencia de los visitantes y sus vehículos favorece un incremento de la congestión y la contaminación. La aportación del turismo de cruceros a estos efectos es paradigmática. El creciente peso de las actividades relacionadas con el turismo de forma directa (alojamiento…) e indirecta (hostelería, comercio…) favorece la simplificación funcional, rompiendo la mezcla de usos característica de los centros urbanos. Además se favorece el declive residencial, con el desplazamiento de residentes a barrios más periféricos y otros municipios. Crecen las manifestaciones de rechazo al turismo y se banaliza el paisaje urbano. La propia salvaguarda de estos centros como bienes patrimoniales de naturaleza urbana está amenazada.

Las manifestaciones de la turistificación y sus efectos potenciales más negativos son aspectos bastante conocidos, objeto de reflexión en la literatura sobre turismo y ciudad desde hace tiempo. En el momento actual estos procesos se intensifican, pero responden a

formas de turistificación ya conocidas. No obstante, también ha surgido una serie de procesos novedosos, que dotan de rasgos distintivos a la etapa actual del proceso más general de turistificación. De una parte, se asiste a una transformación de la vivienda en mercancía turística. De otra, la expansión de la huella turística hacia barrios residenciales hasta ahora ajenos al "beaten track". Ambos aspectos están íntimamente relacionados y permiten sostener la existencia de un nuevo ciclo de turistificación con rasgos propios.

La acción de las empresas de plataformas digitales como Airbnb ha permitido la aparición de una nueva oferta de alojamiento con un alcance totalmente disruptivo. Ha posibilitado la entrada en el mercado turístico del parque de vivienda de los centros urbanos, conformando una oferta líquida. De manifestación de economía colaborativa se ha pasado a nuevo nicho de negocio donde operan propietarios de viviendas, promotores inmobiliarios, fondos de inversión, gestores de paquetes de vivendas, empresas de servicios complementarios. La conversión de la vivienda en mercancía turística supone una presión añadida sobre la condición residencial de los centros, ya que reduce el parque de viviendas disponible para la población residente en la ciudad, tanto en propiedad como en alquiler. El riesgo que suponía la turistificación para mantener esta condición residencial (ruido, transformación comercial, masificación del espacio público…) ha devenido en amenaza directa, con desplazamiento residencial que afecta piso a piso, bloque a bloque, barrio a barrio.

La vivienda de uso turístico tiende a concentrarse en los centros urbanos, aún más que el resto de la oferta de alojamiento. Pero tiene especial incidencia en una serie de barrios de estos centros, zonas ajenas hasta ahora al corazón turístico de la ciudad y con un fuerte componente residencial, en muchas ocasiones de carácter popular y a veces con mezcla étnica. Estos barrios han sido objeto de potentes programas de regeneración urbana que aumentaron su atractivo, también para pobladores recientes que sustentaron procesos incipientes de gentrificación (Nofre y Sequera, 2019). Lugares cosmopolitas, de moda… "cool", han devenido también en espacios de atracción para una serie de visitantes que buscan una experiencia más singular. Y que recurren a las viviendas de uso turístico como forma de alojamiento, buscando un contacto supuestamente más auténtico con el lugar. La gentrificación deviene en gentrificación turística, favoreciendo el desplazamiento residencial y comercial. En buena medida, los movimientos sociales de resistencia contra el crecimiento turístico surgen de estos barrios, donde adquiere pleno sentido la defensa del derecho a la vivienda y a la ciudad frente a la especulación turística.

Es evidente que el proceso de turistificación no es un fenómeno nuevo, pero también que en el momento actual presenta unos rasgos muy distintivos: ampliación del número y tipo de destinos afectados, irrupción de las viviendas de uso turístico, expansión de la huella turística sobre nuevos barrios, contestación social, etc. La amenaza para la salvaguarda urbana y patrimonial es evidente, de ahí la pertinencia de las acciones de contención iniciadas en destinos tan dispares como Barcelona, Donostia-San Sebastián, Madrid o Santiago de Compostela. Si la línea de trabajo está clara, queda aún por demostrar que las medidas adoptadas sean capaces de contener e incluso revertir el proceso general de turistificación y sus efectos más negativos.

Agradecimientos

Este texto expone resultados parciales obtenidos en el marco del proyecto de investigación PAITUR-Ciudad - 2017-2020 (CSO2016-75470-R) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades dentro del Programa I+D+i.

Referencias bibliográficas

Arana García, E. 2018. La intervención local en las viviendas de uso turístico a través de la zonificación urbanística: requisitos y consecuencias. *REALA*, 10, 6-21.

Ashworth, G.J. y Tunbridge, J.E. 1990. *The Tourist-Historic City*. Belhaven Press, London.

Blanco Romero, A. y Blázquez Salom, M. 2019. Marchandisation touristique du logement et planification urbaine a Barcelone. *Sud-Ouest Européen*, 46: 9-22.

Blanco Romero, A., Blázquez Salom, M. y Morell, M. 2018. Turismofobia como arma arrojadiza. *Ábaco. Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, 4 (98): 55-64.

Cócola Gant, A. 2018. Tourism gentrification. En: Lees, L. & Phillips, M. (Eds.), Handbook of Gentrification Studies. Edward Elgar Publishing, Cheltenham and Northampton, 281-293.

Cócola Gant, A. 2019. Gentrificación turística. En: Cañada, E & Murray, I (Eds). *Turistificación global. Estudios críticos en turismo*. Barcelona, Icaria, 291-308.

Calle Vaquero, M. de la. 2002. *La ciudad histórica como destino turístico*. Ariel, Barcelona.

Calle Vaquero, M. de la, Ferreiro Calzada, E. y Mendoza de Miguel, S. 2018. Concentración y desconcentración de la actividad turística sobre el espacio urbano. Reflexiones en torno a Madrid. *Polígonos. Revista de Geografía*, 30: 143-170.

Calle-Vaquero, M. de la, García-Hernández, M., Mendoza de Miguel, S. y Ferreiro Calzada, E. 2020. In search of overtourism indicators in urban centres. In: Riberio de Almeida, C.; Quintano, A.; Simancas, M.; Huete, R.; Breda, Z. (coord.): *Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*. IGI Global Book Edition, 302-324.

Campesino Fernández, A.J. -Dir.- 1999. *Comercio, turismo y cambios funcionales en las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad*. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres, Cáceres.

Díaz-Parra, I. y Jover. J. 2020. Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504

Fernández Tabales, A. 2018. Turismofobia "avant la lettre" en la Sevilla de 1929: El viejo debate entre autenticidad y mercantilización del patrimonio. *Otarq Revista*, 3: 131-148.

García Hernández, M. 2000. Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión del flujo de visitantes. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 20, 131–148.

García Hernández, M. 2003. *Turismo y conjuntos monumentales: Capacidad de Acogida Turística y Gestión de Flujos de Visitantes*. Tirant lo Blanch, Valencia.

García Hernández, M., Calle Vaquero, M. de la, y Yubero Bernabé, C. 2017. Cultural heritage and urban tourism: historic city centres under pressure. *Sustaninability*, 9, 1346. https://doi.org/10.3390/su9081346

Gil, J. y Sequera, J. 2018. Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 41, 15–32. https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602

Gotham, K. F. 2005. Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7): 1099-1121. https://doi.org/10.1080/00420980500120881.

Gutiérrez, J., García-Palomares, J.C., Romanillos, G. y Salas-Olmedo, M.H. 2017. The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62: 278-291. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003

Instituto Nacional de Estadística (INE) – Encuesta de Ocupación Hotelera, 22/05/20, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=resultados&idp=1254735576863#!tabs-1254736195431

Jafari, J. 2005. El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.

Jover, J. y Díaz-Parra, I. 2020. Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability, *Tourism Geographies*, https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1713878

Koens, K., Postma, A., y Papp, B. 2018. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384

López Palomeque, F. 1995. La estrategia del turismo metropolitano: el caso de Barcelona. *Estudios Turísticos*, 126, 119–142.

Lopez Palomeque, F. 2015. Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3): 483-506. https://doi.org/10.5565/rev/dag.296

Mansilla López, J.A. 2018. Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *Pasos*, 16(2): 279-296. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.020

Marín, P., Guevara, A. y Navarro-Jurado, E. 2017. Renovación urbana y masificación turística en la ciudad antigua: pérdida de población y conflictos sociales. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, 193: 454-468.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos*, 16(3), 511–564. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041

Nofre, J. y Sequera, J. 2019. Dinámicas urbanas y turistificación en el barrio de Alfama (Lisboa): una aproximación a los condicionantes históricos y políticos en el proceso de Airbnbización. *Estudios Geográficos*, 80 (287). https://doi.org/10.3989/estgeogr.201935.015

Román Márquez, A. 2018. Planificación urbanística del turismo: la regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *REALA*, 10, 22-39.

Sequera, J., y Nofre, J. 2018. Debates Shaken, not stirred. New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(5–6). https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819

Solís, E., Escudero, L.A. y Ruíz-Apilánez, B. 2020. Los retos de la ciudad compacta desde la perspectiva de los cascos históricos con fuerte actividad turística. El caso de Toledo. *Estudios Geográficos*, 81 (288). https://doi.org/10.3989/estgeogr.202050.030

Troitiño Vinuesa, M.A. 1995. El turismo en las ciudades históricas. *Polígonos*, 5, 49–65. http://dx.doi.org/10.18002/pol.v0i5

Troitiño Vinuesa, M.A. 1998. Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas. *Ería*, 47, 211–227. https://doi.org/10.17811/er.0.1998.211-227

Troitiño Vinuesa, M.A., y Troitiño Torralba, L. 2018. Turismo y dinámicas urbanas: el área central de Madrid. *Ábaco. Revista de Cultura y Ciencias Sociales, 4* (98), 29-45.

Valenzuela Rubio, M. 1992. Turismo y gran ciudad, una opción de futuro para las metrópolis postindustriales. *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, 13, 103–138.

Valenzuela Rubio, M. 1999. Turismo cultural y políticas urbanas sostenibles en el casco histórico de Madrid. *Madrid: Revista de arte, geografía e historia*, 2, 387–420.

Yrigoy, I. 2018. Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*. https://doi.org/10.1177/0042098018803261

Żemła, M. 2020. Reasons and Consequences of Overtourism in Contemporary Cities—Knowledge Gaps and Future Research. *Sustainability*, 12(5), 1729. https://doi.org/10.3390/su12051729

[i] Este texto se redactó al inicio de la pandemia de COVID-19. Por lo tanto registra la dinámica de la turisitificación de los centros históricos españoles en los momentos anteriores, en especial los cambios acontecidos después de la Gran Recesión. La pandemia y las medidas adoptadas para su combate tienen impliaciones sobre esta dinámica, implicaciones cuyo alcance y magnitud no son fáciles de vislumbrar en las fechas de redacción de este texto. En todo caso es un tema prioritario a incorporar en la agenda de investigación, con resultados a presentar en futuras publicaciones.

Turistificación como vector de nuevos recursos de calidad: terrazas hoteleras como oferta turística

Frank BABINGER y Mª Milagros SERRANO CAMBRONERO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Babinger, F. y Serrano Cambronero, M. 2020. Turistificación como vector de nuevos recursos de calidad: terrazas hoteleras como oferta turística. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 147-160. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La transformación de los centros urbanos por procesos de turistificación, es un aspecto de máxima actualidad en la gestión de los destinos urbanos que cuenta con numerosas aportaciones científicas. Con frecuencia, este proceso se presenta como algo perjudicial, cuando la atracción turística per se no puede ser considerada como factor negativo. Más bien, por el contrario, la actividad turística puede transformar los destinos de manera atractiva y positiva, tanto para los turistas, como para los residentes. En este sentido, en el centro de muchas ciudades han aparecido nuevas ofertas turísticas de calidad ligadas al auge de la actividad. Enmarcados en esta dinámica, los hoteles, símbolo del turismo tradicional, se han reinventado y adaptado a una nueva demanda o creando nuevas ofertas turísticas para atraer a la misma. Una de las grandes tendencias actuales de los hoteles urbanos, y de otros edificios singulares de la ciudad, es la adaptación de su última planta o de la azotea con terrazas que atraen no solamente a los clientes del hotel, sino que son también una oferta de ocio de calidad para la población local. El presente trabajo analiza esta realidad en la ciudad de Madrid, enmarcada en todos estos procesos. Se ha podido observar, como la distribución y ubicación de las terrazas hoteleras, frecuentemente de reciente creación, responden a un patrón clásico, abarcando las áreas más turísticas de la ciudad de Madrid. Entre otros avances, se presenta la cartografía actualizada resultado del trabajo de campo efectuado.
***Palabras clave**: Turistificación, Madrid, recursos turísticos, terrazas hoteleras.*

TOURISTIFICATION AS A VECTOR OF NEW QUALITY RESOURCES: HOTEL TERRACES AS A TOURIST OFFER. The transformation of urban centres through tourist processes, is a topical aspect in the management of urban destinations that has numerous scientific contributions. Frequently, this process is presented as something detrimental, when the tourist attraction per se cannot be considered a negative factor. On the contrary, tourist activity can transform destinations in an attractive and positive way, both for tourists and residents. In this sense, in the centre of many cities, new quality tourist offers have appeared, linked to the boom in activity. Framed in this dynamic, the hotels, symbol of traditional tourism, have been reinvented and adapted to a new demand, or creating new tourist offers to attract it. One of the great current trends of urban hotels, and of other unique buildings in the city, is the adaptation of its top floor with roof terraces that attract not only hotel guests, but are also a quality leisure offer for the local population. The present work analyzes this reality in the city of Madrid, embarked in all these processes. It has been observed how the distribution and location of the hotel terraces, frequently recently created, respond to a classic pattern, encompassing the most tourist areas of the city of Madrid. Among other advances, the updated cartography resulting from the field work carried out is presented.

***Key words**: Touristification, Madrid, tourist resources, hotel terraces.*

Frank BABINGER y Mª Milagros SERRANO CAMBRONERO, Universidad Complutense de Madrid.

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

Las ciudades son, en la actualidad, un destino turístico prioritario debido a la gran concentración de actividades de ocio y consumo que se dan en ellas. El turismo se utiliza cada vez más como un recurso que permite transformar el sistema productivo de las ciudades; en este sentido, muchas actividades turísticas se transforman, inventan o re-inventan continuamente, para que las ciudades puedan ser competitivas en un escenario global (Córdoba y Gago, 2018).

Tal como señalan estos autores, la actividad turística es una práctica cultural en las ciudades, donde conviven y se entremezclan el turismo propiamente dicho, con las actividades de ocio de sus habitantes (Córdoba y Gago, 2018). Es precisamente en la importancia para ambos que se enmarcan los procesos de turistificación y creación de nuevos espacios turísticos, teniendo como eje fundamental la calidad.

Los destinos de ciudad, para la actividad del turismo urbano, hoy día representan "la segunda opción favorita para los turistas, después de los viajes a la playa y suponen el 22% de los desplazamientos de placer en todo el mundo" (IEPPO, 2017). Este auge del turismo urbano se hace muy patente en muchas ciudades españolas entre ellas en la ciudad de Madrid, en la cual la actividad turística generó más de 9.500 millones de Euros en 2016, lo que supone más del 7% de su PIB (Hosteltur, 2015). Según la encuesta de Ocupación Hotelera (INE, 2019) Madrid recibió en 2018 9,7 millones de visitas, siendo la primera ciudad del país en el cómputo total, aunque no en visitantes extranjeros.

Según el Ayuntamiento de Madrid (2019), la importancia de la ciudad como destino urbano se consolidó en 2019. El total de pernoctaciones superó los 22 millones y más del 60 % fue generado por viajeros internacionales. En 2019, Madrid recibió un total de 10.419.709 viajeros, un 2,06 % más que en 2018. De ellos, más de 5,5 millones (el 54,85 %) fueron internacionales y generaron un gasto que superó los 10.451 millones de euros. "El carácter abierto y acogedor de la ciudad, su conectividad y accesibilidad, y la oferta cultural, gastronómica y de ocio son los principales motivos para que Madrid tenga un reconocimiento nacional e internacional entre la demanda turística" (Ayuntamiento de Madrid, 2019).

En su anuario de Turismo, el Ayuntamiento de Madrid apuesta por un "turismo de calidad y sostenible". En él señala que "el centro de Madrid está viviendo un proceso de reconversión hotelera y las grandes cadenas internacionales del segmento del lujo han apostado por estar presentes en el centro de la ciudad". Madrid debe avanzar hacia un modelo de crecimiento inspirado en la calidad y en la sostenibilidad, generando valor tanto para el visitante como para el ciudadano (Ayuntamiento de Madrid, 2019).

La apuesta por la calidad como línea estratégica del turismo es algo que ya aparecía como unos de los principios generales de la Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid 2016-2019. En ella, se persigue "un turismo de calidad, generador de empleo y

bienestar (...) para hacer de la Comunidad de Madrid uno de los grandes destinos del mundo, capaz de atraer un turismo de calidad que genere empleo y bienestar social."

Los objetivos de este trabajo están relacionados con los fundamentos teóricos de la transformación de las ciudades debido a la actividad turística, pero sin el cariz negativo que se ha adoptado frecuentemente en la literatura científica al uso. Se quiere remarcar que detrás de un fenómeno como la turistificación, está la aparición de nuevos espacios turísticos de calidad. Para ello, se centra en un actor fundamental del turismo urbano, como lo son los hoteles. Estos han sabido adaptarse a esta nueva realidad, ofreciendo un nuevo recurso añadido a sus servicios habituales, como lo son las terrazas en las azoteas de sus edificios. Se trata de una nueva oferta de calidad no limitada exclusivamente al turista que visita la ciudad, sino que se erige también en oferta de ocio de calidad para los propios habitantes de la ciudad.

Por lo tanto la presente investigación se enmarca en el discurso general sobre turismo urbano y turistificación, sin entrar en detalle, para concretarse en el objetivo de estudio elegido, que son las terrazas hoteleras en la ciudad de Madrid. Éstas son parte indisociable del turismo en las ciudades y presentan una oferta turística diferenciada merecedora de una investigación de mayor profundidad que seguirán los autores a corto plazo.

Esta nueva oferta aparecía ya en el Plan Estratégico Madrid Destino 2015-2019, que establecía 14 categorías de producto y 7 propuestas específicas. Entre esos productos se mencionaban las terrazas y "Rooftops" en la categoría "disfrutar by night" (Fig. 1), por lo que los podemos enmarcar en una apuesta estratégica no solamente de los hoteles, sino de la ciudad en su conjunto para su oferta de turismo y ocio de calidad.

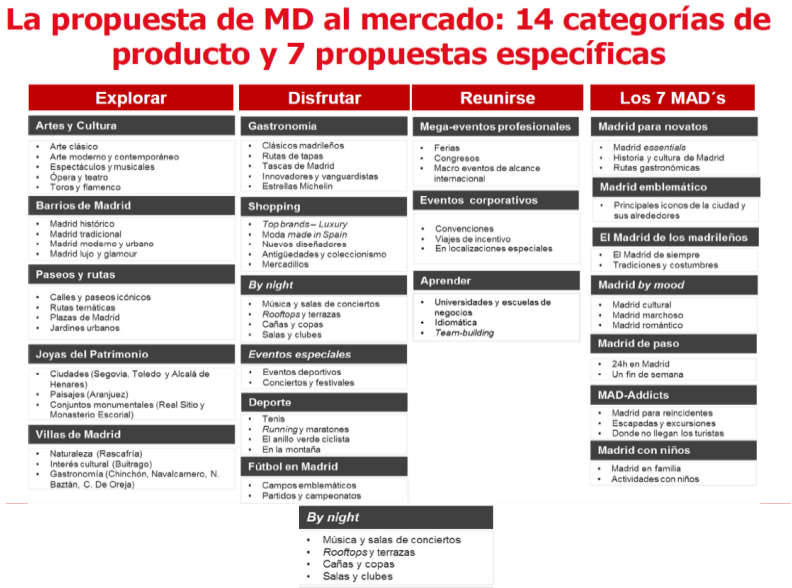


Fig. 1. Categorías de producto y propuestas específicas para el turismo de Madrid. Plan Estratégico Madrid Destino 2015-2019, Resumen ejecutivo, p.17

Fig. 1. *Categories of products and specific proposals. Plan Estratégico Madrid Destino 2015-2019, Executive Summary, p.17*

Como se ha señalado, este trabajo se centra en analizar las terrazas de los hoteles, y de otros edificios singulares, como nuevos espacios turísticos de calidad surgidos en la ciudad de Madrid, comprobando como su distribución coincide con las áreas más turísticas, lo que indica una clara relación entre unas y otras.

Metodología

Siguiendo la línea discursiva, la metodología se ha centrado más en el objeto de estudio concreto de las terrazas hoteleras de Madrid, que en el tema genérico del turismo urbano y la turistificación. Que, no obstante, ofrece el marco general en el que se inserta la investigación específica.

La metodología se ha basado en la combinación de fuentes cualitativas y cuantitativas que han permitido crear una base de datos georreferenciada de las terrazas en altura de los hoteles y de otros edificios singulares en la ciudad de Madrid.

En un primer momento, se llevó a cabo una revisión bibliográfica sobre turistificación y creación de espacios turísticos de las ciudades, centrándose específicamente en el caso de la ciudad Madrid. Además de ello, los autores han hecho una búsqueda intensiva de terrazas en altura abiertos al turismo y ocio en la ciudad de Madrid. Primero en las páginas web tanto especializadas en turismo, como en aquellas de difusión general, para comprobar posteriormente la información recopilada en situ mediante un exhaustivo trabajo de campo.

Finalmente, con toda la información recogida, se diseñó una base de datos, la cual fue georreferenciada generándose un Sistema de Información Geográfica, mediante el software ARC GIS. Esto ha permitido la confección de mapas con la distribución de las terrazas para ocio y turismo en la ciudad de Madrid, que sustentan la discusión y las conclusiones del presente trabajo. Esa base de datos es abierta y se irá ampliando en la medida que avance la investigación sobre este tema en el futuro.

Marco teórico

El turismo se ha transformado considerablemente en las últimas décadas, pasando de un modelo turístico basado casi exclusivamente en un turismo de sol y playa, a modelos más dinámicos como el del turismo sostenible o modelos intelectualizados como el turismo experiencial, entre otros. En este proceso, el turismo se ha imbricado con otros fenómenos culturales impulsados por la globalización, entre ellos el consumo y la espectacularización y la artificialización de las prácticas sociales (Córdoba, 2009; Igoe, 2010; Córdoba y Gago, 2018).

Córdoba y Gago (2018) señalan que los procesos de globalización han beneficiado el consumo de experiencias significativas en los lugares, un fenómeno vinculado en parte a la denominada economía de la experiencia (Thrift, 1997) y que es una pieza clave en el proceso de creciente turistificación de las ciudades. De esta manera, en la actualidad se reinventan, se remodelan o se crean ex novo barrios, lugares y paisajes, al igual que las actividades que se realizan y consumen en ellos: edificios y complejos emblemáticos, antiguas fábricas y almacenes refuncionalizados, puertos y frentes de agua (waterfronts), distritos de lujo, centros comerciales y de ocio, entre otros.

Los cambios sociales han traspasado a las prácticas turísticas, acuñándose el término "turista postmoderno", que engloba a turistas, hedonistas y en busca de satisfacción personal, que demandan el consumo de experiencias que les hagan salir de la rutina cotidiana (Gago, Díez y Córdoba, 2017). Esta ya no se sitúa en visitar monumentos o localizaciones, sino en tener experiencias significativas, que se llevan a cabo a través de la participación en la cultura y en la forma de vida local (Fernández, 2010).

La actividad turística en las ciudades tiende a concentrarse en zonas específicas, que suele coincidir con sectores muy concretos de los centros urbanos, debido a que son espacios con notable tradición histórica y valores patrimoniales. Debido a ello, estos espacios están sometidos a un intenso y prolongado proceso de turistificación. Este proceso implica una transformación funcional del espacio, con proliferación de las actividades vinculadas directa o indirectamente al consumo de los visitantes (Calle, 2019; Calle, Ferreiro y Mendoza, 2018).

Sin embargo, nuestro enfoque no persigue profundizar en los ya abundantes estudios sobre la turistificación, frecuentemente equiparada con la gentrificación, sino que, sin entrar en ella, la queremos ver como un vector de nuevos recursos turísticos y de ocio en las ciudades. Nuestro punto de vista se asemeja a lo que los autores franceses denominan "la mise en tourisme" (Gwiazdzinski, 2009), la puesta a disposición del turismo de recursos anteriormente poco aprovechados. En este sentido, las terrazas hoteleras han pasado de ser un recurso tradicional para los huéspedes a convertirse en una nueva oferta turística de calidad accesible para todos los visitantes.

Creación de nuevos espacios turísticos: las terrazas hoteleras y de otros edificios singulares

Las nuevas tendencias turísticas dan una cada vez mayor importancia a las expectativas de los turistas. A su vez, los turistas experienciales conceden cada vez un mayor peso a su participación en la cultura y los hábitos locales en el destino. Debido a ello, la oferta turística está evolucionando de un modelo estático a otro dinámico que incluye aspectos de co-creación entre la oferta de los destinos y los turistas (García, 2018). Por ello, la elaboración de una nueva oferta adaptada y la creación de nuevos espacios turísticos que responden a la necesidad de los turistas es una necesidad para muchos destinos que quieren diversificar su oferta. Además, se enmarca en la importancia de hacer partícipe a la población local.

Sobre todo, permite la transición del turista pasivo y observador, a activo y participativo de la vida en el destino.

Tal como señala García (2018), la población local está cada vez más consciente de la importancia del turismo en su ciudad y, a la vez, de su forma de vida para el turismo. Lo que conlleva una mayor implicación de la misma en los procesos de creación turística.

La atracción de los centros urbanos sigue en aumento y, en clave turística, éstos son constantemente transformadas para dar respuesta a los intereses económicos y el mantenimiento del sistema turístico-urbano (Da Rocha y Furtado 2018). Enmarcados en esta dinámica, los hoteles, símbolos del turismo en las ciudades antes de la llegada y del incremento de las viviendas turísticas, se han reinventado y adaptado a una nueva demanda o directamente han creado una nueva oferta para atraer a la misma. Para esta diversificación de la oferta turística, en parte basada en la oferta de nuevas experiencias

para los visitantes, emergen nuevos espacios turísticos que satisfacen las expectativas de los turistas en búsqueda de alternativas (García, 2018).

Al igual que la administración pública interviene directamente en la transformación turística de las ciudades hacia una mayor espectacularización (Da Rocha y Furtado 2018), las empresas privadas actúan al unísono en los espacios que son de su competencia. Las actividades turísticas y de ocio concentran a la vez inversión y rentabilidad (Lefebvre, 2013), mientras que las empresas hoteleras son sus máximos representantes. La inversión en nuevas construcciones y las mejoras en las existentes son una realidad constante en este sector, marcado, también, por la rentabilidad de estas actuaciones.

Así, los hoteles están siguiendo actualmente una paulatina transformación para adaptarse a los diferentes nichos existentes, y con una clara tendencia hacia una mayor calidad con hoteles boutique, u categorías de lujo y alta gama, como es el caso de Madrid.

Una de las grandes tendencias actuales de los hoteles urbanos, es la adaptación de la última planta o de la azotea con terrazas que atraen no solamente a los clientes del hotel, sino que están abiertas al público en general. Las terrazas, como nueva oferta turística de calidad, pueden convertirse en proveedores de experiencias para un nicho de mercado creciente y ávido de experiencias turísticas diferentes (García, 2018).

Esta nueva oferta turística en espacios reconfigurados también tiene relación con la mayor importancia concedida al denominado turismo nocturno y la turistificación de la noche urbana (Giordano *et al.*, 2018). Como mencionan los autores, la oferta de actividades nocturnas de calidad se ha convertido en un elemento central de la competitividad turística de las grandes urbes. Esta constatación enlaza directamente con lo expuesto en el mencionado Plan Estratégico Madrid Destino 2015-2019, que enmarcaba las "rooftops" en el epígrafe "by night". Además, en línea de lo comentado, la línea de diferenciación clásica entre turismo externo y ocio local es aún más difusa que en las actividades turísticas habituales (Giordano *et al.*, 2018).

En tiempos de globalización y homogeneización de la oferta turística, los visitantes quieren disfrutar de una oferta especializada, más que de entornos "mono-culturales" (Castillo-Canalejo *et al.*, 2020). En este sentido, las terrazas en altura permiten una visión diferente de una realidad conocida y amplía la oferta visual, sin tener que modificar la existente.

En su artículo sobre los mercados de Córdoba, las autoras mencionan que una de las motivaciones primordiales en su visita son el hedonismo y el ocio (Castillo-Canalejo *et al.*, 2020). Concluyen que no pueden focalizar únicamente en la oferta gastronómica, sino que tienen que ofertar otro tipo de ocio y recreo, lo que sí cumplirían las terrazas con sus vistas sobre la ciudad, además de la oferta complementaria que pudieran ofrecer (conciertos, bebidas, comidas, etc.).

Por otro lado, tal como han demostrado Liu y Dewancker (2018), los observatorios tienen altos grados de satisfacción por parte de sus visitantes y las terrazas en altura presentan además toda una serie de ofertas de ocio adicionales. La alta satisfacción tiene fácil explicación, ya que la oferta concuerda perfectamente con las expectativas, que se pueden reducir a tener unas bonitas vistas de la ciudad, en compañía, y disfrutando de una oferta gastronómica adicional. Por ello podemos concluir que las inversiones recientes para incorporar las terrazas a la oferta turística y de ocio en las ciudades son nuevos espacios creados para satisfacer la expectación de los turistas y visitantes.

En el caso de los mercados de Córdoba (Castillo-Canalejo, 2020), hay una cierta diferenciación entre extranjeros y nacionales, que no tiene porqué ser análoga en el caso de hoteles de cadenas internacionales que atraen a extranjeros, pero también ofertan sus terrazas a los propios habitantes de la ciudad como nueva oferta de ocio. Siguiendo este mismo estudio, lo que buscarían los clientes nacionales estaría motivada por la relajación y la desconexión, además de pasar tiempo con amigos y familiares, por lo que las terrazas pueden perfectamente cumplir con estas expectativas.

Resultados

El análisis de las terrazas en altura ofrecidas como reclamo turístico y de ocio ha mostrado, en primer lugar, una preponderancia clara de las terrazas hoteleras sobre otras terrazas ubicadas en espacios singulares de la ciudad de Madrid. Entre estos últimos podríamos citar a la Terraza Cibeles, en el edificio del mismo nombre, o la terraza del Círculo de Bellas Artes, entre otros.

No obstante, es en los hoteles en los que las terrazas cobran un significado especial, hasta tal punto que en algunos casos se convierten en el reclamo principal del hotel, destacado en la página de inicio, como ocurre, entre otros, en el caso del Room Mate Óscar (https://room-matehotels.com/es/oscar) o del novedoso Riu Plaza de España (www.riu.com/en/hotel/spain/madrid/hotel-riu-plaza-espana). En todo caso, destaca que en prácticamente todos los casos se trata de hoteles de lujo o alta gama, destacando los de 4 y 5 estrellas, además de los hoteles boutique que están en auge en la actualidad.

Analizando las páginas web de los hoteles, se pueden encontrar muchas similitudes de lo que se promociona en las terrazas. Además de las vistas, que se comentarán a continuación, la mayoría destaca el aspecto de tratarse de espacios nuevos, renovados, remodelados, reconvertidos, recuperados o reinventados. Una realidad que entronca con lo que hemos destacado anteriormente al mencionar la creación de nuevos espacios turísticos y de ocio de calidad en los centros urbanos.

En consonancia con las expectativas del turista o visitante actual, también se mencionan aspectos diferenciales, haciendo hincapié en la arquitectura, el diseño, la decoración y la experiencia gastronómica, sin dejar de lado la obligada referencia a los cocktail de calidad que suelen destacar en las imágenes promocionales. De esta manera, las terrazas de los hoteles aparecen como espacios innovadores, exclusivos y como remansos de paz en la ciudad, repitiéndose calificativos como oasis (Room Mate Óscar, Barceló Forus, The Principal, Mercure Santo Domingo, Gymage Terrace) o refugio (Bless Hotel) en varias de ellas.

Sin embargo, y en consonancia de lo que se ha comentado anteriormente, el reclamo principal, y el que mejor satisface a la expectativa, son las vistas que son puestas en valor en todas y cada una de las terrazas. Se mencionan las vistas a secas (Hyatt, NH Colection Gran Via, Vincci The Mint, Principal, Aloft); las increíbles o espectaculares vistas 360º de la ciudad (Óscar, Dear Hotel, Círculo de Bellas Artes, My Way, Hotel NH Collection Gran Vía, Riu Plaza de España); vistas perfectas (Óscar); únicas (Urban); magníficas (H10 Puerta de Alcalá); maravillosas (Imagine, Índigo); preciosas (Riu Plaza España); icónicas (Bless); exclusivas y espectaculares (Meliá Fénix, Dear, Bless). También se mencionan la vista panorámica (NH Collection Suecia H10 Puerta de Alcalá); la panorámica espectacular

o exclusiva (ME Reina Victoria, Exe Moncloa) o las fabulosas panorámicas (VP Plaza de España).

Finalmente destacan otros dos aspectos, que son, por un lado, la referencia al atardecer o las puestas del sol sobre la ciudad (Las Letras, The Hat, Dear, Mercure Santo Domingo, H10 Puerta de Alcalá, My Way), lo que se relaciona perfectamente con el turismo nocturno sobre el cual se ha hecho referencia anteriormente y que aparecía recogido en la estrategia de la ciudad de Madrid. Por otro lado, hay referencias al cielo en el sentido de ser una ventana al mismo (Exe Moncloa); de alcanzarlo (Óscar, Índigo); de tocarlo (Emperador) o, más castizo, con la clásica mención "de Madrid al cielo" (Óscar, The Hat).

Una vez comprobado que las terrazas en altura, en especial las de los hoteles, se enmarcan efectivamente en la aparición y promoción de nuevos espacios turísticos y de ocio en la ciudad, se ha prestado especial atención a la distribución de las mismas en la ciudad de Madrid. Cuando se observa el mapa de la localización de las terrazas en altura en el conjunto del término municipal de la ciudad que se han abierto al turismo (Fig. 2), es fácil comprobar cómo se da una concentración exclusiva en la almendra central.

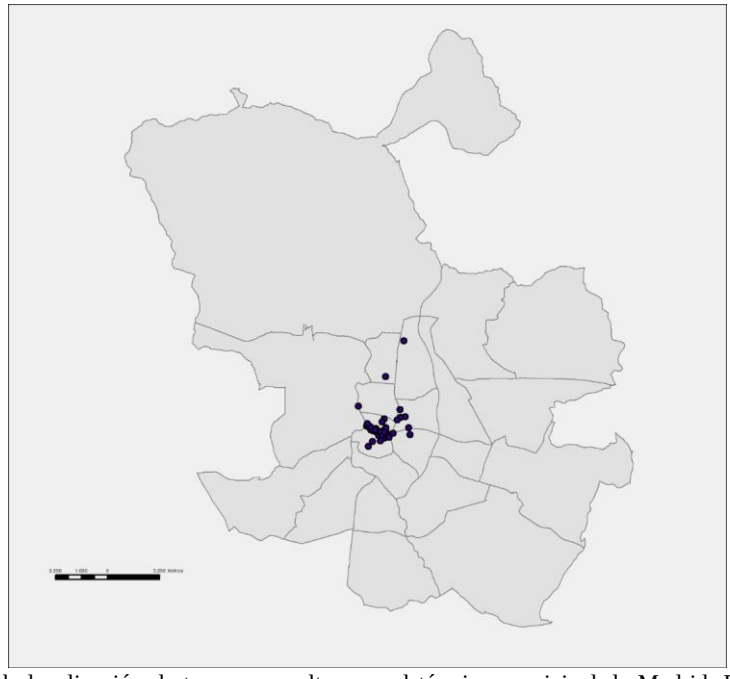


Fig. 2. Mapa de localización de terrazas en altura en el término municipal de Madrid. Elaboración propia.
Fig. 2. *Location map of roof terraces in the municipality of Madrid. Own elaboration.*

Incluso dentro de la misma se pueden vislumbrar grandes diferencias. Más de tres cuartas partes de las terrazas se ubican en el Distrito Centro (31), muy por delante de otros distritos como Salamanca (5), Retiro (2), Chamberí (1), Chamartín (1) o Tetuán (1).

Esta distribución queda reflejada perfectamente en el mapa de distribución de las terrazas en el centro de Madrid, en la que la concentración en el Distrito Centro es evidente. Incluso la distribución de las terrazas en distritos limítrofes guardan una relación topológica con el centro, como se puede vislumbrar en la Fig. 3.



Fig. 3. Mapa de localización de terrazas en altura en el centro de Madrid. Elaboración propia.
Fig. 3. *Location map of roof terraces in the city centre of Madrid. Own elaboration.*

Finalmente, la distribución de las terrazas en este Distrito Centro tampoco es aleatoria y sigue un patrón que queda al descubierto cuando se superpone el mapa de la localización de las terrazas con el callejero o, como en este caso, con una imagen de satélite del centro de Madrid (Fig. 4).

En esta figura se puede ver con claridad cómo las terrazas se concentran en las áreas más centrales y turísticas de la ciudad, singularmente a lo largo de la Gran Vía, que se comentará más adelante. Además de la Gran Vía, aparece la calle Alcalá como eje secundario, acompañada por hoteles algo más dispersos, aunque relacionados con ambos ejes como al sur de la Plaza Mayor (The Hat), en la Plaza Santa Ana (ME Reina Victoria), frente al Congreso de los Diputados (Urban) o en la Plaza Pedro Zerolo en Chueca (Óscar).

En este sentido, la focalización de las terrazas hoteleras cobra una mayor trascendencia, ya que aquellas terrazas en altura más alejadas del centro no se ubican en hoteles, sino en restaurantes (El Viajero en La Latina), hostales (Bastardo en Tribunal) o mercados (Mercado de San Antón en Chueca y la Azotea Forus Barceló del mercado del mismo nombre). Aunque haya otras terrazas, como Cibeles, Casino u Círculo de Bellas Artes, la gran mayoría de las terrazas se ubican en hoteles, que, como se ha comentado con anterioridad, las han convertido en su seña de identidad.

Un aspecto importante a recalcar es que los hoteles, en esta reinvención de sus terrazas, las han abierto a todo el público, cuando tradicionalmente estaban reservados exclusivamente a sus huéspedes. De esta manera, las terrazas hoteleras se han convertido en una oferta de calidad tanto para el turismo nacional e internacional, como para el ocio local de los residentes. Una combinación de turismo y de ocio que se enmarca en la línea del turismo experiencial para que el turista pueda participar en la actividad de los residentes, mientras que éstos, a su vez, pueden disfrutar de su propia ciudad en una exclusiva combinación de ocio y turismo.

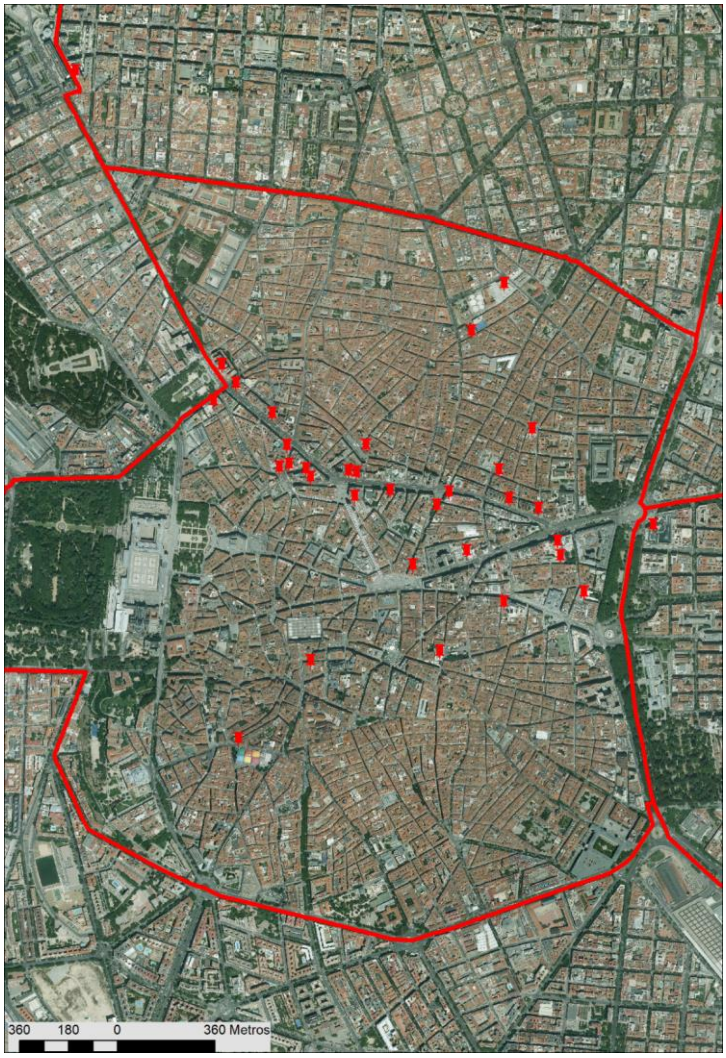


Fig. 4. Localización de las Terrazas en el Distrito Centro. Elaboración propia.
Fig. 4. *Location of Roof Terraces in the Central District of Madrid. Own elaboration.*

Conclusiones y discusión

Las terrazas incorporadas a la oferta turística y de ocio de calidad en la ciudad de Madrid son fruto de una estrategia encabezada tanto por el Ayuntamiento de Madrid, como de los hoteles de lujo o alta gama. Estas terrazas son, frecuentemente, de reciente creación y suponen la remodelación o la reinvención de espacios que previamente no se habían aprovechado de la misma manera. La apertura de las terrazas en altura, especialmente las hoteleras, supone la combinación del turismo de visitantes y del ocio de los habitantes de la ciudad, una vez que se han abierto a todos los públicos, sin limitaciones. En este sentido podemos hablar de una diversificación de la oferta turística y de ocio en Madrid, en especial la relacionada con la vida nocturna como se ha mencionado anteriormente.

En este trabajo se ha podido observar como la distribución y ubicación de las terrazas en altura y, singularmente la de los hoteles, responden a un patrón clásico, abarcando las áreas más turísticas de la ciudad de Madrid, lo que indica una clara relación entre unas y otras.

Esta constatación da lugar a lecturas diversas. Por un lado, queda claro que la irrupción de las terrazas no puede ser entendida sin la relación con el turismo y el ocio, como nueva oferta de calidad. No se ubican aleatoriamente en la ciudad, sino que muestran una concentración espacial muy marcada en la almendra central, en el distrito central y, con mayor énfasis, a lo largo de la Gran Vía y sus inmediaciones. En clara relación con esto, la figura 5, realizada por García, Díez y Córdoba (2017) muestra la especialización hotelera en los barrios de Madrid, observándose como mayoritariamente se da en el distrito Centro, destacando la Gran Vía y aledaños en consonancia con lo descrito anteriormente. Esta cartografía fue elaborada con datos del Censo de Locales por actividad económica publicado por el Ayuntamiento de Madrid, aplicando un cociente de Sargent-Florence, a partir de la siguiente fórmula: CL = (Eij/Ei) / (Ej/Et), donde: CL= Cociente de localización; Eij= total de hoteles en cada uno de los barrios considerados; Ei= nº de establecimientos totales con actividad económica en cada uno de los barrios considerados; Ej= total hoteles en Madrid; Et= total de establecimientos con actividad económica en la ciudad de Madrid. A través de este cociente se mide el grado de especialización en una actividad concreta en una unidad espacial determinada, en este caso el barrio. Hay especialización en la actividad considerada con cifras por encima de 1. La especialización ya es considerable con cifras por encima de 1,5.

Por otro lado, esta concentración no se corresponde con los intentos recientes de diversificar el turismo territorialmente por la ciudad con la apertura de nuevos centros secundarios como, por ejemplo, Madrid Río. La distribución de las terrazas responde a la de los hoteles previamente existentes, por lo que refuerzan la centralidad de la actividad turística y de ocio en las áreas tradicionales. Por lo tanto, podemos decir que la tendencia actual de las terrazas en altura se enmarca en la turistificación de los centros urbanos, además de ser una nueva oferta turística y de ocio para visitantes y residentes.

Para terminar, queda por comentar que la situación actual de estado de alarma fruto de la irrupción de la pandemia ligada al virus Covid-19 ha limitado la fase final de la investigación. El trabajo de campo se ha visto limitado por la imposibilidad de acceder a algunos espacios que se habían previsto en el mes de marzo, coincidiendo con la apertura de algunas terrazas con vistas a la temporada de Semana Santa.

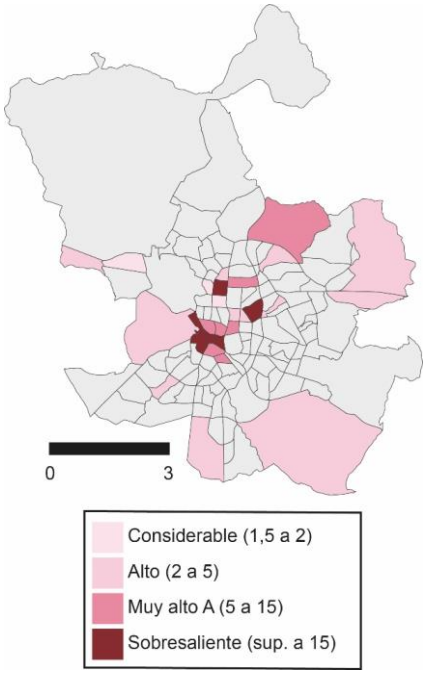


Fig. 5. Especialización hotelera en los barrios de Madrid. García, Díez y Córdoba (2017).
Fig. 5. *Hotel specialization in Madrid neighbourhoods. García, Díez y Córdoba (2017).*

De la misma manera, la posibilidad de hacer entrevistas con los responsables de las terrazas hoteleras, algunas ya organizadas y agendadas, se ha visto limitada, por lo que se ha preferido dejar esta posibilidad para futuros avances de la investigación en marcha.

En el futuro más inmediato se propone retomar la investigación con estos temas pendientes y enriquecerla con otros que nos parecen interesantes para profundizar en la misma. Por un lado acometer el análisis de los comentarios que dejan los usuarios en las redes sociales y en plataformas como tripadvisor para ver si los turistas y los residentes presentan similitudes o diferencias a la vez de constatar si las terrazas realmente satisfacen las expectativas como se ha comentado.

Finalmente, es nuestro propósito ampliar la presente investigación a otras ciudades que presentan la misma tendencia con la aparición de terrazas como oferta de calidad en los centros urbanos. Sevilla, Málaga o Barcelona, entre otros, también han visto la (re)apertura de terrazas hoteleras con fines turísticos y de ocio, y quedaría por verificar si responden a los mismos patrones que hemos descubierto en la ciudad de Madrid.

Agradecimientos

El presente artículo se enmarca en el Proyecto CSO2016-75722-R *Ciudades para el turismo: cambios y permanencias en contextos de competitividad global* dirigido por los profesores Juan Córdoba Ordóñez y Cándida Gago García. Además, los autores quieren

agradecer el soporte de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid y a Natalia Muñoz Molina por su apoyo en la búsqueda y localización de las terrazas.

Bibliografía

Ayuntamiento de Madrid. 2014. *Plan Estratégico de Turismo 2015-2019*. Madrid Destino.

Ayuntamiento de Madrid. 2019. *Anuario de Turismo Madrid 2019*. Área de Turismo de Madrid Destino.

Calle Vaquero, M. de la. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829. doi: http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829

Calle Vaquero, M. de la, Ferreiro Calzada, E. y Mendoza de Miguel, S. 2018. Concentración y desconcentración de la actividad turística sobre el espacio urbano. Reflexiones en torno a Madrid. *Polígonos. Revista de Geografía*, 30: 143-170.

Castillo-Canalejo, A.M., Sánchez-Cañizares, S.M., Santos-Roldán, L. y Muñoz-Fernández, G.A. 2020. Food Markets: A Motivation-Based Segmentation of Tourists. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 2312. doi: 10.3390/ijerph17072312

Comunidad de Madrid 2015. *Estrategia de Turismo 2016-2019.*

Córdoba Ordóñez, J. 2009. Turismo, desarrollo y disneyzación: ¿una cuestión de recursos o de ingenio? *Investigaciones Geográficas*, 70: 33-54.

Córdoba, J. y Gago, C. 2018. Ciudades para el turismo: nuevas estrategias para el desarrollo regional en tiempos de crisis. En: Jordá et al. (ed.), *Ciencia regional y Andalucía a partir de la visión del geógrafo Gabriel Marco Cano García: un homenaje a su vida y obra*. Editorial Universidad de Sevilla, 713-732.

Da Rocha Neto, J.M. y Furtado, E.M. 2018. Os "novos" velhos portos: espaços de metamorfose para o capital imobiliário e para o turismo. *Cadernos de Geografia*, 37: 43-54.

Fernández Alvariño, C. 2010. Sociedad postmoderna y turismo. Nuevas tendencias de ocio post-turismo. X Congreso Español de Sociología. Pamplona, pp. 21.

Gago García, C., Díez Pisonero, R. y Córdoba Ordóñez, J. 2017. Relaciones entre ocio-consumo, turismo y gentrificación en los barrios de Madrid. *Naturaleza, Ciudad y Territorio en un mundo Global, Actas del XXV Congreso de la AGE*. Madrid.

García Henche, B. 2018. Urban experiential tourism marketing. Use of social media as communication tools by the food markets of Madrid. *Journal of Tourism Analysis:Revista de Análisis Turístico*, 25(1): 2-22.

Giordano, E., Nofre Mateu, J. y Crozat, D. 2018. La touristification de la vie nocturne : une nouvelle frontière pour la recherche sur la nuit urbaine. *Cybergeo-European Journal of Geography*, UNSP 866. doi : https://doi.org/10.4000/cybergeo.29473

Gwiazdzinski L. 2009. Pour une mise en tourisme des nuits urbaines. *Cahier Espaces*, 103, 44-56.

Hosteltur, 05/03/2020, https://www.hosteltur.com/113130_turismo-urbano-vive-boom-escala-global.html

IEPPO, IE Premium and Prestige Observatory 2017. *High Value City Travel Report 2017*.

Igoe 2010. The spectacle of nature in the global economy of appearances. *Critique of Anthropology*, 30-74, 375-397.

INE 2019: *Encuesta de Ocupación hotelera, 2019 y años anteriores*. Madrid: INE.

Lefebvre, H. 2013. *La producción del espacio*. Capitán Swing, Madrid.

Liu, D. y Dewancker, B.J. 2018. A comparative study on user satisfaction with an observatory between Sarakura and Takato Mountain, Japan. *Sustainable development and planning IX, Collection: WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 226, 793-800.

Thrift, N. 1997. Cities without modernity, cities with magic. *Scottish Geographical Magazine*, 113, 138 -149.

ODS en los parques temáticos: el camino hacia la economía circular

Jorge Luis RODRÍGUEZ-VALDÉS y Concepción FORONDA-ROBLES

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Rodríguez-Valdés, J. y Foronda-Robles, C. 2020. Objetivos de Desarrollo Sostenible en los parques temáticos: el camino hacia la economía circular. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 161-170. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El presente artículo describe de manera analítica, descriptiva y comparada, la relación del sector de los parques temáticos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por los gobiernos de las principales potencias mundiales para su consecución en 2030. En particular, la investigación centra su esfuerzo en el ODS 7 "energía asequible y no contaminante" y el ODS 12 "producción y consumo responsable". En ese sentido, a lo largo del texto se reflejan las principales acciones emprendidas por algunos de los operadores y parques temáticos de mayor éxito del mundo encaminadas a alcanzar los objetivos señalados. La principal novedad de este ejercicio consiste en trasladar un tema de gran impacto en la comunidad académica y económica como es el estudio de la sostenibilidad y los ODS al subsector turístico de los parques temáticos.
Palabras clave: *huella de carbono; parques temáticos; responsabilidad social corporativa; turismo sostenible; objetivos de desarrollo sostenible.*

DEVELOPMENT SUSTAINABLE GOALS IN THEME PARKS: TOWARDS THE CIRCULAR ECONOMY. This article describes, in an analytical, descriptive and comparative manner, the relationship of the theme park sector with the Sustainable Development Goals set by the governments of the major world powers for their achievement in 2030. Specially, the research focuses on ODS 7 "affordable and clean energy" and ODS 12 "responsible production and consumption". Accordingly, the main actions taken by some of the world's most successful operators and theme parks to achieve the fixed objectives, are reflected throughout the text. The main novelty of this exercise consists of transferring a subject of great impact on the academic and economic community, such as the study of sustainability and ODS, to the theme park tourism sub-sector.
Keywords: *carbon footprint; theme parks; corporate social responsibility; sustainable tourism; sustainable development goals.*

Jorge Luis RODRÍGUEZ-VALDÉS BARBADO, Calle León XIII, Nº39 1ºB, 41009, Sevilla jorrodbar@alum.us.es.; Concepción, FORONDA-ROBLES, Facultad de Turismo y Finanzas, San Francisco Javier s/n, 41018, Sevilla, foronda@us.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

No es baladí afirmar que los conceptos responsabilidad social corporativa y sostenibilidad están estrechamente ligados a la realidad actual de las empresas, suponiendo una obligación de carácter moral para quiénes ejercen la actividad económica, el velar por

el cumplimiento de los tres pilares de la sostenibilidad (Lalangui *et al.,* 2017). En 2015, líderes mundiales de diversas potencias económicas fijaron una serie de objetivos comunes a todas las naciones (Objetivos de Desarrollo Sostenible, a partir de ahora ODS) para erradicar la pobreza y garantizar el cuidado del planeta, teniendo en cuenta que los Objetivos de Desarrollo del Milenio no se cumplieron (Briant, 2017; Fukuda-Parr y otros, 2013). Un lustro más tarde, muchos de estos planteamientos siguen siendo algo utópico, bien por la complejidad, por la falta de recursos para financiar operaciones que permitan alcanzarlos o por la escasa inversión de tiempo por parte de los responsables.

Este contexto es aún más marcado en el sector turístico, donde el uso de los recursos se produce de forma masiva. El presente articulo plantea un análisis donde se estudia la implicación en materia de sostenibilidad por parte de algunos de los principales operadores y parques temáticos del mundo (Walt Disney Company, Universal Studios, Parques Reunidos o PortAventura World, entre otros). Para este proyecto, se han tenido en cuenta algunos ODS, como son la utilización de energia asequible y no contaminante (ODS 7) y la producción y consumo responsable (ODS 12), con intención de observar en qué grado se ponen en práctica acciones que acorten, cada vez más, el camino para la consecución de estos fines. La limitación espacio-temporal hace difícil ahondar en el resto de los objetivos, no obstante, puede sentar la base para la realización de futuros proyectos.

La producción y el consumo responsable, en el caso de los parques temáticos, puede observarse en el seno del *merchandasing* (tiendas de los parques), la venta de entradas (o *ticketing)* o la hostelería (restaurantes, puestos ambulantes y otros). En lo referente al campo energético, éste puede extrapolarse a las atracciones, los espectáculos y otros productos ofertados cuyo funcionamiento necesita de energia, siendo el interés en este caso, conocer sí éstas son renovables. El objetivo primordial será esclarecer sí los sujetos estudiados incorporan en estos terrenos medidas sostenibles. Los parques temáticos, por sus características particulares, tienen capacidad para atraer un volumen de demanda elevado, actuando en muchos casos como destinos turísticos. Este hecho justifica la necesidad de analizar estos destinos como elementos articuladores del turismo y, por tanto, cómo se relacionan las operaciones desarrolladas dentro de éstos con la consecución de los ODS.

En cuanto a la elección de los dos ODS señalados entre los diecisiete existentes, la selección del ODS 7 se justifica por la relación de los parques temáticos con el medio ambiente. Se trata de espacios de enorme dimensión cuya construcción impacta directamente sobre el territorio, puesto que se invaden recursos naturales de diferentes tipos para su asentamiento. Además, su funcionamiento requiere a su vez de la utilización de distintas energías que inciden de múltiples formas en la naturaleza. En cuanto al ODS 12, la producción y el consumo dentro de un parque temático, dependiendo de cómo se lleven a cabo los diferentes procesos implicados en la elaboración del merchandasing y otros productos consumidos dentro del recinto sus efectos pueden ser positivos o negativos, lo que dependerá en gran parte de la capacidad de la empresa para trabajar con energías asequibles y no contaminantes. Esta última afirmación defiende la relación entre el ODS 7 y el ODS 12, los cuáles consideramos que son los dos que, por las características descritas hasta ahora del sector de los parques temáticos, guardan un mayor interés desde el punto de vista académico para ser investigados. Los parques temáticos utilizan energía y producen grandes cantidades en masa que, a su vez, son consumidas. Este proceso requiere a su vez

de energía por lo que la relación de ambos objetivos en el caso de los parques temáticos es intensa.

Antecedentes

El turista del siglo XXI, beneficiado por las nuevas tecnologias, la globalización y la eliminación de la barrera distancia, es un cliente exigente, con acceso a gran cantidad de información, que busca evadirse de la cotidianidad, eligiendo para sus vacaciones destinos que le permitan experimentar sensaciones únicas (Mateos, 2013). De forma paralela, el turismo es un fenómeno multidimensional, que con el paso del tiempo desarrolla nuevas tipologías que cubren las necesidades cada vez más variadas, complejas y multidisciplinares de un cliente turístico cada vez más exclusivo y exigente. Partiendo de esta premisa, resulta de interés escoger como objeto de estudio los parques temáticos, cuya fama ha ido otorgándoles gran peso en el sector turístico, al tratarse de enclaves que aúnan en un mismo recinto una amplia oferta de actividades (atracciones, espectáculos, experiencias, restaurantes). La dimensión de los parques temáticos y la heterogeneidad de su oferta, suponen a su vez la utilización de cantidades ingentes de recursos territoriales, hídricos o energéticos, convirtiéndolos en un sujeto de estudio excepcional para comprobar en qué grado estas empresas se comprometen e implican en la consecución de los ODS. De acuerdo con el informe elaborado por TEA/AECOM (2019) los 25 parques con mayor afluencia de turistas atendieron en 2018 una demanda de 251 millones de visitantes, suponiendo un crecimiento del 3,3% en este segmento con respecto al año anterior (TEA/AECOM, 2019). Estas cifras ponen de manifiesto la tendencia al alza de la actividad turística en esta tipologia, justificando por tanto su elección como objeto de estudio.

Marco teórico

La sostenibilidad es un asunto de interés mundial, donde el esfuerzo conjunto de empresas, instituciones, políticos y ciudadanos es vital para combatir la problemática que trae implícito el cambio climático (Baldwin y King, 2018; Owusu y Asumadu-Sarkodie, 2016; Peeters *et al.*, 2006). Las consecuencias derivadas de la explotación de energías tradicionales basadas en combustibles fósiles inciden, no sólo en el medio ambiente, sino que generan impacto socioeconómico y degradación de los ecosistemas (Valderrama *et al.*, 2011). Uno de los problemas que más preocupa es la huella de carbono (Boucher, 2016; Lenzen y otros, 2018). La emisión de estos gases es responsabilidad directa de la acción del ser humano (Mohit y Anu, 2012). Decantarse por energias asequibles, renovables y no contaminantes se ha convertido en el último quinquenio en una de las prioridades mundiales, en aras de reducir los visibles efectos del calentamiento global (Dopazo, 2020).

El turismo genera un desplazamiento de personas y, por tanto, se basa en el uso masivo de recursos energéticos, como el petróleo, que emite gases nocivos a la atmosfera, es un agente activo en la GEI. Autores como Gössling y Hall (2006) ya señalaban hace más de una década la relación entre la actividad turística y el impacto medioambiental. Con ánimo de regular, gestionar e impulsar la sostenibilidad turística se han promovido en las dos últimas décadas distintivos dirigidos a reconocer la implicación de los destinos con el cuidado del medio ambiente (Gkoumas, 2019), como la certificación Biosphere, la Norma

ISO 14001 o EMAS. Sí extrapolamos la relación de la actividad turística con la huella de carbono, a valores porcentuales, el turismo supone aproxidamente un 5% de los gases causantes del agujero de la capa de ozono (Pulido y López, 2014).

La incidencia del turismo en el medio ambiente es intensa, aunque la literatura destinada a estudiar la relación de esta actividad con los ODS es menos precisa, limitada en la mayoría de los casos a mencionar la responsabilidad del turismo, donde raramente se alude a la necesidad de velar por la consecución de los ODS (Nguyen y otros, 2019; Wood, 2017). Esta carencia de bibliografia es aún más marcada en el turismo de parques temáticos, donde no se han encontrado estudios recientes dedicados a investigar la relación entre estos primeros con los ODS, su grado de implicación o los ejercicios emprendidos para su consecución.

Los parques temáticos presentan elevados niveles de inversión para su construcción, requieren de una inmensa cantidad de recursos energéticos, financieros y naturales para su mantenimiento e incorporan tecnologias tanto en los procesos de producción como en los de consumo (Antón, 2005). Estas peculiaridades convierten a los parques temáticos en un subsector de elevado interés para investigar sí las tecnologias y energias necesarias para su optima funcionalidad son sostenibles.

Metodología

La principal aportación de este articulo es dotar al sector turístico de una visión más fresca, donde se refleje a través del estudio de los parques temáticos, la implicación de éstos con la sostenibilidad y la implantación de alternativas para promover la consecución de los ODS. Para la elaboración de esta investigación cualitativa, se ha seguido la técnica del estudio del caso (Chetty, 1996; Simons, 2011).

Los protagonistas del presente estudio han sido PortAventura World (2016-2018), Walt Disney Company (2017-2018), Parques Reunidos (2018), Merlin Enternaiments Group (2020) y Universal (2019). La mayoría de los parques que se han estudiado, a excepción del grupo Universal, disponen de Manuales de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) accesibles los cuales se han analizado con detenimiento para detectar cuáles son las principales acciones dirigidas por estas empresas.

Tras una exhaustiva lectura de los Manuales de RSC se analizan las acciones emprendidas en el ODS 7 y ODS 12 (tabla 1) para conseguir estos objetivos en 2030, y comprobar las buenas prácticas, por quiénes son llevadas a cabo y cuáles deberían incorporarlas a su agenda de objetivos tácticos (medio plazo) y estratégicos (largo plazo) para contribuir a la causa, construyendo simultáneamente una imagen más positiva y sólida en el mercado turístico.

En lo referente a la energía asequible y no contaminante se ha contemplado dos aspectos principales a los que los parques temáticos dedican grandes esfuerzos: la movilidad sostenible y la economía colaborativa de un lado, y las energías renovables de otro.

En cuanto al ODS 12 han sido tres los aspectos considerados: la supresión progresiva de plástico, la sensibilización y formación ambiental de la empresa y la economía circular.

Las empresas se esfuerzan en un 54,55% en la consecución del ODS 7 mientras que el 45,45% restantes están orientadas a la producción y el consumo. El 60% de iniciativas

buscan el desarrollo y optimización de las fuentes de energía utilizadas de forma que estas sean cada vez más sostenibles y eficientes. El 40% restante consiste en fomentar la economía colaborativa en la cultura empresarial y la movilidad sostenible.

El 56,3% de las medidas tomadas en relación con el ODS 12 están centradas en promover la economía circular, el 18,75% en la sensibilización y formación ambiental y, el 24,75% restante en suprimir el plástico de sus operaciones de consumo y producción.

ODS	Variables
ODS 7 **Energía asequible y no contaminante**	• Movilidad sostenible y economía colaborativa • Energías renovables
ODS 12 **Producción y consumo responsables**	• Supresión progresiva de plástico • Sensibilización y formación ambiental • Economía circular

Tabla 1. E*lementos estudiados en cada ODS.*
Table 1. *Synthesis of the elements studied in each SDG.*

Resultados

El camino hacia una energía asequible y no contaminante en los parques temáticos

La transición energética plantea evolucionar hacia una economía sostenible a partir de la energía renovable y la eficiencia energética, buscando un modelo limpio y descentralizado, y orientando hacia la descarbonización del sector energético. Los grandes operadores temáticos se esfuerzan por la energía no contaminante (ODS 7) empleando las energías renovables para el funcionamiento de sus recintos. Asimismo, poco a poco, están creando una red de transportes basada en la reutilización de materiales para generar biocombustible, energía eléctrica e, incluso, el fomento de la economía colaborativa.

Con las prácticas de movilidad sostenible se minimizan los impactos ambientales, dando mayor protagonismo a los modos de transporte que menos energía consumen y menos emisiones producen. Por ello, los proyectos desarrollados están centrados tanto en los desplazamientos de los empleados y en la movilidad de los visitantes, como en el acceso al recinto.

Walt Disney World ha sustituido la gasolina por diésel renovable, obtenido a través de aceite de cocina usado y residuos de alimentos consumidos en sus parques, para el funcionamiento de los autobuses-lanzaderas que se ocupan del desplazamiento de sus *guest*. Esta medida ha reducido las emisiones de CO_2 de acuerdo con el informe a la mitad (Walt Disney Company, varios años). Por ejemplo, en Disneyland Paris, unos 936 autobuses transitan diariamente por el complejo turístico. Con ello se pone de manifiesto uno de los elementos principales que deberían ser supervisados en espacios de gran dimensión, e implantarse en todos los parques, donde también se necesita de medios de transporte para la movilidad dentro del resort.

También llama la atención como muchos parques temáticos se han decantado por la adquisición de buggies eléctricos para el desplazamiento interno de los trabajadores dentro de los hoteles Caribe, El Paso y Gold River, como se manifiesta en el Manual de RSC de PortAventura World, o la instalación de puntos de recarga para coches eléctricos de los clientes en los aparcamientos de PortAventura Convention Centre y del Hotel PortAventura mediante el software de gestión Mobility Smart Manager.

Es interesante también como PortAventura World ha incorporado la economía colaborativa a través de Blablacar, donde se invita a sus trabajadores a compartir coche para asistir a sus puntos de trabajo y volver a casa en sus trayectos de proximidad. Estas iniciativas deberían transladarse también al transporte externo de trabajadores y visitantes. Por ello, el parque lanzó el programa "fesedit" (moverte cuesta poquísimo), reduciendo el uso del vehículo privado, favoreciendo el networking, abaratando el coste y de sus desplazamientos, y garantizando la confianza de los miembros de parque, que estrechan sus relaciones sociales.

Por otro lado, destaca la instalación en algunos parques de mecanismos generadores de energía solar o fotovoltaica. El clima soleado de Florida brinda una excelente oportunidad para el manejo de la energía solar y, por tanto, la reducción de otras fuentes más nocivas dentro de la esfera de la sostenibilidad. Así Walt Disney World, en el año 2019 construye placas solares con capacidad para dotar de energía a dos de los cuatro parques temáticos que lo integran. Con esta iniciativa se reduce la huella de carbono en 52.000 toneladas métricas. Aunque en climas más lluviosos como el de Marne la Vallée (Francia) o Shanghai (China) donde se ubican otros de los parques pueda resultar menos fructífera, esta energía seguiría siendo una acción excelente para reducir las emisiones de GEI.

PortAventura World en su Manual RSC dedica un apartado a los ODS y plantea la necesidad de incrementar el uso de energía renovable, tanto a nivel de producción como de consumo. Por ello, ha disminuido un 1,13 % el consumo de energía eléctrica (MWh por 1.000 visitas-pernoctaciones) en el año 2018 en comparación con el año 2017, en el conjunto de las instalaciones.

Otro operador que parece esforzarse en este objetivo es Parques Reunidos, presente en 15 países de América, Europa, Asia y Oceanía, que pone a disposición de los usuarios un extenso manual donde se recogen las acciones encaminadas a la gestión medioambiental. Resalta la instalación de placas de energía termosolar y fotovoltaicas en Parque Warner o el Parque de Atracciones de Madrid entre otros. Esto ha contribuido a que el 50% de la energía eléctrica que hace funcionar estos parques sea renovable, disminuyendo considerablemente la emisión de gases de CO_2 por parte de otras energías menos ecológicas.

Otro avance importante ha sido la utilización de energía termosolar para precalentar el agua en algunos restaurantes del grupo Universal, reduciendo el consumo de gas natural necesario para calentar el agua de cocina en un 35% (Universal Green, 2020).

Como punto negativo, la instalación de placas solares debería ser una alternativa más recurrida. Algunos parques invierten en la construcción de nuevas atracciones, algo comprensible desde el punto de vista del marketing y la publicidad. No obstante, incrementar esta fuente de energía supondría un enorme beneficio para el medio ambiente, además de un ahorro económico en el largo plazo, al reducir la utilización de otras energías de mayor coste diario. Sería conveniente, por tanto, plantear estrategias tácticas encaminadas a priorizar la incorporación de esta energía, incluso sí eso implica retardar provisionalmente la ampliación de la oferta de los parques. La elevada inversión destinada a la construcción de novedosas atracciones podría destinarse a I+D+e para el desarrollo de nuevas energías más sostenibles. Para no acabar con el factor sorpresa que supone la apertura de nuevas atracciones cada año podrían plantearse nuevos espectáculos, requieren

menos esfuerzo en tiempo y recursos económicos además de aportar un aire fresco a cada temporada.

Una nueva vía para la producción y el consumo responsable

Una de las principales estrategias ambientales, a partir del ODS 12, es un cambio de modelo de gestión de residuos y una redirección de sus estrategias hacia modelos de economía circular donde se potencie el reciclaje de recursos y productos. A diferencia de otros modelos económicos, la economía circular disminuye la generación de residuos (plásticos, orgánicos), reduce la compra de elementos de plástico de un solo uso e incrementa el porcentaje de valoración de los residuos generados. Por ello, los principales proyectos llevados a cabo en los parques temáticos se centran en la eliminación progresiva de plásticos, los residuos cero y la minimización de los residuos alimentarios. Estas medidas se producen en un contexto marcado por la nueva Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de 2019 por la que se prohíbe a partir de 2021 la fabricación y venta de productos de plástico no reutilizable.

A comienzos del año 2019 se suprimió en la mayoría de los parques las bolsas de plástico en las tiendas para la compra y venta de merchandasing. En la restauración, lo mismo ocurrió con las pajitas de plástico, que han sido reemplazadas por cartón reciclado, al igual que en las grandes compañías de McDonalds o Burger King. La supresión del plástico en Disneyland Paris se ha experimentado también en las entradas para los huéspedes alojados con la tarjeta *Magic Pass*, elaborada con almidón de maíz donde se incorporan los billetes de acceso al parque, las comidas contratadas y las llaves de las habitaciones del hotel. Merlin Group, al igual que el resto de sus competidores, estableció prioritario la disminución significativa del uso de plásticos. PortAventura World también ha eliminado el papel de plástico de burbujas utilizado para proteger los souvenirs por una protección en papel**,** incluso otros materiales como la madera, el cartón e incluso algunos recursos tecnológicos son empleados nuevamente para otros fines. En 2018 con respecto a 2017 consiguió un aumento en el reciclaje del 50,99% del plástico, 11,42% de papel y cartón, 4,11% de maderas y solo un 0,93% en el caso de la recuperación de productos alimenticios siendo este apartado donde debería invertirse un mayor esfuerzo.

La protección del medio ambiente implica también un cambio de mentalidad en la sociedad. En esta línea destaca tanto la sensibilización medioambiental del personal y de los visitantes a través de distintas acciones de comunicación y formación, y que se ha ido incorporando a casi todos los planes estratégico de responsabilidad corporativa, aprovechando la celebración de los Días Mundiales de... la Tierra, ... del Medio Ambiente,... del Reciclaje, ...del Turismo; en las propias pàginas webs de los parques o redes sociales. En algunos de los parques del operador Parque Reunidos se incluye en la formación de los empleados conocimientos referidos a los procesos de reciclaje, asimismo, en los folletos para los visitantes se han incorporado instrucciones donde se recuerda la importancia del reciclaje, así como las instrucciones a seguir para reciclar dentro del recinto.

En Merlin Group es digno de mencionar la excelente concienciación del operador y de sus trabajadores con el medio ambiente, participando de manera activa en la campaña “We Care About Our Planet” para la recogida de residuos plásticos en las zonas próximas a sus parques. Ejemplo notorio de la solidaridad de la marca es la implicación de la plantilla de

Sea Life (Oporto), donde se recogieron más de 380 kilos de colillas de cigarro, plásticos y otros desechos de las playas de la ciudad.

La gestión de los residuos supone en torno al 50% de los impactos ambientales en los parques temáticos. De ahí, el compromiso social que estas empresas están adquiriendo para reducir su contaminación ambiental, tanto con la contratación a empresas especializadas del sector, que se encargan de instalar contenedores para el acopio de los residuos, de su recogida y transporte hasta el gestor autorizado para su valorización y eliminación; como la creación propia de instalaciones de reutilización. Eso ocurre desde 2014, en Walt Disney World que procesa en una planta de biogás de 5.4 MW los desperdicios de alimentos (grasa, aceites de cocina y sobras de la mesa), en electricidad y fertilizantes. Dicha planta reduce la cantidad de desechos orgánicos, limita las emisiones de gases de efecto invernadero y produce energía renovable, que luego se vende a Disney World para administrar sus atracciones y su complejo hotelero, con una recogida selectiva del 40-60%.

En PortAventura World, las toneladas de residuo por cada millón de visitas han disminuido respecto a los años anteriores, en 2018 se han generado 645,18, lo que significa una reducción del 3,15 % respecto al año 2017. Dichos residuos han sido gestionados: 91% valorización y 9% eliminación.

Por otra parte, en los parques Disney también se promueve la compra- venta de productos descatalogados o reemplazados entre sus trabajadores, evitando el desperdicio de materiales y generando además un beneficio económico para la empresa. Esta iniciativa sería interesante que se implantase en otros parques. Uno de los autores del trabajo ha formado parte de los 16.000 Cast Members que integran Disneyland Paris durante el periodo 2017-2019, comprobando tal como se indica en la página Disney Volunteers, como aquellos productos que no son vendidos o que se descatalogan, son puestos a disposición de los empleados para que lo adquieran a un precio reducido, fomentando con ello la economía circular

Universal, competidor principal de Disney, recicla el material empleado en los pasacalles y espectáculos, llevando a cabo un rediseño de éste en lugar de adquirir otro nuevo. Con esta medida ahorran alrededor de 113 toneladas de material anuales (Universal Green, 2020).

Los parques temáticos están en constante innovación, acompañada de una visión estratégica de la RSC, orientada a impulsar un modelo de negocio sostenible a largo plazo. Su política no sólo se basa en iniciativas que crean valor, sino que integra los ODS.

La investigación actual no ha estado exenta de limitaciones, en parte dado que esta se encuentra en una fase muy temprana en la que se ha detectado una temática novedosa desde el prisma académico del turismo, como es la relación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los parques temáticos, sujetos a menudo desplazados por otros sectores turísticos (hoteles, campos de golf, agencias de viajes, cruceros).

Conclusiones

En el transcurso de la presente investigación se ha podido verificar algunas acciones desarrolladas que contribuyen a la consecución de los ODS (7 y 12), aunque aún queda mucho camino.

El modelo lineal de los residuos ya no es viable, ya que genera considerables "desperdicios". Existe la necesidad de nuevos modelos que requieran menos consumo, esto dará paso a la economía circular, que intenta lograr un flujo de materiales más efectivo, colaboraciones intersectoriales, logística inversa y nuevas ideas de diseño.

El ahorro de la energía debe desarrollarse a través de mejoras técnicas y operativas, que promuevan la energía renovable. Con esta redefinición se cambiarán las prácticas de los parques temáticos, como respuesta a la preocupación por el daño ambiental, aumentando la conciencia y la aceptación del cambio climático.

Quizás los parques temáticos se han quedado un poco anticuados, Los Green Theme Parks deben ser el futuro, el resultado de parques que concentren un aumento del uso eficiente territorial, hídrico y energético. Además de reducir las operaciones diarias en la biodiversidad (por ejemplo, energía, residuos, transporte), la comunicación con los visitantes es una excelente oportunidad para contribuir a la conservación de la diversidad biológica.

La ampliación de la vida útil del parque temático y la disminución del uso de elementos químicos pueden ahorrar energía y contribuir a los aspectos operativos de los parques temáticos. Sin duda, aún quedan muchos esfuerzos para descubrir la implementación verde de los parques temáticos en su ciclo de gestión.

Agradecimientos

Este texto forma parte de las investigaciones desarrolladas en el Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental titulado "Inteligencia territorial vs. crecimiento turístico. La planificación y gestión de destinos ante el nuevo ciclo expansivo inmobiliario" (Ref. PGC2018-095992-B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Bibliografía

Antón, S. 2005. *Parques temáticos: más allá del ocio.* Barcelona, Ariel.

Baldwin, C. y King, R. 2018. *Social Sustainability, Climate Resilience and Community-based Urban Development: What about the People?*. Routledge.

Boucher, J. L. 2016. Culture, carbon, and climate change: A class analysis of climate change belief, lifestyle lock-in, and personal carbon footprint. *Social Ecology: Journal for Environmental Thought and Sociological Research*, 25: 53-80.

Briant, J. 2017. Unheard voices: a critical discourse analysis of the Millennium Development Goals' evolution into the Sustainable Development Goals. *Third World Quarterly*, 38(1): 16-41.

Chetty, S. 1996. The case study method for research in small- and médium - sized firms. *International small business journal*, 15 (1): 73-85.

Dopazo, P. 2020. La renovación energética ante el cambio climático: marco estratégico, instrumentos y prácticas. *Actualidad Jurídica Ambiental*, 98: 1-35.

Fukuda-Parr, S., Greenstein, J. y Stewart, D. 2013. How should MDG success and failure be judged: Faster progress or achieving the targets?. *World Development*, 41: 19-30.

Gkoumas, A. 2019. Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. *Heliyon* 5 (11) e02707, 1-12.

Gössling, S. and Hall, C.M. 2006. *An introduction to Tourism and Global Environmental Change*. London, Routledge.

Lalangui, J., Espinoza, C. y Pérez, M. 2017. Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad* 9 (1), 148-153.

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. y Malik, A. 2018. The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, *8*(6), 522-528.

Mateos, M. 2013. El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, 199-217.

Merlin Entertainments Group. 2020. *Annual Report and Accounts 20*19, 29/04/2020, https://www.merlinentertainments.biz/media/3068/merlin-entertainments-annual-report-and-accounts-2019.pdf

Mohit, V. and Anu, V. 2012. Tourism and carbon foot prints in United Arab Emirates- Challenges and solutions. *Journal of Environmental Management and Tourism (JEMPT)* 01(5), 41-54.

Nguyen, T. Q. T., Young, T., Johnson, P., & Wearing, S. (2019). Conceptualising networks in sustainable tourism development. *Tourism Management Perspectives*, *32*, 100575

Owusu, P. A. y Asumadu-Sarkodie, S. 2016. A review of renewable energy sources, sustainability issues and climate change mitigation. *Cogent Engineering*, *3*(1), 1167990.

Parques Reunidos. 2018. *Manual de Responsabilidad Social Corporativa*, 24/04/2020, https://www.parquesreunidos.com/wp-content/uploads/2019/01/AAFF_ESPA%C3%91OL_2311_FINAL.pdf

Peeters, P., Gossling, S. y Becken, S. 2006. Innovation towards tourism sustainability: climate change and aviation. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, *1*(3), 184-200.

PortAventura World. varios años. *Manual de Responsabilidad Social Corporativa*, 16/04/2020, https://www.portaventuraevents.com/rsc/

Pulido, J. y López, Y. 2014. Turismo y cambio climático. Propuesta de un marco estratégico de acción. *Revista de Economía Mundial* (36), 257-283.

Simons, H. 2011. *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid, Ediciones Morata.

TEA/AECOM. 2019. *Global Attractions attendance report.* Informe Anual Themed Entertainment Association and Economics Practice. Disponible en: https://www.aecom.com/wp-content/uploads/2019/05/Theme-Index-2018-4.pdf

Unión Europea. 2019. *Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente*. Bruselas, 5 de junio de 2019.

Universal Green, 2020. *Green is universal*. http://www.greenisuniversal.com/

Valderrama, J. Espíndola. C. y Quezada, R. 2011. Huella de Carbono, un concepto que no puede estar Ausente en Cursos de Ingeniería y Ciencias**.** *Formación Universitaria,* 4 (3): 3-12.

Walt Disney Company. varios años. Manual de Responsabilidad Social Corporativa, 16/04/2020, https://thewaltdisneycompany.com/disney-publishes-its-2019-corporate-responsibility-report/

Wood, M. E. 2017. *Sustainable tourism on a finite planet: Environmental, business and policy solutions*. Taylor & Francis.

Are great touristic sites vectors of sustainability? Insights from two French mounting areas' case studies (Montenvers-Mer-de-glace and Bibracte-Mont Beuvray)

Chiara PIAI and Emmanuel SALIM

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Piai, C. and Salim E. 2020. Are great touristic sites vectors of sustainability? Insights from two French mounting areas' case studies (Montenvers-Mer-de-glace and Bibracte-Mont Beuvray). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón, R., Troitiño, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 171-186. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

The critical studies of tourism, encompassing both anthropological and geographical insights, provide the theoretical background and foundation of our proposition. Thus, our approach aims to de-naturalize tourism, which is to deconstruct it as a natural object and reconstruct it as an historical and political one, in order to show its complexity and the contradictory effects of its contemporary development. We drive a comparison of two case studies of great touristic sites in France, the Montenvers-Mer-de-Glace, one of the most visited glacier sites in the Alps and the Bibracte-Mont Beuvray archaeological site, the less visited among the great touristic sites labelled "Grand Site de France", located in the Central Massif region. For these two case studies, we analyse the discourse produced by stakeholders, notably sites' managers. To assess the way that these touristic sites can be considered as vectors of sustainability, we use a qualitative methodology including in-depth interviews with key stakeholders (public and private's actors) and analysis of official documents and promotional materials from the touristic sites.
Keywords: *sustainability, tourism, great sites, environmental change, mountain.*

¿SON LOS GRANDES SITIOS TURÍSTICOS VECTORES DE SOSTENIBILIDAD? INFORMACIÓN DE DOS ESTUDIOS DE CASO DE ÁREAS DE MONTAÑA FRANCESAS (MONTENVERS-MER-DE-GLACE Y BIBRACTE-MONT BEUVRAY). Los estudios críticos del turismo, que abarcan tanto los conocimientos antropológicos como los geográficos, proporcionan los antecedentes teóricos y el fundamento de nuestra propuesta. Así, nuestro enfoque tiene como objetivo desnaturalizar el turismo, es decir, deconstruirlo como objeto natural y reconstruirlo como objeto histórico y político, para mostrar su complejidad y los efectos contradictorios de su desarrollo contemporáneo. Llevamos a cabo una comparación de dos estudios de caso de grandes sitios turísticos en Francia, el de Montenvers-Mer-de-Glace, uno de los sitios glaciares más visitados de los Alpes, y el sitio arqueológico de Bibracte-Mont Beuvray, el menos visitado de los grandes sitios turísticos que llevan la etiqueta "Grand Site de France", situado en la región del Macizo Central. Para estos dos estudios de casos, analizamos el discurso producido por los interesados, en particular los administradores de los sitios. Para evaluar la forma en que estos sitios turísticos pueden considerarse como vectores de sostenibilidad, utilizamos una metodología cualitativa que incluye entrevistas en profundidad con los principales interesados (agentes públicos y privados) y el análisis de los documentos oficiales y el material de promoción de los sitios turísticos.

Keywords: *sostenibilidad, turismo, grandes sitios, cambio ambiental, montaña.*

Chiara PIAI, Laboratoire EDYTEM - UMR5204 Université Savoie Mont-Blanc Bâtiment "Pôle Montagne" 5 bd de la mer Caspienne F-73376 Le Bourget du Lac Cedex. Emmanuel SALIM, Laboratoire EDYTEM - UMR5204 Université Savoie Mont-Blanc Bâtiment "Pôle Montagne" 5 bd de la mer Caspienne F-73376 Le Bourget du Lac.

Manuscript reception: 10-june-2020; revision accepted: 21-july-2020.

Introduction

From the seminar theme, we retained the section: questioning about sustainable tourism. Keeping this in mind, we questioned our fields. We put them in common in order to identify some "good to think" matter and some questions into being. Here is one first and quite general but still important methodological perspective we adopted: "ask the field and compare" and, as anthropologists like to say it "ask the practice". One is geography of glacier tourism, whereas the other is socio-anthropology of place branding. Glacier tourism research deals with the site of Montenvers, one of the biggest and most visited French Alpine glacier sites. Place branding research deals with Bibracte-Mont Beuvray, labelled Grand Site de France and thus recognized by the French state as one of the most important French patrimonial sites[1]. The mont Beuvray is located in Burgundy, in non-Alpine mountain area geographically related to the Central Massif[2].

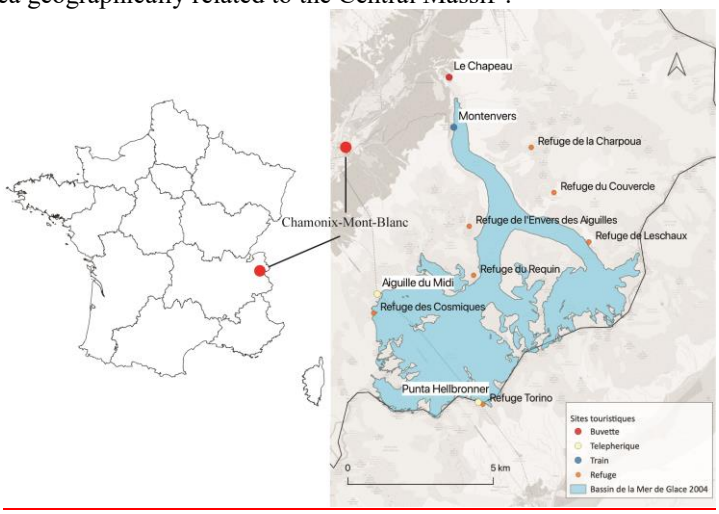


Fig. 1. Location of the Mer de Glace basin (France) and the Montenvers site in the heart of the Alpine Arc/

Fig. 1. *Ubicación de la cuenca del Mer de Glace (Francia) y del sitio de Montenvers en el corazón del Arco Alpino.*

[1] Taking into account the fact that France is the first touristic destination in the world, besides their each one specificity these sites are emblematic of big touristic destinations of an international character.

[2] The Central Massif is one of the six "massif zones" identified in metropolitan France by the Mountain Low of 1987 revised in 2016: Vosges, Jura, Alpes, Massif Central, Pyrénées and Corse.



Fig. 2. Main view of the Montenvers site (August 2019), by Emmanuel Salim.
Fig. 2. *Vista principal del sitio de Montenvers (agosto de 2019), por Emmanuel Salim.*

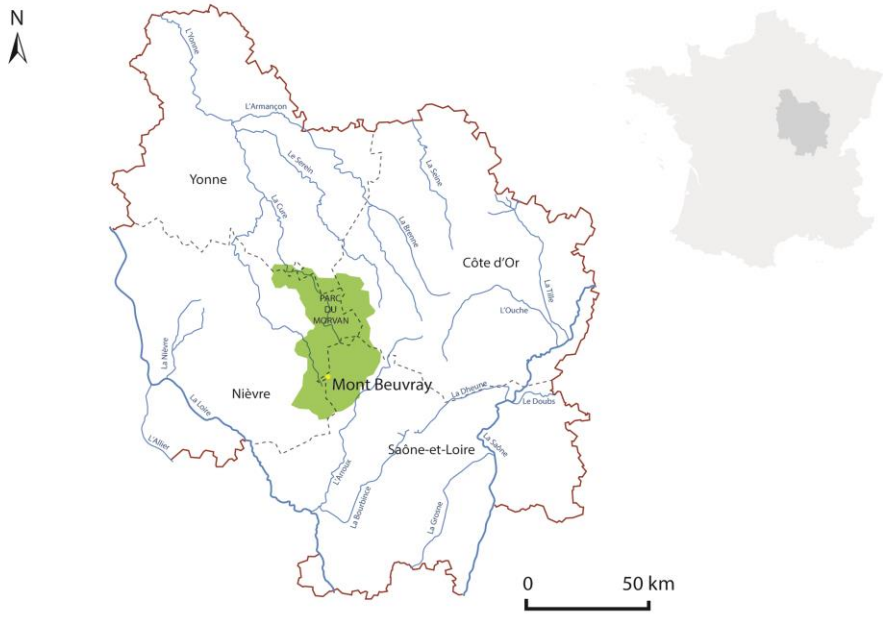


Fig. 3. Location of the Morvan in the Burgundy region (France) and Site of Mont Beuvray.
Fig. 3. *Ubicación del Morvan en la región de Borgoña (Francia) y el sitio de Mont Beuvray.*



Fig. 4. Main viewpoint of the Mont Beuvray Site, by Chiara Piai.
Fig. 4. *Mirador principal del sitio del Mont Beuvray, por Chiara Piai.*

Those two fields (and fieldworks) have different things to say about sustainable tourism, whereby our first question (as in the title): are great touristic sites vectors of sustainability? A first general assessment concerns the fact that nowadays a great variety of non-homogeneous actors of any kind refers to "sustainable tourism" (public actors, small and big private firms, individuals, associations, international organizations, etc.) to the point that its meaning is now as comprehensive as it is vague. As a consequence, the way actors "interpret" sustainable tourism is just as much important as the formal definition of it[3] in order to qualify the social phenomenon which are associated to it in practice (Olivier de Sardan 1995). We found these circumstances worth adopting a pragmatic perspective, so we went on asking: how sustainable tourism (as an item of discourse) is mobilized within the more general existence strategy of the mobilizing organism? What which role does it play in the organism's global economy? In order to answer to this question, first of all we are going to make some general considerations about the notions of tourism, sustainability, strategy and the economy which we employ. They have complex and diverse meanings depending on the context, and we want to make sure that we all agree about what we mean by them before starting the discussion. After that, we will present the principal choices we had to make in terms of methodology. Next to which we will talk about our results and finally conclude with some research perspectives which seem interesting to us to carry out upon our results.

[3] The world tourism organisation defines sustainable tourism as : "*a tourism which fully takes into account its economic social and environmental impacts present and forthcoming, in responding to the needs of visitors, professionals, of the environment and of the hosting communities*".

1. Positioning, methodology and analytical grid

1.1 The critics to "sustainable" "tourism"

The formula of "sustainable development" is both much employed and very much interpreted. Moreover, this notion is exposed today to two distinguished orders of the criticism. As a form of "tourism", it is exposed to the critics of those who consider that tourism as such is not a sustainable activity (Bourdeau 2011; Christin 2014; 2018). Thus, some authors describe the "tourism industry" contemporary drifts (and so extending previously existing critics about the "cultural industry" and the commercialisation of culture, cf. Baudrillard & Mayer, 1996; Debord, 2018[1967]) and they warn about the excessive development of this economic sector, which entirely relies on the circulation (massive and on a global scale) of people, things and money (Abélès, 2008)[4]. The concept of "sustainable tourism" developed precisely starting from this kind of assessments. As calling "sustainability" into question, "sustainable tourism" is exposed to the critics of those who consider that the "sustainable" has become a label emptied of its original distinguished meaning, which is no more respectable by the only means of its existence. As to say that nowadays, when we put up that we do it "sustainably", that's not enough anymore: we still need to prove it by facts[5]. So, the notion of "sustainable" "tourism" identifies a quite uncomfortable crossroad. These critics encourage us to adopt a pragmatic perspective toward the problematics of the sustainable tourism and so to ask how this notion connects to actual strategies in practice.

1.2 The advantages of considering sustainable tourism as an element of a larger strategy of local development

To us, the advantage of adopting a "strategic" and the "actor oriented" perspective (Olivier de Sardan 1995; Long 1977; 2015) to the study of local development relies on the fact that its conceptual tools are flexible and well adapted to the features of our case studies, and it is well suited to show their specificities and what they have in common (see Fig. 5).



Fig. 5. Conceptual tool diagram of the "strategic approach" or "actor oriented"/
Fig. 5. *Diagrama de herramientas conceptuales del "enfoque estratégico" u "orientado a los actores".*

[4] The recent global sanitary crisis did nothing but straightening this kind of critics (see the number of articles about the crisis of the tourism sector and economy published by Le Monde between the end of April and the end of May 2020, and available on the Internet site of the newspaper: www.lemonde.fr).

[5] In the Mont Beuvray region, this problematic is recurrent, especially among stakeholders in the forest management sector. Public operators, environmental associations, managers of forests of outstanding beauty, but also other occupants acknowledge the gap they perceive between what's "sustainable" in theory and practice. Generally speaking, they don't appreciate this gap.

Moreover, the advantage of considering sustainable tourism as one element within a larger and more complex strategy lies in the fact that that is the reality as it is observable on our research fields day by day. In each field, sustainable tourism appears in practice as being grounded in a more general economic strategy is implemented by the great touristic sites managers in query.

1.3 Comparing touristic sites' economic choices

We have come to consider sustainable tourism as a sub strategy, belonging to a larger strategy that we refer to as an "economic" one. But, just in the same way as for that of "sustainable tourism", the notion of the "economy" is polysemic and gives rise to diverse interpretations (both in theory and in practice). Amongst these, there are some anthropological and sociological approaches of the economy which underline the plurality and the variability of the practices and representations characterizing this field of the human activity. From the ancient Greek *oikonomia*, which can be translated as "the rules of inhabiting and managing the household within its environment", it becomes " survival" and "projection into the future" (Narotzky and Besnier, 2014), "life worth leaving" (D. Graeber, 2001; David Graeber, 2013), "enrichment" (Boltanski and Esquerre, 2017), " neoliberal norm" (Dardot and Laval, 2010), etc. other anthropologists insist on the diversity of the social logics that characterize the becoming of our contemporary world, in tension between the "local" and the "global" (Kilani, 2012; Agier, 2013). Following these authors, we make the hypothesis that this might be true for sustainable tourism as well, seen as an element of a more general economic strategy, which brings us to ask the following question : how do the sites' managers use sustainable tourism within their economy (considered in the enlarged sense anthropologists borrow to it) ? So we are going to use the notion of "economy" in a methodological and exploratory, non-normative sense, and we are going to engage with the way the actors encountered characterize "their" economy, in order to qualify the place that so called "sustainable" tourism occupies within it according to them. In order to answer to this question, we are going to compare two case studies, which we correlated starting from different aspects: first of all, the trajectory of construction of the value of each touristic site in exam through time; then the way in which managers promote and "communicate" the touristic sites beyond their physical frontiers (style and contents); finally we studied the managers' vision of local development, as the members of the organizations express them. For doing so, we base on field observations and discourse analysis[6] stemming from different materials (promotional materials, official documents and "grey literature", field notes and semi-directive interviews).

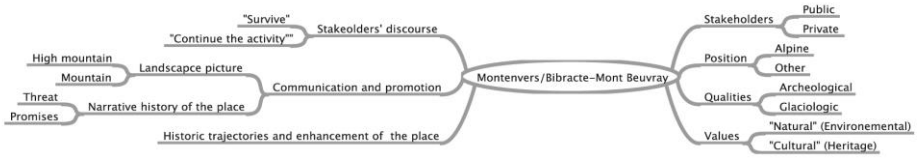


Fig. 6. Comparison grid.
Fig.6. *Cuadrícula de comparación.*

[6] For a general perspective concerning discourse analysis, see (Maingueneau 2014)

2. Results: differences and common aspects between the two sites (similar trajectories of valorisation and modes of communication and promotion, different qualities and socio-economic logics in act)

2.1 Comparing the chronologies of construction of the two sites' value: different contents, but similar trajectories: accumulating signs of recognition

Today, Bibracte-Mont Beuvray is an archeological site presenting a (natural and cultural) patrimonial interest, recognized at a national level by multiple quality labels and marks. Among these, it is labelled "Grand Site de France", a patrimonial-environmental label which "has been created from the State to grant the excellence in the management of sites of outstanding interest, big notoriety and strong frequentation, to which applies the national Great Site policy"[7]. This site has the particularity of being the smallest touristic destination among the French Great Sites. Nevertheless, it still remains a relevant destination in terms of size, the average visitors/year rate being of 80,000. Montenvers is a great glacier touristic site which owe its interest on the surrounding landscape, which includes the biggest French glacier, and also to its internationally recognized cultural qualities (UNESCO). 11-km-long and with an area of 30 km^2, the *Mer de Glace* is the third glacier of the Alps after the Aletsch and the Gorner glaciers located in Switzerland(Fischer *et al.* 2014). The tourism on this glacier is structured between three major sites: the *Aiguille du midi* reachable by a cable car (3842 m a.s.l); Montenvers, where a railway cog takes visitors to a viewpoint on the glacier tongue; and the *Punta Helbronner*, accessible from the Italian Vallée d'Aoste and where a cable car lifts people up to a summit 3462 m a.s.l high (Fig. 2). The *Mer the Glace* is also the only way to access seven different high mountain huts (Mourey and Ravanel 2017). In this case, what makes the greatness of this touristic site is the volume of the visits: the touristic flows in the valley of Chamonix Chamonix-Mont-Blanc (France) is one of the most popular mountain destinations in the French Alps. In 2017, 4.7 million nights (45% in summer and 55% in winter) are spent in the Chamonix valley (Salim *et al.* 2019) by tourists coming from all over the world (49 % of the visitors are foreigners)[8].

Today, both sites are well known great touristic destinations; but this hasn't always been the case. The today notoriety of these sites is the result of a long-lasting accumulation of practices and signs of recognition through time. In the case of the mont Beuvray, the trajectory of construction of the site's value shows that this first was un "habitat", un "oecumene", un inhabited place[9]. And more precisely, an *oppidum* (Gallic fortified town). The history tells that there Vercingetorix was confirmed at the head of the Gallic coalition against the Romans in 52 before J.C. and there also Jules Cesar finished to write the *De Bello Gallico*. In Fig. 7 we can see that already in modern times, and moreover in contemporary ones, the site value is attributed in turn to so called "natural" and/or "cultural" qualities of it (Peyrache-Gadeau *et al.,* 2016).

[7] See : "Règlement d'usage du label GSF", https://www.grandsitedefrance.com/label.
[8] Data from the Chamonix Tourism Office (interview with the Director, April 2017).
[9] Concerning the " the inhabiting" perspectives in the inquiries around space, place, territory and identity, see the geographer Augustin Berque and also the anthropologists Tim Ingold and Philippe Descola.

Today, by making a selected synthesis of the past, the valorisation of the site is made upon what is currently conceive of by the site managers as a continuum of natural and cultural qualities, as shown for instance in the expression "historical site of outstanding symbolic value […] benefiting of an exceptional landscape" (See *Dossier de renouvellement du label GSF*, 2013, p. 5). But at the same time, the mont Beuvray is also a multi-use site, namely shared between archaeological activities, farming and tourism. On the visitors' side, the Beuvray is mostly frequented by contemplative hikers and ramblers, non-rarely fond of history, which locate it as a destination for cultural tourism as well as for "nature based" tourism.

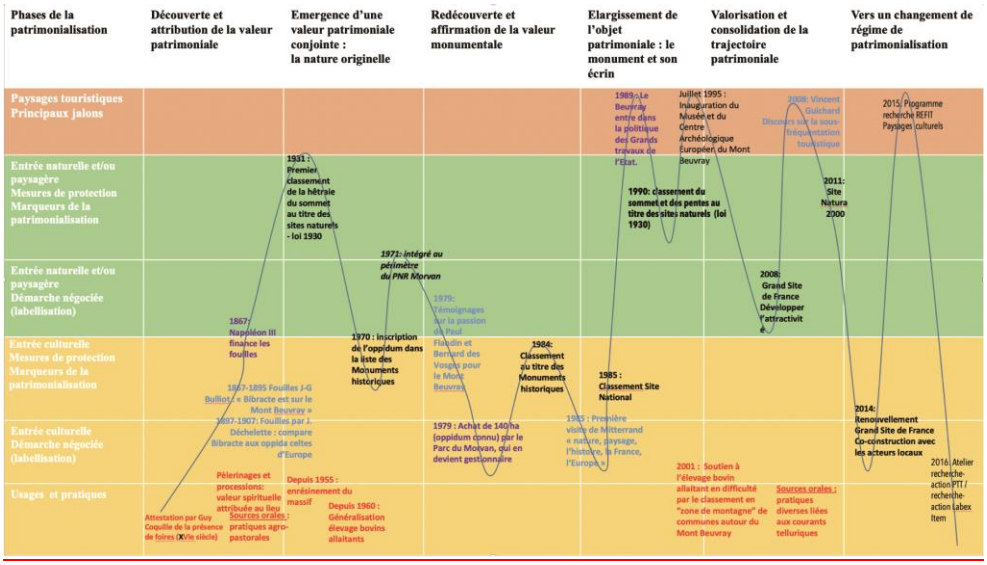


Fig. 7. Timeline of the valorisation of the Mont Beuvray.
Fig. 7. *Cronología de la valorización del Mont Beuvray.*

In the case of Montenvers, the trajectory of value construction shows that in the beginning, the site was a non-inhabited and non-inhabitable place. As we can see in the Fig.8, the first explorations of the glacier being communicated widely date back to 1741, when two Englishmen came to visit it. The diffusion of their story open then the way to an important touristic development. Starting from 1820, a path is traced which gives access to the glacier, and also to the Hôtel of Montenvers built in 1840[10]. Guides and muleteers taking visitors to Montenvers occupy at this time a prominent role in the economic activity of Chamonix. Things accelerate starting from 1909, with the construction of the cog railway of Montenvers, which largely increase touristic attendance, by sensibly enlarging its accessibility. Today, the Montenvers is the second most visited site of the Auvergne-Rhône-Alpes Region, after the not far away *Aiguille du Midi* (data from Savoie Mont Blanc

[10] This is a key time for the development of modern nature-based tourism: the first natural integral reserves are created in France and Europe and the *Club Alpin Français* is created (Selmi 2007). The first national park is created in Yellowstone (Idaho/Montana/Wyoming) the 1st March 1872. By the way, French natural regional parks are instituted the 1st March 1969. Curious coincidence.

Tourism). This space of copresence includes some alpinism practices, but it is mostly visited by contemplative tourists, which positions it within the category of nature-based tourism (Valentine 1992).

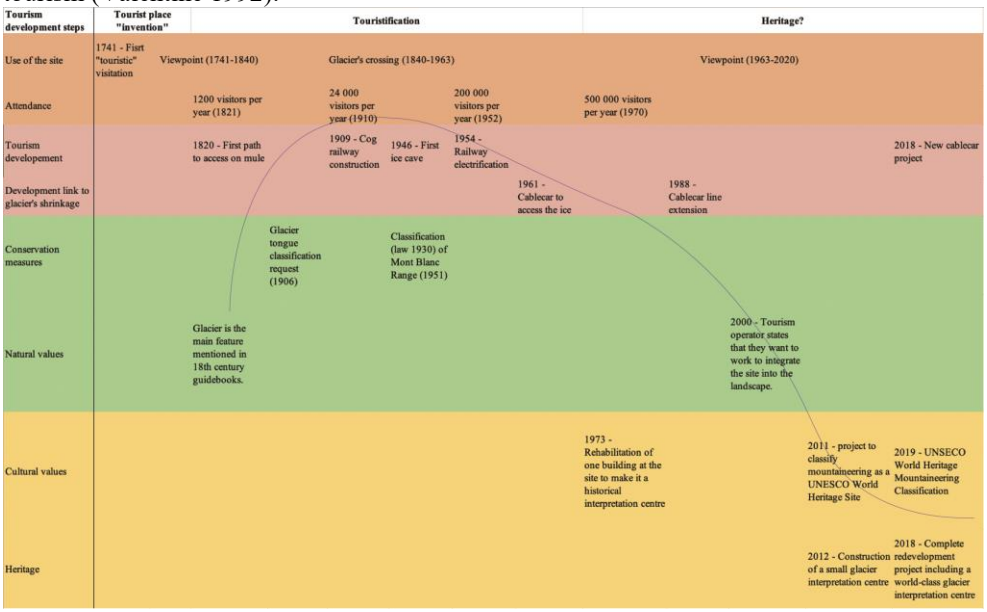


Fig. 8. Timeline of the valorisation of the Montenvers.
Fig. 8. *Cronología de la valorización del Montenvers.*

Despite the diversity of dates, outstanding events and uses, the trajectories of these two sites share a similar movement through time, which brings them "to adapt" to a changing environment. In one case, the movement goes from an ancient use of the site to a recent one (form inhabiting to touristic valorisation), while in the other, it goes from a long non-use to a recent usage (from the non-inhabited glacier to the touristic valorisation). Moreover, both sites' trajectories witness the emergence of the problematic of tourism sustainability *at a certain point* in history, in the early 1990s, among managers' preoccupations. Seen in a long-term perspective, in both cases sustainable development appears as one element (among others) characterising the way through which contemporary groups in the French society name and inhabit space thus turning it into "their" place and organise their surrounding environment. In other words, sustainable tourism is today one of the elements playing a role in the construction of these "localities", which implies the existence of supports (and activities) of promotion of these places as touristic destinations, or more generally speaking, visit destinations.

2.2 Landscape "my love": promises of "nature" and "culture" as represented in the promotional material of the two examined touristic sites.

Have a look at Fig. 9 and 10, which are driven from promotional materials about the two sites. A particular visual setting is offered in each case, but landscape is put forward in both cases.



Fig. 9. Montenvers Summer 2019 Tourist Brochure
Fig. 9. *Folleto turístico del Montenvers para el verano de 2019.*



Fig. 10. Cover image of the guide to the visit of the Grand Site of Bibracte-Mont Beuvray, published in collaboration with the Réseau des Grands Sites de France/
Fig. 10. *Imagen de la portada de la guía de visita del Gran Sitio de Bibracte-Mont Beuvray, publicada en colaboración con la Réseau des Grands Sites de France.*

In fact, the landscape is increasingly used as a tool for territorial development, namely in "high rural areas"[11], where it is associated with a plurality of values, usages and perceptions on behalf of local inhabitants, as well as of different stakeholders in the process of landscape management at different levels, such as farmers, foresters, site managers, etc. (Tully *et al.* 2019). But the example of Montenvers (among many others) shows that the landscape also helps communicating about and promoting non inhabited high mountain glacial sites. A recent study realised on the case of Montenvers, has shown that "multiple spatial-temporal dynamics […] exist around the issue of glacial landscapes evolution" (Pachoud 2016). The same consideration can be made about the Morvan forest and bocage

[11] We use this expression to designate human milieus which are relatively populated and transformed by the human beings, despite being mountainous (high, steep and endowed with a "certain" character). Sometimes, these so called "middle" mountain places can be quite highly populated, see the Bauges, the Cévennes, the Ardèche, the Vercors or the Luberon massifs. But they can also sometimes be very lowly populated, which is the case in the Morvan region, and namely in the Mont Beuvray region we are concerned with here. Concerning the institutionalisation of landscape (patrimonialisation and/or politicisation) in different european contexts, see : Sol, 2007; Papa, 2012; Cauquelin, 2013; Bénos & Milian, 2013; Regnauld *et al.*, 2014.

landscape. Moreover, in the Mont Beuvray region landscape is used as a lever to implicating the inhabitants in the management of "their" territory, which is also the Grand Site's territory (Darroux *et al.*, 2017). Here we could stop and ask : what exactly is "the landscape" for operators? This question recurs through the meetings, reunions and other exchange arenas more or less directly organised by the Bibracte site's manager, that we had the chance to observe; it is also a central question for many landscape specialists belonging to different academic disciplines, who are concerned with the "nature of landscape" (what landscape is) on one hand and with "landscape cultures" on the other (Roger 2017; Hirsch and O'Hanlon 1995).

Landscape representations are mobilized in both cases in order to entice more or less ephemeral possible visitors. The visual offer is completely different, as you can see by comparing Fig. 9 and 10. The managers of the two sites exploit different supports for their promotion (paper, digital, audio-visual, etc.) and they lean on different networks (of intermediary organisations such as tourism offices, but also of more or less local socio-economic partners) in order to communicate about and promote "their" landscape.

3. Discussion: To enrich for survival or to survive for enrichment ? Different actors and economic logics into question

The site of Bibracte is managed by what we call in French an *Etablissement public de cooperation culturelle* (*Epcc*), a public establishment for cultural cooperation. While the Montenvers is managed by the *Compagnie du Mont Blanc*, a private company (of the "*Société Anonyme"* kind, or SA). Both these public and private companies hold a delegation of public services allowing for the exploitation of the related public estates. What do managers, directors and technicians hired by the managing companies and thus directly engaged in the development and implementation of sustainable tourism, think about it?

On the Bibracte's side, different positionings stem from the interviews. Confronting massive depopulation and the consequent progress of forests and wastelands in the area (from 1960 on), as well as the progressive reducing of public financial support to the cultural sector (among other neoliberal management strategies adopted at the national and supra-national level), the General Director (GD; but also many elected representatives, namely mayors but also departmental and regional ones) maintains that "we need to sell Bibracte in order to survive". But doesn't literally mean what he claims, as we can realise by looking at his acts. Under his guidance, the site has obtained in 2007 (and then renewed in 2013) the *Grand Site de France* (GSF) label. Placed under the double supervision of the Minister in charge of the cultural affairs and the Minister in charge of the environment, this label "*grants that the site is preserved, managed and promoted following the principles of sustainable development"* and " *it namely proves that the manager preserves cultural and natural features of the site as well as its landscape; provides its maintenance and its every-day management; ensures the welcoming of visitors respectful of the site's patrimonial qualities; integrates local economic development in the site project; watches over touristic frequentation to remain compatible with the patrimonial character of the site and with the inhabitants life conditions; and actually collaborates with the partners of the site on a share project basis."* (see *Règlement d'usage du label Grand site de France* avalable on

the internet). But the ancient GD (as well as several employees of the *Epcc*) rather thinks that: "sustainable or not, tourism is not at all the object of Bibracte. Bibracte is a European research centre", it is above all an experimental place of production of archaeological knowledge". Many others, such as the person in charge of the archaeological Museum and of the infographic unit of Bibracte (and many inhabitants of this region alike) show themselves extremely careful toward the touristic promotion of "their" territory: " To sell the site ? Ok, but just a little bit. It must not become *mass tourism*". Mass tourism is perceived as a potential threaten to one of the most attracting characteristics of this place, according to many of its inhabitants : its peace and quietness (what is refer to PhD thesis as a "connected remoteness") alongside with its low degree of artificialisation [12] .Local representatives of the Mont Beuvray region are proud of Bibracte, its presence constituting a reference when it comes to deal with local territorial and environmental management issues. With an annual budget amounting to around 3 millions of euros, Bibracte *Epcc* represents an economic and political power at the level of the surrounding high "hyper-rural" communes' (Depraz 2017b), which count no more than some hundred inhabitants, sometimes no more than some dozens (such as Glux-en-Glenne, where the Epcc has its headquarter, the European archaeological research Centre).

So we can notice that within the *Epcc*, there exist a plurality of opinions concerning the GSF label and the vision of sustainability it fosters, including sustainable tourism. In fact, the *Epcc* is far away from being a monolithic entity, and it rather resembles to a constellation of interprets, who permanently negotiate through discourse and practice their position within the organisation, seen as an overarching whole. The touristic development being one of the strategic orientations of this whole (Parra 2010a). But these different opinions et positions converge into a common intention, shared both within and beyond the enterprise's frontiers: keep the site alive, work for it to keep on existing (and for them to keep on working), alongside with the surrounding territory. This intention stems from a shared consciousness about the site and its surrounding environment being intimately connected, and that this link is – among others - the ultimate foundation of the "singularity" of the ensemble (Berque 2016). The model of "integrated management", replacing "the site within its landscape" and, thus, with the surrounding environmental and human milieu, proceeds from this consciousness (Moore, Guichard, and Sanchís 2020).

On the Montenvers side, confronting the glacier retreat, managers mention a reversal of the "resource" from the glacier in itself to another of a new more "patrimonial" kind (Gumuchian, Pecqueur, and Collectif 2007; Senil and Landel 2016). For the Marketing Director of the site, "*our need today is to say: 'well, you are the living witnesses of what's happening today in terms of climatic change, environmental footprint, etc.*'". On such basis, managers work to "*re-set*" the site in order to move the focus from the diminishing resource (the glacier), and to project it on the historical and patrimonial perspectives. This standing point is shared by the municipality, whose local representatives think that "[the *Mer the Glace*] *no longer has the interest that it represents, the magic which it represents*

[12] These elements of discourse are driven from Piai's fieldwork, and more precisely: from several informal conversations with the current GD of Bibracte, completed by field observations as recorded in her field notes; from a recorded interview with the ancient GD (JPG, 10/02/2017, *Centre de recherche archéologique européen* of Glux-en-Glenne - 58) ; a recorded interview with the person in charge of the Museum (EV, 10/03/2017, *Centre de recherche archéologique européen* of Glux-en-Glenne - 58).

over there. And so, well, we need to acknowledge it. So we need to give sense again to the life of Montenvers and give again an added value through the interpretation and the understanding of the phenomenon [the retreat of the glacier]". The sustainable character of these new projects is also related to the fact that managers don't want to be perceived as "*exploiting a piece of mountain […] straight to, straight to the end, just only to make money and that's it*". This last assessment takes them to talk about "infrastructure integration", "sustainability" and has led to the creation of an "Environmental Observatory". In the case of Montenvers, managers seem to be willing to sustainably pursue the economic activity, on one hand by substituting the "classical" resource of the glacier with other resources which are less in peril and danger, such as the history of the site or the landscape; but also to use the disappearing of the glacier as a new resource possibly leading to the emergence of the *Last Chance Tourism* phenomenon (Salim and Ravanel 2020).

Following a "particular setting" in each one case examined (Olivier de Sardan, 1995), sustainable tourism appears to be in tension between two different economic logics: "survival" and "business as usual". The *Epcc* Bibracte uses the sustainable tourism strategy in a self-financing perspective, within the framework of a larger project of integrated and participative management of the site. Whereas the *Compagnie du Mont Blanc* uses sustainable tourism within the framework of a large-scale re-developemnt project. But "*not only*": the enrichment of visitors' experience through the visit of the site (which the axiom founding "cultural tourism") is increasingly a prerequisite for monetary enrichment. It is worth noting that in both cases, the narrative of survival and the narrative of enrichment are both present. In the case of Mont Beuvray, the problem formulated is one of having "enough money" to keep on leading the same activities as usual in a changing context marked by usual financial support shortenings. In the case of Montenvers, the problem stated is to avoid "making money" to be the only reason for the enterprise to exist: the touristic promotion of the site must equally serve the "cultural" purpose of increase public awareness to the urgent issue of the glaciers' survival at our climate changing time (Beerens-Bettex, 2017; Mistral *et al.,* 2015).

In both cases, survival and enrichment appear to be two important categories regulating the economic lives of the examined organisations. On the enrichment side, this acknowledgment is consistent with a recent socio-economic thesis claiming that our is an "enrichment" one, meaning that the socio-cultural category of "the enrichment" (and, more in general, "the economy") occupies an unprecedented role in our society. According to the examples discussed here, many entities such as "culture", "nature" and "inhabiting" appear to be henceforth submitted to this imperative. Whereas the "survival" logic relates back to the more general problematic of "local resilience" (for instance in the language employed by the UNESCO), and thus to the question of how the "peoples" make resources (namely patrimonial) out of their environment and thus face contemporary change today.

Conclusions

According to a first analysis we can say that the answer to our initial question: Are great touristic sites vectors of sustainability? Is yes, this constituting a common aspect between the two of them. Nevertheless, the cross analysis of our case studies shows that all the

identified common aspects are grounded into very singular configurations in both cases. In synthesis, we have on one side a patrimonial labelled Great Site incorporating the environmental dimension and on the other side a great nature-based touristic site which invents and put forward a cultural (say patrimonial) dimension. The integration of these dimensions (natural/environmental and cultural/patrimonial) in the sites' management confers to them – as well as to their managers – an "exemplary" character (Micoud, 1991). Between the lines, a supplementary common aspect appears, which is the existence of a third "social logic" (Kilani, 2012), that of "exemplarity", as part of the global economy of these organisations.

In conclusion, tracking sustainable tourism on our two research fields compared brought us to open up an interesting perspective, of studying exemplarity as a strategic tool to foster enrichment and resilience in mountain areas at present times.

Bibliography

Abélès, Marc. 2008. *Anthropologie de la globalisation*. First Edition. Paris: Payot.

Agier, Michel. 2013. "Le tournant contemporain de l'anthropologie. Comprendre, encore, le monde qui nous entoure." *Socio. La nouvelle revue des sciences sociales*, no. 1: 77–93. https://doi.org/10.4000/socio.217.

Baudrillard, Jean, and J.-P. Mayer. 1996. *La société de consommation*. Paris: Gallimard.

Beerens-Bettex, Simon. 2017. "Le droit de la montagne face au changement climatique." *Revue juridique de l'environnement* me 42 (HS03): 187–200.

Bénos, Rémi, and Johan Milian. 2013. "Conservation, valorisation, labellisation : la mise en patrimoine des hauts-lieux pyrénéens et les recompositions de l'action territoriale." *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, no. Hors-série 16. https://doi.org/10.4000/vertigo.13631.

Berque, Augustin. 2016. *Ecoumène: Introduction à l'étude des milieux humains*. Paris: Belin.

Boltanski, Luc, and Arnaud Esquerre. 2017. *Enrichissement: Une critique de la marchandise*. Paris: Gallimard.

Bourdeau, Philippe. 2011. "Rendez-vous dans l'après-tourisme ?" In *Le tourisme : émancipation ou contrôle social ?*, edited by Rodolphe Christin and Philippe Bourdeau, 209–57. Bellecombe-en-Bauges: EDITIONS DU CROQUANT.

Cauquelin, Anne. 2013. *Le site et le paysage*. 3e édition. Paris: Presses Universitaires de France - PUF.

Christin, Rodolphe. 2014. *L' Usure du monde: Critique de la déraison touristique*. 1st ed. Montreuil: L'Échappée.

———. 2018. *Manuel de l'antitourisme*. Édition revue et augmentée. ECOSOCIETE.

Dardot, Pierre, and Christian Laval. 2010. *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*. Paris: La Découverte.

Darroux, Caroline, Vincent Guichard, Olivier Thiébault, and Claude Janin. 2017. "La recherche-action participative dans le Grand Site de France de Bibracte – Mont Beuvray, un laboratoire de la fabrique territoriale par la médiation du paysage dans le parc naturel régional du Morvan," January. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01461999.

Debord, Guy. 2018. *La Société du Spectacle*. Paris: Folio.

Depraz, Samuel. 2017b. "Penser les marges en France : l'exemple des territoires de « l'hyper-ruralité »." *Bulletin de l'association de géographes français. Géographies* 94 (94–3): 385–99. https://doi.org/10.4000/bagf.2086.

Fischer, M., M. Huss, C. Barboux, and M. Hoelzle. 2014. "The New Swiss Glacier Inventory SGI2010: Relevance of Using High-Resolution Source Data in Areas Dominated by Very Small Glaciers." *Arctic, Antarctic and Alpine Reseach*, no. 46: 933–45.

Graeber, D. 2001. *Toward An Anthropological Theory of Value: The False Coin of Our Own Dreams*. 2001 edition. New York: Palgrave Macmillan.

Graeber, David. 2013. "It Is Value That Brings Universes into Being." *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 219–43.

Gumuchian, Hervé, Bernard Pecqueur, and Collectif. 2007. *La ressource territoriale*. Paris: Economica.

Hirsch, Eric, and Michael O'Hanlon, eds. 1995. *The Anthropology of Landscape: Perspectives on Place and Space*. 1 edition. Oxford : New York: Clarendon Press.

Kilani, Mondher. 2012. *Anthropologie - 2ed. - Du local au global*. 2e édition revue et augmentée. Paris (21, rue du Montparnasse 75283): Armand Colin.

Long, Norman. 1977. *Introduction to the Sociology of Rural Development*. London: Law Book Co of Australasia.

———. 2015. "Activities, Actants and Actors: Theoretical Perspectives on Development Practice and Practitioners." In *Constructing a New Framework for Rural Development*, 22:31–58. Research in Rural Sociology and Development 22. Emerald Group Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/S1057-192220150000022002.

Maingueneau, Dominique. 2014. *Discours et analyse du discours - Introduction*. Paris: Armand Colin.

Micoud, André. 1991. *Des hauts-lieux: la construction sociale de l'exemplarité*. Editions du Centre national de la recherche scientifique.

Mistral, Jacques, Jean Tirole, Michel Rocard, and Collectif. 2015. *Le climat va-t-il changer le capitalisme ? La grande mutation du XXIe siècle*. 1st ed. Paris: Eyrolles.

Moore, Tom, Vincent Guichard, and Jesús Álvarez Sanchís. 2020. "The Place of Archaeology in Integrated Cultural Landscape Management." *Journal of European Landscapes* 1() (May): 9–28. https://doi.org/10.5117/JEL.2020.1.47039.

Mourey, Jacques, and Ludovic Ravanel. 2017. "Évolution des itinéraires d'accès aux refuges du bassin de la Mer de Glace (massif du Mont Blanc, France)." *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine*, no. 105–4 (January). https://doi.org/10.4000/rga.3780.

Narotzky, Susana, and Niko Besnier. 2014. "Crisis, Value, and Hope: Rethinking the Economy: An Introduction to Supplement 9." *Current Anthropology* 55 (S9): S4–16. https://doi.org/10.1086/676327.

Olivier de Sardan, Jean-Pierre. 1995. *Anthropologie et Développement : Essai en socio-anthropologie du changement social*. Marseille : Paris: Karthala.

Pachoud, Marie. 2016. "Evolutions des paysages glaciaires dans les Alpes : perceptions et adaptations touristiques, cas du site Montenvers-Mer de Glace." In . https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01284963.

Papa, C. 2012. *Letture di paesaggi*. Milano: Guerini e Associati.

Parra, Constanza. 2010a. "La Gouvernance de l'écotourisme Comme Force Socialement Innovante Pour Ouvrir La Voie à Des Perspectives plus Durables : Le Cas Du Parc Naturel Régional Du Morvan." Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Lille 1. http://www.theses.fr/2010LIL12003/document.

Peyrache-Gadeau, Véronique, Karine Basset, Isabelle Arpin, Arnaud Cosson, Caroline Darroux, Mélanie Duval, Chiara PIAI, and Fabien Hoblea. 2016. "Trajectoires de La Distinction Territoriale En Montagne : Vers Un Nouveau Régime d'authenticité Patrimoniale ?"." In *3ème Congrès Bisannual de l'Association of Critical Heritage Studies ACHS " What Does Heritage Change ?"* Montréal, Canada: Association of Critical Heritage Studies ACHS. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01442979.

Regnauld, Hervé, Isabelle Lefort, and Denis Retaillé. 2014. "Paysage et esthétisation des processus spatiaux." *L'Information geographique* Vol. 78 (3): 6–9.

Roger, Alain. 2017. *Court traité du paysage*. Folio.

Salim, Emmanuel, Jacques Mourey, Ludovic Ravanel, Pietro Picco, and Christophe Gauchon. 2019. "Les guides de haute montagne face aux effets du changement climatique. Quelles perceptions et stratégies d'adaptation au pied du Mont Blanc ?" *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine*, August. http://journals.openedition.org/rga/5842.

Salim, Emmanuel, and Ludovic Ravanel. 2020. "Is Climate Change Driving People to the Ice? A Case Study from Montenvers Mer de Glace, French Alps." In . https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02503442.

Selmi, Adel. 2007. *Gouverner la nature*. Edited by Vincent Hirtzel and Laboratoire d'anthropologie sociale. Paris, France: L'Herne, DL 2007.

Senil, Nicolas, and Pierre-Antoine Landel. 2016. "De la ressource territoriale à la ressource patrimoniale." In *Au cœur des territoires créatifs. Proximités et ressources territoriale*, by Eric Glon and Bernard Pecqueur, 10. Presses universitaires de Rennes.

Sol, Marie-Pierre. 2007. "La patrimonialisation comme (re)mise en tourisme. De quelques modalités dans les ' Pyrénées catalanes .'" In *Tourisme et patrimoine : Un moment du monde*, by Collectif, edited by Philippe Violier and Olivier Lazzarotti, 161–75. Angers: Presses de l'Université d'Angers.

Tully, Gemma, Chiara Piai, Jesús Rodríguez-Hernández, and Elodie Delhommeau. 2019. "Understanding Perceptions of Cultural Landscapes in Europe: A Comparative Analysis Using 'Oppida' Landscapes." *The Historic Environment: Policy & Practice* 10 (2): 198–223. https://doi.org/10.1080/17567505.2019.1587251.

Valentine, Peter. 1992. "Review : Nature-Based Tourism." In *Special Interst Tourism*, edited by Betty Weiler and Colin Michael Hall, 105–27. London, Great Britain: Belhaven Press. https://researchonline.jcu.edu.au/1632/.

Midiendo la sostenibilidad en territorios turísticos: la aportación de la población residente

Danielle PIMENTEL-DE-OLIVEIRA y Mª Dolores PITARCH-GARRIDO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Pimentel-de-Oliveira. D. y Pitarch-Garrido, M.D. 2020. Midiendo la sostenibilidad en territorios turísticos: la aportación de la población residente. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 187-195. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

A partir de 1990, la sostenibilidad se convirtió en uno de los objetivos del sector turístico. Desde entonces, diversas instituciones han creado sistemas de indicadores especialmente significativos y relevantes, amparando la medición de la sostenibilidad en espacios donde el turismo es una importante fuente de ingresos. Sin embargo, muchos de estos sistemas no consideran las características del territorio o su idiosincrasia. En la práctica, la utilización de indicadores 'genéricos' omite y generaliza problemas de cariz ambiental, social, político y económico, obviando que cada territorio tiene su singularidad que, generalmente, es lo que atrae a turistas y visitantes. Esta investigación analiza el nivel de sostenibilidad sentido por los residentes. Con más de 2.100 encuestas realizadas en regiones litorales de España y Portugal, con fuerte estacionalidad y gran dependencia turística a nivel económico, se concluyó que la participación local presenta diferentes características en cada destino, reforzando la necesidad de implementación de nuevas técnicas de medición de la sostenibilidad que cuenten con la opinión de la población residente como forma de facilitar la gobernanza del territorio turístico.
Palabras clave: *indicadores de sostenibilidad turística, satisfacción local, gobernanza, turismo sostenible, turismo litoral.*

MEASURING SUSTAINABILITYIN TOURIST AREAS: THE CONTRIBUTION OF THE POPULATION LIVING. From the 1990s onwards, sustainability became one of the objectives of the tourism sector. Since then, several institutions have created particularly significant and relevant indicator systems, covering the measurement of sustainability in areas where tourism is an important source of income. However, many of these systems do not consider the characteristics of the territory or the local idiosyncrasy. In practice, the use of 'generic' indicators omits and generalises problems of an environmental, social, political and economic nature, ignoring the fact that each territory has its own uniqueness which, in many cases, is what attracts tourists and visitors. This research analise the level of sustainability based on residents' perceptions. With more than 2,100 surveys conducted in coastal regions of Spain and Portugal, with strong seasonality and high tourism dependence at the economic level, it was concluded that local participation presents different characteristics in each destination, reinforcing the need to implement new techniques for measuring sustainability that have the opinion of the resident population as a way to facilitate the governance of the tourism territory.
Keywords: *Indicators of tourism sustainability, local satisfaction, governance, sustainable tourism, coastal tourism.*

Danielle PIMENTEL-DE-OLIVEIRA, Universitat de València, Calle: Serpis, 29, 46022 - Valencia. daniellepimentel@msn.com; Maria Dolores PITARCH-GARRIDO, Universitat de València, Calle: Serpis, 29, 46022 - Valencia. maria.pitarch@uv.es.

Recepción del manuscrito: 3-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

La utilitización de indicadores para medir la sostenibilidad turística presentó un interès significativo a partir de la década de los 90, cuando en la "Cumbre de la Tierra" (1992) se confirmó la necesidad de desarrollar indicadores como herramientas para medir el desarrollo sostenible (ICLEI, 2015). A partir de entonces, el sector turístico, o más concreatamente los territorios turísticos, comenzaron a desarrollar indicadores específicos para la medición de la calidad medioambiental de los destinos. Estos sistemas de indicadores se convirtieron en herramientas relevantes en los procesos de planificación y consecución del desarrollo sostenible (Sánchez y Pulido, 2008).

El uso de un conjunto de indicadores que se aplica de manera homogénea a todo tipo de territorio turístico y que no cuenta con las aportaciones de la población local o residente corre el riesgo de no medir de manera adecuada las características que hacen que un destino turístico sea más o menos sostenible. La Agenda 21, plan estratégico para conseguir el desarrollo sostenible propuesto por la ONU y desarrollado por los gobiernos locales, basa su estrategia en la participación ciudadana, y fomenta el uso de instrumentos de medición, tales como los indicadores, para medir el desarrollo sostenible. En este sentido, Vera-Rebollo e Ivars-Baidal (2001) afirman que el turismo sostenible implica cambios cualitativos a través de acciones políticas que cuentan, además de otras herramientas y adaptaciones de marcos institucionales, con la esencial participación de la población local.
Diversos autores han señalado la importancia de considerar, en toda planificación estratégica de destinos turísticos, con la opinión de la población residente. Así, Renda *et al*. (2014:73), refuerzan la importancia de"entender cómo perciben los residentes el turismo y cómo reconocen la importancia de este fenómeno en sus vidas", por otra parte, Royo Vela y Ruiz Molina (2009:218) demuestran que las actitudes y comportamientos de los residentes frente al turismo son muy diferentes según el grado de desarrollo de la actividad y resultan fundamentales para realizar un plan de desarrollo turístico, pues "para lograr la implicación de la población residente en las políticas turísticas, se precisa que éstos tengan una actitud favorable, que perciban la industria turística como beneficiosa para el desarrollo económico de su localidad y para el bienestar de sus habitantes".

La transversalidad del sector turístico permite obtener perspectivas de la sostenibilidad desde un prisma más holístico. Las diversas metodologías expuestas en la literatura académica, no siempre llegan a contar con la opinión de la población local, verdaderos soportes del destino, como parte de esta sostenibilidad objetivo, obviando sus inquietudes, sus necesidades y opiniones al respecto de la actividad que se desarrolla en sus territorios.

En la presente investigación nos proponemos desarrollar una metodología para incluir las aportaciones, opiniones y experiencias de la población local en la definición de indicadores para medir la sostenibilidad de territorios turísticos. Se expondrá la aplicación de esta metodología en dos regiones turísticas en España y Portugal, en ambos casos destinos turísticos litorales: El Algarve y la provincia de Valencia.

Apesar de la proximidad de los espacios territoriales y similitudes en cuanto a procesos sociales y económicos, relacionados con la actividad turística en el entorno litoral, no se observan muchos estudios en conjunto que relacionen Portugal y España en el campo del turismo (Almeida-García, 2012), máxime si se hace referencia al análisis de los destinos desde la perspectiva de la sociedad receptora.

El objetivo de la presente investigación es, por tanto, analizar el nivel de sostenibilidad percibido por los residentes a través de la expresión de la inquietud respecto a la actividad turística, para lo cual la técnica empleada es, como veremos, la realización de una encuesta realizada a la población local.

Metodología

La sostenibilidad presenta rasgos distintos desde la perspectiva de los residentes de un territorio a otro. Por ello, en esta investigación, se procede a aplicar el proceso de gobernanza generalmente desarrollado por la Agenda 21, a través del uso de encuestas de satisfacción a los destinos piloto de España -Canet de Berenguer, Cullera y Oliva- y a los destinos piloto de Portugal -Faro, Albufeira y Lagos-. Las encuestas fueron realizadas por muestreo aleatorio, en persona y en lugares de gran afluencia turística (playas, mercados, restaurantes, hoteles) durante el período de junio a septiembre de 2018.

El ámbito territorial utilizado para la encuesta sigue las recomendaciones de Baud-Bovy y Lawson (1998) (tabla 1) y cuenta con la determinación de zonas de mayor presión turísticas percibidas por la población local, tomando como base la distancia de 10 km desde la orilla de la playa más próxima al ayuntamiento local.

Tiempo	Espacio para el ócio	Distancia
Unas pocas horas	En la ciudad o alrededores	1 a 10 km
Un día	Proximo de la ciudad	20 a 100 km
Fin de semana	En la región	50 a 200 km
Festivos y vacaciones	Viajes más largos	Más de 200 km

Tabla 1. Ámbito territorial de las encuestas.
Table 1. *Territorial scope of the surveys.*

La participación contó con individuos de edades comprendidas entre 19 y 90 años, del género másculino y feminino equitativamente. La opinión de los 2.146 residentes encuestados ha sido empleada de forma cuantitativa y cualitativa en la metodología, como pilares para componer la sostenibilidad percibida por los residentes del destino a través del nivel de inquietud expresado respecto a la actividad turísica desarrollada en el territorio.

Las encuestas se realizaron a una muestra de la población de cada uno de los destinos piloto, de un tamaño suficiente como para garatizar la significatividad estadística. La población a encuestar, es decir, el tamaño muestral, se obtuvo del padrón municipal de 2017 (Generalitat Valenciana, 2018 y INE - Portugal, 2018). El cuestionario realizado a la población local se ha validado a partir del 'Modelo C6 de Cuestionario' de la OMT (2005).

El cálculo del tamaño de la muestra se ha obtenido con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\ x\ Z_a^2\ x\ p\ x\ q}{d^2\ x\ (N-1) + Z_a^2\ x\ p\ x\ q}$$

N = tamaño de la población;
Z = nivel de confianza;
P = probabilidad de éxito o proporción esperada;
Q = probabilidad de fracaso;
D = precisión.

Para el análisis de los datos procedentes de ambas encuestas (Portugal y España) se ha utilizado el programa SPSS-Statistics-25 para MAC, siendo llevados los datos a posteriori, al programa Excel para la elaboración de gráficos y cuadros.

Destino	Población	Número encuestas realizadas
Canet de Berenguer	6.473	356
Cullera	21.999	289
Oliva	25.488	371
Albufeira	40.824	352
Faro	60.920	390
Lagos	30.543	388

Tabla 2. Número de encuestas realizadas y población de base, según municipio.
Table 2*.Number of surveys carried out and base population, according to municipality*.

El cuestionario ofrece información sobre el grado de satisfacción de los residentes respecto al turismo y sobre cuáles son los problemas o inquietudes que les preocupan.

La determinación de la inquietud, entendienda por tal la preocupación de los residentes respecto a la realidad actual y futura del desarrollo turístico, se realiza a partir de preguntas abiertas. Las respuestas obtenidas han sido analizadas agrupándolas por temas y relacionándolas con las 4 dimensiones de la sostenibilidad consideradas (social, económica, política, mediomabiental) y que sustentan el Sistema de Indicadores Sostenibles – S.I.S. aplicables a nivel territorial, adaptados a la idiosincrasia de cada territorio (Pimentel-de-Oliveira-Santos y Pitarch-Garrido, 2019).

Para el cálculo, se divide el total de respuestas de cada dimensión (Σ_D) entre el total de respuestas del destino (Σ_d), el resultado se multiplica por 100 para la obtención del porcentaje representativo de la dimensión. Por destino, la dimensión que presente mayor porcentaje será la dimensión con mayor índice de inquietud y por ello la que es percibida como más insostenible (teniendo en cuenta que aquí sólo consideramos las respuestas que señalan problemas, es decir, elementos negativos relacionados con el turismo).

$$\%\ Dimensión = \frac{\Sigma_D}{\Sigma_d}\ x\ 100$$

A modo de ejemplo, en la tabla 3 se observan cuatro inquietudes expresadas por los residentes encuestados, que fueron relacionadas con las dimensiones de la sostenibilidad.

Inquietud manifestada	***Dimension Relacionada***	***Motivo para relacionar***
1. "*… es que no se preocupan con qué piensan los residentes*".	Social	La inquietud expresa preocupación en cuanto al olvido de los locales.
2. "… que el precio de los productos en general suba en verano y nosotros, los residentes, tenemos que pagar el mismo precio que el turista".	Económica	La inquietud refleja preocupación económica, en cuanto al aumento de precio de los productos.
3. "La administración no se preocupa en dotar el sistema de salud de majores infraestructuras, todos los años, en verano, los hospitales están llenos, por que se acumulan los turistas y los residentes".	Política	La inquietud está relacionada a problemas de infraestructuras sanitarias, vinculadas a la no dotación de fondos desde la administración.
4. "Me preocupa que las playas se llenen de suciedad".	Ambiental	La preocupación está relacionada a la contaminación y residuos dejados por los turistas.

Tabla 3. Relación de la inquietud y la dimensión de la sostenibilidad.
Table 3*. Relationship of the concern and the dimension of sustainability*.

Resultados

Los resultados de las encuestas realizadas aportan una información muy relevante para la definición posterior de indicadores de sostenibilidad en destinos turísticos. Partiendo de

la base, ya señalada, de la existencia de elementos diferenciadores que caracterizan los destinos turísticos, la aportación de la población local resulta fundamental para detectar esas especificidades y poder incorporarlas en el diseño de indicadores, al mismo tiempo que contribuye a la mejora de la gobernanza y al empoderamiento de la sociedad civil que, en muchos destinos turísticos, se encuentra o se siente relegada a la hora de definir estrategias para la mejora de la competitividad del turismo, en favor de las empresas o de la demana. La aplicación de la metodología propuesta a los 6 destinos señalados, nos ha dado los resultados prácticos que señalamos a continuación.

Desde una perspectiva conjunta, se observa (tabla 4) el total de respuestas obtenidas en referencia a la inquietud de los residentes de El Algarve. Al tratarse de una pregunta abierta se ha podido obtener más de una respuesta por persona, por ello el total de contestaciones a esta pregunta es distinto del total de las encuestas realizadas, conforme las tablas 3 y 4.

Total de respuesta que señalan inquietud –El Algarve						
	Encuestas	Social	Económica	Política	Ambiental	Total Respuestas
Portugal	Albufeira	296	128	25	46	495
	%	59,80	25,86	5,05	9,29	100
	Faro	108	152	23	114	397
	%	27,20	38,29	5,79	28,72	100
	Lagos	82	200	49	93	424
	%	19,34	47,17	11,56	21,93	100
Total Destinos	El Algarve	486	480	97	253	1316
	%	36,93	36,47	7,37	19,22	100

Tabla 4. Inquietud de los residentes de Algarve.
Table 4. *Concern of El Algarve residents.*

Total de respuesta que señalan inquietud – Provincia de Valencia						
	Encuestas	Social	Económica	Política	Ambiental	Total
Provincia de Valencia	Canet	61	47	23	102	233
	%	26,18	20,17	9,87	43,78	100
	Cullera	73	81	18	52	224
	%	32,59	36,16	8,04	23,21	100
	Oliva	51	75	14	71	211
	%	24,17	35,55	6,64	33,65	100
Total Destinos	Valencia	185	203	55	225	668
	%	27,69	30,39	8,23	33,68	100

Tabla 5. Inquietud de los residentes de la Comunidad Valenciana.
Table 5. *Concern of Valencian Community residents.*

Al agrupar las inquietudes en las cuatro dimensiones del desarrollo sostenible consideradas: social, económica, ambiental y política, se detectaron algunas diferencias entre los destinos analizados, tal es el caso de la población de Albufeira, aparentemente más preocupada por la dimensión social, mientras que Lagos y Faro lo están por la dimensión económica. De forma genérica se podría afirmar que, en los municipios analizados de la región de El Algarve, la mayor preocupación está vinculada con la dimensión social con un 36,93%(486 respuestas), muy próxima a la dimensión económica, con un 36,47%(480).

En Valencia se observa que las inquietudes con mayor porcentaje de respuesta en Canet están relacionadas con la dimensión medioambiental (43,78%), y en Cullera y Oliva se

relacionan con la dimensión económica (36,16% y 35,55% respectivamente), aunque ambas están próximas a la dimensión social (Cullera 32,59%) y Oliva muy cercana a la dimensión ambiental (33,65%). Los municipios analizados de la provincia de Valencia, la mayor preocupación está vinculada con la dimensión ambiental, presentando un 33,68%(225 respuestas) de las inquietudes.

El análisis en conjunto de los tres destinos piloto de Portugal, indica que la actitud hacia el turismo es bastante positiva. La mayoría de los encuestados en Albufeira y Lagos perciben la actividad turística como muy beneficiosa, más destacable en el primero de los destinos, y la mayoría de los encuestados de Faro la perciben como beneficiosa (Fig. 1).

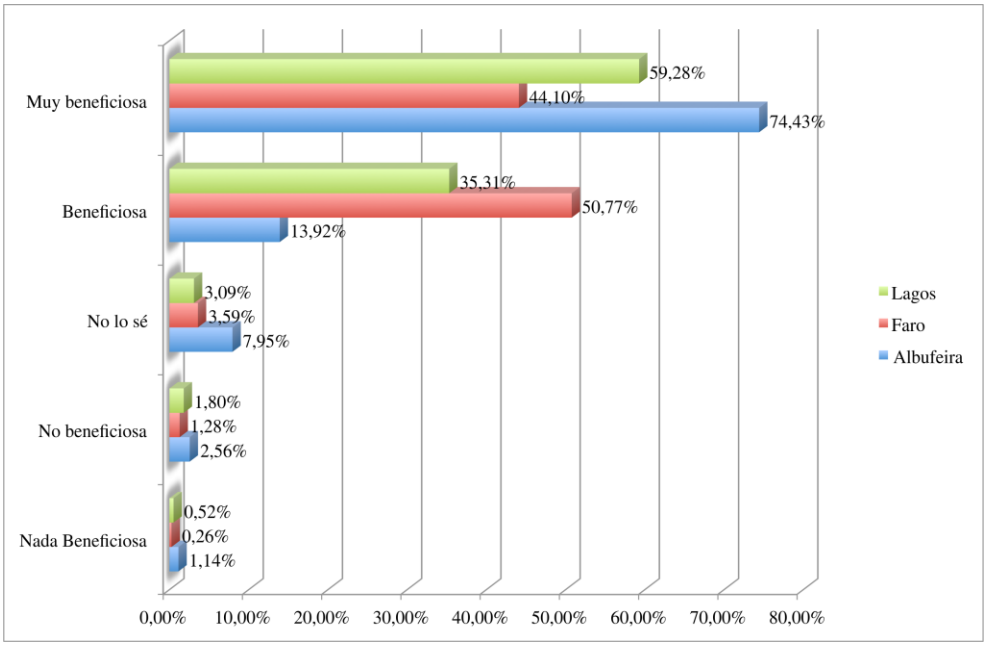


Fig. 1. Percepción de los residentes sobre los beneficios del turismo para el territorio – El Algarve.
Fig. 1. *Perception of the local population on the benefits of tourism for the territory – The Algarve.*

De igual forma, en los tres municipios españoles estudiados, la mayoría de los encuestados perciben el turismo como una actividad que beneficia el destino (Fig. 2). En los tres casos, Oliva, Cullera y Canet, más de la mitad de la población señala que el turismo es muy beneficioso, y más del 30%, destacando Cullera, lo consideran beneficioso.

Una vez más se refuerza que la opinión de la población local es fundamental importancia en la planificación estratégica de cada destino turístico, ya que a partir de estudios como estos, se configuran espacios de riesgo, así como ámbitos de análisis que permiten a los gestores, saber dónde habría que incidir en mejoras mediante intervenciones o puesta en marcha de procesos de gobernanza y buen gobierno.

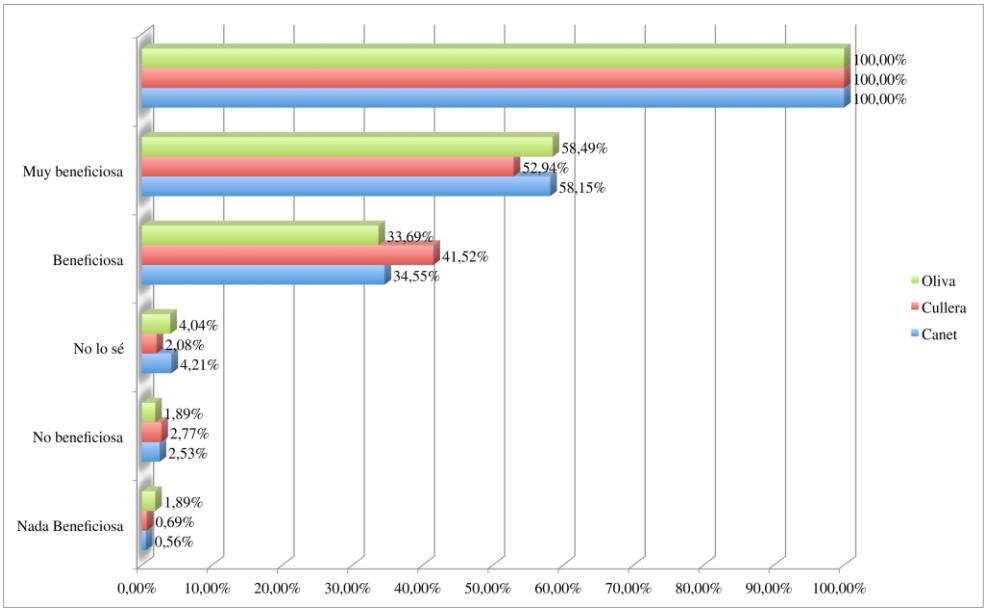


Fig. 2. Percepción de los residentes sobre los beneficios del turismo para el territorio – Valencia.
Fig. 2. *Perception of the local population on the benefits of tourism for the territory – Valencia.*

Como en el caso de El Algarve, la población residente en los destinos valencianos es especialmente proclive a considerar el turismo como un elemento positivo para el territorio. Sin embargo, esta valoración positiva no debe ocultar la existencia de algunos problemas o preocupaciones.

Cabe destacar la existencia de diferencias importantes entre los distintos territorios, lo cual confirma la necesidad de considerar los espacios locales y sus especificidades, como base para la medición y la estrategia de desarrollo de un turismo sostenible. Algunos de los más nombrados, es decir, entre los diez primeros para cada destino, son: la masificación, la baja calidad de la oferta turística, los problemas derivados del comportamiento de los turistas (alcohol, ruidos, etc.), el aumento del precio de la vivienda y de los precios en general, el impacto ambiental, etc. (Fig. 3).

La incorporación de la opinión y percepción de la población local en materia de turismo en sus territorios resulta de gran interés para orientar las acciones estratégicas y, en particular, la definición de indicadores que ayuden a mejorar los niveles de sostenibilidad. Sobre este último tema, cabe señalar que las aportaciones de la población local se incorporan de dos formas: como indicadores, es decir, definiendo las temáticas que deben cuantificarse o medirse, y como resultado de dicha medición, dado que algunas temáticas, como hemos visto, no son fácilmente cuantificables y, sin embargo, marcan la diferencia entre los distintos grados de desarrollo sostenible en los territorios. La metodología de participación basada en encuestas nos permite conseguir ambos objetivos.

	ElAlgarve			Valencia		
Inquietudes	Albufeira	Faro	Lagos	Canet	Cullera	Oliva
Aculturación		3,40				13,53
Alcohol	19,19		3,21	2,10	3,23	
Aumentopreciodelavivienda	3,43	9,55	11,93			2,35
Aumentoprecios		6,16	4,59	4,20		4,12
Bajacalidaddelturismo	6,46	3,40	8,72	6,72	20,43	16,47
Contaminación		1,70				
Delincuencia					4,84	2,94
Drogas	7,68					
Estacionalidad	4,04	3,61	6,88	2,52	6,45	2,94
Faltaderespeto	2,83					
Impactoambiental		8,92	6,42	7,56	4,84	22,35
Incivismo				10,08	14,52	3,53
Inseguridad	10,10	6,37	3,67	2,52	3,23	
Masificación	6,06	11,04	7,80	29,41	16,67	14,71
Molestiasvarias			3,67			5,88
OlvidodelapoblaciónLocal		2,97				
Problemasdeaparcamiento				2,10		
Suciedad				2,52	4,30	
TurismoLowCost	2,63				3,76	
Violencia	8,48		3,44			

%deRespuestas
1,70 29,41

Fig. 3. Principales inquietudes mostradas por la población local. (% sobre el total de respuestas).
Fig. 3. *Main concerns expressed by the local population. (% of total responses).*

Conclusiones

Con la investigación expuesta se ha podido comprender la importancia de los procesos participativos y la transcendencia que los mismos pueden ejercer en la elaboración de políticas turísticas ajustadas a la necesidad del entorno local y de la sociedad. Además se pudo constatar la importancia de la participación de la ciudadanía como elemento fortalecedor en la búsqueda de la ordenación territorial y fijación de prioridades para la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo sostenible, tal como señala la UNWTO (1995), reforzando la necesidad de realizar análisis comparativos entre destinos turísticos.

De forma genérica, los resultados muestran que el nivel de satisfacción de la población residente con la actividad turística realizada en ambos territorios es elevado. Podemos constatar una diferencia encuanto a la percepción de la masificación entre los destinos de Portugal y España. Donde se aprecia la preocupación por la masificación de forma más acentuada es en los destinos valencianos, especialmente en Canet y Cullera, mientras que en El Algarve es algo menos destacado por la población. Ello se debe, probablemente al mayor desarrollo turístico de los destinos mediterráneos, en los que la población se multiplica hasta por cinco veces durante la temporada alta turística. El problema es, no tanto la acumulación de personas en las orillas de las playas, sino la escasez de los recursos que la falta de control pueda generar y genera. A modo de ejemplo, los relatos de los encuestados preocupados por los problemas causados por la masificación se centran en el desabastecimiento, no sólo de agua en los municipios, sino también de mercancías y servicios, lo que hace que se encarezcan. Además, se recogieron declaraciones sobre la creciente delincuencia, como los casos de robo a mayores en épocas estivales.

Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, las posibles respuestas a las inquietudes señaladas por los encuestados deben marcar, en parte, las estrategias políticas de ordenación de la actividad turística. Por ejemplo, en España muchos de los municipios más saturados por el turismo buscan, desde hace años, diversificar el producto y ampliar la

temporada turística, con poco éxito según la percepción de los ciudadanos. En Portugal sería esencial que la administración contara con la opinión dela sociedad para definir una visión a largo plazo. Se pudo observar que la población prefiere un turismo de mayor calidad, sin embargo, dicha calidad no se encuentra únicamente en el servicio turístico, sino también en los servicios básicos como transporte, atención sanitaria y la propia infraestructura ligada al cuidado del medio ambiente, tal como indican las preocupaciones de sus residentes.

Es necesaria la toma de conciencia local en referencia a la importancia de la actividad turística con el fin de que los beneficios reviertan en pro de la ciudadanía, así como en las empresas locales y en el medio ambiente. Las propuestas ciudadanas pueden ser debatidas en un estado plural, de gobernanza, a través de programas de integración de la sociedad en las decisiones locales respecto al turismo.

Referencias bibliográficas

Almeida-García, F. 2012. La política turística en España y Portugal. *Cuadernos de Turismo, 30*, 9-34. http://revistas.um.es/turismo/article/view/160771

Baud-Bovy, M., y Lawson, F. 1998. *Tourism and recreation: Handbook of planning and design.* (2ª edición). Butterworth-Heinemann Ltd.

Generalitat Valenciana. 2018. Banco de datos Territoriales. Cifras oficiales de población de los municipios españoles: Revisión del padrón municipal. [Oficial]. *Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana*. http://www.pegv.gva.es/es/bdt

ICLEI. 2015. *Aalborg Charter*. [ORG]. http://www.iclei-europe.org/home/

INE - Portugal. 2018. População residente (nº) por local de residencia (NUTs—2013), sexo e grupo etário, anual [Ofical - INE]. *Instituto Nacional de Estatística - Portugal*. https://ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008273&contexto=bd&selTab=tab2

Pimentel de Oliveira Santos, D. 2020. *Diseño de un sistema de indicadores, amparados en los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible (ONU), para la creación de un indicador sintétido en destinos turísticos litorales* [Doctoral, Universitat de València]. TESEO. https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do

Pimentel-de-Oliveira-Santos, D. y Pitarch-Garrido, M. D. 2019. Metodología para la validación de un sistema de indicadores de sostenibilidad en destinos turísticos litorales. Los casos de Valencia (España) y el Algarve (Portugal). *Crisis y espacios de oportunidad. Retos para la Geografía*, 1211-1228.

Renda, A. I., da Costa Mendes, J. y do Valle, P. O. 2014. The destination is where I live! Residents' perception of tourism impacts. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, *2*(1), 72. https://www.jsod-cieo.net/journal/index.php/jsod/issue/view/5/2-1-14

Royo Vela, M. y Ruiz Molina, M. E. 2009. Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: Factores determinantes en elturismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de turismo, 23*, 217-236.

Sánchez, M. y Pulido, J. I. 2008. *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético* (BID.M2 28669; 1.ª ed.). Editorial Universitaria Ramón Arece; Universitat de València.

UNWTO. 1995. Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development. *Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development.*, 1-78. http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403714

Vera-Rebollo, J. F. y Ivars-Baidal, J. A. 2001. Una propuesta de indicadores para la planificación y gestión del turismo sustentable. *V Congreso Nacional de Medio Ambiente, Madrid, España*. Colegio Oficial de Físicos, Unión Profesional, Aproma e Instituto de Ingeniería de España, Madrid.

El uso público en la custodia de territorio. ¿Hacia un dominio de intereses privados?

Nora MÜLLER y Macià BLÁZQUEZ-SALOM

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Müller, N. y Blázquez-Salom, M. 2020. El uso público en la custodia de territorio. ¿Hacia un domino de intereses privados? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 197-208. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La regulación territorial y ambiental neoliberal prioriza los intereses de la propiedad privada de los espacios naturales, facilitando su mercantilización y relegando su uso público. Mientras se produce una minoración del Estado como gestor de espacios naturales que garantice su uso público, las iniciativas de custodia de territorio consisten en la alianza entre propietarios y asociaciones conservacionistas. Los usos residenciales y financieros de fincas en las Islas Baleares demuestran el recurso a la conservación de la naturaleza para limitar el acceso público a espacios naturales. Las propuestas del conservacionismo convivencial plantean, por otro lado, la insoslayable integración de la humanidad en la gestión de toda la naturaleza.
Palabras clave: *custodia de territorio, espacios naturales, Islas Baleares, mercado inmobiliario.*

PUBLIC USE AND LAND STEWARDSHIP. TOWARDS THE DOMAIN OF PRIVATE INTEREST? Neoliberal, territorial and environmental regulations prioritize the interests of private ownership of natural spaces, facilitating their commodification and banishing their public use. While the State is slowly withdrawing from the management of of natural sites to guarantee its public use, the private initiatives of land stewardship comes to the front and establishes the alliance between property owners and conservation associations. The residential and financial uses of farmsteads in the Balearic Islands demonstrate the appropriation of nature conservation to limit public access to natural spaces. The proposals of convivial conservation, on the other hand, pose the unavoidable integration of humanity in all nature management.
Key words: *land, natural sites, Balearic Islands, real estate market.*

Nora MÜLLER, UIB, Crtr. Valldemossa, km 7.5, 07122 Palma, nora.muller@uib.eu., Macià BLÁZQUEZ-SALOM, UIB, Crtr. Valldemossa, km 7.5, 07122 Palma, mblazquez@uib.cat.

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 20-julio-2020.

Introducción

El uso público recreativo y turístico en espacios naturales contribuye al bienestar social general y constituye uno de los aspectos más controvertidos de su gestión. Los usos turístico-recreativos en espacios naturales deben subordinarse a los objetivos de conservación de la naturaleza y contribuir a la educación de los usuarios (Simancas Cruz, 2016). El modelo político del estado del bienestar provee de medidas públicas de gestión de espacios naturales, por ejemplo, en Parques Nacionales. Pero, con la extensión de las

políticas neoliberales, han surgido nuevos mecanismos de conservación y de administración de tierras dominadas por la iniciativa privada, mediante la colaboraicón entre sus propietarios y entidades no gubernamentales conservacionistas a través de acuerdos voluntarios (Capdepón Frías, 2016). Estos agentes coinciden en los objetivos de preservación de los valores culturales y naturales de su ámbito de gestión, mientras que el uso público les puede interesar como negocio o directamente serles un estorbo. Así se define la custodia de territorio como la que "aborda los objetivos compatibles de conservación de la biodiversidad, desarrollo económico rural y mantenimiento de conexiones individuales y comunitarias con la tierra" (Brown y Mitchell, 1997, p. 104). Una aproximación más crítica vincula la creación de espacios protegidos a la acumulación primitiva que altera las relaciones sociales y "implica el acto de encerrar un bien común, ya sea el cerramiento de tierras, cuerpos, estructuras sociales o ideas" (Kelly, 2011, 685 y sig.).

El objetivo de esta contribución es analizar cómo se administra el uso público en los espacios naturales privados gestionados mediante custodia de territorio. Nos basamos en marcos teóricos provenientes de la teoría social crítica y de la ecología política, para contribuir al diseño de nuevos enfoques de conservación convivencial. La conservación convivencial persigue resolver las tensiones entre el capitalismo –por su persecución de la acumulación y el crecimiento– y las limitaciones ambientales y tecnológicas, para superar la dicotomía sociedad-naturaleza (Büscher y Fletcher, 2020). Desde este punto de vista, se contrapone a los enfoques neoproteccionistas y neoconservacionista, que adolecen de ser enfoques parcelarios que proponen salvar la naturaleza aislándola de la humanidad o salvar el capitalismo haciendo negocio con la conservación de la naturaleza.

Nuestras preguntas de investigación son, en primer lugar, si las iniciativas de custodia de territorio tratan el uso público como una contribución al bienestar social, tal y como se entiende en la gestión de espacios naturales por parte de las administraciones públicas; y, en segundo lugar, si las iniciativas de custodia del territorio representan un desarrollo de políticas neoliberales, mediante la flexibilización y el apoyo a la privatización (Brown y Mitchell, 1997).

Abordamos nuestra investigación desde un punto de vista crítico con una revisión de la literatura y el análisis de casos ejemplares en las Islas Baleares. Las Baleares se caracterizan por ser un paradigma en España de la afluencia de turistas y capitales extranjeros, con fuertes conexiones de los negocios turísitico e inmobiliario. El modelo territorial y turístico de las Islas Baleares ha transitado desde los inicios del turismo de masas a la atracción de inversores inmobiliarios acaudalados (Blázquez y Murray, 2010). Su saturación turística ha motivado conflictos sociales en disputa por el disfrute del espacio (Valdivielso y Moranta, 2019).

Estado de la cuestión. La conservación pública-estatal y el uso turístico-recreativo

La promoción pública del turismo en España incluye el ecoturismo a través de planes y programas, por ejemplo, el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad – 2014; López Palomeque et al., 2016). Los espacios naturales desempeñan un papel crucial en la promoción de actividades de

ecoturismo y su uso público se considera en los planes de gestión correspondientes. La oferta pública de espacios naturales, mediante el despliegue de las competencias de las administraciones públicas, tiene como principales modalidades: por un lado, los Parques Nacionales, regulados por la administración estatal; mientras que, por otro lado, las administraciones regionales tienen bajo su competencia las reservas naturales, parques naturales, monumentos naturales, paisajes protegidos, etc. La Red Natura 2000 (Lugares de Interés Comunitario, Zonas de Especial Protección de las Aves y Zonas Especiales de Conservación) ha sido traspuesta al marco legal español sin asignación de medidas de gestión de su uso público. Otra figura sin gestión efectiva pero que actua como reclamo turístico e inmobiliario es la declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como en los casos de la Serra de Tramuntana y de Dalt Vila de Ibiza.

El uso público de los espacios naturales está contemplado en la Constitución española como el derecho a disfrutar de la naturaleza. Por otro lado, los espacios naturales ejercen una función de atracción turística, bien sea del ecoturismo o, más en general, el turismo de naturaleza o escénico (Simancas Cruz, 2016, p. 275). Una revisión crítica de su aplicación real plantea que el ecoturismo como una forma de apoyar la conservación y la comunidad local solo funcionan "excepcionalmente" (Ojeda, 2019, p. 468). Ello es debido a la incorporación de esos espacios a la esfera del negocio, que tiene su plasmación espacial en el desarrollo de infraestructuras y servicios que los convierte en lugares de consumo pese a que "apelen a una naturaleza abstracta y prístina" (Ojeda, 2019, 463). De igual manera, Smith (2008, 80 y sig.) argumenta que los Parques Nacionales "son experiencias culturales casi artificiales de un medio ambiente en el cual se registran beneficios substanciales de continuo".

Resultados

La custodia de territorio es una herramienta de gestión de espacios naturales que se basa en la colaboración de asociaciones conservacionistas con propietarios privados. La coartada de la conservación de la naturaleza puede apoyar así el uso privativo de estos espacios, limitando su uso público turístico y recreativo. Analizamos este uso de esta figura mediante el estudio de la evolución de las modalidades de conservación de la naturaleza en consonancia con los cambios de régimen regulatorio y de su impronta territorial en las Islas Baleares.

Desarrollo de la conservación – de Parques Naturales a mecanismos de financiarización

El conservacionismo tiene su primer gran logro en la declaración del Parque Nacional (PN) Yellowstone, cuyo modelo fue rápidamente exportado a Europa. Ya antes se habían establecido cotos para la caza.

En España, el proteccionismo se inicia con la creación de dos PN en 1916, por iniciativa de una élite aristocrática, lo que Santamarina (2019) denomina un "conservacionismo elitista" (60). La idea del Estado (y de la aristocracia) como garante del patrimonio natural es esencial para el establecimiento de los PN, fundamento del concepto de la naturaleza para huir de la ciudad, reforzando la alienación entre sociedad y naturaleza. Los espacios naturales protegidos se relacionan así con el uso turístico-recreativo que se considera como fuente de ingreso y práctica educativa (Santamarina, 2019).

Esta primera etapa correspondría a lo que Büscher & Fletcher (2014) denominan el conservacionismo rígido que atribuye a la administración publica la función de prersevar la naturaleza. Sus medidas de protección consisten en la "fortificación de los espacios naturales" por parte de las administraciones del Estado, mediante su cercamiento y el establecimiento de un régimen sancionador que pretenden prevenir su deterioro, característico del contexto liberal-keynesiano, fordista y colonialista.

A partir de los años 1970 el nuevo régimen postfordista y neoliberal da lugar a un segundo tipo de conservacionismo "flexible". Sus herramientas pasan a ser la gobernanza local, la externalización de funciones, la aplicación del principio de subsidiariedad y el repliegue del Estado del Bienestar. Para contribuir a su conservación, la naturaleza se mercantiliza. Esta mercantilización se expresa en los pagos de servicios ecosistémicos o en el ecoturismo como motivos por los que conservarla. En este contexto, la frecuentación de los espacios protegidos en España aumenta y el Estado adopta medidas que incentivan la entrada de actores privados en su gestión (Santamarina, 2019).

Finalmente, Büscher y Fletcher (2019) identifican un tercer conservacionismo que denominan "ficticio", desarrollado ya en el siglo XXI, propio del capitalismo de casino o financiarizado. Esta última etapa corresponde a una nueva regulación estatal que apoya la profundización de la mercantilización de la naturaleza, incluyendo la lucha contra el deterioro ambiental. Por ejemplo, mediante la retribución de los servicios ambientales de absorción de carbono a través de la compraventa de sus derechos de emisión.

En suma, el desarrollo de la conservación de la naturaleza se ha concretado –mayoritaria, cuando no exclusivamente– en la protección de espacios naturales. El cierre de territorio para la conservación se presenta como respuesta para solventar los problemas ambientales provocados por el desarrollo capitalista y también como recurso para la recreación. Se persigue así la resolución de las contradicciones internas del capitalismo sin cambiar sus prioridades ni las causas profundas de la sucesión de crisis de sobreacumulación, el deterioro del entorno o la desigualdad social (Fletcher y Neves, 2012), incorporando cada vez más actores no-gubernamentales. Como observan Brockington, Duffy y Igoe (2008) el auge de las áreas protegidas bajo los régimenes neoliberales es una prueba de que conservación y capitalismo trabajan lado a lado. El capitalismo ha asumido el conservacionismo como un modo más de promover la acumulación de capital y el crecimiento. Los mecanismos de conservación dan valor económico a los recursos naturales para poder promover su preservación (Büscher y Fletcher, 2020), considerados como la mejor administración ecológica "incorporándola más plenamente en el universo de la acumulación de capital" (Castree, 2008, 147). Esta conservación neoliberal esta fundamentada en "la idea de que la naturaleza sólo puede ser 'protegido' a través de su sumisión al capital y a continuación su revaluación en términos capitalistas" (Büscher, 2009, 91).

La relación entre conservación y capitalismo es ahora predominante y las actividades de conservación se basan en la introducción de lo natural en los procesos capitalistas y en la dicotomía entre naturaleza y sociedad. Así pues, en el debate actual se puede discernir una rama "neo-conservacionista" que argumenta la integración del desarrollo humano y la conservación de la naturaleza, enfatizando los mecanismos basados en el mercado, a modo de una tendencia neoliberal a la hora de proteger la naturaleza. Y, por otro lado, el movimiento "neo-proteccionista" que busca fortificar las barreras entre sociedad y

naturaleza a través del establecimiento de áreas protegidas para salvar la naturaleza de los humanos (Büscher y Fletcher, 2020). El análisis de ejemplos de ambas modalidades de conservacionismo neoliberal en las Islas Baleares demuestra la implicación de la custodia del territorio en la privatización de uso público, favoreciendo intereses inmobiliarios.

Cerramiento de espacios naturales y la conservación revanchista

El freno al desarrollo urbanístico asociado a la protección de espacios naturales es aprovechado paradójicamente por las redes locales clientelares (Bianchi, 2004) para privatizarlos y mercantilizarlos. En un giro todavía más paradógico, se aprovecha el argumento proteccionista de que la naturaleza sólo se puede salvar encerrándola (Büscher y Fletcher, 2020). Este argumento puede utilizarse para defender el cierre de espacios naturales al acceso público y uso recreativo, en favor de la inversión inmobiliaria privada y de su preservación.

La geohistoria turística de las Islas Baleares fue periodizada por Rullan (1998), quien identificó el actual "tercer boom turístico" como la adición del segmento inmobiliario rural disperso a su funcionalización turística. La expansión urbanística difusa (Hof y Blázquez-Salom, 2013) afecta principalmente a los espacios rurales (Binimelis, 2002), pero también lo hace en menor medida en espacios naturales, cuyo cerramiento entra en conflicto con el uso público (Blázquez-Salom, 2013).

Las Islas Baleares atraen inversores por ser un territorio privilegiado por la geopolítica global, el entorno de gran calidad ambiental y la seguridad económica y social (Blázquez-Salom y Murray 2010). La escasez y exclusividad de las propiedades inmobiliarias en espacios naturales les aporta una creciente rentabilidad, atractiva para las élties de la clase capitalista transnacional, que invierten en la adquisición de las fincas rústicas privilegiadas por dicha escasez. El discurso de estos agentes ha adaptado el mantra del desarrollo sostenible (Sklair, 2000) construyendo un consenso en torno a la idea de protección territorial que apoya así el mantenimiento de ventajas posicionales y que se defiende, en parte, con el argumento de la protección territorial. La producción de espacios turístico-residenciales privilegiados se fundamenta, pues, en la acumulación por desposesión y la exclusión socio-espacial mediante gentrificación, que se acentúa en territorios insulares (Clark *et al*., 2007; Valdivielso y Moranta, 2019). La planificación territorial proteccionista que legitima esta situación mediante la subordinación de la equidad a la generación de ganancias ha sido definida como gentrificación ambiental (Checker, 2011).

La defensa de los espacios naturales los valoriza en mercancías únicas, originales, auténticas e irrepetibles. Paradójicamente, las campañas de protección del territorio contribuyen a constituir un capital colectivo simbólico que distingue y revaloriza su constitución en producto mercantil. Una vez mercantilizados como bienes inmobiliarios, su disfrute monopolista –sea para uso, ostentación o compra-venta– los sitúa en la cúspide de la rentabilidad para la realización de beneficios (Harvey, 2002).

En esa misma línea, el conservacionismo revanchista (Artigues y Blázquez-Salom, 2016) define la privatización del disfrute de los espacios naturales. Las élites aprovehan su ventaja como propietarios y el apoyo del conservacionismo para añadir estos bienes comunes a su acumulación por desposesión. La custodia de territorio puede servir para formalizar estas alianzas, desfavorables al uso público de los espacios naturales privados. Con este concepto, Artigues y Blázquez-Salom (2016) extienden la teoría del revanchismo

del contexto de regeneración urbana (Smith, 1996) a la privatización y cerramiento de los espacios naturales, argumentando que las élites globales se toman, figurativamente, la revancha de las demandas ecologistas que en su momento consiguieron apartar los espacios naturales de sus pretensiones de explotación urbanística, turística, forestal, minera, etc. Si bien el conservacionismo puso freno al deterioro de los reductos de naturaleza, mediante su protección legal, su revancha consiste en apropiarse de su propiedad inmobiliaria para su disfrute elitista.

La custodia del territorio a las Illes Balears

La custodia del territorio es una herramienta de gestión de espacios naturales, originaria de EEUU (*The Trustees of Public Reservations*) y Reino Unido (*Land stewardship* y *National Trust*), pero relativamente nueva en España, donde se establece definitivamente con el siglo XXI. En 2007, mediante la Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y Biodiversidad, se incluye la "Promoción de la custodia del territorio" (Art. 72) como un instrumente de participación privada en la conservación del medio ambiente que complementa la intervención pública (Álvarez Carreño y Hernández López, 2011). Así se institucionalizan las prácticas de cerramiento de territorio privado con el argumento de su protección ambiental. La aplicación de esta figura "tiene un mayor desarrollo fuera del suelo estrictamente protegido" por la administración pública (Capdepón Frías, 2016, 322), dando a entender su complejidad.

Este instrumento de gestión privada del territorio consiste en acuerdos voluntarios entre la propiedad y una entidad sin ánimo de lucro, que puede ser pública o privada. Los objetivos de los acuerdos de custodia son generalmente la gestión ambiental y la conservación. También pueden perseguir la generación de beneficios económicos a través de actividades (eco)turísticas, recreativas o educativas. Así, pueden ayudar en la promoción de una práctica responsable de los visitantes interesados en participar de la actividad de la comunidad local (Capdepón Frías, 2016). También, el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (2014-2020) considera las iniciativas de custodia del territorio como un medio favorable al avance de las sinergias entre el turismo, la biodiversidad y su conservación. Según Capdepón Frías (2016), las Islas Baleares es una de las regiones de España donde la Custodia del Territorio está ya más establecida. La Iniciativa de Custódia del Territori de les Illes Balears (ICTIB) promociona esta modalidad de gestión y agrupa diferentes entidades de defensa de la naturaleza de las Baleares.

La creciente afluencia de turistas a las Islas Baleares amplía el espectro de actividades recreativas y deportivas y devine en saturación y deterioro ambiental, entrando también en conflicto y justificando el cerramiento de fincas (Blázquez-Salom, 2013). La legislación balear de protección de espacios de relevancia ambiental, Ley 5/2005 (BOIB nº 85 del 4/6/2005 y nº 155 del 30/6/2005), tiene entre sus principios inspiradores la colaboración, el estímulo de la participación y el respeto a los derechos de los propietarios (art. 1.2). En esta regulación ambiental se prioriza así el uso privativo frente al derecho al acceso público y el disfrute recreativo-turístico de los espacios naturales.

En este contexto, la figura de Custodia de Territorio puede servir de legitimar la regulación y restricción del acceso público y del uso recreativo de fincas privadas –como puedan ser el ecoturismo u otras actividades lúdico-educativas– con argumentos

conservacionistas. Actualizaremos a continuación algunos casos, cuyo ejemplo tratamos ya con anterioridad (Artigues y Blázquez-Salom, 2016).

El empresario inmobiliario alemán Matthias Kühn adquirió la única vivienda del islote Tagomago de 60 hectáreas en Ibiza, para su alquiler a razón de hasta 250.000 € semanales, según datos de 2014 (Ventayol, 28/06/2014). Se trata de un Lugar de Interés Comunitario (LIC) que forma parte de la Red Natura 2000 y declarada Área Natural de Especial Interés (ANEI), donde solo se permite la conservación de antiguas construcciones. Entre 2007 y 2008 se llevaron a cabo obras sin autorización que constituyen un "delito contra la ordenación del territorio" por el que Kühn fue condenado (Aguiló, 09/02/2018). Kühn ha utilizado la conservación de la naturaleza para eludir las acusaciones de provocar daños en el medio ambiente, para lo que "[…] ha creado la Fundación Tagomago cuyo fin es la defensa del medio ambiente mediante la divulgación del conocimiento de las especies de aves que habitan y anidan en la isla, el resto de las especies que la habitan, así como la defensa de la flora endémica de la isla" (Evasión, 25/06/2015). Campañas ecologistas han denunciado la privatización del islote y obras ilegales ante la administración ambiental y la de justicia.

Son Moragues (Valldemossa, Mallorca) fue adquirida en 2007 por la familia Entrecanales, máximos accionistas del grupo de empresas Acciona. La unión de las fincas de Can Costa, Son Gual y Son Gual Petit (con una extensión total de 300 ha) en la asociación Muntanya del Voltor se marcó como objetivo "compatibilizar la recuperación y conservación del patrimonio natural y cultural de esta zona con los intereses de los propietarios de las fincas que la conforman y con la actividad turística, excursionista y educativa que tiene lugar en ella" (González *et al.*, s.f., 1). La asociación representa la entidad de custodia y es responsable para la gestión medioambiental y del uso público-recreativo en colaboración con el Ayuntamiento de Valldemossa y la Federación Balear de Montañismo y Escalada. Su gestión medioambiental y recreativa combate la masificación y la degradación del entorno por "el abandono de prácticas tradicionales y la actitud incontrolada y poco respetuosa de ciertos visitantes". La finca de Son Moragues está atravesada por el Camí de l'Arxiduc, que es de dominio público y ha sido evaluado como uno de los tres senderos más populares de Mallorca (Blázquez-Salom y Roig, 1999). Este camino de alta montaña formaba parte del Sendero de Gran Recorrido, GR-221 "*Ruta de pedra en sec*", hasta la modificación de su trazado con motivo de la aprobación del Plan Especial de Ordenación y de Protección de la *Ruta de Pedra en Sec* (BOIB nº 093, 25/6/2015, 32499 a 32510). La asociación de propietarios muestra su agrado con la eliminación de la GR-221 de su ámbito de gestión, desconfiando de la capacidad de la Administración pública para ser capaz de gestionar su conservación y uso público.[1] El acceso público esta ahora regulado por la asociación y se tiene que pedir un permiso para poder acceder al Camí de l'Arxiduc. Así, bajo el argumento de conservar a los valores naturales y culturales de las fincas, la custodia del territorio sirve para restingir el acceso público a la propiedad y el disfrute de la naturaleza en las zonas de dominio público, mediante la colaboración entre entidades conservacionistas y propiedades privadas.

[1] Macu Férriz, coordinadora técnica de la FVSM, comentario personal 13/4/2016.

Conservacionismo convivencial

Nuestros resultados preliminares basados en el examen de la literatura sobre el discurso de la conservación y la custodia de territorio muestran la identificación del ecoturismo como un objetivo de las iniciativas de custodia de territorio, tratándolo en términos de promover una práctica responsable de los visitantes interesados en participar de la actividad de la comunidad local (Capdepón Frías, 2016). El Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (2014-2020) considera las iniciativas de custodia del territorio como un medio favorable al avance de las sinergias entre el turismo, la biodiversidad y su conservación.

Análisis más críticos con la gestión privada de espacios naturales plantean que los proyectos de ecoturismo en estas áreas "pueden mejorar el bienestar de los habitantes locales, pero también pueden degradarlo" (Serenari *et al.,* 2017; 1806). También se ha planteado que los espacios naturales con acuerdos de custodia de territorios implican un potencial conflictivo. Por un lado, dado que el derecho de propiedad privada se opone generalmente al derecho de uso recreativo público en esos espacios. Mientras que, por otro lado, su incorporación a la esfera del negocio puede relegar su propósito de conservación de la naturaleza, al verse afectado por el "carácter extractivo del turismo" (Ojeda, 2019, 467). En este sentido, Adams y Hutton (2007, 152) confirman que "al designar espacios naturales, la administración pública u otros actores buscan establecer reglas sobre quién puede usar la naturaleza y dónde, cuándo y cómo pueden hacerlo". A la luz del proceso de neoliberalización, Büscher y Fletcher (2014, 1) analizan lo que denominan "acumulación por conservación", que definen como "un modo de acumulación que toma las contradicciones ambientales negativas del capitalismo contemporáneo como su punto de partida hacia un nuevo modelo 'sostenible' de acumulación para el futuro". Así sucede, por ejemplo, a través de la mercantilización de espacios naturales como reclamos turísticos y recreativos. En este sentido, el ecoturismo, según Fletcher (2019), no es solo una expresión de la neoliberalización de la naturaleza, sino más bien un medio para sostener el capitalismo sin dar soluciones a los problemas medioambientales provocados por la producción capitalista.

El instrumento de custodia del territorio, como se ha ilustrado en los casos de estudio, se puede interpretar como un instrumento que apoya la privatización de los espacios naturales, favoreciendo así la restricción de acceso y uso del territorio para el disfrute y bienestar público que proporciona la naturaleza. Por otro lado, también va en concordancia con el debate neo-proteccionista en cuanto los espacios naturales quedan cada vez más cerrados para salvar la naturaleza de los humanos olvidando la estrecha relación e interdependencia entre la naturaleza y la sociedad. Del mismo modo, el cierre de tierras favorece la desigualdad social a la hora de poder disfrutar de la naturaleza, un derecho constitucional en España y muchos otros países. Con respecto a este desarrollo, se sugiere "un enfoque poscapitalista de la conservación": la conservación convivencial "que promueva la equidad radical, la transformación estructural y la justicia ambiental y, por lo tanto, contribuya a un movimiento global para crear un mundo más igualitario y sostenible" (Büscher y Fletcher, 2019, 283). En vez de espacios protegidos se proponen las "áreas promovidas" en las que los humanos son bienvenidos y se fomente la naturaleza "para y por los humanos" (Büscher y Fletcher, 2020, 163 sig.). Se aboga así por promover un

cambio transformativo mediante la adaptación del sistema de valores y el derribo de los barreras físicas y mentales entre lo natural y lo humano.

Discusión y conclusiones

La introducción de modelos de gestión privada de espacios naturales se encuadra en el marco regulatorio neoliberal, favorecedor de los derechos de propiedad, en detrimento del paper proveedor de la administración pública. Una modalidad de estos modelos se emboza en fórmulas de colaboración con organizaciones conservacionistas, como es la custodia de territorio. Los intereses privados y los conservacionistas coinciden en la consideración del uso público como una amenaza, especialmente en destinos turísticos sobresaturados, como es el caso de las Islas Baleares. La custodia del territorio puede favorecer el cerramiento de tierras para el uso recreativo y turístico, en parte o totalmente, y limitar el derecho de acceder a espacios naturales a las élites o bajo condiciones estrictas. La propiedad privada puede legitimar así el cierre de los terrenos, bajo la excusa de conservar la naturaleza. Se puede discutir, si esto contribuye al bienestar social, como se entiende en la gestión de espacios naturales por parte de las administraciones públicas, ya que se contraponen los intereses proteccionistas de conservación de la naturaleza con los intereses de disfrutar del espacio natural libremente. El conservacionismo revanchista revierte el proceso de homogeneización propio de la masificación turística, que haría perder atractivo y rentabilidad a las inversiones turístico-inmobiliarias; en palabras de David Harvey: "La homogeneización que acompaña a la pura mercantilización borra las ventajas del monopolio" (Harvey, 2002, 96).

Nuevas modalidades convivenciales de conservacionismo deben abordar los objetivos del decrecimiento justo, que no pretende únicamente reducir la presión antrópica, sino democratizar el acceso al bienestar, en el caso que nos ocupa del acceso a los espacios naturales, y el control democrático y local (Blanco-Romero *et al.*, 2019).

Agradecimientos

Esta investigación es una contribución al proyecto "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I + D + I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovació y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Referencias bibliográficas

Adams, W. M. y Hutton, J. 2007. People, parks and poverty. Political ecology and biodiversity conservation. *Conservation and Society*, 5 (2): 147–183. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=cookie,ip,shib,uid,url&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-57349133004&lang=es&site=eds-live

Aguiló, J. M. 9/2/2018. La juez condena a Matthias Kühn a seis meses de cárcel por unas obras ilegales en el islote de Tagomago. *ABC*. https://www.abc.es/estilo/gente/abci-juez-condena-

matthias-kuhn-seis-meses-carcel-unas-obras-ilegales-islote-tagomago-201802091602_noticia.html (consultado el 10/6/202).

Álvarez Carreño, S. M. y Hernández López, S. M. 2011. La custodia del territorio como instrumento complementario para la protección de espacios naturales. *Revista Catalana de Dret Ambiental*, 2 (1), 4-22. https://www.raco.cat/index.php/rcda/article/view/326012

Artigues-Bonet, A.A. y Blázquez-Salom, M. 2016. Huidas al paraíso y la realización mercantil del sueño. In Benach, N., Zaar, M. H., Vasconcelos P. junior, M. (eds.). *Actas del XIV Coloquio Internacional de Geocrítica. Las utopías y la construcción de la sociedad del futuro*. Barcelona, 2-7 de mayo de 2016. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Associació Muntanya del Voltor 2016. 06/06/20, http://muntanyadelvoltor.com/?lang=es

Bianchi, R. V. 2004. Tourism Restructuring and the Politics of Sustainability: A Critical View From the European Periphery (The Canary Islands). *Journal of Sustainable Tourism*, 12 (6), 495-529. doi:10.1080/09669580408667251

Binimelis, J. 2002. Canvi rural i propietat estrangera a Mallorca. In Picornell, Mateu; Pomar, Àngel Maria (eds.). *L'espai turístic. Evolució, planificació, gestió, recursos, sostenibilitat, noves modalitats.* Palma: Institut d'Estudis Ecològics, 2002, 207-236.

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Fletcher, R. y Morell, M. 2019. Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1–30. http://dx.doi.org/10.21138/bage.2834

Blázquez-Salom, M. 1999. Recreo al aire libre y conservación de la naturaleza en Europa occidental. *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, 49, 203-212.

Blázquez-Salom, M. 2013. More villas and more barriers: Gentrification and the enclosure of rural land on Majorca. *Méditerranée*, 120, 25-36. DOI:10.4000/mediterranee.6638

Blázquez-Salom, M. y Murray, I. 2010. Una geohistoria de la turistización de las islas Baleares. *El periplo sustentable*, 18, 69-118.

Blázquez-Salom, M., Roig, M. 1999. L'abast de l'excursionisme a Mallorca. *Bolletí de Geografia Aplicada*, 1, 11–32.

Brockington, D., Duffy, R. y Igoe, J. 2008. *Nature Unbound. Conservation, Capitalism and the Future of Protected Areas*. Earthscan, London, New York, 249 pp.

Brown, J., y Mitchell, B. 1997. Extending the Reach of National Parks and Protected Areas. Local Stewardship Initiatives. En: Nelson, J. G. y Serafin, R. (Eds.), *National Parks and Protected Areas: Keystones to Conservation and Sustainable Development*, NATO ASI Series, 40, Springer, Berlin, Heidelberg, 103-116. https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-642-60907-7

Büscher, B. 2009. Letters of Gold. Enabling Primitive Accumulation through Neoliberal Conservation. *Human Geography*, 2 (3), 91–94.

Büscher, B., & Fletcher, R. 2014. Accumulation by Conservation. *New Political Economy*, 20 (2), 273-298. DOI: https://doi.org/10.1080/13563467.2014.923824

Büscher, B., & Fletcher, R. 2019. Towards Convivial Conservation. *Conservation and Society*, 17 (3), 283-296. https://doi.org/10.4103/cs.cs_19_75

Büscher, B. & Fletcher, R. 2020. *The Conservation Revolution. Radical Ideas for Saving Nature beyond the Anthropocene.* Verso, London, New York, 216 pp.

Capdepón Frías, M. 2016. La custodia del territorio como instrumento de gestión medioambiental y turística: Una revisión desde el análisis de experiencias. In: M. Blázquez, M. Mir-Gual, I. Murray, y G.X. Pons (Eds.), Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears: Vol. 23, *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo* (pp. 321–333). Societat d'Història Natural de les Balears.

Castree, N 2008. Neoliberalising nature: The logics of deregulation and reregulation. *Environment and Planning A*, 40 (1), 131-152. doi:10.1068/a3999.

Checker, M. 2011. Wiped Out by the "Greenwave": Environmental Gentrification and the Paradoxical Politics of Urban Sustainability. *City & Society*, 23 (2), 210–229. doi:10.1111/j.1548-744X.2011.01063.x

Clark, E., Johnson, K., Lundholm, E. y Malmberg, G. 2007. Island Gentrification & Space Wars. En: Baldacchino, G. (ed.), *A world of islands*. Agenda Academic, Malta, 483-512.

Evasión 25/06/2015. Tagomago: una isla privada en alquiler a cinco minutos de Ibiza. *El Economista*. http://www.eleconomista.es/evasion/gente-y-estilo/noticias/6821757/06/15/Tagomago-una-isla-privada-en-alquiler-a-cinco-minutos-de-Ibiza.html (consultado el 1/6/2020).

Fletcher, R. 2019. Neoliberalismo y Turismo. In I. Murray & E. Cañada (Eds.), Icaria Antrazyt. Análisis contemporáneo: Vol. 493. *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo* (1st ed., pp. 37–52). Icaria.

Fletcher, R. y Neves, K. 2012. Contradictions in Tourism: The Promise and Pitfalls of Ecotourism as a Manifold Capitalist Fix. *Environment and Society: Advances in Research*, 3 (1), 60-77. doi:10.3167/ares.2012.030105.

Frau, J. 18/9/2015. El TSJB anula el derecho de paso por el Camí de Ternelles por sus valores ambientales. *Diario de Mallorca*. 1/6/2020, http://www.diariodemallorca.es/part-forana/2015/09/18/tsjb-anula-derecho-paso-cami/1055804.html.

González, J., Férriz, M., Sastre, V. (sin fecha) Muntanya del Voltor. Breve cuaderno sobre valores naturales y culturales. Proyecto de Custodia de Territorio. Fundación Vida Silvestre Mediterránea, 21 p.

Harvey, D. 2002. The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture. *Socialist Register*, 38, 93-110.

Hof, A. y Blázquez-Salom, M. 2013. The Linkages between Real Estate Tourism and Urban Sprawl in Majorca (Balearic Islands, Spain). *Land*, vol. 2, nº 2 p. 252-277. doi:10.3390/land2020252

Kelly, A. 2011. Conservation practice as primitive accumulation. *Journal of Peasant Studies*, 38 (4), 683-701. DOI: https://doi.org/10.1080/03066150.2011.607695

López Palomeque, F., Font Urgell, X. y Romero Torres, J. 2016. El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española. In M. Blázquez, M. Mir-Gual, I. Murray, & G. X. Pons (Eds.), Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears: Vol. 23, *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo* (p. 293). Societat d'Història Natural de les Balears.

Manresa, A. 5/06/2014. "Tagomago se alquila como un islote exclusivo para estrellas y vips". *El País*. 1/6/2020. http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/06/05/actualidad/1401985826_762218.html.

Murray, I., Yrigoy, I. y Blázquez-Salom, M. 2017. El papel de las crisis en la producción, destrucción y reestructuración de los espacios turísticos. El caso de las Islas Baleares. *Investigaciones Turísticas*, 13: 1-29. DOI: https://doi.org/10.14198/INTURI2017.13.01

Ojeda, D. 2019. La playa vacía, el bosque exuberante y el otro exótico: Herramientas para el análisis crítico del turismo de naturaleza. In I. Murray & E. Cañada (Eds.), Icaria Antrazyt. Análisis contemporáneo: Vol. 493. *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo* (1st ed., pp. 463-473). Icaria.

Plataforma pro Camins Públics i Oberts 06/06/2020. Comunicat sobre l'ordre jurdicial d'Adaptar el PGOU al PORN de la Serra de Tramuntana. 07/06/2020 http://camins.balearweb.net/post/134448

Rullan, O. 1998. De la cova de canet al tercer boom turístic. Una primera aproximació a la geografia histórica de Mallorca. In *El Medi Ambient a les Illes Balears. Quí és Quí? Actes, Can Tàpera, Palma 27-29 novembre 1997*. Palma: Caixa de Balears "Sa Nostra"/Obra Social i Cultural, p. 171-213.

Santamarina Campos, B. 2019. El inicio de la protección de la naturaleza en España. Orígenes y balance de la conservación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 168, 55-72. http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.168.55

Serenari, C., Peterson, M. N., Wallace, T. y Stowhas, P. 2017. Private protected areas, ecotourism development and impacts on local people's well-being: a review from case studies in Southern Chile. *Journal of Sustainable Tourism*, 25 (12): 1792–1810. https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1178755

Simancas Cruz, M. 2016. Caso 4. La planificación del turismo en áreas protegidas. In M. Simancas Cruz (Ed.), *La planificación y gestión territorial del turismo* (pp. 259–300). Sintesis.

Sklair, L. 2000. The transnational capitalist class and the discourse of globalisation. *Cambridge Review of International Affairs*, vol. 14, nº 1, p. 67-85. doi:10.1080/09557570008400329

Smith, N. 1996. *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*. Routledge, Londres y Nova York, 288 p.

Smith, N. 2008. *Uneven Development. Nature, Capital, and the Production of Space* (3rd ed.). Georgia Press, Athena y Londres 323.

Valdivielso, J. y Moranta, J. 2019. The social construction of the tourism degrowth discourse in the Balearic Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12): 1876-1892. DOI: 10.1080/09669582.2019.1660670.

Ventayol, G. 28/05/2014. Matthias Kühn y Norma Duval defienden ampliar las instalaciones en Tagomago. *Ultima Hora*. 1/6/2020. http://ultimahora.es/noticias/local/2014/05/28/125151/matthias-kuhn-norma-duval-defienden-ampliar-instalaciones-tagomago.html.

La sobresaturación turística y sus consecuencias socioambientales en la isla de Eivissa (Illes Balears)

Laura DEL VALLE, Iván MURRAY y Guillem X. PONS

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Del Valle, L., Murray, I. y Pons, G.X. 2020. La sobresaturación turística y sus consecuencias socioambientales en la isla de Eivissa (Illes Balears). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 209-219. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Desde el estallido de la crisis financiera internacional se ha producido una intensificación de la turistificación –overtourism-, como es el caso de la isla de Eivissa. Este fenómeno viene acompañado de un creciente malestar social. Para evaluar la incidencia socioambiental del *overtourism* se elaboraron un conjunto de indicadores que conforman una herramienta clave para la adopción de medidas hacia la sostenibilidad. Los resultados del estudio muestran que Eivissa cuenta con una de las ratios de turistas por habitante más elevadas del planeta que va acompañada de un crecimiento urbanistico constante y una sobreocupación de la capacidad de alojamiento total. Por otro lado, la isla de Eivissa se ha visto sumergida en una inflación de los precios de alquiler y compra de la vivienda, acompañado de un incremento de la tasa de motorización, generación de residuos, consumo de energía y, por lo tanto, emisiones de CO_2, y consumo de recursos hídricos -agravando la sobreexplotación de los acuíferos de la isla-. La implementación práctica de estos indicadores señala la sobresaturación turística de la isla y la necesidad de llevar a cabo medidas urgentes.
Palabras clave: *indicadores socioambientales, overtourism, recursos naturales, Eivissa.*

THE OVERTOURISM AND ITS SOCIO-ENVIRONMENTAL CONSEQUENCES ON THE ISLAND OF EIVISSA (BALEARIC ISLANDS). Since the outbreak of the international financial crisis, there has been an intensification of touristification –overtourism-, as is the case on the island of Eivissa. This phenomenon is accompanied by growing social unrest. A set of socio-environmental indicators were developed to assess the social and environmental impacts of overtourism. These indicators can be conceptualized as key tools for the further adoption measures towards sustainability. The results of the study show that Eivissa has on of the highest ratios of tourists per inhabitant wordlwird. Furthermore, urban growth expands steadily, whereas the island total accommodation capacity is overloaded. On the other side, Eivissa's housing rental and purchase prices are skyrocketing. The situation is further exacerbated by an increase in the rate of motorization, waste generation, energy consumption and, therefore, CO_2 emissions, and consumption of water resources -causing the overexploitation of the island's aquifers. The practical implementation of these indicators reveals the tourist oversaturation of the island and the need to carry out urgent measures.
Key words: *Socio-environmental indicators, overtourism, natural resources, Eivissa.*

Laura DEL VALLE, Universitatea Babeş-Bolyai, Facultatea de Ştiinţa şi Ingineria Mediului. Strada Teleorman, núm. 42. Cluj-Napoca. Transilvania, Romania. 40008. lauradelvalle.geo@gmail.com; Iván MURRAY y Guillem X. PONS Universitat de les Illes Balears, Departament de Geografia. Ctra. Valldemossa Km 7.5, Palma 07122, ivan.murray@uib.cat; guillemx.pons@uib.es.

Recepción del manuscrito: 20-mayo-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

El *overturism* es según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el impacto del turismo en un destino, o partes del mismo, que influye excesivamente en la calidad de vida percibida por parte de los ciudadanos y/o la calidad de las experiencias de los visitantes de manera negativa. En este sentido, se pueden generar conflictos sobre el uso del espacio y los recursos de este entre residentes y turistas. Por lo tanto, el excesso de turismo está íntimamente relacionado con la capacidad de carga de un destino y el *overcrowding*. Tanto es así, que en muchos de los destinos con *overturism* se han visto obligados a adoptadar diversas medidas como es el ejemplo del cierre al público de Maya Bay en Thailandia debido a los problemas ambientales causados por el turismo, la implantación de tasas turísticas (Buthan; Bali (Indonesia), Venice (Italia)) o la limitación de visitas/turistas por día (i.e. Capri e Cinque Terre (Italia); Santorini (Grecia); Dubrovnik (Croacia); Machu Picchu (Perú)).

En los últimos años las costas mediterráneas se han convertido en las principales zonas turísticas del mundo, ejemplo de ello son las islas Pitiusas, en concreto la isla de Eivissa, la qual tiene una gran riqueza natural y única, así como una oferta turística que cada año atrae a millones de turistas. Su clima mediterráneo, las playas, y la oferta de ocio nocturno ha hecho que Eivissa sea uno de los principales destinos turísticos de Europa. Sin embargo, la situación socioecológica de la isla se ha visto seriamente deteriorada desde hace décadas. Aunque esta actividad constituya el núcleo de la economía eivissenca, ha supuesto al mismo tiempo, una gran explotación de los recursos naturales y del territorio, una elevada desigualdad social la cual se manifiesta por ejemplo en la precariedad laboral, y ha exigido la sobredotación de grandes infraestructuras que son sufragadas por el conjunto de la sociedad (i.e. desaladoras, carreteras, gestión de residuos, aeropuerto, …). En definitiva, estas lógicas han acarreado el deterioramiento ecológico y también un malestar social que hace cuestionar el modelo de desarrollo de la isla. Por esta razón, se quiere documentar, mediante indicadores socioambientales el estado y las tendencias de la capacidad de carga de Eivissa, de esta manera se podrá abrir un proceso para la reconversión del modelo territorial y socioeconómico, para así garantizar la conservación de la riqueza natural y el bienestar de la sociedad local.

Metodologia

En el presente trabajo se ha realizado un análisi de la situación ambiental, territorial y económico de Eivissa, organizado en ámbitos y subdivididos en indicadores. La selección de los ámbitos se realizó en función de los marcos teóricos establecidos internacionalmente consolidados y elaborados. En el contexto balear, destaca el Observatorio Socioambiental de Menorca que desde finales de los noventa elabora indicadores socioambientales, mientras que en el caso de Eivissa no se había trabajado en dicho ámbito hasta fechas muy recientes (Murray, 2019). Más allá de los marcos teóricos y metodológicos utilizados, uno de los cuellos de botella a la hora de implementar indicadores socioambientales radica en la disponibilidad de información robusta, tanto en cantidad como calidad. Este aspecto es

todavía a día de hoy una de las grandes asignaturas pendientes, ya que la dimensión socioambiental sigue siendo invisibilizada desde un punto de vista institucional. A pesar de ello, se realizó una importante tarea de minería de datos y se consiguió recopilar toda una serie de datos en relación a cada indicador, y de su evolución temporal y espacial. Fundamentalmente, los indicadores se eligieron en función de la disponibilidad de información. Así pues, ello no quiere decir que sean los mejores indicadores socioambientales, sino que son los mejores con la información disponible. Eso si, dichos indicadores cubren toda una serie de aspectos teóricos relevantes y señalan dimensiones claves vinculadas a la sostenibilidad socioambiental de la isla.

Ámbitos

Territorio

En una sociedad turística, uno de los vectores que mayor incidencia tienen sobre el territorio es la expansión de la supeficie construida. Para aproximarnos a este fenómeno, se analiza la evolución de los metros cuadrados construidos de vivienda. A partir de la *shapefile* del parcelario urbano por municipios del catastro, tractado con el programa *ArcGIS*, se ha calculado la superficie total que ocupan las viviendas. Este indicador muestra la evolución de los metros cuadrados construidos entre el 2011 y el 2016, y equivale al hecho de poner todas las viviendas, incluidos los diferentes pisos, a ras de suelo. En el año 2016 había 443,12 km^2, lo que supondría que, si dispusiéramos del conjunto de viviendas a ras del suelo, éstas ocuparían el 77,5% de la isla. A lo largo de estos años se notan los efectos de la crisis inmobiliaria de 2008, con una disminución de las construcciones. La superficie edificada anual ha pasado de los 10,29 km^2 el 2011 a los 3,07 km^2 en el 2016.

Capacidad de alojamiento

La capacidad de alojamiento nos indica la potencial capacidad de producción turística en términos de plazas. Dicha capacidad se divide en dos, por un lado, la residencial y, por otro la turística. En primer lugar, la *capacidad de alojamiento residencial* proporciona una estimación del nombre total de plazas residenciales. Una vez calculado el número de habitaciones dormitorio, se obtiene la estimación de las plazas equivalentes para cada vivienda. En Eivissa, en el 2016, se computaban unas 204.534 plazas, para un total de población residente de 142.065 personas, este dato indicaría una tasa de ocupación del 69,45%. En cambio, en el 2018 se computaban unas 207.882 plazas, para un total de población residente de 147.914 personas, lo que supondría una tasa de ocupación del 71,2%. Así pues, se detecta un aumento constante de la tasa de ocupación desde un 55,57 % en el 2001 a un 71,2% en 2018. A pesar del aumento constante de la capacidad de alojamiento, se observa un aumento paralelo de su tasa de ocupación. Los resultados de los últimos años reflejan el aumento de la población residente en la isla, como respuesta a la creciente intensificación turística, y el estancamiento de la construcción de viviendas desde el estallido de la crisis inmobiliaria. En segundo lugar, la *capacidad de alojamiento turístico* nos informa de la capacidad de alojamiento turístico representado en número de plazas turísticas por tipología durante el período 2001-2018. Las plazas turísticas –sin contar viviendas de uso turístico- en Eivissa han pasado de las 77.941 plazas en el 2001 a 80.135 en el 2018. Se puede señalar que, según datos oficiales (ATB, 2001-2018), la

capacidad de alojamiento turístico se ha mantenido relativamente estable a lo largo del período analizado. Ello se debe, en primer lugar, al efecto de las políticas de ordenación turística que prácticamente congelaron el aumento de plazas. Además, al inicio de la crisis se produjo una caída en la llegada de turistas que paralelamente se tradujo en una caída en el número de plazas turísticas, en casi cinco mil plazas en el 2010. Posteriormente, al reiniciarse el ciclo turístico, se han ido sumando nuevas plazas hasta alcanzar las 80.135 de 2018. Este aumento significativo está relacionado con los cambios normativos acontecidos en las Islas Baleares que han promovido la renovación y ampliación de la planta de alojamiento turístico y que además han permitido la legalización de plazas hasta el momento fuera de ordenación (Murray *et al*., 2017). En todos los años analizados, el mayor número de plazas viene representado por los hoteles con 39.775 plazas y los apartamentos turísticos con 20.927 plazas en el 2018, representando el 49,63% y el 26,11% respectivamente. Cabe destacar que las plazas en hoteles de cuatro y más estrellas se han triplicado entre 2008 y 2018, fruto de las políticas de ampliación y modernización hotelera. La distribución territorial de la capacidad de alojamiento turístico en el 2018 está encabezada por Sant Josep de sa Talaia con 22.176 plazas, seguido de Santa Eulària des Riu (21.645), Sant Antoni de Portmany (16.299), Eivissa (14.375) y Sant Joan de Labritja (5.640). En segundo lugar, el relativo congelamiento de la capacidad de alojamiento turístico, resulta desbordado por la espectacular expansión de la mercantilización turística de viviendas, ya sea por vías legales o ilegales. Así, la intensificación de la especialización turística de las Baleares desde el inicio de la crisis de 2008 ha hecho que toda vivienda sea susceptible de convertirse en una unidad de producción turística. La ruptura del ciclo financiero-mobiliario ha coincidido con la irrupción del auge de la llamada económica colaborativa y las plataformas de alquiler vacacional. En 2018 se contabilizaban en la plataforma Airbnb un total de 27.297 plazas en viviendas turísticas, lo que equivaldría a unas 5.127 viviendas (Terraferida, 2018). Las únicas cifras oficiales disponibles de viviendas de uso turístico son de 2016 y suman un total de 7.027 plazas legales. De este modo, se podría estimar que el volumen de la oferta ilegal se situaba en torno a las 20.000 plazas. Esta cifra coincide prácticamente con el límite de 20.500 plazas en viviendas de uso turístico, que exclusivamente pueden ser en viviendas unifamiliares, que el Consell de Eivissa estableció en junio del 2018 (Palomo, 2018). Esta tendencia trae consigo problemas sociales y ambientales graves, como los abusivos precios de alquiler y de compra de vivienda, la eliminación del mercado de vivienda de alquiler residencial por absorción del mercado turístico, aumento de la presión en los recursos como el agua, explosión de la movilidad motorizada, etc.

Finalmente, la *capacidad de alojamiento total* presenta el número total de plazas, residenciales y turísticas, existentes a escala insular. Con la finalidad de no hacer una doble contabilidad, se contabilizan las plazas turísticas de todas las tipologías menos las viviendas turísticas, ya que estas estarían incluidas en la capacidad residencial. En el 2018 en la isla de Eivissa había una capacidad de alojamiento total (turístico y residencial) de 288.017 plazas, 10.165 plazas más que cuando estalló la crisis en 2008. La población residente en el 2018 era de 144.659 personas, con este dato calculamos que una vez descontada la población residente, quedarían 143.358 plazas de potencial uso turístico. Sin embargo, al comparar el máximo de presión humana en la isla, a partir del indicador diario de presión humana (IDPH), resultaría que ha principios del mes de agosto del 2018 la

capacidad de alojamiento total estaría ocupada en un 156,5 %. Es decir, habría más personas en la isla que plazas disponibles para alojarlas. Ello nos da una clara muestra de la saturación alojativa de la isla que ha sido denunciada por la plataforma PROU! (Bellaco, 2019) y también por diversos diarios locales y nacionales (Ricardo, 2017; Palomo, 2018; Vaquer, 2018; Bellaco, 2019). Una muestra de dicha saturación la encontramos en el alquiler a elevados precios de balcones, furgonetas, o "camas calientes". Ante la creciente problemática alojativa, el Consell de Eivissa dispuso diversas medidas en el 2019, entre ellas la de incentivar la participación ciudadana alentando a la denuncia anónima por parte de los residentes de viviendas ilegales.

Acceso a la vivienda: este indicador calcula el esfuerzo financiero que las personas tienen que realizar con la finalidad de acceder a una vivienda, comprar o alquilar. A partir del censo del 2011 elaborado por el Instituto Nacional de España (INE) se ha estimado que la superficie media de una vivienda en Eivissa es de 97,25 m^2. Esta es la superficie estándar que utilizamos para el cálculo del precio medio de compra o alquiler. El salario mensual medio en el 2019 era de 1.527,25 €/mes. Al analizar la evolución del precio medio de la vivienda, a partir de los únicos datos disponibles a este nivel de detalle, podemos observar como con el estallido de la burbuja inmobiliaria se desplomaron los precios de venta de la vivienda desde un valor máximo de 3,251€/m^2 en el mes de junio de 2007 hasta los 2.887 €/m^2 en marzo de 2014. A partir de ese momento los precios de la vivienda empezaron a dispararse de nuevo, superando incluso los valores previos a la crisis. De esta manera, a finales del 2016 se registró el máximo de 3.708 €/m^2 y de 5.577 €/m^2 en el 2019 (pisos.com, 2020). Expuesto los datos anteriores, concluimos que, con un salario medio utilizado íntegramente para pagar una vivienda de superficie media, el esfuerzo financiero ha aumentado significativamente desde los 15,75 años del 2013 a los 30 años de 2019. Estas cifras contrastan con las recomendaciones de las Instituciones financieras de la UE que establecen que el indicador PTI (*Price to Income*) no supere los cuatro años. En cuanto a los costes mensuales de la vivienda la UE recomienda que éstos no superen el 40% de la renta disponible. Podemos aplicar esta medida para estimar la presión financiera, que supondría únicamente el pago del alquiler de la vivienda, sin considerar los demás costes como son el agua o la electricidad. Así, en Eivissa el precio medio de alquiler de una vivienda estándar ha pasado de representar el 66% de la renta salarial mensual en 2013 a elevarse al 80,23% en el 2019. Esta última, más que duplica el umbral de riesgo (*Housing Cost Overburden rate*) establecido por la UE. En el 2016 el municipio de Eivissa era el segundo con el precio de alquiler más caro de todo el estado, justo por detrás de Barcelona. En cambio, en el 2019 Eivissa se posicionó en el primer lugar (Fotocasa, 2019), desbancando a Barcelona, lo que implica que el precio de alquiler en Eivissa se encuentra un 86% aproximado por encima de la media estatal. Por lo tanto, los hogares de Eivissa están sobrecargados y tenemos ante nosotros una señal de alerta sobre los principales conflictos que afronta la sociedad eivissenca, y es que al coincidir unos precios muy elevados de la compra o alquiler de la vivienda con unos salarios casi mileuristas, se puede concluir que la mayor parte de los trabajadores y trabajadoras de la isla formarían parte de lo que se ha denominado como "trabajadores pobres". Es decir, las rentas salariales de un trabajador medio apenas alcanzan para pagar un alquiler estándar.

Turismo y pressión humana

Con el indicador de la *evolución mensual de turistas* se recogen las entradas de turistas llegados a las islas según los datos oficiales de la Agencia de Turismo de las Baleares (2001-2018) y muestra el volumen de turistas con destinación principal Eivissa. Desde el 2008, que llegaron a la isla de Eivissa un total de 2,09 millones de turistas, hasta el 2018 el número de turistas ha aumentado un 52%, alcanzando los 3,19 millones de turistas. Este dato no cuenta con los cruceristas que representaron unos 274.653 en 2018. Desde el 2010 la ratio turista/residente se ha visto espoleada hasta alcanzar valores vertiginosos. Si analizamos los datos del Eurostat, podemos señalar que algunas de las economías europeas más turistizadas como Malta o España presentaban unas ratios de 5,8 y 5,1, respectivamente. En cambio, la ratio turista/residente en Eivissa se dispara a partir del 2010, alcanzado los 21,98 turistas/residente en el 2018 (sin contar cruceristas), siendo una de las ratios más elevadas del planeta. Cabe remarcar, que la mayor afluencia turística ocurre entre mayo y septiembre, destacando el mes de agosto como el mes estrella con 604.065 turistas en 2018. De este modo, en pleno agosto la población turística multiplica por 3,8 la población residente. Así pues, los meses de junio a septiembre concentraron el 68,68% de los turistas. Por otro lado, si se comparan las cifras de turistas con el *gasto turístico* se puede apreciar como a pesar de que el agregado del gasto ha aumentado notablement entre el 2010 y el 2018, el gasto por turista ha caído de los 988 euros constantes de 2015 a los 942 euros constantes de 2015 en el año 2018. Ello quiere decir que se requieren cada vez más turistas para extraer la misma cantidad de renta turística, y todo ello a pesar de la anunciada reconversión hacia el turismo de lujo en la isla.

Uno de los indicadores que mejor reflejan la presión sobre el espacio insular es el *indicador diario de presión humana* que IBESTAT -*Institut d'Estadística de les Illes Balears*- calcula anualmente a partir de la población empadronada más las entradas y salidas de pasajeros a través de puertos y aeropuertos. El índice IDPH estima la carga demográfica real que soporta un territorio en un período determinado. El IDPH se construye mediante las estimaciones diarias de población residente i población estacional (IBESTAT, 2018). A lo largo del período analizado por IBESTAT 1998-2018, el IDPH se ha incrementado en un 72,4 %, pasando de las 137.519 personas de media anual en el 1998 a las 237.137 personas en el 2018. La estimación de la población flotante media anual habría pasado de 53.475 en el 1998 a 89.223 en el 2018, con un aumento en términos generales del 67% pero con una disminución del 2% aproximado desde el 2016 al 2018. Por otro lado, el momento de máxima presión demográfica en la isla, se observa que se produce a mediados de agosto de cada año. El máximo de población diaria ha pasado de las 243.161 personas en el mes de agosto de1998 a 367.679 personas del mismo mes de 2018. Ello significaría que la presión demográfica diaria en ese mes fue un 160% superior a la población residente.

Movilidad

En una isla de dimensiones humanas como es Eivissa la movilidad podría ser ejemplar en términos de sostenibilidad. Sin embargo, la especialización turística ligada a una movilidad articulada en torno al transporte individual motorizado hace que la movilidad sea uno de los principales problemas socioambientales de la isla. Mediante el indicador del *parque de vehículos de transporte terrestre motorizado* se calcula, en primer lugar, la

dimensión del parque, diferenciando en función de la tipología de vehículo y, en segundo lugar, la tasa de motorización -número de vehículos por cada mil habitantes-. El parque de vehículos de Eivissa se ha incrementado un 132,9% desde 1996 al 2018 (IBESTAT). Los turismos representan, con una media del 62,2% de los vehículos, la fracción más importante. La tasa de motorización en Eivissa en el 2018 la tasa era de 1.021,4 veh./1.000 hab, es decir más de un vehículo por persona (incluidos menores). Aunque el parque de vehículos es mucho mayor debido a los coches de alquiler. Se estiman unos 18.000 coches de alquiler. Además, cabe señalar que, según la patronal AEVAB, el 90% de los vehículos de alquiler no están matriculados en la isla y por lo tanto no están contabilizados en el parque de vehículos, ni tampoco pagan sus impuestos en ella. Por otro lado, al parque de vehículos debemos añadir el análisis de su incidencia territorial. Ello se obtiene mediante el indicador de *densidad de vehículos* que se calcula a partir de los datos diarios de las estaciones de aforo y la capacidad de aforo de las carreteras, parque de vehículos/kilómetros de carretera según su tipología. El índice de Intensidad Media Diaria (IMD) en la isla de Eivissa ha aumentado un 32,4%. entre el 2008 (28.256 veh/día) al 2018 (37.771 veh./día). La media de los resultados de las estaciones de aforo de la red de carreteras primarias registra un incremento en todos los días de la semana (Red de Carreteras Eivissa, 2019), aunque en los días laborales es cuando se registran las IMD más elevadas. El aumento del parque de vehículos y la creciente movilidad motorizada terrestre vinculada al turismo se corresponde a la apuesta institucional de apoyo al automóvil y a la escasa incidencia de las políticas públicas en materia de transporte público colectivo.

Residuos

La producción de residuos expresa el funcionamiento del metabolismo de las sociedades, es decir su comportamiento en cuanto a uso y derroche de recursos. Mediante el análisis de la *generación de residuos sólidos urbanos* (RSU) -compuestos por residuos en masa, papel y cartón, cristal, envases, restos de poda y jardinería- se puede observar la estacionalidad metabólica de Eivissa (Consell d'Eivissa, 2008-2018). Estos han pasado de las 111.571 toneladas en el 2008 a las 148.149 Tm en el 2018, es decir que han aumentado un 32,78%. En términos generales, la generación de residuos en masa per càpita en la isla se situava entorno a los 2,8 kg/persona/día en el 2018. No obstante, cabe subrayar la elevada estacionalidad en la generación de los residuos. Así, la producción de RSU en los meses de temporada alta turística es algo superior al doble de la de los meses de invierno (Fig. 1). Por lo tanto, este incremento en los residuos esta relacionado con la incidencia de la población flotante turística. En cuanto a la distribución territorial de la generación de RSU tenemos que la mayor concentración se observa en los muncipios de Eivissa, Santa Eulària de Riu y Sant Josep de sa Talaia con un 64,8% del total.

Del total de RSU podemos señalar que la *recogida selectiva* (papel y cartón, cristal, envases) ha experimentado un crecimiento progresivo, pasando de las 8.735 Tm en el 2008 a las 26.863 Tm en 2018. No obstante, la recogida selectiva tan solo representa un 15,13% del total de RSU, muy lejos de los objetivos de las políticas de gestión de residuos de la UE que en el 2035 deberá suponer el 65% de los RSU.

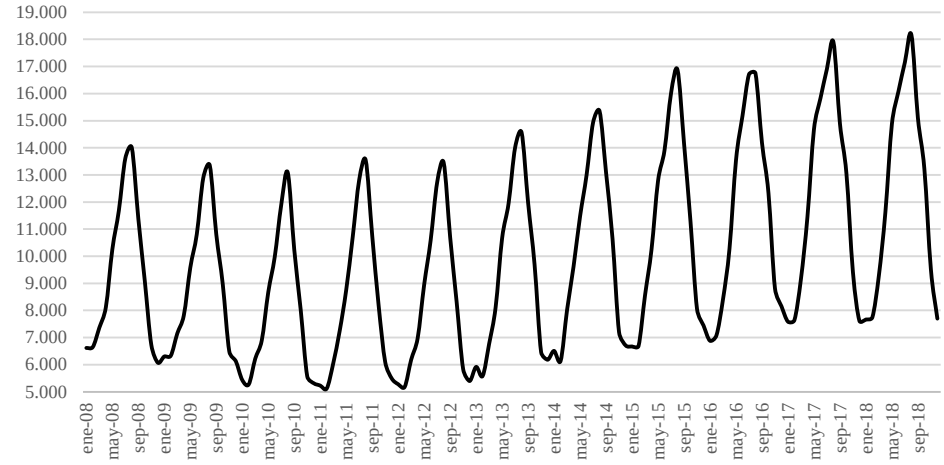


Fig. 1. Evolución de la generación de residuos urbanos en Eivissa, 2008-2018.
Fig. 1. *Urban waste generation evolution in Eivissa, 2008-2018.*

Energia

El *consumo bruto de energía* nos permite analizar el consumo de energía de Eivissa y Formentera, diferenciando las fuentes y los recursos energéticos utilizados (GOIB, 2020; del Valle *et al.*, 2017). El consumo bruto de energía en las Pitiüsas en tan solo diez años, entre 2008 y 2018, ha aumentado unas 100.000 Tep, hasta alcanzar 472.843 Tep en el 2018. El balance energético de Eivissa y Formentera muestra una ruptura a partir del 2011 cuando entró en funcionamiento el gaseoducto con la península y los productos petrolíferos utilizados previamente en las centrales térmicas fueron sustituidos por el gas natural canalizado. Al analizar ese *consumo bruto de energía por sectores* podemos apreciar como el sector que más energía consume es el transporte con 62,7 % del total -transporte terrestre con un 34,7% y el transporte aéreo con un 26,8%-. Por otro lado, las *emisiones de* CO_2 derivadas del consumo de combustibles fósiles se han mantenido bastante estables en relación al 2008, precisamente por la sustitución de derivados del petróleo para la generación eléctrica por gas natural a partir de 2012. Así, dichas emisiones han oscilado en torno a las 1.100 kt CO_2 (del Valle *et al.*, 2017).

Ciclo del agua

El consumo de agua es un factor crítico en unas islas bajo clima mediterráneo y con una elevada presión turística estival. Así pues, el *consumo urbano de agua* en las Pitiüsas ha oscilado entre 16,8 Hm^3 el 2000 y 18,6 Hm^3 el 2018. La procedencia del agua suministrada ha sufrido un cambio significativo, pasando de una clara preponderancia de los recursos subterráneos frente a los recursos no convencionales (agua desalada). En el año 2018 las aguas desaladas representan ya el 44,6% del total de agua suministrada. Desde el año 1994, la *producción de agua desalada* ha aumentado desde unos 1,4 Hm^3 hasta los 8,4 Hm^3 de 2018. El agua desalada en la isla de Eivissa en el 2018, representaba el 44,6% del suministro urbano total. Un dato que cabe remarcar són las pérdidas de agua en la red que

alcanzan el 28,5% del agua suministrada. Si analizamos el suministro de agua por municipios, podemos apreciar un aumento generalizado de las exigencias hídricas en todos ellos. No obstante, se pueden destacar la elevada media diaria de suministro en los municipios de Sant Josep (537 litros/hab./día) y Santa Eulària (438 litros/hab./día), frente a los 228 litros/hab./día de Sant Joan de Labritja en el año 2018 (del Valle *et al*., 2017).

Finalmente, la enorme presión sobre los recursos hídricos subterráneos se analiza a través del indicador del *estado cualitativo del agua*. En concreto se estudia el contenido en cloruros y nitratos para determinar la calidad de las masas de agua. El año 2016 de las 19 masas subterráneas de las Pitiüsas, 12 presentaban unas concentraciones superiores al valor umbral de cloruros y por lo tanto están consideradas en mal estado -intrusión marina- (del Valle *et al*., 2017).

Discusión y conclusiones

Los resultados muestran que desde la explosión de la crisis se ha producido un nuevo boom turístico que viene expresado por los 3.19 millones de turistas que llegan a las islas Pitiüsas. La creciente turistizacion expresada en ratio turista/residente sitúa las Pitüsas en lo alto del *Top Ten* de las destinaciones turísticas mundiales con unos valores de 21.98 turistas/habitante el 2018. A consecuencia la capacidad de alojamiento turístico se ha visto alterado por la irrupción de la mercantilización turística de la vivienda, mientras que la planta alojativa ha aumentado su categoría. El incremento de los precios de alquiler ha provocado que en el 2019 el 80,2% del salario medio se destine íntegramente al pago del alquiler, provocando una escesiva carga financiera de las familias. Dicha mercantilización turística de las viviendas ha provocado un aumento de los precios no solo del alquiler, sinó de compra, situando a Eivissa encabeza de los incrementos estatales del precio de compra y alquiler. Esta situación es insostenible para las clases trabajadoras, que además han visto recortados sus ingresos salariales y disminuidos sus derechos laborales. Por otro lado, la fuerte dependencia del transporte privado a causa del modelo urbanístico disperso y escasas políticas de promoción del transporte público provoca una saturación de las principales carreteras, con una tasa de motorización de 1.021,4 vehículos /1.000 habitantes, duplicando el número de vehículos por habitante del resto del territorio español. A todo esto, se le tienen que sumar los coches de alquiler, la gran mayoría un 90% aproximado no matriculado en la isla. Además, el transporte terrestre representa la principal fuente de emisiones de CO_2 en la isla. En relación a la cuestión de residuos se ha producido un aumento notable de la generación de RSU, con una cantidad de residuos *per capita* que duplica la media española. Por otro lado, aunque la recogida selectiva de RSU se ha incrementado, esta solo representa el 15% del total. Otro aspecto a destacar és la contribución al cambio climático a partir de las emisiones de CO_2 que en el 2015 llegaron a los 6,72 Tm CO_2 *per capita*, superando la media española y de la UE. Aunque cabe remarcar que la introducción del gas natural en la generación eléctrica ha supuesto una estabilización de las emisiones. También los recursos hídricos están sujetos a una fuerte presión debido al abastecimiento urbano (población residencial y turística) provocando la sobreexplotación de los acuíferos y la salinización de la mayoría de las masas de agua. Los crecientes problemas de la sobreexplotación de los acuíferos han provocado una creciente dependencia de agua desalada, aunque su producción se traduce en un mayor consumo

energético y por consiguiente en un incremento de las emisiones de gases de efecto invernadero. Finalmente, cabe advertir que nuestra sociedad se encuentra en un momento de crisis que va más allá de lo puramente económico. Los ecosistemas han sido terriblemente degradados y para la supervivencia no solo de la humanidad resulta imprensindible adquirir modelos sociales más justos y sostenibles.

Agradecimientos

Este trabajo es una contribución al proyecto de investigación financiado con fondos FEDER del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y Agencia Estatal de Investigación titulado: "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31), https://overtourism-degrowth.uib.eu/.

Referencias bibliográficas

ATB (1998-2018) El turisme a les Illes Balears. Dades informatives, Conselleria de Turisme: Govern de les Illes Balears, Palma.

Bellaco, D. (06/08/2019). Una plataforma ciudadana denuncia el alquiler de balcones dormitorio en Ibiza. Politica, Digitalsevilla. En: https://digitalsevilla.com/2019/08/06/una-plataforma-ciudadana-denuncia-el-alquiler-de-balcones-dormitorio-en-ibiza/ consultada: abril de 2020.

Consell de Eivissa: Generació de residus any actual i històric. En: http://www.conselldeivissa.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fdes_d4_v2.jsp&codbusqueda=436&language=ca&codMenuSN=523&codMenu=638. Consultada:15 de abril de 2020.

Del Valle, L., Murray, I., Pons, G.X. y Calvo, J. 2017. *Capacaidad de carga socioambiental de la isla de Eivissa.* Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears, 26: 210 pp.

DGRH Govern de les Illes Balears, Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient i Territori. Producció anual d'aigua desalada per l'abastiment urbà a les Illes Balears (1994-2019) a: http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=2995167&coduo=209&lang=ca, consultada:2020.

EUROSTAT 2020 en: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Europe_2020_headline_indicators consultada:abril de 2020.

GOIB. 2020. Portal energètic del govern de Illes Balears. En: http://www.caib.es/sites/energia/ca/l/taules_estadastiques_excel/. Consultada: abril de 2020.

IBESTAT Institut d'Estadística de les Illes Balears (https://ibestat.caib.es/ibestat/inici) consultada: abril del 2020.

INE (Instituto Nacional de Estadística). https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2019/50/ consultada en abril del 2020.

López Anaïs (2018). La vivienda en alquiler en el año 2018. Fotocasa: http://www.fotocasa.es/indice-inmobiliario_fotocasa.aspx. Consultada en abril de 2020.

Murray, I., Yrigoy, I. y Blázquez-Salom, M. 2017. The role of crises in the production, destruction and restructuring of tourist spaces. The case of the Balearic Islands. *Investigaciones Turísticas* 13, p. 1-29.

Murray, I. 2019. Breu recorregut sobre la qüestió de la sostenibilitat i els seus indicadors a les Illes Balears. Col·lectiu Alternatives (ed.). Eines per a una estratègia cap a la sostenibilitat. Palma: Col·lectiu Alternatives, p. 9-22 (https://fundacionsdardermascaro.cat/sites/fundacionsdardermascaro.cat/IMG/pdf/llibre_col_alternatives.pdf).

Palomo, R.J. (01/06/2018). El Consell d'Eivissa límita el alquiler turístico a 20.500 plazas. Ultima hora Noticias. El Economico-Seminario de la empresa y el turismo de Baleares. En:

https://www.ultimahora.es/noticias/economico/2018/06/01/1004063/consell-eivissa-limita-alquiler-turistico-500-plazas.html Consultada: abril de 2020.

Parque de vehículos de las Illes Balears, por municipios y según tipología a partir de IBESTAT. En: https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/00ce6b3e-018a-4564-b3a4-cfe49acf9f14/96a7c380-fac1-44ce-a56c-524232c36227/es/E70044_00002.px. Consultada: abril de 2020.

Pisos.com. 2020. Evolución de los precios en Ibiza

Red de carreteras de Eivissa a partir del Consell d'Eivissa. En: http://www.conselldeivissa.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?codbusqueda=454&codMenu=663&codMenuCN=560&codMenuSN=522&seccion=s_fdes_d4_v2.jsp&language=ca. Consultada: abril de 2020.

Terraferida 2018. Desmuntant Airbnb, estiu 2018. https://terraferida.cat/2018/08/04/desmuntant-airbnb-estiu-2018/ (abril 2020).

Vaquer, I. (18/10/2018). Avat estima que hay más de 20.000 plazas de alquiler vacacional irregular en Ibiza. Períodico de Ibiza y Formentera. Pitiusas. En: https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2018/10/18/1032329/avat-estima-hay-mas-000-plazas-alquiler-vacacional-irregular-ibiza.html consultada: abril de 2020.

Comparativa entre la imatge orgànica i induïda d'una destinació no urbana a través d'Instagram: El cas del Penedès

Roger CALAF-FERRÉ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Calaf-Ferré, R. 2020. Comparativa entre la imatge orgànica i induïda d'una destinació no urbana a través d'Instagram: El cas del Penedès. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. XVII Coloquio Internacional de Turismo AGE-UGI. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 221-231. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La capacitat i potencial de creació de la Imatge Turística d'una Destinació (TDI, en endavant) divergeix significativament entre territoris, especialment entre aquelles destinacions urbanes i no urbanes. L'aglutinament poblacional en àrees urbanes redueix el contacte i relació amb zones no urbanes i, per tant, en limita la reproducció i difusió d'imatges pertanyents a aquest àmbit. El paper de les xarxes socials esdevé clau en l'acceleració qualitativa i, sobretot, quantitativa de la generació d'informació respecte a destinacions i emplaçaments. Cal afegir que aquesta escletxa d'oportunitats s'incrementa entre destinacions, també a causa de la disponibilitat més gran de recursos i eines relatius al *Business Intelligence*, tant per part institucional com pel sector privat. Per tal de contribuir a rebaixar el creixement d'aquesta segregació espacial, es planteja un sistema que permeti mesurar i comparar la projecció de la imatge induïda i de la imatge orgànica d'una destinació turística projectada a través d'Instagram mitjançant un procediment de costos reduïts i tècnicament simplificat.

Paraules clau: *imatge de la destinació, imatge induïa, imatge orgànica, xarxes socials (Instagram).*

COMPARATIVE STUDY BETWEEN ORGANIC AND INDUCED DESTINATION IMAGE THROUGH INSTAGRAM: THE CASE OF PENEDES. The production of Tourism Destination Image (TDI) –and its potential spread– differs greatly between territories, and especially so between urban and non-urban destinations. The concentration of population that defines urban areas lessens the mutual contact and kinship vis-à-vis their non-urban counterpart, thus limiting the exposure and circulation of images in this field of interest. In this context, the role of social media reveals itself as essential for both the qualitative and (especially) quantitative upswing of the production of information referred to destinations and locations. It is also worth mentioning that this opportunity gap is greater amongst destinations, in part due to a rise in the availability of *Business Intelligence* resources and tools –both regarding the public and the private sectors. In order to help easing off the growth of such spatial segregation, a system ought to be set out that allows the measurement and comparison of the projection of induced and autonomous tourism destination images on Instagram through a procedure that is both limited in its costs and technically streamlined.

Key words: *tourism destination image (TDI), induced image, organic image, social media (Instagram)*

Roger CALAF-FERRÉ, UAB Dpt Geografia Campus Bellaterra, Edifici B. c/ de la Fortuna, s/n, 08193 Bellaterra, Barcelona. roger.calaf@uab.cat.

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 20-julio-2020.

Introducció

L'exposició i representació dels atractius turístics que integren una destinació esdevenen un element clau a l'hora de definir i crear la imatge de la destinació turística (TDI) (Tasci, Gartner i Cavusgil, 2007). I, conseqüentment, per fixar criteris que encaminin al turista a decantar-se per la visita a un territori determinat. Aquest fet suposa un hàndicap per a les destinacions no urbanes, que comporta una menor difusió de les imatges a causa de l'aglutinament poblacional en regions urbanes. D'aquesta manera es produeix una representació no uniforme dels territoris (Paül, 2019).

A la dificultat inherent a causa de la multidimensionalitat que suposa la creació i gestió de la imatge turística, cal sumar-hi un nou element, el paper de les xarxes socials en l'acceleració qualitativa i, sobretot, quantitativa de la generació d'informació respecte a destinacions i emplaçaments (Chung i Buhalis, 2008; García-Palomares i Gutiérrez, 2015). La concentració demogràfica en nuclis urbans suposa una major reproducció a les xarxes socials d'estils de vida, elements i atractius, qüestió que magnifica la polarització territorial.

Amb l'objectiu d'aportar eines funcionals que possibilitin l'estudi de la imatge de la destinació i permeti l'estimulació del turisme en àrees no urbanes es planteja una metodologia fàcilment implementable, econòmicament viable i tècnicament aplicable. De la qual s'obtenen resultats i conclusions que han de permetre optimitzar estratègies i accions de màrqueting turístic i comunicació.

Metodològicament, es porta a terme un recull, neteja, classificació i visualització dels resultats utilitzant principalment softwares i eines de codi obert i/o gratuïtes. La font d'obtenció d'informació emprada per a la realització de l'estudi ha estat la xarxa social Instagram. Per al reconeixement de les imatges es va utilitzar l'eina el *Google API Cloud Vision*. Per tal de facilitar l'ús de l'eina, es va desenvolupar un sistema vinculat a *Google API Cloud Vision*. Aquest procediment només consta de la creació d'un punt *d'input* (càrrega d'imatges) i d'un punt d'*output* (agregació dels resultats segons factors d'influència sobre la imatge de la destinació en format .xlsx). La classificació de resultats es porta a terme segons els factors d'influència sobre la imatge de la destinació aplegats en nou dimensions proposades per Beerli i Martin (2004).

Antecedents

La integració i ús de les xarxes socials (XXSS) en la quotidianitat global ha significat un canvi rellevant en la comunicació de l'activitat turística i en la relació del turista amb la destinació i viceversa (e.g. Hays *et al.*, 2013; Mariani *et al.*, 2016; Wong i Qi, 2017). Un fet que ha representat una readaptació conceptual tant per a la part de l'oferta com de la demanda. Actualment, els viatgers poder accedir de manera més fàcil i ràpida a la informació relativa a la destinació i el nombre de fonts i procedència de la informació que poden ser consultats ha estat incrementat. També ha variat la forma en com es planeja i es reserva el viatge, així com la manera en com es comparteixen les experiències viscudes (Buhalis i Law, 2008; Chung i Buhalis, 2008; Xiang i Gretzel, 2010). Els ens gestors de la

destinació (en endavant DMOs; Destiantion Manager Orgranizations), per una banda, han hagut de readaptar canals, formats i missatge a una nova forma de comunicació. D'altra, s'ha obert un immens camp d'oportunitats per contactar i conèixer de manera més precisa i, en molts casos, més econòmica la percepció que el mercat té i projecta de la seva destinació. És a dir, incrementar el coneixement que es té de la demanda.

En els darrers anys el contingut generat per l'usuari (UGC en endavant; User-Generated Content) a les xarxes socials, ha estat una font habitualment emprada en la recerca turística (e.g. Hays *et al.*, 2013; Mariani *et al.*, 2016; Wong i Qi, 2017; Xiang i Gretzel, 2010; Paül, 2019). Aquests canals permeten accedir a quantitats ingents d'informació, fet que fa indispensable la neteja i garbell de les dades. També, ofereixen la possibilitat de fer un seguiment actualitzat de preferències (i en conseqüència de les tendències) del mercat i les formes i valors del consum del turisme. En contraposició, també cal dir que l'adopció i ús de les XXSS no és equitativa ni per franges d'edat ni per estrats sociodemogràfics ni tampoc en l'ús de les diferents plataformes (Hootsuite, 2020).

El punt de vista dels diferents treballs realitzats relatius a les forces de mercat ha estat desigual. En aquesta primera fase de "descobriment" de les fonts digitals per a fins de recerca turística, el coneixement de la demanda han tingut prevalença en el volum de producció literària (e.g. Hunter, 2016; García-Palomares i Gutiérrez, 2015; Paül, 2018b). Malgrat que de manera menys nombrosa, la informació publicada a les XXSS també ha estat font per a l'estudi de la imatge projectada per les DMO (e.g. Molinillo *et al.*, 2018; Mariani *et al.*, 2016).

L'ús de diferents plataformes també és dispar. Si bé Facebook pel seu nivell de disseminació ha estat el recurs explotat amb més assiduïtat (e.g. Mariani *et al.*, 2016, Molinillo *et al.*, 2018; Park *et al.*, 2016), també es troben estudis elaborats a partir de la informació presentada en altres plataformes com TripAdvisor (e.g. Wong i Qi, 2017; Marine-Roig i Ferrer-Rosell, 2018), Instagram (Paül, 2019) o Twitter (Hays *et al.*, 2013).

El marc d'aquest estudi proposta una comparativa entre la imatge projectada a través de dues fonts secundàries (Gunn, 1972): les fonts induïdes, és a dir, la imatge projectada pels gestors de la destinació, la relativa a l'oferta; i les fonts orgàniques, fonts d'origen divers no vinculades directament a la DMO tal com viatgers, població local i altres prescriptors directes o indirectes (Fakeye i Crompton, 1991), principalment vinculades a la demanda. Per a aquest projecte, s'ha considerat essencial incloure les imatges generades també pels locals, en tractar l'enoturisme com el producte turístic objecte d'estudi. Part de l'atractiu turístic consubstancial en l'enoturisme rau en la percepció de l'estil de vida local (Serrano, 2015). Ha estat detectat en diversos casos que l'entorn/escenari vitivinícola, també anomenat *Winescape* per alguns autors, i l'amabilitat i hospitalitat dels habitants de la regió (on s'inclou personal al celler i restauració) esdevenen els principals factors d'impacte positiu sobre els turistes (Bruwer i Alant, 2009; Serrano, 2015; Getz i Brown, 2006; Bruwer i Lesschaeve, 2012; Figueroa i Rotarou, 2018). Per tant, s'entén que la imatge de la destinació projectada pels habitants de la zona resulta rellevant per a la investigació.

Tornant als antecedents, Wong i Qi (2017) en l'estudi del seguiment de l'evolució de la imatge turística de Macau a partir de les ressenyes a TripAdvisor, classifiquen i representen numèricament la projecció de la imatge de la ciutat. Les ressenyes obtingudes en

l'esmentada plataforma són classificades en nou dimensions[1], assignant un percentatge de freqüència d'aparició de cada una de les temàtiques vers al total. Aquesta fórmula és presa de l'esquema prèviament formulat per Beerli i Matín (2004).

Per la seva part, Paül (2018b) plantejà un estudi de la representació d'una destinació turística a Instagram i fonts impreses de destinacions. Posteriorment, el mateix autor empra una estructura d'investigació similar en la cerca de diferències entre la representació turística de l'UGC a Instagram i la informació promocional en guies i fulletons turístics oficials en destinacions no urbanes (Paül, 2019). D'on se'n conclou una menor representació de les àrees no urbanes, és a dir, l'entorn principal per al desenvolupament de l'activitat enoturística.

Marc teòric

Enoturisme

L'enoturisme o turisme del vi ha estat definit com aquella activitat turística en què "*la visita a vinyes, cellers, festivals i mostres de vi on el tast de vi i/o experimentar els atributs d'una regió vitivinícola són els principals factors motivadors per als visitants*" (Hall *et al.*, 2000). El turisme del vi es basa en una combinació entre el mateix turista i el "producte enoturístic". Un producte que es pot definir com "*la unió entre el turisme i les indústries vitivinícoles en el context més ampli de la regió vitivinícola*". És a dir, es fa referència a un "*producte no vinculat únicament als cellers* (malgrat que siguin el nucli principal de l'activitat), *el personal i l'entorn, sinó també a la relació més amplia amb producte turístic regional*" (Mitchell i Hall, 2006). Per tant, es podria identificar l'enoturisme com a un producte turístic de naturalesa principalment no urbana, atès que la visita a vinyes, cellers i l'entorn esdevenen primordials en el desenvolupament de l'activitat.

Des de l'Organització Mundial del Turisme (UNWTO) en la declaració extreta de la 1a Conferència Global sobre l'Enoturisme es reconeix el potencial del turisme del vi per al desenvolupament econòmic i social en àrees rurals. En l'anomenada Declaració de Geòrgia s'apunta a la capacitat de contribució de l'enoturisme a: i) fomentar el turisme sostenible [...]; ii) generar importants beneficis econòmics i socials [...], i preservació dels recursos culturals i naturals; iii) facilitar la vinculació de les destinacions d'un mateix entorn amb l'objectiu [...] de maximitzar les sinergies [...]; iv) oferir oportunitats a destinacions turístiques subdesenvolupades [...], per madurar al costat de destinacions establertes [...]; i v) proporcionar una forma innovadora l'experiència cultural i l'estil de vida d'una destinació, [...] (UNWTO, 2016a). Així doncs, es considera que el turisme del vi representa una oportunitat per a revitalitzar i diversificar el turisme, promoure el desenvolupament econòmic local, particularment en àrees no urbanes, implicant diversos sectors econòmics i aportar nous usos i recursos al sector primari (UNWTO, 2016b).

Entre els objectius establerts per al desenvolupament actual de l'enoturisme s'estableix el millor coneixement del sector i del turista, principalment l'impacte i les tendències; la digitalització del sector, des del màrqueting, la venda, la fidelització i la imatge de

[1] General Infrastructure; Tourism Infrastructure; Tourism Leisure and Recreation; Culture History and Art; Political and Economic Factors; Nature and Environment; Social Environment; Atmosphere of the Place.

destinació; involucrar del visitant: *travel pledge* i retorn a la "comunitat"; i la generació d'identitat i marca (UNWTO, 2020). Objectius difícilment assolibles i avaluables sense l'aportació d'eines que permetin conèixer millor la demanda, les pròpies accions i les tendències.

Com s'exposava anteriorment l'aglutinament poblacional en àrees urbanes limita la reproducció i difusió d'imatges pertanyents a aquest àmbit a causa de la manca de contacte i relació amb el territori. Fet que produeix una representació no uniforme dels territoris. Una situació que s'accentua a causa del paper de les XXSS en la reproducció d'informació respecte a destinacions (Paül, 2019).

Imatge Turística de la Destinació (TDI)

La TDI és acceptada com un dels elements de més gran repercussió sobre la conducta del turista. Aquet reconeixemnet l'ha convertit en un objecte recorrent de la recerca acadèmica des de la dècada dels '70 fins a l'actualitat (e.g. Jenkins, 1999; Tasci *et al.*, 2007; Crompton, 1979; Marine-Roig i Ferrer-Rosell, 2018). La TDI es percep com un component fonamental per a la gestió competent de la destinació, disseny d'estratègies de màrqueting i posicionament de marca (Molina *et al.*, 2010; Marine-Roig i Ferrer-Rosell, 2018). Tanmateix, en molts casos, la multi-dimensionalitat, la intagibilitat, la subjectivitat y la dificultat de mesura que constitueixen el propi concepte sumat a la holística inherent a la pròpia activitat turística en dificulten l'acotació de la definició.

Entre les diferents fonts que conformen la TDI es troben les primàries, és a dir, aquelles vinculades a l'experiència viscuda en primera persona (no interpretades per un tercer agent), i les secundàries, aquelles en les quals l'*input* prové un tercer agent i, per tant, interpretat (Gartner, 1993). A la vegada, les fonts secundàries es subclassifiquen en induïdes, autònomes i orgàniques (Shelby i Morgan, 1996; Tasci i Gartner, 2007; Xiang i Gretzel, 2010, Mariné-Roig, 2015). El criteri, en aquest cas, és la procedència de la informació. En primer lloc, es trobaria la mateixa destinació com font, és a dir, la imatge creada i dispensada des de l'oferta. En segon, apareixen les fonts independents o autònomes, com poden ser agents externs com la premsa, pel·lícules, etc. I en tercer, la imatge formada des del costat de la demanda, l'orgànica, la projectada pels viatgers, entre les que es consideraria el UGC.

En els darrers anys el paper del UGC a les xarxes socials ha provocat un gran impacte sobre la projecció i percepció de la imatge de les destinacions turístiques. L'ús, atenció, interacció i volum d'informació produït ha situat a les XXSS com un dels canals prioritaris, sinó el principal, en l'actual mode de relació amb el turista (Buhalis i Law, 2008; García-Palomares i Gutiérrez, 2015; Hays *et al.*, 2013; Mariani *et al.*, 2016). Un espai que pren especial rellevància, atès que es genera un context comú per agents inductors, autònoms i orgànics.

Relatiu la distribució de l'activitat produïda a les XXSS, les tres plataformes amb el nombre d'usuaris actius més elevat són YouTube (28M), Facebook (21M) i Instagram (16M) (Hootsuite, 2020). Entre aquestes, Instagram és l'única que basa la informació compartida en imatges estàtiques, fet que la converteix en la xarxa idònia per a l'elaboració d'aquest estudi. Cal apuntar també que, junt amb Facebook, són dues de les XXSS en què gairebé la meitat dels seus usuaris (47%) consulten diàriament. A més, Instagram també és la xarxa social que ha experimentat un creixement més gran durant l'any 2019 i l'inici del

’20 (IabSpain, 2020). Un altre factor a destacar d’aquesta xarxa és que des de la perspectiva de distribució dels seus perfils per gèneres és relativament equitatiu amb relació al total de la població, sent el 54,6% femenins i el 45,4% masculins (Hootsuite, 2020). La valoració d’aquestes xifres i context metodològic condueixen a la determinació d’establir la xarxa social Instagram com a font de l’estudi, atès que el funcionament de la plataforma es basa en el compartiment d’imatges, el nivell de disseminació i la distribució de gènere.

Metodologia

El marc geogràfic d’estudi és el Penedès. En aquest cas, i donat que s’està parlant d’una àrea turística, no es fa referència exclusiva al territori delimitat políticament per les comarques de l’Alt i el Baix Penedès. S’entén com a destinació enoturística una aproximació a l’àrea abastada per la D.O. Penedès, també anomenat “Gran Penedès”. Malgrat que al Penedès es troben diversos nuclis urbans (5) majors de 10.000 habitants (IDESCAT, 2020), el gruix del territori, i en derivat la destinació, està format per municipis de menors i, per tant, podria ser definida com a una àrea no urbana.

Per a la realització aplicada de l’estudi es parteix de la premissa d’utilitzar per a l’execució metodològica softwares i eines de codi obert i/o gratuïtes, atesa la limitació de recursos que es produeix habitualment en la gestió de destinacions turístiques no madures.

Metodològicament, el procés d’anàlisi de les dades es conforma de quatre fases principals: 1) recull de dades (*data mining*), 2) neteja del *data set*, 3) classificació i 4) visualització de les dades.

El procés de mineria i extracció de les dades es conforma per dues fases. En primera instància, es realitzà un estudi dels *hashtags*[2] més utilitzats a Instagram relatius a la destinació. El criteri establert va ser la referència a la destinació (marc Penedès), al producte enoturístic i el volum de referències. Seguidament, durant l’abril de 2019, fent ús del software *4kStogram*, es descarregaren 360.243 imatges i vídeos etiquetats amb els *hashtags* seleccionats pujats a la xarxa des de l’any 2011. Cal ressaltar també en aquest punt que, en la investigació s’han emprat exclusivament imatges de caràcter públic.

Constituït el *data set* es procedeix a la seva neteja mitjançant tres processos. Primerament, atès que el marc temporal de l’estudi s’estableix en el UGC generat l’any 2018, es filtren les imatges a partir del nom de l’arxiu, el qual feia referència a l’any de pujada. És a dir, es seleccionen només aquelles imatges on el nom de l’arxiu inclogui una data de 2018 (113.584 arxius). Des d’un inici, són separades les imatges pujades en el compte de la DMO (@enopenedes)[3] de la resta d’imatges (241 imatges en format .jpg + 22 en format .mp4). En segon lloc, es treballa en l’homogeneïtzació del format dels arxius. Els arxius descarregats en primera instància tenen dos formats, o bé .jpg (imatge estàtica) o bé .mp4 (imatges dinàmiques; vídeos). Per a aquest garbell, s’utilitza l’administrador d’arxius del propi *Windows10Pro*. En el mateix gestor es poden ordenar els arxius pel tipus de format. Així doncs, es poden destriar aquells arxius en format .mp4 que no seran

[2] #penedes #penedès #penedesexperience #penedèsexperience #penedesamaritim #penedèsmarítim #baixpenedes #baixpenedès #penedesgrafies #altpenedes #altpenedès #dopenedes #dopenedès #igerspenedes #igerspenedès #enoturismepenedes #enoturismepenedès

[3] Els arxius procedents de la DMO (Enoturisme Penedès) no es descarreguen seguint el criteri de *hashtags* sinó que es decarreguen directament del perfil, emprant el mateix software.

considerats en l'aplicació de l'estudi, donat que són una minoria i tècnicament encara no es gaudeix de prou precisió de reconeixement en les aplicacions d'anàlisi visual. D'aquí se n'extreuen 109.762 arxius en format .jpg. Continuant el procés de neteja del *data set*, en tercer lloc, es procedeix a eliminar totes aquelles imatges amb el mateix contingut. Atès que una mateixa imatge pot ser etiquetada amb diferents *hashtags*, i donat que el criteri de descàrrega són els *hashtags*, es presenta la situació en què una mateixa fotografia pot haver estat descarregada dues o més vegades. Per tant, a fi de no esbiaixar la mostra es considera necessari l'eliminació d'aquests arxius amb contingut duplicat. Mitjançant el software *FileRemaner* els noms dels arxius varen ser homogeneïtzats (la menció al *hashtag* va ser exclosa), eliminant la part del nom que fa referència al *hashtag*. Així doncs, fent ús només de *Windows10Pro*, totes aquelles fotos que comparteixen nomenclatura són detectades i poden ser excloses de la base de dades. El resultat d'aquesta operació és l'eliminació de 24.438 arxius. És a dir, el *data set* en aquest punt quedava conformat per 85.324 imatges.

Un cop la base de dades va ser netejada, es va procedir al reconeixement de les imatges mitjançant l'eina desenvolupada per Google, el *Google API Cloud Vision*. Per tal de facilitar l'ús de l'eina, es va desenvolupar un sistema vinculat a *Google API Cloud Vision*. Aquest procediment només consta d'un afegit d'un punt *d'input* i d'un punt d'*output*. És a dir, es va crear un punt de càrrega de les imatges a través d'una carpeta creada al núvol (la creada va ser en un compte de Google per facilitar l'adaptació de l'API), i d'un punt de recollida de resultats. Referent a l'*output*, es va programar una un sistema d'agregació dels resultats per freqüència. Això significa que, es van agrupar el nombre de vegades que apareixien imatges reconegudes amb la mateixa temàtica aplicant un percentatge de freqüència a cada una de les etiquetes. Convé ressaltar que l'obtenció dels resultats en les eines de reconeixement d'imatge és pluridimensional i no ofereix uns resultats amb una precisió del 100%. Per exemple, en una imatge on apareix un parc de barriques dins un celler el resultat per a aquesta imatge seria: 99% *Barrel* – 99% *Winery* – 95% Winecellar – 87% *Brewery* – 78% *Winemaker* (Fig. 1). Per a la posterior classificació només s'han tingut en compte principalment els dos primers factors amb més percentatge de representació. Així doncs, l'exemple quedaria classificat en el grup *Barrel-Winery*.



Fig. 1. Exemple de la distribució de resultats d'una imatge del *data set*.
Fig. 1. *Results distribution example from a data set picture.*

Tanmateix, per a la classificació definitiva s'han desestimat algunes de les etiquetes o bé per ser massa genèriques o bé per redundància dels conceptes, com en el cas de l'exemple *Winery* i *Wine Cellar*. També s'ha donat més rellevància a partir de criteris propis a algunes de les etiquetes com *Vineyard* donada la naturalesa i focus de l'estudi.

Les imatges van ser tractades de manera separada segons la font de procedència, és a dir, si les imatges havien estat pujades pel gestor de la destinació o bé per altres usuaris.

Un cop destriats els conceptes vinculats a les fotografies els resultats varen ser classificats en dos grups (a partir d'una agregació ponderada de les etiquetes), segons si les imatges havien estat pujades pel gestor de la destinació (font induïda) o bé per altres usuaris (font orgànica). Separat per fonts, es van vincular les etiquetes als factors d'influència sobre la imatge de la destinació resumits en les nou dimensions[4] proposades per Beerli i Martin (2004) i posteriorment emprades per Wong i Qi (2017). Sobre aquesta base es proposa una lleu adaptació incloent el grup "anuncis i publicitat", a causa del gran volum detectat, i suprimint "atmosfera del lloc", atesa l'abstracció del concepte que no pot ser detectada per l'eina de reconeixement.

Posteriorment, ja treballant dins de cada una de les dimensions, els diferents recursos són presentats segons el percentatge de freqüència d'aparició respecte al total (Veure taula 1). En aquest punt són comparats els recursos projectats i la freqüència d'aparició entre els grups d'imatges procedents de fonts orgàniques i induïdes.

Resultats

Els primers resultats obtinguts condueixen a reflexions, per una banda, de caràcter quantitatiu, i d'altra, sobre els aspectes metodològics.

Les dades estudiades fins a la data ens mostren dues tendències evidents: 1) el gran creixement positiu en el nombre de publicacions que aquest canal registra (143 arxius pujats l'any 2011 vers els 113.584 pujats al 2018 amb una tendència creixent any rere any) i 2) la diferència exponencial en el nombre de publicacions per part de les fonts orgàniques i les induïdes (263 per part de la DMO i 113.584 a través de fonts orgàniques). Tot i que l'objectiu estudi no estableix el càlcul de la repercussió es considera necessari incidir futurament en aquest factor.

També s'observen divergències de caire més qualitatiu entre les dues fonts. Es perceben diferències en el pes relatiu del protagonisme dels recursos turístics a la que, a més, s'afegeix la presentació de diferents atractius (Taula 1).

Quant a qüestions metodològiques, cal apuntar que un dels factors que dificulten el reconeixement és la baixa resolució de les imatges. En aquest estudi han estat detectats arxius amb un pes menor a 40kB, fet que ens indica una qualitat relativa de les imatges.

Per a la neteja de la base de dades, es va valorar utilitzar eines gratuïtes per detectar imatges duplicades. Tanmateix, aquesta acció eliminava els casos en el quals una mateixa fotografia havia estat penjada dues vegades en diferents comptes o dies diferents. El garbellat aplicat portat a terme a través del nom de l'arxiu evitava aquest fet. S'entén que

[4] Natural Resource; General Infrastructure; Tourism Infrastructure; Tourism Leisure and Recreation; Culture History and Art; Political and Economic Factors; Nature and Environment; Social Environment; Atmosphere of the Place

una mateixa imatge, si ha estat carregada en dos comptes diferents o en dates diferents té un doble impacte en el receptor. Per aquesta raó es va considerar mantenir les imatges repetides carregades en dos moments o perfils diversos.

També, esmentar que per al reconeixement de les imatges han estat testejades diferents plataformes com *Clarifai* o *Amazon Rekognition*. El primer cas va ser descartat perquè la plataforma està especialitzada en el reconeixement de logotips, tot i estar entrenada també en altres camps. I el segon, ho va ser donada la seva especialització en el reconeixement de fisonomies. Esmentar que en cap cas, tampoc en l'emprat, *Google API Cloud Vision*, la seva utilització és gratuïta.

Finalment, es presenta l'exemple d'una de les dimensions calculades, en aquest cas "Infraestructures turístiques" (*Tourism infrastructures*).

		DMO	Visitors&locals	Org Δ Ind
Tourism Infrastructures	*restaurants*	0,83%	2,24%	-62,95%
	wine heritage	0,83%	0,43%	93,02%
	wineries	1,66%	2,05%	-19,02%
	rural accomodation	0,41%	1,99%	-79,40%
	hotels	0,41%	0,00%	-
	events	0,41%	2,92%	-85,96%

Taula 1. Exemple dels resultats presentats per la dimensió "Infrastrucutres turístiques".
Table 1. *Presented results of "Tourism infrastrucutres" dimension.*

Conclusions

La finalitat funcional dels resultats aportats és l'aportació d'informació que contribueixi a rebaixar el creixement de la segregació espacial produïda per la major representació d'espais urbans a causa de l'aglutinament poblacional. La implementació metodològica ha estat portada a terme utilitzant exclusivament *software* de codi obert o gratuït i mitjançant uns procediments tècnicament simplificats. La possibilitat de disposar d'un coneixement tècnic avançat a un cost reduït fa accessible a territoris amb recursos limitats l'anàlisi de noves fonts amb un alt impacte sobre la imatge de la destinació. D'aquí el fet que s'apunti a la conveniència d'implementar eines d'aquestes característiques en destinacions no urbanes, a fi d'obtenir resultats i conclusions que permetin optimitzar accions de màrqueting turístic que millorin el posicionament i representació de la imatge turística. La detecció d'oportunitats i tendències de mercat en àrees no urbanes s'assenyala com la funció més significativa de l'aplicació del mètode presentat.

Quant als resultats, si bé les divergències en el volum d'informació generat per les diverses fonts comparades no han de ser estrictament un factor per si mateix determinant en l'impacte de la projecció de la TDI, també és acceptat que les fonts orgàniques compten amb un major grau de credibilitat que les fonts induïdes (Gartner, 1993; Vogt i Fesenmaier, 1998, Mariné-Roig i Ferrer-Rosell, 2018). Així doncs, donada la rellevància i pes de la projecció de la imatge orgànica cal reflexionar sobre la necessitat d'accions de màrqueting *offline* (al territori) que indueixin a projectar, per part dels visitants, la imatge que es desitja des de la destinació.

Referències bibliogràfiques

Beerli, A., & Martín, J. 2004. Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research, 31*(3), 657–681.

Bruwer, J., & Alant, K. 2009. The hedonic nature of wine tourism consumption: an experiential view. *International Journal of Wine Business Research*, 235-257.

Bruwer, J., & Lesschaeve, I. 2012. Wine Tourists' Destination Region Brand Image Perception and Antecedents: Conceptualization of a Winescape Framework. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 29*(7), 611–628.

Buhalis, D., & Law, R. 2008. Progress in tourism management: twenty years on and 10 years after the internet: the state of eTourism research. *Tourism Management, 29*(4), 609-623.

Chung, J. Y., & Buhalis, D. 2008. Information needs in online social networks. *Information Technology and Tourism, 10*(4), 267-282.

Crompton, J. L. 1979. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research, 17*(4), 18-23.

Fakeye, P., & Crompton, J. 1991. Image difference between prospective, fi rst-time and repeat visitorsto the Lower Rio Grande Valley. *Journal of, 30*(2), 10-16.

Figueroa, E., & Rotarou, E. 2018. Challenges and opportunities for the sustainable development of the wine tourism sector in Chile. *Journal of Wine Research*, 243-264.

García-Palomares, J. C., & Gutiérrez, J. M. 2015. Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography, 63*, 408-417.

Gartner, W. 1993. Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketin, 2*(2-3), 191-215.

Getz, D., & Brown, G. 2006. Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management, 27*(1), 146-158.

Gunn, C. 1972. *Vacationscape: Designing Tourist Regions.* Washington: Taylor & Francis.

Hall, M. C., & Mitchell, R. D. 2000. Wine Tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review, 42*(4), 445-465.

Hall, M. C., Sharples, E., Cambourne, B., & Macionis, N. 2000. *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets.* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. 2013. Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism, 16*(3), 211–239.

Hootsuite. 2020. *Digital 2019.* wearesocial.com.

Hunter, W. C. 2012. Projected Destination Image: A Visual Analysis of Seoul. *Tourism Geographies, 14*(3), 419-443.

Hunter, W. C. 2016. The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of Seoul. *Tourism Management, 54*, 221-229.

IabSpain. 2020. *Estudio Anual de Redes Sociales 2019.* Elogia.

IDESCAT. (3 / June / 2020. *idescat.cat/emex*. Recollit de idescat.cat: https://www.idescat.cat/emex/?id=03

Jenkins, O. H. 1999. Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research, 1*(1), 1–15.

Mariani, M., Di Felice, M., & Mura, M. 2016. Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations. *Tourism Management*(54), 321-343.

Mariné-Roig, E. 2015. Identity and authenticity in destination image construction. *Anatolia, 26*(4), 574-587.

Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. 2018. Measuring the gap between projected and perceived destination images of Catalonia using compositional analysis. *Tourism Management, 68*, 236-249.

Mitchell, R., & Hall, C. M. 2006. Wine Tourism Research: The State of Play. *Tourism Review International, 9*(4), 307-332.

Molina, A., Gómez-Rico, M., & Martín-Consuegra, D. 2010. Tourism marketing information and destination image management. *African Journal of Business Management, 4*(5), 722–728.

Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. 2018. DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management, 65*, 116-130.

Paül, D. 2018a. Diferencias de localización en los atractivos turísticos. Comparando imagen proyectada y percibida en Uruguay. *Economía, Sociedad y Territorio, 58*(18), 735-762.

Paül, D. 2018b. Characterizing the location of tourist images in cities. Differences in user-generated images (Instagram), official tourist brochures and travel guides. *Annals of Tourism Research, 73*, 103–115.

Paül, D. 2019. La escasa representación turística de los ámbitos no urbanos. Una comparación de fuentes impresas e imágenes de Instagram. *Pasos, 17*(1), 65-80.

Serrano, D. 2015. *Aproximació territorial a l'Enoturisme com a fenòmen de desenvolupament local a Catalunya.*

Shelby, H. D., & Morgan, R. M. 1996. The resource-advantage theory of competition: dynamics, dependencies, and evolutionary dimesions. *Journal of Marketing, 60*(4), 107-140.

Tasci, A. D., Gartner, W. C., & Cavusgil, S. 2007. Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 31*(2), 194–223.

UNWTO. 2016a. Georgia declaration on Wine Tourism. *1ST UNWTO Global Conference on Wine Tourism.*

UNWTO. 18 / Maig / 2020. *4ª Conferencia Mundial de Turismo Enológico de la OMT - Conclusiones.* Recollit de unwto.org: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-12/Conlusiones%20UNWTO.pdf

Vogt, C. A., & Fesenmaier, D. R. 1998. Expanding the functional information search model. *Annals of Tourism Research, 25*(3), 551-578.

Wong, C. U., & Qi, S. 2017. Tracking the evolution of a destination's image by text-mining online reviews - the case of Macau. *Tourism Management Perspectives, 23*, 19-29.

Xiang, Z., & Gretzel, U. 2010. Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 179-188.

Turismo rural, economía circular y desarrollo local. Reflexiones con base en experiencias en el sureste mexicano

María de J. SANTIAGO CRUZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Santiago-Cruz, M.J. 2020. Turismo rural, economía circular y desarrollo local. Reflexiones con base en experiencias en el sureste mexicano. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 233-247. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El documento analiza los fundamentos socio-económicos e institucionales en el funcionamiento de una economía circular a nivel local, y en la que el turismo rural es una actividad económica relevante. Se coteja el funcionamiento actual con base en experiencias de ecoturismo rural en el sureste mexicano y se ponen de manifiesto algunas de las acciones complementarias institucionales que se requieren para lograr un desarrollo sostenible aplicando los principios de la economía circular. La construcción de una economía circular para el desarrollo local requiere la presencia de un marco institucional funcional, pues ello hace posible y facilita el aprovechamiento de las capacidades humanas en el desempeño de actividades complementarias funcionales al proyecto central y el mejor aprovechamiento del capital social subyacente en las comunidades rurales. El turismo rural como base en una economía circular para el desarrollo local enfrenta retos pero ofrece un potencial que se puede aprovechar, conjugando el desarrollo local con el cuidadoso aprovechamiento de los recursos naturales, con innovaciones tecnológicas e institucionales acordes y con el aprovechamiento de las capacidades existentes en las sociedades rurales.

Palabras clave*: Economía circular, Desarrollo sostenible, Economía local, Turismo rural, México*.

RURAL TOURISM, CIRCULAR ECONOMY AND LOCAL DEVELOPMENT. REFLECTIONS BASED ON EXPERIENCES IN SOUTHEAST MEXICO. The paper analyzes the socio-economic and institutional fundaments for the operation of a circular economy at the local level, and in which rural tourism is a relevant economic activity. The paper systematize the operation of some projects on ecotourism in south Mexico. It also presents some of the complementary institutional actions that are required to achieve sustainable development by applying the principles of the circular economy. The construction of a circular economy for local development requires the presence of a functional institutional framework, as this makes possible and facilitates the use of human capacities in the performance of complementary functional activities to the central project and the best use of the underlying social capital in rural communities. Rural tourism as a basis in a circular economy for local development faces challenges but offers potential that can be exploited, combining local development with the careful use of natural resources, with technological and institutional innovations that are consistent with the use of capacities. existing in rural societies.

Key words*: Circular economy, Sustainable development, Local economy, Rural tourism, Mexico*

María de J. SANTIAGO CRUZ. Carretera México-Texcoco Km. 36.5, Montecillo, Estado de México, Código Postal 56235, México. E-mail: ecomjscolpos.mx

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 19-agosto-2020.

Introducción

La propuesta de análisis del turismo rural bajo los principios de la economía circular tiene relevancia en tanto se busca atender la necesidad de un desarrollo económico armónico entre la población, el medio ambiente y los recursos naturales limitados existentes. La esencia de la economía circular consiste en visualizar el proceso productivo como un círculo, con el reingreso en el proceso de los materiales y residuos reaprovechables y la menor generación de basura. De esa manera se busca reducir el impacto negativo en el medio ambiente, y, al mismo tiempo, mayor eficiencia económica. En la propuesta que aquí se presenta se visualiza la pertinencia de la aplicación de los principios de la economía circular en el contexto local con turismo rural. Se esboza la posibilidad de que en el aprovechamiento de los recursos locales y la reutilización de residuos se incorporen actores y actividades complementarias, de tal manera que pueda revitalizarse la economía local y aumentar la calidad del servicio turístico ofrecido. Esta propuesta se aleja de la visión convencional que considera al turismo rural como una actividad aislada y que automáticamente y *per se* puede convertirse en motor del desarrollo local, tampoco comparte la visión de que el turismo rural es por definición una actividad negativa para la sociedad rural y para la conservación de los recursos naturales.

Después de la introducción, en el primer apartado se presenta el marco teórico fundamental de la economía circular, su potencial y sus campos de aplicación. El segundo apartado analiza la economía circular en el contexto del desarrollo local sustentable con turismo rural. En el apartado 3 se sistematizan algunas experiencias con base en proyectos de ecoturismo operando en el sureste mexicano; se extraen los elementos centrales de esas experiencias y se les ubica en el contexto de la economía circular y el desarrollo local. En este apartado se discuten también los requisitos institucionales que permitirían el logro de los objetivos del desarrollo local, y la posibilidad de que los actores locales logren un equilibrio, sin que el overtourism signifique un obstáculo para lograr sus objetivos. El último apartado recoge los principales resultados de la discusión y elabora las conclusiones. El documento se complementa con el listado de las referencias bibliográficas.

1) Los fundamentos teóricos de la Economía Circular

El concepto y discusión sobre la economía circular (EC) ha tomado en época reciente un gran impulso, destacando la pertinencia de su enfoque en favor del cuidado al medio ambiente, su posición para contrarrestar el cambio climático y su incidencia en el contexto de escasez de recursos naturales no renovables (UNEP 2011 y 2012; World Economic Forum 2014 y 2016; OECD 2011). La discusión es relativamente reciente y se le ha visto como herramienta auxiliar en la búsqueda del desarrollo económico sustentable. Su factibilidad requiere, sin embargo, la convergencia de múltiples actores económicos y sociales y de un marco institucional que oriente las conductas hacia procesos más

eficientes, innovadores y capaces de controlar el agotamiento o desperdicio de los recursos naturales.

El concepto central de la EC prevé un proceso productivo no lineal, con flujo continuo y circular de los materiales entre las fases productivas, buscando el reaprovechamiento, reuso o reciclado de los materiales que entran al proceso. La EC es un concepto que ha sido asociado primordialmente con la necesidad de hacer un uso más eficiente de los recursos, y que debe reflejarse en la disminución del consumo de energía y agua, así como en la disminución en la generación de basura y deshechos, resultantes del proceso productivo (Xing *et al.,* 2003; 2009; Reike 2018).

En la dimensión de mayor eficiencia, la economía circular es parte del cuerpo teórico del análisis económico y está inscrito en el *principio económico fundamental*, que busca obtener un producto con la menor cantidad de recursos, o más producto, con la misma cantidad de recursos. Por lo tanto, en esa perspectiva, el concepto de la economía circular no es totalmente nuevo en el cuerpo teórico de la economía. En cambio, sí lo es el acento que la EC pone en la necesidad de multidisciplinariedad, en la innovación técnica, económica, social e institucional para lograrla, así como en los cambios de conducta y actitudes hacia la naturaleza y los recursos naturales que intervienen en la producción. Una pieza central en la EC es el supuesto respecto a la conducta del consumidor, que se espera sea favorable al medio ambiente, comprando menos y/ o alargando la vida de los productos que demanda, de tal forma que se genere menos basura y daños al ambiente[1].

La aplicación del concepto de economía circular se ha dado en ámbitos como las zonas ecológicas-industriales, zonas eco-agrícolas, eco-ciudades, o en la industria de la construcción, con viviendas ecológicas. Países como China, Japón, Alemania, Dinamarca y Holanda han iniciado experiencias con la EC en los procesos productivos (Yuan *et al.,* 2008; Zhu *et al.,* 2010; Zero Waste Europe 2015). La implementación de la EC ha implicado acciones como la creación de un marco regulatorio pertinente, con el fin de orientar las conductas de productores y consumidores hacia el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales en los procesos productivos (Xiao *et al.,* 2010; Yan *et al.,* 2011; Geng *et al.,* 2012; Michelini *et al.,* 2017; Reike *et al.,* 2018). Otro ámbito de acciones ha sido la investigación para favorecer innovaciones tecnológicas en el reciclado de materiales y residuos de los procesos productivos (Yoshida *et al.,* 2007).

En países en desarrollo la aplicación de los principios de la EC es aún incipiente, con limitantes para lograr las condiciones tecnológicas e institucionales necesarias para su funcionamiento, así también por la falta de convergencia en los intereses de actores clave de la industria que opera a nivel nacional y la ausencia del marco regulatorio que pudiera orientar esas conductas (Altamirano Mosca *et al.,* 2015; Díaz 2017).

Las experiencias existentes en EC en la industria destacan tres grupos centrales de actores: en la producción están el empresario, la gerencia y la organización empresarial. En el segundo grupo están los consumidores, de los que se espera una actitud consciente de

[1] En la literatura especializada la EC se expresa con la presencia de las Rs: reducir, reusar y reparar, que pueden ser tres o más, según la amplitud con la que se vea a la EC. El concepto principal subyacente es alargar la vida útil de un producto, refuncionalizar su uso, reparar o restaurar sus funciones. La mayor divisa es reusar y reciclar, aprovechando todas las funciones restaurativas (Yong, 2007; Yan *et al.*, 2014; Reike *et al.*, 2018). En Reike *et al.* (2018) puede encontrarse una extensa bibliografía sobre los cambios en el concepto de EC y su evolución en el tiempo.

cuidado de los recursos naturales, y con una estructura de consumo que incluya esta variable. En el tercer grupo están los organismos públicos reguladores, de los que se espera generen un marco institucional que facilite los procesos, que oriente las conductas de productores y consumidores para cuidar los recursos naturales escasos y la naturaleza. Se espera que esos esfuerzos coadyuven en la consecución del desarrollo sustentable.

Aparte de la industria, en el sector agropecuario y en el sector de servicios turísticos han habido algunas experiencias en la aplicación de la EC, aunque el acento ha recaido en disminuri el consumo de agua o de energía (Ha y Zheng, 2009; Xuan *et al.,* 2011; Altamirano Mosca *et al.,* 2015; Brightley, 2017; Falcone, 2019; Jones *et al.,* 2019; Nedylkova, s/f; Chen *et al.* s/f).

2) Economía circular en el contexto del desarrollo local sustentable con turismo rural

La EC ha sido asociada a conceptos como el ecoturismo, el turismo ecológico, el turismo verde, o más ampliamene el desarrollo turístico sustentable[2] (Yergeau, 2020; Shu *et al.* s/f; Chen *et al.* s/f). El abordaje ha sido parcial, mayormente asociado al consumo del recurso agua por el turismo y a la necesidad de su reciclamiento, para mantener el recurso (Cruz Vicente *et al.,* 2018). Otra temática relacionada ha sido la atención a la capacidad de carga de los recursos turísticos y el daño que puede causar el *overtourism* a la naturaleza y los recursos productivos (Bringas *et al.,* 2004; Andama *et al.,* 2010; Orgaz Aguera, 2013), cuando no a la generación de conflictos sociales por el consumo de recursos escasos que podría traer un proyecto de turismo rural sin condiciones sustentables (Zárate Rico, 2020).

El desarrollo local rural tradicionalmente se ha enfocado a las actividades agropecuarias. Esta visión se ha ampliado en décadas recientes, aludiendo a todas las funciones posibles que la agricultura puede desempeñar, además de su papel como productora de alimentos y materias primas para la industria. Otras funciones son, por ejemplo, la conservación de la biodiversidad, el paisaje y la cultura rural, con ofertas para la recreación, el descanso, el conocimiento y la promoción de la cultura rural[3]. El enfoque ha enriqueciendo la discusión teórica, con sugerencias y recomendaciones para las políticas públicas sobre las posibilidades de aprovechamiento de los recursos naturales y el paisaje rural en beneficio de las poblaciones rurales.

En ese marco el turismo rural ha adquirido relevancia, con la oferta de un servicio que genera ocupación e ingresos y que puede incluir explícitamente entre sus objetivos el cuidado de los recursos naturales, la biodiversidad y una distribución equitativa de los

[2] El común denominador es la atención que se da al cuidado a la naturaleza, aunque con diferencias en profundidad o amplitud con que se consideran los procesos o herramientas para cuidar a la naturaleza. El turismo rural sustentable se ha visto como un medo para el desarrollo local, con recursos y procesos participativos locales y con beneficios para la población local.

[3] La multifuncionalidad de la agricultura se sintetiza en la oferta de los siguientes rubros (Renting *et al.* 2008): i) Producción de alimentos, incluyendo los que tienen atributos cualitativos distintivos, sea por sus procesos artesanales o tradicionales y su carácter local, por ejemplo; ii) Oferta de bienes y servicios a mercados no alimentarios, como el turismo, ocio, educación especial, energía, materias primas para su procesamiento no alimentario; iii) Funciones ambientales (biodiversidad, paisaje, manejo del agua, atractivos rurales); iv) Funciones culturales, como su patrimonio o herencia cultural; v) Funciones sociales, como la seguridad alimentaria, la cohesión social, empleo, patrones específicos de construcciones habitacionales; vi) Funciones éticas, como el comercio justo y el trato digno y bienestar para los animales.

beneficios. El desarrollo local en espacios rurales puede, entonces, ubicarse en el contexto de la multifuncionalidad de la agricultura, con la posibilidad de generar ingresos complementarios, con el turismo rural como motor o un sector catalizador de procesos conducentes a mejorar el nivel de vida de la población rural.

En el desarrollo local intervienen múltiples actores y factores económicos, sociales, institucionales y ambientales (Orozco Placencia, 2016). Es resultado, entonces, de la interacción de los actores locales y externos y de las sinergias que se generen entre ellos en el aprovechamiento de los activos disponibles, en forma de capital humano, social, natural, institucional y económico La participación y los resultados que se obtengan se inscriben, por lo tanto, en un contexto de existencia y aprovechamiento de capacidades, competencias, redes e instituciones. El desarrollo local y sus resultados en bienestar y en el cuidado de la naturaleza se obtienen con un proceso consciente, coordinado con objetivos y metas claras y explícitas, con la vigilancia, evaluación y correcciones pertinentes en el tiempo y en el espacio. No es suficiente la sola presencia de los recursos, como tampoco se llegará automáticamente a un resultado de cuidado o daño a la naturaleza, los recursos y la biodiversidad (Santiago Cruz, 2018b). La participación consciente de los actores locales ofrece la oportunidad de aprovechamiento y previsión, de tal forma que el turismo sea un recurso para el desarrollo local, y sus límites y medidas para contrarrestar daños puedan ser previstos por los actores involucrados.

El turismo rural puede visualizarse como la producción de un servicio de mayor o menor amplitud, capaz de incluir diversos componentes, como hospedaje, alimentación, entretenimiento y conocimiento de la cultura local. Los procesos productivos se han visto tradicionalmente como cadenas, en cuyos eslabones se agrega valor paso a paso, de tal forma que la materia prima que inicia el proceso llega transformada al final de la cadena. Una parte del resultado es el servicio o artículo de consumo final y otra parte son los residuos o desechos que se han ido liberando en los diferentes eslabones.

La aplicación del concepto de EC en el contexto del turismo rural y el desarrollo local sustentable es pertinente, requiere, sin embargo, de una visión más amplia, incluyente y de largo plazo, con un marco normativo capaz de facilitar y orientar los procesos hacia el cuidado de la naturaleza y la biodiversidad, a la vez que se logran procesos productivos incluyentes y más eficientes, con resultados tangibles en mayor bienestar para la población local.

Para visualizar la aplicación de los principios de la EC en la producción del servicio en turismo rural en el contexto descrito ha de considerarse un servicio o producto final integral, en cuya producción participan diferentes actores y capacidades en cada eslabón. El componente central del servicio puede ser, por ejemplo, la vista y disfrute de un paisaje, el conocimiento de una cultura o la contemplación de un recurso natural escaso. Al ofrecimiento de ese recurso se pueden integrar múltiples componentes locales, que enriquecen el servicio turístico en calidad y cantidad y que generan ocupación e ingreso en la localidad, con la provisión de alimentación, hospedaje, entretenimiento y conocimeinto de la cultura rural para el turista. Además del uso eficiente de los recursos, la otra pieza importante de la EC es el reaprovechamiento de los residuos y/o la mener generación de basura. Para ambos fines es imprescindible la capacitación, tanto del turista, como del que ofrece el servicio, a unos para hacer un uso más cuidadoso y eficiente del recurso natural involucrado en el servicio ofrecido, agua o energía; a otros para reciclar y reaprovechar los

residuos del proceso, sea para el tratamiento de aguas o para el reaprovechamiento de la basura resultante de la producción de alimentos.

Los retos a superar se encuentran en diferentes ámbitos. En primer lugar es indispensable generar un proceso consciente, incluyente, coordinado y con reglas claras y explícitas para lograr integralidad en la oferta de un servicio de turismo rural. El cuidado de la naturaleza, la biodiversidad o la cultura rural en el contexto del turismo no se dan automáticamente, como tampoco se llegará *per se* a una distribución equitativa de los beneficios a todos los actores participantes en el proceso de desarrollo local. La EC tiene una propuesta en favor del mejor uso de los recursos naturales, reciclando, reusando y reaprovechando, pero lograrlo en el contexto del turismo rural y el desarrollo local requiere de la formación y aprovechamiento de las capacidades y liderazgos locales, de las innovaciones tecnológicas, económicas, sociales e institucionales que en convergencia promuevan una visión incluyente en la oferta de un servicio integral de turismo que conduzca al desarrollo local y que con una visión de largo plazo pueda contrarrestar posibles daños sociales o ambientales por el manejo no pertinente del recursos turístico.

3) Elementos centrales en la sistematización de experiencias en proyectos de turismo rural en México

La actividad turística puede desglosarse en tres fases, que en su conjunto constituyen un solo proceso, con la participación de actores específicos.

La fase 3 es donde la sociedad rural titular de un proyecto turístico puede intervenir por excelencia. El análisis de los procesos, la inclusión de actores y las formas de participación en esta fase son determinantes para entender la incidencia en el desarrollo local. La cadena de valor cuyo fin es la producción de un servicio turístico integral tendría que incorporar en cada eslabón las capacidades y materiales existentes en la localidad, de tal forma que se fomente la producción local, con actores locales y con beneficios locales. En contraposición, en el turismo de masas, liderado por grandes capitales y cadenas turísticas, las tres fases mostradas en la Fig.I están integradas, desde la organización del viaje hasta los servicios directos al turismo en el lugar de destino. Es en el caso de turismo de masas donde se presenta con frecuencia el *overtourism* con escasa o nula incidencia de las sociedades locales en la determinación de la capacidad de carga del recurso turístico. La incidencia de ese tursimo en los procesos de desarrollo local es marginal, por las formas de inclusión de los actores locales, con una participación secundaria, de poca calificación y subordinada.

En los proyectos de turismo rural analizados se han constatado diversass problemáticas que obstaculizan la participación integral y coordinada de la población local o que traen resultados menores a los que podrían obtenerse. Entre los déficits pueden mencionarse la falta de capacidades, de conocimiento e información de la población para participar en proyectos grupales; una cohesión social frágil que dificulta la organización y la cooperación y la falta del capital físico necesario que detone procesos de crecimiento (Santiago Cruz 2018a; 2018b; 2019; 2020; García Rangel y Santiago Cruz 2020; Zárate Rico, 2020). Todo ello se traduce en proyectos con baja participación y coordinación, con escasa visión de largo plazo y sin una búsqueda consciente de procesos de desarrollo local. El concepto de desarrollo local contiene, por un lado la dimensión geográfica, que es el contenedor, es donde se lleva a cabo el proceso de desarrollo; por el otro contiene la

dimensión conceptual, que incluye aspectos económicos, sociales, políticos, ambientales e institucionales (Adelman y Morris, 1997; Boisier, 1999; Schaffner, 2014). En una propuesta de desarrollo local la relación entre lo local y lo externo juega un rol central, que en el caso de desarrollo local con turismo rural es más visible. Esto conlleva el reto de lograr una interacción equilibrada con lo externo, para que el resultado pueda traducirse en beneficios locales. Implica y presupone también la sinergia entre propósitos y actividades, la coordinación entre actores y la movilización de liderazgos locales.



Fig. 1. Economía del turismo, oferta y demanda de servicios y bienes. Elaborada con base en Freyer 2011, Capítulo 1.

Fig. 1*. Tourism economy, supply and demand for services and godos. Base on Freyer 2011, Chapter 1.*

Los proyectos de ecoturismo, de turismo verde, turismo de naturaleza y turismo sustentable forman en México una amplia gama, En zonas rurales con población indígena existen reservas naturales y atractivos para el ecoturismo, lo que ha favorecido la transferencia de fondos públicos para proyectos turísticos, con la esperanza de que detonen procesos de desarrollo local (Santiago Cruz, 2018b). Los proyectos ecoturísticos conllevan

de manera implícita el cuidado de los recursos naturales, aunque no hay una connotación única de su significado, ni de las herramientas o manejo interno que deben existir para garantizarlo. La inclusión en el proyecto de uno u otro objetivo o acción para el cuidado de los recursos naturales ha dependido de la conciencia e importancia que los actores locales concedan a su capital natural disponible y aprovechable con el turismo rural (Santiago Cruz, 2018a).

Los resultados para el desarrollo local existen, aunque pueden ser de menor o mayor amplitud, dada la forma en que operan (Santiago Cruz, 2018b; Zárate Rico, 2020). En los proyectos analizados los resultados visibles se traducen en empleo e ingreso para el grupo titular del proyecto, con menor alcance para generar empleos para el resto de la población local. Los proyectos contribuyen también financieramente con las localidades, el monto depende de los acuerdos institucionales que se hayan establecido con las autoridades locales al inicio del proyecto.

A continuación se destacan algunos elementos en el funcionamiento de los proyectos ecoturísticos tomados como estudios de caso, con miras a valorar las acciones explícitas incluidas en los proyectos para el cuidado a la naturaleza y sus recursos, sus alcances para lograr desarrollo local y sus posibilidades para incorporar en su funcionamiento los principios de la EC[4].

a) Los proyectos estudiados iniciaron en un contexto favorable, con políticas públicas favorables al ecoturismo como base para el desarrollo local. La infraestructura de los proyectos se construyó con recursos públicos, la operación fue entregada a los grupos titulares del proyecto, quienes tuvieron que mostrar elementos organizativos y capacidades específicas para la operación de los proyectos. Esas capacidades y su valoración por los agentes donantes han sido esenciales y se han reflejado en la permanencia, consolidación o desaparición de los grupos, así como su capacidad para generar y distribuir ingresos entre los socios.

b) El cuidado de los recursos naturales o la biodiversidad, con reglas explícitas para su conservación y mantenimiento, o los mecanismos y herramientas para su manejo no siempre están presentes en los proyectos ecoturísticos estudiados. Si bien los participantes del proyecto están conscientes que el cuidado y la conservación de la naturaleza son una parte esencial de un proyecto ecoturístico y que tendrían que ser resultados del proyecto, han faltado en los grupos los acuerdos institucionales para logarar ese fin. Es imprescindible un planteamiento integral claro en las bases del proyecto, hechas por los participantes locales del proyecto, con plazos y acciones específicas y obligatorias para los socios y los que demandan el servicio turístico. En los proyectos con subsidios del erario tendría que ser un requisito para transferir los fondos públicos.

c) Los proyectos de ecoturismo estudiados son acciones aisladas. Se les ha considerado como proyectos de desarrollo local sustentable, pero no han crado las sinergias

[4] En el análisis se incluyen hechos de los siguientes proyectos de ecoturismo rural: i) Parque ecoturístico en San Miguel Tlaixpan, Estado de México; ii) Proyecto de ecoturismo Río Escanela, en el estado de Querétaro; iii) Proyecto de desarrollo ecoturístico de la cooperativa "Zaaz Koolen Haa" en Yokdzonot, municipio de Yaxcabá, estado de Yucatán; iv) Proyecto de ecoturismo de la cooperativa X-Canchén, en el municipio de Temozón, estado de Yucatán y v) Ecoturismo comunitario en la Sierra Norte del Estado de Oaxaca y vi) Ecoturismo en la Selva Lacandona, Proyecto El Canto de la Selva (García Rangel y Santiago Cruz, 2020; Zárate Rico 2020; Santiago Cruz 2018a; 2018b; 2019; 2020).

con otras acciones públicas o privadas, y con una mayor incorporación de actores en actividades complementarias, que permitan una mayor generación de empleo e ingreso. Como una acción de desarrollo el proyecto ecoturístico en la localidad puede tener potencial, pero por sí solo abarca una mínima parte de lo que se requiere para detonar procesos de desarrollo local. De aquí la pertinencia de pensar los proyectos ecoturísticos en el contexto más amplio de la EC, con las características como se ha expuesto en el apartado anterior y en el que se cuide la naturaleza y se consiga ofrecer un servicio turístico integral que incorpore otras actividades productivas y de servicios, y que incorpore en su funcionamiento la presencia de la reutilización, reciclamiento o reducción en el consumo de recursos naturales. Conjugar el cuidado de la naturaleza con inclusión y mejorarmiento del servicio, que a la vez posibiliten la creación de empleo e ingreso es una tarea pendiente.

El eje del servicio turístico ofrecido es un atractivo natural, como el río, el paisaje serrano, el cenote o una vivencia en la selva. De los seis estudios de caso, solo en dos de ellos los socios incluyen como servicio el hospedaje y en tres hay el servicio regular de alimentación.

Las posibilidades para lograr el servicio integral son múltiples, como puede apreciarse en el contenido de la fase 3 de la Fig. 1. Esas actividades generarían ocupación e ingreso, con el aprovechamiento de capacidades locales y la inclusión de nuevas actividades en los eslabones que atraviesa la cadena hasta llegar a un servicio integral de tursimo. Pero esas actividades tendrán que ser conscientemente planeadas, bajo los principios del desarrollo local sustentable, y en el que adquiere relevancia los principios de la EC para ganar en eficiencia y conservación de los recursos naturales.

d) Los proyectos ecoturísticos bajo análisis operan actualmente como grupos cerrados, salvo en un caso, donde formalmente existe la posibilidad de incluir nuevos socios, siempre que los socios iniciales lo autoricen. Se trata, entonces, de proyectos cuyos titulares tienen antecedentes en el trabajo inicial de conformación del grupo y del proyecto, lo que han interpretado como su contribución para hacer posible el proyecto, por lo que todo el que no participó en esa fase tiene escasa posibilidad de incorporarse al proyecto. Los socios han aportado esfuerzos, sacrificios y trabajo, y consideran que nuevos elementos difícilmente podrían entregar para formar parte del grupo.

En la propuesta de incorporar acciones complementarias para ofrecer un servicio integral de turismo rural, así como para el reaprovechamiento de los residuos bajo los principios de la EC se requerirían nuevos proyectos, con otros actores y con capaciades específicas. Las áreas de oportunidad son diversas, igual que los requerimientos en capacidades y en instituciones, como se muestra en el rubro 2 de la Fig. 2.

En el funcionamiento de nuevos proyectos es prioritario el establecimiento de alianzas estratégicas y relaciones de cooperación, de especialización y división del trabajo, .de tal forma que al ofrecer un servicio integral se generen otras fuentes de empleo con ingresos para la población.

La aplicación de la EC en el contexto de ofrecer un servicio de turismo integral puede verse, por ejemplo, con nuevas actividades a partir de integrar al servicio la alimentación. El objetivo puede cumplirse integrando a productores agropecuarios locales, que aunque no sean socios activos y directos del proyecto inicial, puedan adherirse con un proyecto propio a un eslabón de la cadena, con un sistema productivo de alimentos sanos, balanceados, con

control y altos estándares de calidad, con un reducido uso de agroquímicos[5]. En el mismo eslabón del servicio de alimentos, es posible aplicar una extensión del proyecto con el objetivo de reutilizar o reciclar los desechos orgánicos, para composteo y fertilizante orgánico.

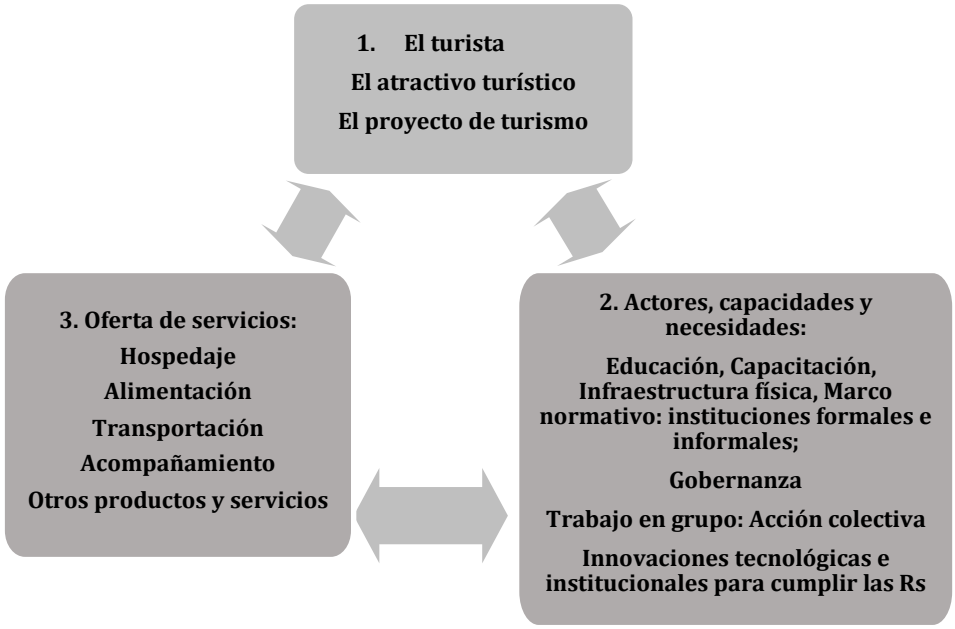


Fig. 2. Actores e interacciones en un proyecto de ecoturismo. Elaboración propia.
Fig. 2. *Actors and interactions in an ecotourism project. Own elaboration*.

Similares eslabones se pueden crear para la provisión de otros servicios complementarios que integran el servicio final que recibe el turista. La construcción de esos eslabones requiere de una amplia visión, con información y formación de capacidades y con el capital social necesario que permita el trabajo en grupo. En ese capital social destaca la necesidad de un marco normativo con las innovaciones institucionales acordes al logro del objetivo central (Santiago Cruz 2018a; 2018b; 2019). Un ejemplo a este respecto son las formalidades fiscales que hay que cubrir y que podrían limitar la incorporación de productores locales en el abastecimiento de alimentos para el servicio turístico[6].

[5] Existen experiencias en las que expresamente se acentúa haciendo mención en la carta de alimentos ofrecidos, la procedencia local del alimento, mencionando expresamente a los productores locales que intervinieron en ese eslabón, lo que ha contribuido al reconocimiento y satisfacción del turista, que recibe un producto de calidad y sabe que tiene repercusiones económicas para los productores locales.

[6] En efecto, los proyectos con ingresos y registro fiscal están obligados a rendir cuentas de sus transacciones, con las facturas que avalan compras y ventas. Esas formalidades, aunque pertinentes, implican que la contraparte tenga también un registro fiscal y pueda expedir facturas. Para los pequeños productores, que solo venden una parte de su producción, llenar esas formalidades es difícil. Por lo tanto, para incorporarlos en un eslabón de la cadena de producción de un servicio turístico integral en localidades rurales se requieren innovaciones institucionales que faciliten esas transacciones, simplificando los procesos y las formalidades en las transacciones. Se habla, entonces,

e) Las implicaciones para el desarrollo local que tienen los proyectos ecoturístcos estudiados depende de los arreglos institucionales que establecidos al incio del proyecto con la localidad y el resto de la población. Cada proyecto es diferente, pues los arreglos vigentes han dependido de la fortaleza de las instituciones locales, del marco normativo comunitario vigente, de la cohesión social de las sociedades rurales en donde se ubica el proyecto y de la capacidad de negociación de los titulares del proyecto. En las sociedades con mayor cohesión social, con marcos institucionales sólidos, con vigilancia en el cumplimiento de normas y la presencia de sanciones al no cumplimiento, los proyectos ecoturísticos han aportado, además de empleo, también recursos financieros, sea como un porcentaje de los ingresos, o como una cantidad absoluta predeterminada que habrá de entregar el proycto a la localidad una vez al año. Hay un caso que llama la atención por la ausencia o fragilidad en la cohesión del grupo, en el marco institucional local y en precarias relaciones con la comunidad, y que la contribución a la localidad se ha traducido en un acto voluntario, flexible y no controlado.

Si en estos proyectos se se consideraran nuevas actividades, buscando la integralidad del servicio turístico y en el marco de la EC y el cuidado de la naturaleza, es indispensable prever la relación entre proyecto y localidad, enfocando los esfuerzos al cuidado de la naturaleza y al desarrollo local.

f) Las relaciones entre actores locales y actores externos toma un papel elevante en la búsqueda del desarrollo local y posibilitan el acceso a los requisitos que supone la EC. La iniciativa de los proyecto de ecoturismo rural estudiados pudo surgir a raíz de relaciones estratégicas entre actores locales y externos; esas redes jugaron un papel fundamental para acceder a información y conocimiento sobre nichos de financiamiento público, de tecnología y de innovaciones necesarias para el proyecto. Cuando los proyectos y sus líderes tienen esas redes el proyecto puede acceder a organizaciones públicas y privadas, académicas, económicas y sociales que les proporcionan insumos tangibles e intangibles y apuntalan al proyecto. De esa situación puede derivarse la necesidad de encontrar los liderazgos locales capaces de tejer las redes, aplicar una visión integral del desarrollo local y buscar posibilidades de nuevos proyectos complementarios, no aislados, con miras a conjugar y multiplicar acciones que den mayores y mejores resultados en desarrollo local.

g) En el contexto de los proyectos ecoturísticos analizados existe potencial local aprovechable para incorporar los principios de la EC. Los proyectos estudiados se dan actualmente en una situación de aislamaiento económico, con grandes áreas complementarias posibles que resultarían en un servicio integral de turismo y con repercusiones positivas para el cuidado de la naturaleza, la biodiversidad y la cultura local.

El aprovechamiento de esas potencialidades requiere de acciones conscientes, con actores locales en papeles de liderazgo para promover nuevos proyectos. La aplicación de los principios de la EC en contextos de desarrollo local con turismo rural es posible con acciones planeadas y coordinadas, que resulten en procesos más eficientes y que se traduzcan en mejores resultados para la naturaleza y la población local.

Esos procesos incluyen la participación de actores y capacidades en diferentes fases, con acciones alineadas hacia el logro del objetivo central de desarrollo local y de cuidado

---

de la necesidad de múltiples condiciones para hacer funcional un proyecto, es decir, crear las condiciones y cuya presencia hay que crear es automática, pero cuya ausencia se reflue faciliten los procesos para el desarrollo local.

de los recursos naturales (Fig. 2). Esa participación consciente y coordinada entre actores locales y externos con una visión de largo plazo, puede prever y evitar los impactos negativos del *overtourism*, puede evitar el deterioro de los recursos naturales. Para que así sea los grupos tendrán que compartir la visión de que esos recursos naturales son una parte importante de su medio de vida en el presente y en el futuro.Esa visión podrá animarlos a conservar los recursos naturales y turísiticos locales.

Conclusiones

1. El concepto y discusión sobre la economía circular (EC) ha tomado en época reciente un gran impulso, principalmente por su pertinencia y posición a favor del cuidado al medio ambiente, el cambio climático y la escasez de los recursos naturales no renovables. El concepto original de la EC prevé un flujo circular con el reaprovechamiento de materiales y residuos que se incorporan nuevamente al proceso productivo, en vez de la concepción tradicional del proceso productivo, como un proceso lineal, con principio y fin.

2. La aplicación del concepto de economía circular se ha dado en ámbitos como las zonas ecológicas-industriales, zonas eco-agrícolas, eco-ciudades, o en la industria de la construcción, con viviendas ecológicas. El principio subyacente es reciclar los materiales y aprovecharlos nuevamente en la producción. En el contexto del turismo rural la EC ha sido asociada a conceptos como el ecoturismo, el turismo ecológico, el turismo verde, o más ampliamene el desarrollo turístico sustentable. El enfoque hasta ahora ha sido parcial, con mayor atención al consumo y tratamiento del agua que hace el turismo.

3. El desarrollo local en las sociedades rurales tradicionalmente se ha enfocado a las actividades agropecuarias. En la ampliación de esta visión puede incluirse al turismo rural como un factor que puede contribuir al desarrollo local. Actualmente se mencionan rubros como la conservación de la biodiversidad, la cultura y el paisaje rural. Ese enfoque ha enriqueciendo la discusión teórica, con sugerencias y recomendaciones para las políticas públicas, sobre las posibilidades del aprovechamiento de los recursos rurales en beneficio propio de las poblaciones rurales.

4. La propuesta de aplicar los principios de la EC al desarrollo local con ecoturismo rural implica ampliar la visión sobre la capacidad del turismo rural para generar ocupación e ingreso local. Los objetivos de cuidar la naturaleza, la biodiversidad y la cultura rural son prioritarios, como también lo es la inclusión de más actores locales en actividades complementarias para ofrecer un servicio integral de turismo. Se trata de revitalizar las economías locales, aprovechando los liderazgos y las capacidades locales; pero al mismo tiempo subsanando los vacíos en conocimiento, innovaciones y marcos normativos que favorezcan un trabajo colectivo en bien de ofrecer un servicio integral de turismo y crear más fuentes de ingreso. En la situación actual existen proyectos de desarrollo ecoturístico que operan aisladamente, con escasos enlaces con la economía local. Esta situación presenta áreas de mejora, en los que se puede aplicar los principios de la EC al mismo tiempo que se consolidan los propósitos para cuidar la naturaleza, la biodiversidad y la cultura rural en procesos más eficientes e incluyentes.

Referencias bibliográficas

Adelman, I. y Morris, C. T. 1997. Development History and its Implications for Development Theory. *World Development*, 25(6), 831-840.

Altamirano Mosca, A.M., Corcuera Chávez, G.G., Kiwaki Figueroa, G. C. y Paz Roque, J.W. 2015. Plan estratégico para el sector agrícola con Economía Circular, *Documento deTesis*, Pontificia Universidad Católica del Perú, Centro de Negocios, Lima, Perú.

Andama, K.S., Ferrarob, P.J., Katharine R. E. Simsc, K.R.F., Healyd, A., y Hollande, M.B., 2010. *Protected areas reduced poverty in Costa Rica and Thailand*, recuperado de www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.0914177107 el 20 de abril 2020.

Boisier, S. 1999. Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando?. *Revista Paraguaya de Sociología*, 36 (104), 7-30

Brightley, C. 2017. *Tourism and the circular economy*, IGCAT, www.igcat.org, consultado el 20 de marzo de 2020.

Bringas R. N. González A., J., 2004, El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California, *Economía, Sociedad y Territorio* IV (15), 551-590.

Chen, L.M. y Tuo, X.P. (s/f). On the Tourism Resource Development and Conservation Based on Circular Economy; Fresh Thinking of Recycling Tourism Economy Development. http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-DYYY200804017.htm consultado el 10 de abril de 2020.

Cruz Vicente, M.A., Agatón Lorenzo, D. y Añorve Fonseca, N., 2018, El agua desde la economía circular: base para el turismo sustentable y el desarrollo local en Acapulco, en *Impacto socio-ambiental, territorios sostenibles y desarrollo regional desde el turismo,* Repositorio UNAM México.

Diaz, L.F. 2017. Waste management in developing countries and the circular economy. *Waste Management and Research*, 35 (1), 1–2.

Falcone, P.M. 2019. Tourism Based Circular Economy in Salento (South Italy): A SWOT-ANP Analysis. *Social Science,* 8 (216), 2-16.

Freyer, W. 2011. *Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft*, 7a Edición, Oldenburg Wissenschaftsverlag Munich, 805p.

García Rangel, D.P y Santiago Cruz, M.J. 2020. *Proyectos de desarrollo local en el municipio de Texcoco, Estado de México.Sistematización de experiencias.* Documento de trabajo, 40p.

Han, XM. y Zheng, XJ 2009. Coupling Mechanism of the Tourism Industrial Network Based on Circular Economy. *Asian Agricultural Research* 1 (5), 28-31.

Jones, P. y Wynn, M. 2019. The Circular Economy, Natural Capital and Resilience in Tourism and Hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31 (6), 2544-2563.

Michelini, G., Moraes, R.N., Cunha, R.N., Costa, J., M., H.,y Ometto, A.R. 2017. From linear to circular economy: PSS conducting the transition. *Procedia CIRP* 64, 2017, 2 – 6.

Nedyalkova, S. s/f. *Applying circular economy principles to sustainable tourism development.* https://eventos.segittur.es/_files/_event/_19238/_editorFiles/file/24093_Nedyalkova_15_06%20Circular_tourism_Savina.pdf consultado el 10 de marzo 2020.

OECD 2011. *Resource Productivity in the G8 and the OECD. A Report in the Framework of the Kobe 3R Action Plan.* https://www.oecd.org/env/waste/47944428.pdf, consultado el 8 de enero 2020.

Orgaz Agüera, F., 2013, Capacidad de carga como instrumento para garantizar la sostenibilidad en el ecoturismo, *Turismo y Desarrollo* 6 (15), 1-11.

Orozco Placencia, J.M. 2016. Desarrollo endógeno y descentralización efectiva: una nueva revalorización del territorio desde la perspectiva boiseriana. *Ciencias. económicas* 13 (1), 101–121.

Reike, D., Vermeulena, W.J.V. y Witjesb, S. 2018. The circular economy: New or Refurbished as CE 3.0? — Exploring Controversies in the Conceptualization of the Circular Economy through a Focus on History and Resource Value Retention Options. *Resources, Conservation & Recycling* 135, 246-264.

Renting, H., Oostindie, H., Laurent, C., Brunori, G., Barjolle, D., Jervell, A.M. y Granberg, L. 2008. Multifunctionality of Agricultural Activities, Changing Rural Identities and New Institutional Arrangements. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 7 (4), 361-385

Santiago Cruz, M.J. 2018a. Proyectos ecoturísticos en el sureste mexicano y su incidencia en el desarrollo local, en Somoza Medina, X. (Coordinador), *De luugar geográfico a destino turístic. Análisis, planificación y gestión de los procesos de cambio generados por el turismo.* Universidad de León-Asociacón de Geógrafos Españoles, 135-146.

Santiago Cruz, M.J. 2018b. Ecoturismo y desarrollo local en el sureste mexicano. Una mirada con elementos de la economía institucional a dos estudios de caso. *Polígonos. Revista de Geografía* 30, 243-264.

Santiago Cruz, M.J. 2019. *Incidencia de la propiedad comunitaria en proyectos de ecoturismo rural en la sierra norte del Estado de Oaxaca.* Documento de trabajo, 30p.

Santiago Cruz, M.J. 2020. *Ecoturismo en la Selva Lacandona. Posibilidades de Desarrollo Local a partir del turismo de naturaleza. Estudio de Caso del proyecto El Canto de la Selva*. Documento de trabajo, 40p.

Schaffner, J. 2015. Development Economics. *Faith & Economics* 64 (Fall), 1-36

Shu, X.L, Ming, Q.Z, Mao, J.M, MA, X.H., LI, W. y HUANG, Y.S. (s/f). The Ecotourism, Circular Economy of Tourism and Sustainable Development of Tourism. http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-DYYY200804017.htm consultado el 10 de abril 2020.

UNEP. 2011. Decoupling Natural Resource Use and Environmental Impacts from Economic Growth. En: Fischer-Kowalski, M., Swilling, M., von Weizsäcker, E.U., Ren, Y., Moriguchi, Y., Crane, W., Krausmann, F., Eisenmenger, N., Giljum, S., Hennicke, P., Romero Lankao, P., Siriban Manalang, A. (Eds.). A Report of the Working Group on Decoupling to the International Resource Panel. http://www.gci.org.uk/Documents/Decoupling_Report_English.pdf. Consultado el 15 de abril 2020.

UNEP. 2012. *The Global Outlook on Sustainable Consumption and Production Policies:Taking Action Together*. United Nations Environmental Program.

World Economic Forum. 2014. *Towards the Circular Economy: Accelerating the Scale-up. Aross Global Supply Chains*, http://www3.weforum.org/docs/WEF_ENV_TowardsCircularEconomy_Report_2014.pdf. consultado el 10 de enero 2020.

World Economic Forum. 2016. *Intelligent Assets Unlocking the Circular Economy Potential.* http://reports.weforum.org consultado el 10 de enero 2020.

Xiao, S. y Huang, Y. 2010. The research of the development principles and development model of circular economy. *Paper Presented at the International Conference on Challenges in Environmental Science and Computer Engineering, CESCE*

Xing, K. y Luong, L. 2009. Modelling and evaluation of product fitness for service life extension. Journal of Engeneering Design 20 (3), 243–263.

Xing, K., Abhary, K. y Luong, L. 2003. IREDA: an integrated methodology for product recyclability and end-of-life design. The Journal fo Sustainable Product Design. 3 (3–4), 149–171

Xuan, LI, Baotong, D. y Hua, YE. 2011. The Research Based on the 3-R Principle of Agro-circular Economy Model-The Erhai Lake Basin as an Example. *Energy Procedia,* 5, 1399–1404.

Yergeau, M-E. 2020. Tourism and local welfare: A multilevel analysis in Nepal's protected areas". *World Development* 127, 104744, 1-19.

Yan, J. y Feng, C. 2014. Sustainable design-oriented product modularity combined with 6R concept: a case study of rotor laboratory bench. *Clean Technologies and Environmental Policy* 16 (1), 95-109.

Yan, J. y Wu, N. 2011. Technology supporting system of circular economy of mining cities. *Asia-Pacific Power and Energy Engineering Conference* 1–5. http://dx.doi.org/10.1109/APPEEC.2011.5749062. Consultado el 20 de marzo 2020.

Yong, R. 200. The circular economy in China. *Journal of Materials Cycles and Waste Management,* 9 (2), 121-129

Yoshida, H., Shimamura, K. Y Aizawa, H. 2007. 3R strategies for the establishment of an international sound material-cycle society. *Journal of Materials Cycles and Waste Management,* 9 (2).

Yuan, Z., Bi, J. y Moriguichi, Y. 2008. The circular economy: a new development strategy in China. *Journal of Industrial Ecology,* 10 (1-2), 4–8.

Zárate Rico, L. 2020. *Relevancia de los factores socioculturales en la instrumentación de un proyecto de desarrollo ecoturístico en zona de reserva de la biosfera*. Documento preliminar de tesis de maestría, Universidad de Querétaro, México.

Zhu, Q., Geng, Y. y Lai, K. H. 2010. Circular economy practices among Chinese manufacturers varying in environmental-oriented supply chain cooperation and the performance implications. Journal of Environmental Managment, 91 (6), 1324–1331.

Zero Waste Europe. 2015. *Policy Paper, November 2015, Zero Waste to Landfill and/or landfil bans: false paths to a Circular Economy.* https://www.zerowasteeurope.eu, consultado el 10 de enero 2020.

Sostenibilidad social del turismo en Barcelona: un análisis geoespacial

Pol PARETO BOADA, Anna TORRES-DELGADO, Aurélie CERDAN SCHWITZGUÉBEL y Berezi ELORRIETA SANZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Pareto Boada, P., Torres-Delgado, A., Cerdan Schwitzguébel, A. y Elorrieta Sanz, B. 2020. Sostenibilidad social del turismo en Barcelona: un análisis geoespacial. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A.; Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 249-264. ISBN 978-84-09-22881-2.. Palma (Illes Balears).

Esta investigación aborda la sostenibilidad social del turismo en la ciudad de Barcelona a través de 1) la definición y cálculo de indicadores objetivos y cuantificables y 2) la lectura geoespacial de los resultados para aportar una nueva mirada territorializada del fenómeno. La metodología de estudio es mixta, con una parte cualitativa basada en el análisis de contenido de documentos bibliográficos, para delimitar teóricamente el concepto de sostenibilidad social del turismo y los indicadores para su cuantificación; y una parte cuantitativa basada en la recopilación sistemática de datos y cálculo de indicadores. Así se crea una batería de indicadores que se calcula para los diez distritos de Barcelona y sus resultados se mapifican aportando una lectura territorial de las variables. Los resultados obtenidos muestran una Barcelona polarizada, con unos distritos turístificados y masificados intensamente (*overtourism*) y otros desconocidos. Se muestran así realidades contrastadas en una misma ciudad turística. Los distritos más turísticos identifican impactos negativos en un mayor número de variables sociales, principalmente relacionadas con la seguridad, la convivencia turista-residente, el acceso a la vivienda, la diversidad comercial o el trabajo digno. Y sin embargo, paralelamente, estos distritos registran resultados positivos en lo que se refiere a diversificación de recursos y productos turísticos y participación ciudadana y asociacionismo.
Palabras clave: *Barcelona, ciudad turística, impacto social, indicadores, sostenibilidad social.*

SOCIAL SUSTAINABILITY IN BARCELONA: A GEOSPATIAL ANALYSIS. This research addresses the city of Barcelona's social sustainability through 1) the definition and calculation of objective and quantifiable indicators, and 2) the geo-spatial reading of the results to allow a new territorialised approach of the phenomenon. A mixed methodology has been applied, with a qualitative analysis of literature to theoretically delimitate the concept of social sustainability, and also a quantitative part based on the systematically data collection and indicator calculation. Thus, a set of indicators is defined and calculated for the ten districts of Barcelona. The results are then mapped, providing a territorial reading of the variables. The results show a polarised Barcelona, with highly tourist overcrowded districts (overtourism), and others that are unknown. Thus, contrasting realities of the same tourist city are presented. The most tourist overcrowded districts are the ones in which more negative impacts are identified coming to social variables, mainly related to the coexistence of tourists and residents, the access to housing, commercial diversification or decent work. However, these districts also register simultaneously positive results in resource diversification, tourist products, civil participation and community-based initiatives.
Key words: *Barcelona, tourist city, social impact, indicators, social sustainability*

Pol PARETO BOADA, Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB. Av. de Can Marcet, 36, 08035 Barcelona. pol_pareto@hotmail.com; Anna TORRES-DELGADO, Universidad de Barcelona. Carrer de Montalegre, 6, 08001 Barcelona. annatorres@ub.edu; Aurélie CERDAN SCHWITZGUÉBEL, Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB. Av. de Can Marcet, 36, 08035 Barcelona. aurelie.cerdan@cett.cat; Berezi ELORRIETA SANZ, Universidad de Barcelona. Carrer de Montalegre, 6, 08001 Barcelona. berezielorrieta@ub.edu.

Recepción del manuscrito: 8-junio-2020; revisión aceptada: 20-julio-2020.

Introducción: el turismo en Barcelona, entre elogios y reproches

El turismo es una actividad económica de larga trayectoria en la ciudad de Barcelona, configurada a partir de las políticas turísticas públicas ejercidas desde hace más de un siglo (Palou, 2016). Las Olimpiadas de 1992 supusieron un hito en la transformación del paisaje urbano, una reconversión que es aplaudida a nivel internacional, mientras diversos planes y proyectos urbanísticos han puesto los cimientos del cambio de modelo de ciudad y el gran giro hacia el sector servicios, con un crecimiento espectacular de la oferta y la demanda turística. En este sentido, su estrategia no difiere de otras ciudades que buscan posicionarse en la jerarquía urbana global y atraer tanto visitantes como inversiones financieras (Murray, 2014). No cabe duda, por tanto, del papel clave del turismo en las sucesivas metamorfosis urbanas, especialmente en las últimas décadas.

Se aprecia, pues, que el fenómeno turístico en sí mismo no representa una novedad en la historia de la ciudad, pero sí las dimensiones alcanzadas recientemente por el mismo. En sólo dos décadas, los turistas alojados en hoteles de la ciudad se han triplicado, pasando de los 3,14 millones en el año 2000 a los 9,47 millones en 2019 (Observatori del Turisme de Barcelona, 2020); una cifra que, según algunos estudios, alcanza los 30 millones si se incluyen los visitantes y los turistas que pernoctan en alojamientos no convencionales (Ayuntamiento de Barcelona, 2016).

En este contexto de gran aumento de la afluencia turística, la ciudad ha realizado esfuerzos por mostrar un compromiso con la sostenibilidad, incluyendo la sostenibilidad turística. En el año 2011 Barcelona fue acreditada como primera ciudad del mundo con la certificación *Biosphere* de destino turístico responsable, mientras que en 2015 suscribió su compromiso con la Carta Mundial del Turismo Sostenible +20. Sin embargo, existen grandes diferencias en cómo se han desarrollado los discursos y estrategias en las diferentes dimensiones de la sostenibilidad: en la dimensión económica, los datos se han presentado desde una perspectiva triunfalista, mientras que las dimensiones ambiental y social han sido, durante mucho tiempo, excluidas de los análisis y las políticas turísticas.

En este contexto (que coincide con una crisis económica global) surge un amplio debate ciudadano sobre el modelo turístico de la ciudad, desde la calle hasta las instituciones, pasando por los medios de comunicación, incluso los internacionales (Milano, 2017). De la organización vecinal surge un contra-discurso que aporta nuevos elementos al debate sobre la sostenibilidad social del turismo (Fernández y Pardo, 2016), y las encuestas municipales también reflejan que la población barcelonesa no sólo reconoce las consecuencias positivas del turismo, como la generación de riqueza, sino también las negativas con importantes puntos de coincidencia (Ayuntamiento de Barcelona, 2017b): principalmente los conflictos

en el espacio público (congestión, ruido, comportamientos incívicos…) y el aumento de precios (alquiler de vivienda y otros bienes de primera necesidad).

Ante esta constatación, las administraciones públicas son conscientes de la necesidad de priorizar modelos sostenibles frente a un crecimiento incontrolado. En este sentido, el uso de indicadores se ha revelado como un sistema eficaz para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos (López-Palomeque *et al*., 2018), entendiendo la sostenibilidad como un concepto multidimensional. Asimismo, el análisis geoespacial de los datos es de sumo interés para evaluar los impactos sociales desde una perspectiva geográfica, ya que existen grandes diferencias en la realidad económica, social, ambiental y turística de los diez distritos que componen la ciudad. En suma, la identificación de indicadores de sostenibilidad social para los diferentes distritos de Barcelona puede constituir una herramienta fundamental para la gestión turística sostenible con un enfoque territorial.

El objetivo de esta comunicación es precisamente estudiar la sostenibilidad social del turismo en la ciudad de Barcelona. Para ello, se parte de una delimitación conceptual de la sostenibilidad social del turismo en entornos urbanos, que permite definir una batería de indicadores para su cuantificación; seguidamente, se procede al cálculo territorializado de los indicadores para los diez distritos de Barcelona; y finalmente, se comparan e interrelacionan las variables para identificar las diferencias en la sostenibilidad social del turismo entre los distritos.

Metodologia

La investigación se basa en la combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas. Esta doble aproximación metodológica responde a tres momentos del proceso de investigación que se exponen a continuación.

A) Delimitación conceptual y fenomenológica de la sostenibilidad social del turismo y su especificidad en entornos urbanos (técnicas cualitativas).

La definición y caracterización de la sostenibilidad social del turismo en entornos urbanos se delimita a partir de una búsqueda sistemática en las principales revistas científicas en el ámbito de la Geografía del Turismo [1], así como otros documentos relacionados con la temática de estudio (tesis doctorales, capítulos de libros, informes y actas de conferencias). Además, también se consultan publicaciones sobre indicadores de sostenibilidad turística en general, y sostenibilidad social en particular. Este análisis documental permite establecer los criterios que delimitan el concepto y los mejores indicadores (teóricos) para su cuantificación. En base a un amplio listado de indicadores recopilados de los documentos consultados, se seleccionan aquellos que son genéricamente aplicables a destinos turísticos urbanos y significativamente más relevantes en relación a las repercusiones del turismo en el ámbito social. Además, se tiene en cuenta que sean

[1] En concreto, se consultan las siguientes revistas: Annals of Tourism Reserarch, Journal of Sustainable Tourism, Journal of Tourism Analysis, Scripta Nova, Documents d'ànalisi geogràfica, Biblio 3W;Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT, ARA: Journal of Tourism Research, Revista de Estudios Empresariales; Segunda época, Economía Industrial, Estudios y perspectiva en turismo, Polígonos; Revista de Geografía, y Journal of Destination Marketing & Management.

consistentes metodológicamente, válidos científicamente y de fácil aplicación y comunicación (López-Palomeque *et al*., 2018).

B) Cuantificación y representación cartográfica de indicadores de sostenibilidad social del turismo en la ciudad de Barcelona (técnicas cuantitativas).

El sistema de indicadores diseñado se calcula para los 10 distritos de la ciudad de Barcelona (véase Fig. 1). Esta escala territorial (unidades administrativas y estadísticas efectivas) permite establecer un análisis comparativo de su posicionamiento en relación a la sostenibilidad social del turismo.

Los datos necesarios se recopilan de fuentes estadísticas oficiales (administraciones públicas y entidades). Seguidamente se calculan los indicadores y se seleccionan aquellos que deberán ser mapificados en base a aquellas variables que presentan mayores diferencias geográficas y posibilidad de interrelación con otras. El proceso de mapificación de los indicadores por distritos se realiza con un Sistema de Información Geográfica, en concreto el programa ArcGIS 10.7.

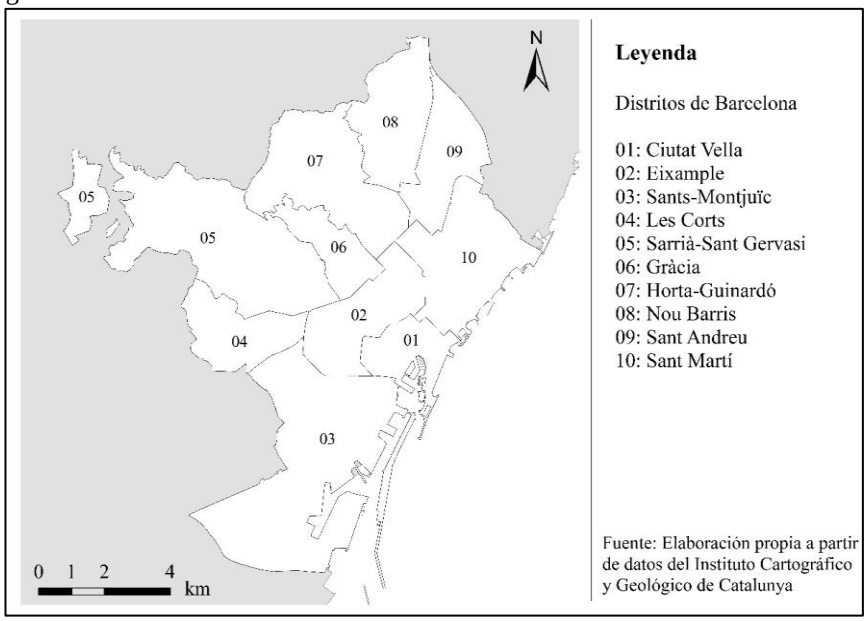


Fig. 1. Los 10 distritos de la ciudad de Barcelona.
Fig. 1. *The 10 districts of the city of Barcelona.*

C) Análisis comparativo de la sostenibilidad social del turismo en los distritos de Barcelona (técnicas cuantitativas).

La delimitación de valores de referencia que configuran el estado deseable de sostenibilidad es complejo debido a la situación objetiva de las condiciones y la percepción subjetiva de los problemas (Vera, 2001). Frente a esta dificultad, la investigación opta por definir la condición de sostenibilidad mediante un análisis comparativo entre los distritos.

De acuerdo a esto, se calcula, para cada indicador, la media aritmética de los resultados para el conjunto de distritos, y posteriormente se compara esta media con el valor obtenido en cada distrito. De este modo, se puede identificar para cada distrito cuáles son los indicadores que se sitúan por encima o por debajo de la media y, en función de la cualidad del indicador, definir si el resultado es positivo o negativo para la sostenibilidad social del turismo. Sin embargo, cabe señalar también que la media aritmética de un indicador podría no ser neutra y que, por ejemplo, presentase un valor alto que identifiquase un problema generalizado en la ciudad. Es por tanto importante tener en cuenta esta precisión en el momento de interpretar los resultados comparados.

Definición e indicadores de sostenibilidad social del turismo

Los indicadores se han revelado como uno de los instrumentos más utilizados para orientar la planificación y las políticas hacia la sostenibilidad en turismo (Torres-Delgado y Saarinen, 2013). Con todo, se detecta una falta generalizada de unanimidad respecto al significado de la sostenibilidad social, y a los criterios y perspectivas que la definen (Colantonio, 2007). Sin embargo, las definiciones coinciden en poner en valor los requerimientos de la sociedad local y la preservación de su identidad, la estabilidad de los sistemas sociales o culturales, así como la perdurabilidad del capital social (Roseland, 2000; Garcés *et al.* 2003; Koning, 2002). Esta conceptualización como principio rector de la vida en colectividad emerge tras englobar todas aquellas condiciones que tienen que ver con la justicia social (Partridge, 2005). Aún así y tal y como teorizan Vallance *et al*., (2011), este paragidma es incompleto para analizar aquellos aspectos que van más allá de las necesidades básicas. Por esta razón se adopta una perspectiva multi-nivel para abordar el concepto de sostenibilidad social. Esta perspectiva considera tres paradigmas: la sostenibilidad social en su paradigma de desarrollo, la sostenibilidad social en su paradigma de puente o conector entre miembros de la comunidad, y la sostenibilidad social en su paradigma de mantenimiento de elementos culturales e identidad.

Así al hablar de sostenibilidad social del turismo se da una intersección entre tres elementos: la calidad de vida, el desarrollo social y la actividad turística. Pero la relevancia de los aspectos definitorios de la sostenibilidad social deberán matizarse según las características propias de los entornos urbanos y, más concretamente, según aquellos impactos del turismo urbano que han sido identificados con mayor asiduidad y seguridad. En este sentido, abundan los estudios sobre el impacto del turismo en entornos urbanos en relación al acceso a la vivienda. Estos argumentan que las nuevas plataformas colaborativas como Airbnb o Homeaway contribuyen a la turistificación de los barrios y nutren procesos de gentrificación, que contribuirán al progresivo desplazamiento de su población en un entorno ya de por si competitivo (Cocola-Gant y Gago, 2019; Freytag y Bauder, 2018; Lambea, 2017). En la misma línea, existe cierto consenso sobre la importancia de los beneficios económicos generados por el turismo a través de la creación de empleo (paradigma de desarrollo), identificándose como un factor clave en la percepción y actitud de los residentes hacia la actividad (Mason y Cheyne, 2000), y especialmente en el caso de entornos urbanos (Rasoolimanesh *et al*., 2017). Precisamente, la empleabilidad en el sector turístico es un claro campo de debate, tanto por su frecuente precariedad como por ser una evidencia de la desigualdad entre géneros (Santero-Sanchez *et al.,* 2015). Por otra parte, la seguridad y la accesibilidad a servicios e infraestructuras se consideran especialmente

Criterios	Indicadores
1. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas	1.1. % de eventos celebrados en el destino centrados en la cultura y/o patrimonio tradicional y local
	1.2. Nº de categorías de recursos turísticos (Inventario de los recursos turísticos que aparecen en los materiales promocionales)
	1.3. % de entidades asociativas involucradas en turismo por distrito sobre el total de asociaciones turísticas de la ciudad
	1.4. % de residentes satisfechos con la repercusión del turismo en la identidad del destino
2. Preservar la capacidad de carga social del territorio	2.1. Nª de plazas de alojamiento turístico por cada 100 habitantes
	2.2. Nº de turistas por kilómetro cuadrado
	2.3. Proporción entre población turística y residente (nº turistas/ 100 habitantes)
3. Garantizar la diversidad funcional de la ciudad	3.1. % de locales de suvenires sobre el total de la ciudad
	3.2. % de comercios turísticos en relación al total de comercios
4. Involucrar a la ciudadanía en el proceso de planificación del turismo	4.1. % de asociaciones ciudadanas participativas en la definición de estrategias turísticas sobre el total de las candidaturas presentadas
5. Garantizar el acceso a la vivienda	5.1. Precio medio de la vivienda de compra (euros por m2) en relación a la renta media
	5.2. Precio medio de la vivienda de alquiler (euros por m2) en relación a la renta media
	5.3. % de variación del precio de la vivienda de compra (euros por m2)
	5.4.% de variación del precio de la vivienda de alquiler (euros m2 al mes)
	5.5. % de viviendas de protección oficial sobre el total de domicilios
	5.6. Nº de órdenes de desahucio
6. Garantizar la accesibilidad	6.1. % de hoteles con habitaciones adaptadas para personas con movilidad reducida
	6.2. % de hoteles con habitaciones adaptadas para personas con discapacidad visual
	6.3. % de hoteles con habitaciones adaptadas para personas con discapacidad auditiva
	6.4. % de productos y atractivos turísticos accesibles a personas con algún tipo de discapacidad (motriz, visual, auditiva y cognitiva)
	6.5. % de transporte público accesible
7. Garantizar una convivencia de calidad entre los residentes y visitantes	7.1. % de la población residente que considera el turismo importante o beneficioso para la ciudad
	7.2. % de residentes que considera que hay demasiados turistas en la ciudad
	7.3. % de residentes que creen que la presencia de turistas en la ciudad hace que los precios en su barrio suban
	7.4. % de variación de la población empadronada
	7.5. % de residentes molestos con las viviendas de uso turístico
8. Garantizar el acceso a un trabajo digno	8.1. Salario medio anual de los residentes ocupados en turismo (€/año)
	8.2. Ratio entre salario medio de residentes ocupados en turismo respecto el de residentes ocupados en todos los sectores
	8.3. Ratio entre número de contratos temporales e indefinidos
9. Garantizar la seguridad	9.1. % de victimización sobre el total de la ciudad
	9.2. Nº de hurtos registrados por distrito
	9.3. % de población que cree que el motivo por el cual ha empeorado la seguridad de su barrio es por el aumento de turismo
	9.4. Valoración de la seguridad en el destino (del 0 al 10)
10. Garantizar la igualdad de género	10.1. % de mujeres y hombres empleados en el sector turístico
	10.2. % de empresas turísticas con cargos de mando ocupados por mujeres
	10.3. Diferencia de tramos salariales por género

Tabla 1. Indicadores para el cálculo de la sostenibilidad social del turismo en un contexto urbano.
Table 1. *Indicators for the calculation of tourism social sustainability in an urban context.*

relevantes en la calidad de vida en entornos urbanos (von Wirth *et al*., 2015; de Oliveira *et al*., 2020), así como en la experiencia del visitante (Barker y Page, 2002). La sostenibilidad social también implica considerar aspectos relativos a la convivencia entre residentes permanentes y visitantes (paradigma conector), ya que dicha interacción puede ser fuente de conflicto directo (Postma y Schmuecker, 2017). Por otra parte, también puede contribuir a la conservación de tradiciones y elementos culturales identitarios del destino (paradigma de mantenimiento). Finalmente, debe considerarse también que la participación ciudadana ha sido identificada como un elemento clave en el aumento de la resiliencia de la comunidad local, vinculándose directamente con la conservación del capital social (Erdmenger, 2019). Todas estas consideracions presentadas definen los criterios sobre los que se sustenta la sostenibilidad social y los indicadores propuestos para su cuantificación (Tabla 1).

Resultados de la sostenibilidad social del turismo en los distritos de Barcelona

En base a los 10 criterios que delimitan la sostenibilidad social del turismo, se seleccionan 36 indicadores para su medición, el resultado de los cuales se puede consultar a continuación en la Tabla 2.

A partir de los resultados aportados por los indicadores se procede a la territorialización de algunos de ellos a través del diseño de mapas temáticos, elaborando un total de 8 mapas (Figs. 2 a 9) que incluyen los 14 indicadores más significativos. Esta representación permite extraer una primera interpretación particularizada del posicionamiento de los distritos en relación a la sostenibilidad social.

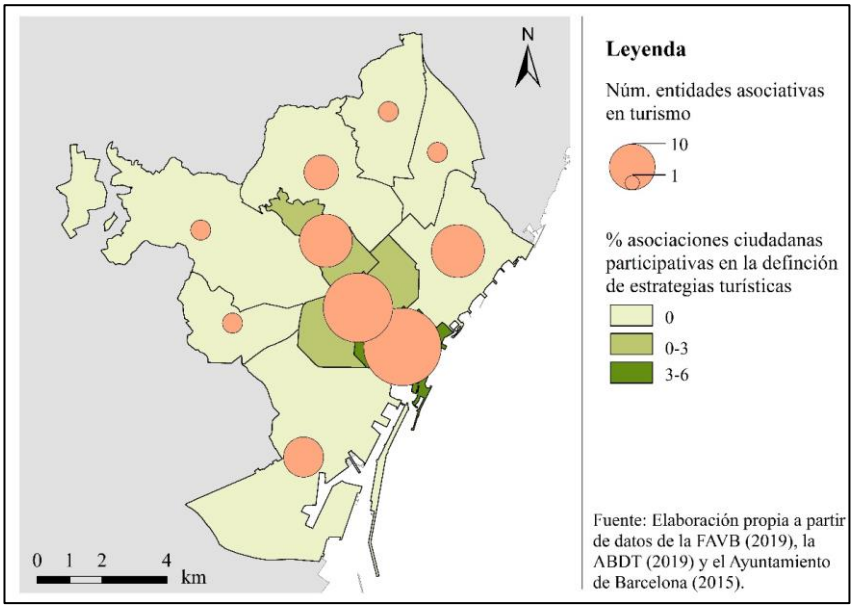


Fig. 2. Participación ciudadana en turismo. Distritos de Barcelona, 2015.
Fig. 2. *Civil participation in tourism. Districts of Barcelona, 2015.*

ID	Total BCN	Ciutat Vella	Eixample	Sants-Montjuïc	Les Corts	Sarrià-Sant Gervasi	Gràcia	Horta-Guinardó	Nou Barris	Sant Andreu	Sant Martí	Promedio	Año datos
1.1.	11,74	14,63	19,70	15,94	35,71	23,53	23,81	31,03	30,77	19,51	18,33	23,30	2017
1.2.	10,00	10,00	7,00	9,00	9,00	9,00	7,00	7,00	6,00	7,00	9,00	8,00	2019
1.3.	100,00	28,85	23,08	7,69	1,92	1,92	13,46	5,77	1,92	1,92	13,46	10,00	2019
1.4.	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	/	/
2.1.	13,29	43,29	28,49	11,22	17,61	7,11	8,21	2,03	0,44	0,67	14,75	13,40	2017
2.2.	116.976	621.925	563.545	49.219	128.534	26.865	91.524	13.234	5.236	6.788	186.248	169.311,9	2017
2.3.	7,35	26,52	15,76	6,19	9,40	3,60	3,15	0,93	0,25	0,30	8,30	7,40	2017
3.1.	100,00	31,78	20,41	9,34	2,13	3,96	9,44	5,18	5,48	5,48	6,80	10,00	2016
3.2.	24,13	38,63	30,79	20,30	23,41	24,31	20,55	14,36	17,11	19,37	21,04	23,00	2016
4.1.	14,63	4,88	2,44	0,00	0,00	0,00	2,44	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2015
5.1.	0,20	0,24	0,19	0,20	0,17	0,13	0,19	0,18	0,20	0,18	0,21	0,19	2017
5.2.	0,61	0,84	0,50	0,70	0,47	0,39	0,62	0,70	0,88	0,70	0,67	0,65	2017
5.3.	60,57	71,76	74,93	75,42	55,01	51,96	50,53	45,44	46,42	37,86	50,94	56,00	2013-18
5.4.	122,70	179,60	133,60	113,60	87,40	108,50	125,50	106,60	95,00	108,10	124,70	118,20	2017
5.5.	1,65	6,16	0,11	1,69	0,69	0,25	0,48	0,72	3,30	2,83	2,12	1,83	2017
5.6.	3.776,00	605,00	349,00	581,00	68,00	79,00	168,00	433,00	630,00	433,00	430,00	377,60	2017
6.1.	76,34	82,86	86,61	100,00	73,33	89,47	71,43	80,00	100,00	100,00	100,00	88,40	2018
6.2.	18,87	18,10	16,07	27,78	46,67	31,58	28,57	20,00	0,00	100,00	26,67	31,50	2018
6.3.	3,94	2,86	3,57	0,00	20,00	5,26	0,00	0,00	0,00	0,00	10,00	4,20	2018
6.4.	5,41	7,58	8,82	3,57	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,30	2018
6.5.	99,63	100,00	99,34	98,98	100,00	100,00	99,71	99,71	99,71	100,00	99,34	99,68	2019
7.1.	83,10	77,70	79,30	81,40	88,40	86,30	77,00	83,50	90,40	81,90	85,80	83,17	2017
7.2.	59,90	64,20	68,40	61,40	57,70	54,00	69,40	58,50	44,20	58,60	56,10	59,25	2017
7.3.	43,50	73,70	60,20	43,60	33,40	32,30	64,00	33,10	15,10	25,20	46,00	42,70	2017
7.4.	1,36	-9,57	1,29	1,91	0,44	5,59	0,80	0,49	0,12	2,73	5,21	0,90	2007-17
7.5.	21,10	65,40	36,60	30,10	8,80	4,00	28,00	7,10	0,30	2,50	23,80	20,66	2017
8.1.	17.775	16.650	18.077	17.509	20.526	20.205	18.054	16.971	17.363	17.040	19.005	18.140	2017
8.2.	0,58	0,75	0,53	0,65	0,54	0,44	0,58	0,60	0,78	0,63	0,63	0,61	2017
8.3.	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	/	/
9.1.	100,00	21,70	20,60	9,10	3,60	6,20	5,20	6,10	8,00	6,60	13,10	10,00	2017
9.2.	111.966	32.951	32.125	11.610	4.074	3.951	3.856	2.712	2.826	4.731	11.426	11.026	2017
9.3.	3,60	5,80	6,80	2,50	0,00	0,00	6,40	1,20	0,00	0,00	7,90	3,06	2018
9.4.	6,40	5,20	6,90	6,20	7,30	6,80	7,00	6,30	5,90	6,30	6,10	6,40	2018
10.1.	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	/	/
10.2.	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	/	/
10.3.	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	/	/

Tabla 2. Indicadores de sostenibilidad social del turismo en los distritos de Barcelona, a partir de datos de la ABDT (2019), Ayuntamiento de Barcelona (2016a, 2016b, 2017a, 2017b, 2017c y 2019), Barcelona Turisme (2019), FAVVB (2019), Generalitat de Catalunya (2013 y 2017), Gremi d'Hotels de Barcelona (2019) y TMB (2019).

Table 2. *Indicators of Barcelona's districts tourism social sustainability, based on data from ABTD (2019), Barcelona City Council (2015, 2016a, 2016b, 2017a, 2017b, 2017c, 2018 y 2019), Barcelona Turisme (2019), FAVB (2019), Generalitat de Catalunya (2013 y 2017), Barcelona Hotels Professional Associations (2019) and TMB (2019).*

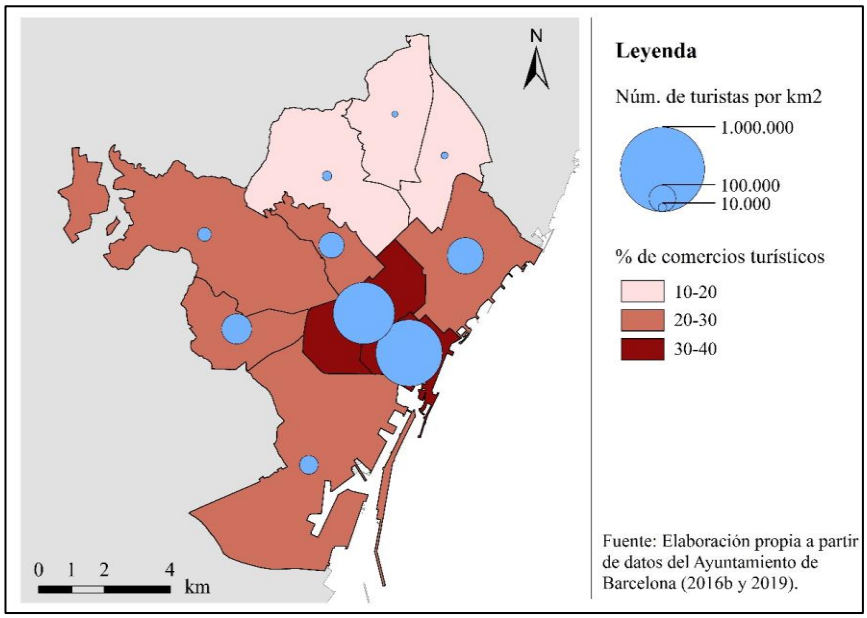


Fig. 3. Densidad de turistas y comercios turísticos. Distritos de Barcelona, 2016.
Fig. 3. *Density of tourists and tourism-related shops. Districts of Barcelona, 2016.*

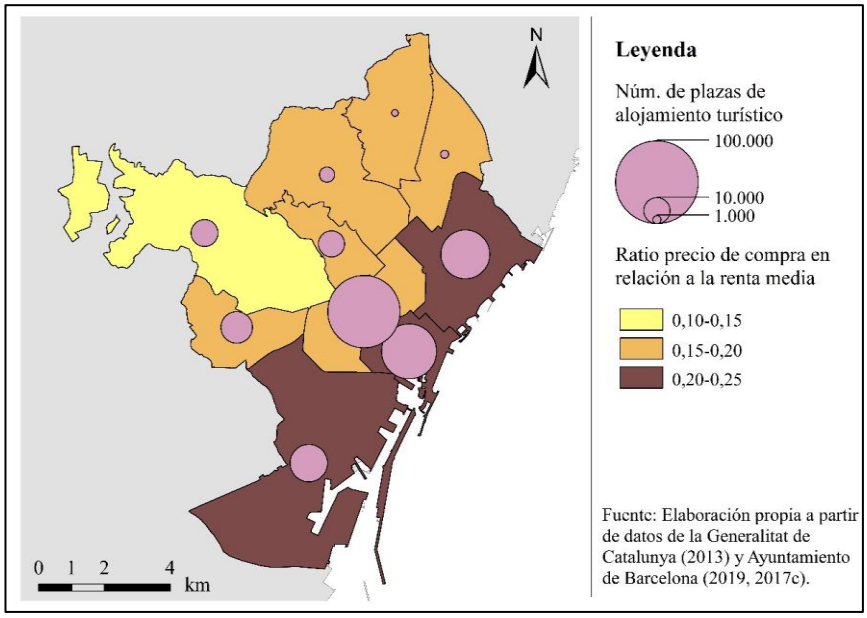


Fig. 4. Plazas turísticas y precio de compra por renta. Distritos de Barcelona, 2017.
Fig. 4. *Tourist places and purchase price in relation to the income. Districts of Barcelona, 2017.*

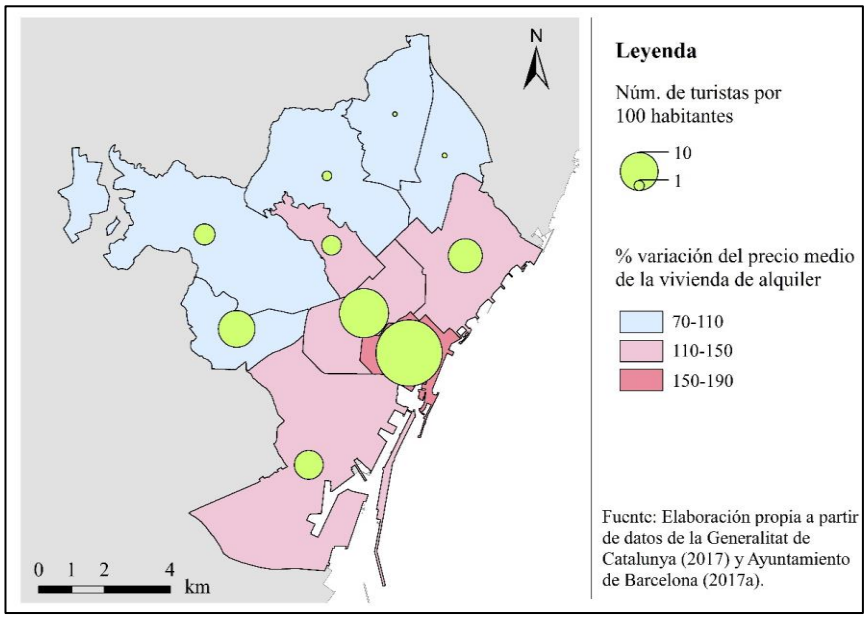


Fig. 5. Turistas/100hab. y variación del precio de alquiler. Distritos de Barcelona, 2000-2017.
Fig. 5. *Tourists/ 100 inhabitants and rental price variation. Districts of Barcelona, 2000-2017.*

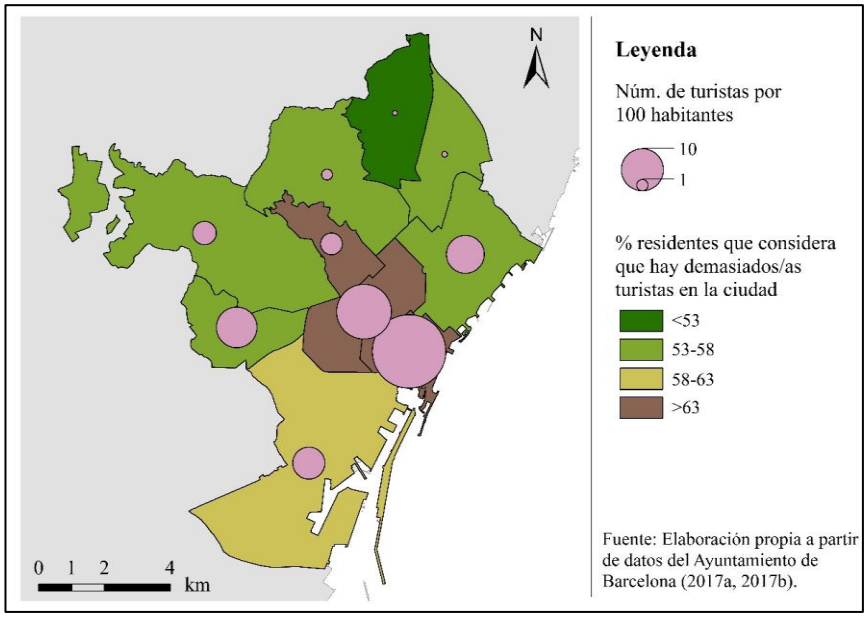


Fig. 6. Turistas/100hab. y percepción local negativa del turismo. Distritos de Barcelona, 2017.
Fig. 6. *Tourists/100 inh. and resident's negative perception of tourism. Districts of Barcelona, 2017*

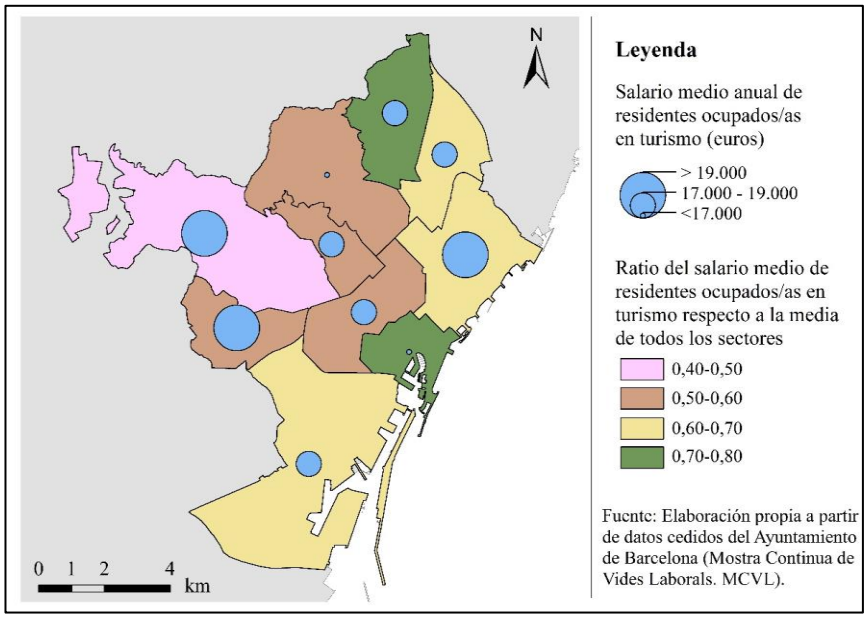


Fig. 7. Diferencias salariales del sector turístico. Distritos de Barcelona, 2017.
Fig. 7. *Wage differences in the tourism sector. Districts of Barcelona, 2017.*

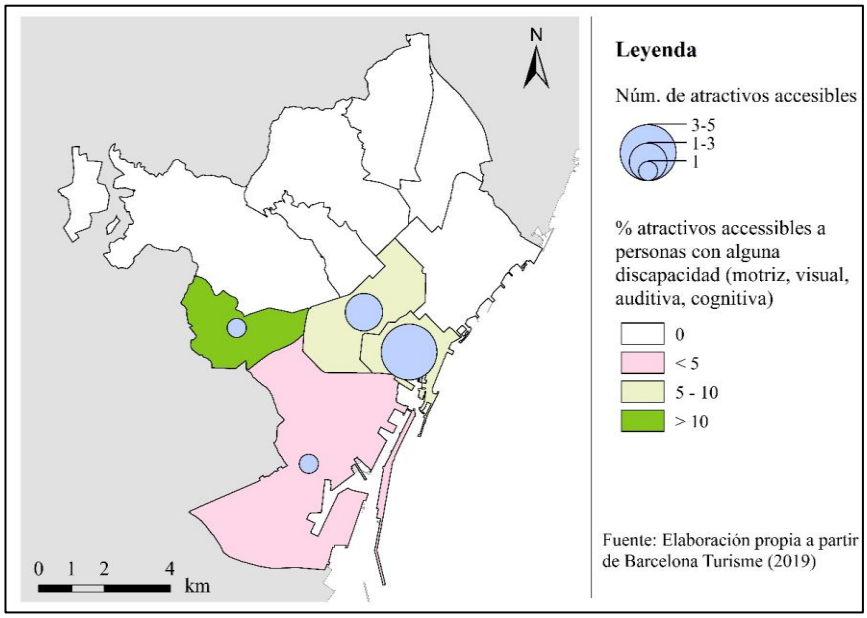


Fig. 8. Atractivos turísticos accesibles. Distritos de Barcelona, 2018.
Fig. 8. *Accessible tourist attractions to people with disabilities. Districts of Barcelona, 2018.*

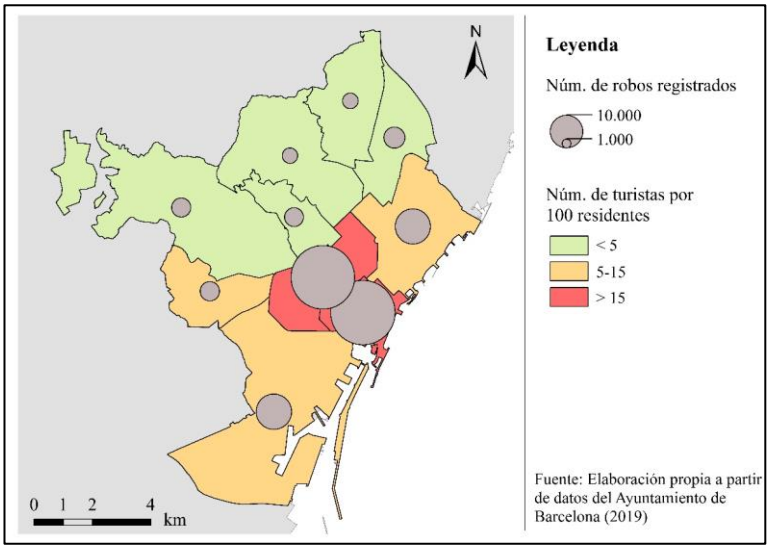


Fig. 9. Turistas/100habitantes y robos. Distritos de Barcelona, 2017.
Fig. 9. *Tourists/ 100 inhabitants and robberies. Districts of Barcelona, 2017.*

La tendencia global de la sostenibilidad social del turismo por distritos se analiza también en términos comparados según el número de indicadores que se posicionan por encima o por debajo del valor medio del conjunto de la muestra y en función de la naturaleza o tipo de información que transmiten (Fig. 10). Sin embargo es importante tener en cuenta que el recuento de indicadores positivos o negativos no registra la intensidad del impacto, representando más bien una tendencia dentro del conjunto de casos analizados, en lugar de una realidad absoluta.

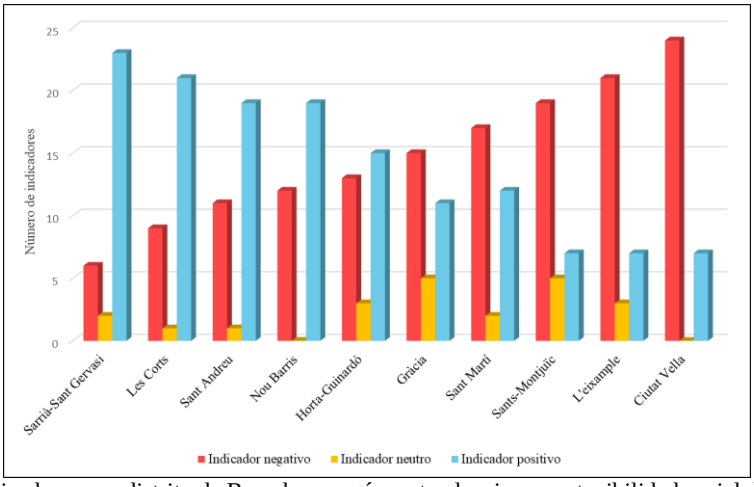


Fig. 10. Indicadores por distrito de Barcelona según su tendencia en sostenibilidad social del turismo.
Fig. 10. *Indicators for Barcelona's districts based on their tendency in tourism social sustainability.*

Según los datos presentados, los distritos más turistificados (en número de turistas y plazas de alojamiento) registran los valores más críticos de la ciudad en cuanto a seguridad, convivencia, acceso a la vivienda, diversidad comercial y trabajo digno.

Los distritos de Ciutat Vella y Eixample son los distritos más turistificados, ya que concentran conjuntamente el 55,73% de las plazas de alojamiento turístico de Barcelona, y el 2017 alojaron al 57,92% del total de turistas. Además cuentan con más de la mitad del total de locales de souvenirs de la ciudad (especialmente Ciutat Vella, con un 31,77%), y un porcentaje muy elevado de comercios turísticos en general (38,63% en Ciutat Vella). Paralelamente, son los distritos que concentran la mayoría de productos y atractivos turísticos promocionados por *Barcelona Turisme* (54,04%).

Por otro lado, la seguridad también es un aspecto crítico en los dos distritos, pues acumulan el 58,12% del total de robos registrados en la Ciudad. Esto coincide con una mayor proporción de población que responsabiliza al turismo de empeorar la seguridad del barrio. La convivencia entre residentes y visitantes también es fuente de conflicto pues en ambos distritos se registran valores altos de residentes molestos con los alojamientos de uso turístico (especialmente en Ciutat Vella con un 65,40%, muy por encima de la media de la ciudad -20,66%-).

En lo que se refiere al acceso a la vivienda, destaca la variación del precio medio de la vivienda de alquiler. Se observa cómo Ciutat Vella presenta un extraordinario incremento de precio en relación a la media del conjunto de la ciudad (176,6%), seguida por el distrito del Eixample (133,6%).

Paralelamente, ambos distritos presentan valores positivos en cuanto a la diversificación de recursos turísticos, la proporción de entidades asociativas involucradas en turismo y la participación ciudadana en la definición de estrategias turísticas. Un análisis pormenorizado de estos indicadores, sin embargo, permite constatar cómo las asociaciones y la participación ciudadana en turismo se vinculan con una mayor movilización social contraria al fenómeno turístico. Por tanto, lo que podría ser a priori un indicativo de una mejor gobernanza en turismo, responde en realidad a un conflicto latente.

En el lado opuesto, los distritos menos turistificados son Nou Barris y Sant Andreu, que cuentan con el 0,34% y el 0,46% de plazas de alojamiento turístico respectivamente, al tiempo que presentan más indicadores positivos en relación a la sostenibilidad social del turismo. Cabe destacar que la tendencia positiva de los indicadores, en la mayoría de casos, se corresponde con una menor actividad turística en general y, por tanto, con una menor presión del turismo sobre el tejido social. Así, por ejemplo, el 2017 sólo se alojaron en esta zona el 0,72% de los turistas de Barcelona, que concentra el 10,9% del total de locales de souvenirs, y registra únicamente el 3,2% de productos y atractivos turísticos promocionados por *Barcelona Turisme*. Nou Barris y Sant Andreu destacan especialmente por sus valores positivos obtenidos en los indicadores relatives a seguridad, convivencia, acceso a la vivienda, diversidad del tejido comercial y acceso a un trabajo digno.

Tal y como ya se ha comentado anteriormente, la tendencia positiva de los indicadores se relaciona, en la mayor parte de los distritos analizados, con una menor presión turística en general. Sin embargo, los factores susceptibles de influir en la tendencia general son diversos y, por tanto, otras variables como las diferencias de renta media pueden influir en los resultados. En este sentido, cabe destacar el caso de los distritos de Sarrià-Sant Gervasi y Les Corts (de rentas familiares altas) que, con densidades turísticas (número de turistas y

plazas de alojamiento) situadas en la franja intermedia del conjunto de distritos, presentan el mayor número de indicadores con tendencia positiva en términos comparados. Por lo que respecta al resto de distritos (Sants Montjuïc, Gràcia, Horta-Guinardó y Sant Martí), se situan a medio camino entre ambos extremos, aunque tienden a más número de indicadores negativos en aquellos distritos que concentran más densidad turística.

Conclusiones

El debate sobre la sostenibilidad del modelo turístico de Barcelona se intensificó a raíz de la organización y movilización vecinal hace menos de una década, dando voz a relatos, hasta entonces ignorados, sobre los impactos negativos del turismo en el espacio y en la población de acogida. Con la extensión del debate a toda la ciudadanía, las encuestas municipales comenzaron a mostrar una importante preocupación de los habitantes de diferentes distritos (incluso de barrios no masificados) en relación a dichos impactos que ha transferido a las administraciones públicas la responsabilidad de una mejor gestión turística.

De acuerdo con los objetivos planteados inicialmente, se ha delimitado la sostenibilidad social del turismo y su cuantificación, definiendo 10 criterios básicos que se miden a través de 36 indicadores simples en los 10 distritos de Barcelona.

Los resultados obtenidos y la mapificación de variables relevantes permiten identificar diferencias significativas en la sostenibilidad social del turismo por distritos. Barcelona es un destino polarizado, con unos distritos turistificados y masificados intensamente (*overtourism*) y otros poco explorados. Los indicadores y mapas que se presentan en esta comunicación muestran realidades extraordinariamente contrastadas en una misma ciudad turística. En líneas generales, los distritos más turísticos identifican impactos negativos en un mayor número de variables sociales, principalmente relacionadas con la seguridad, la convivencia turista-residente, el acceso a la vivienda, la diversidad comercial o el trabajo digno. Y sin embargo, paralelamente, estos mismo distritos registran resultados positivos en lo que se refiere a diversificación de recursos y productos turísticos y participación ciudadana y asociacionismo.

Barcelona ha pasado en pocos años de “convivir” con el turismo a “sufrir” el turismo: la conflictividad social actual requiere una política turística efectiva que gestione los costes y distribuya los beneficios de la actividad. La presente investigación supone un primer paso en este sentido, a través de la generación de conocimiento para la gestión de la sostenibilidad social en destinos urbanos. Además, la simplicidad metodológica de la herramienta propuesta (un sistema de indicadores que responden a cálculos generalmente sencillos) y la representación geoespacial de los resultados facilitan la comprensión, el análisis comparado y la interpretación, por lo que también puede contribuir a generar un debate social fundamentado sobre la incidencia del turismo en los diferentes distritos de la ciudad.

Finalmente, como líneas de continuidad se propone, por un lado, la aplicación periódica de los indicadores, es decir, una actualización que permita un análisis evolutivo de las variables en función de las dinámicas y políticas turísticas vigentes.. Y por otro lado, la aplicación de los mismos indicadores en ciudades turísticas de características similares a Barcelona. La comparación de las variables de sostenibilidad social entre ciudades turísticas similares puede contribuir a identificar tendencias asociadas a buenas prácticas

que se puedan exportar. Por último, en la misma línea, sería interesante valorar la agregación de los indicadores en un índice global que permitiera un ranquin de sostenibilidad social del turismo entre ciudades.

Agradecimientos

Esta investigación està financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España (proyecto PGC2018-097707-B-I00) y la Escuela de Hotelería y Turismo CETT-UB. Se ha desarrollado entre el Grupo ANTERRIT (UB), 2017SGR1509, y el Grupo TURCiT (CETT-UB), 2017SGR1027, de la Generalitat de Catalunya.

Referencias

Ayuntamiento de Barcelona. 2016a. *Pla especial urbanístic per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic a la ciutat de barcelona (PEUAT)*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Ayuntamiento de Barcelona. 2016b. *Cens d'activitats econòmiques en planta baixa de la ciutat de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Ayuntamiento de Barcelona. 2017a. *Enquesta de Serveis Municipals 2017. Evolució 1989-2017*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Ayuntamiento de Barcelona. 2017b. *Percepció del Turisme a Barcelona*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Ayuntamiento de Barcelona. 2017c. *Distribució territorial de la renda familiar disponible per càpita a barcelona 2017*. Oficina Municipal de dades de l'Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Ayuntamiento de Barcelona. 2019. *Estadística i Difusió de Dades. Anuari estadístic de la ciutat de Barcelona 2019.* Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic-ABDT, 17/07/2019. https://assembleabarris.wordpress.com/.

Barcelona Turisme. 2019. *Barcelona, por un turismo accesible*. Barcelona Turisme, Barcelona.

Barker, M. y Page, S. J. 2002. Visitor safety in urban tourism environments: The case of Auckland, New Zealand. *Cities*, 19 (4), 273–282.

Cocola-Gant, A. y Gago, A. 2019. Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning* A, 0(0), 1–18.

Colantonio, A. 2007. Social Sustainability: An Exploratory Analysis of its Definition, Assessment Methods, Metrics and Tools. *EIBURS Working Paper Series*, 2007/01.

de Oliveira, J. S., Kofuji, S. T., y Bourda, Y. 2020. People with Disabilities' Needs in Urban Spaces as Challenges Towards a More Inclusive Smart City. En: Rocha, Á., Ferrás, C., Montenegro, C. E. y Medina, V. H. (eds.), *Information Technology and Systems*. Springer, Cham, 285–293.

Erdmenger, E. (2019). Community Resilience in Urban Tourist Destinations. *Zeitschrift Für Tourismuswissenschaft*, 11(3), 437–450.

Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona-FAVVB, 14/07/2019, https://www.favb.cat/.

Fernández, H. y Pardo, D. 2016. La lucha por el decrecimiento turístico: El caso de Barcelona. *Ecología Política*, (52), 104-106.

Freytag, T., y Bauder, M. 2018. Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20 (3), 443–460.

Garcés, J., Ródenas, F., y Sanjosé, V. 2003. Towards a new welfare state: the social sustainability principle and health care strategies. *Health Policy*, 65 (3), 201-215.

Generalitat de Catalunya. 2013. *Compravendes d'habitatges registrades i el preu de venda a Catalunya*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Generalitat de Catalunya. 2017. *Lloguers Barcelona per districtes i barris*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Gremi d'Hotels de Barcelona. 2019. *Hotels Guide*. Gremi d'Hotels de Barcelona, Barcelona.

Koning, J. 2002. *Social sustainability in a globalizing world: context, theory and methodology explored. Kortenaerkade 11*. Amsterdam National UNESCO Commission, The Hague.

Lambea, N. 2017. A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *Urban Research and Practice*, 10 (1), 120–129.

López-Palomeque, F., Torres-Delgado, A., Elorrieta, B., Font, X. y Serrano, D. 2018. Turismo y sostenibilidad: el uso de indicadores para la gestión sostenible de destinos turísticos en la provincia de Barcelona. *Polígonos. Revista de Geografía*, (30), 195–215.

Mason, P., y Cheyne, J. 2000. Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 391–411.

Milano, C. 2017. *Overtourism y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales*. Ostelea School of Tourism & Hospitality, Barcelona.

Murray, I. 2014. Bienvenidos a la fiesta: turistización planetaria y ciudades-espectáculo (y algo más). *Ecología Política*, (47), 87-91.

Observatori del Turisme de Barcelona. 2020. *Barcelona 2019. Informe de l'activitat turística*. Observatori del turisme de Barcelona, Barcelona.

Palou, S. (Coord.). 2016. *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat de Barcelona*. Efadós – Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

Partridge, E. 2005. 'Social sustainability': a useful theoretical framework? *Australasian Political Science Association Annual Conference*, Dunedin (New Zealand), 28-30 de septiembre de 2005.

Postma, A., y Schymuecker, D. 2017. Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3 (2), 144–156.

Rasoolimanesh, S. M., Ingle, C. M., Jaafar, M., y Ramayah, T. 2017. Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147–158.

Roseland, M. 2000. Sustainable community development: integrating environmental, economic, and social objectives. *Progress in Planning*, 54, 73–132.

Santero-Sanchez, R., Segovia-Pérez, M., Castro-Nuñez, B., Figueroa-Domeq, C., y Talón-Ballestero, P. 2015. Gender differences in the hospitality industry: A Job quality index. *Tourism Management*, 51, 234–246.

Torres-Delgado, A. y Saarinen, J. 2013. Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 16, 31-47.

Transports Metropolitans de Barcelona-TMB, 08/08/2019, *https://www.tmb.cat/es/barcelona/accesibilidad-movilidad-reducida*.

Vallance, S., Perkins, H. C., y Dixon, J. E. 2011. What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum*, 42 (3), 342–348.

Vera, J.F. 2001. *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Institut Universitari d'Alacant, Alicante.

von Wirth, T., Grêt-Regamey, A., y Stauffacher, M. 2015. Mediating Effects Between Objective and Subjective Indicators of Urban Quality of Life: Testing Specific Models for Safety and Access. *Social Indicators Research*, 122 (1), 189-210.

A methodological proposal for public responses to overtourism and its integration in urban destinations' policies

Núria GUITART and Ramon SERRAT

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Guitart, N. and Serrat, R. 2020. A methodological proposal for public responses to overtourism and its integration in urban destinations' policies. *In:* Pons, G.X.; Blanco-Romero, A.; Navalón-García, R,; Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 265-281. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

In a context where overtourism has become the subject of a considerable volume of research, this study provides insight into the best-rated management tools and measures for improving urban tourism management**.** Indeed, based on an extensive literature review, together with 22 in-depth interviews with key representatives of the sector, the research provides and analyses a set of the most-effective implemented measures. These results have contributed to subsequently formulating a list of 11 strategies and 21 actions, which advocate for cooperation, debate and governance as a step forward for the development of urban tourism policies.
Keywords: *best practices, effectiveness, tourism conflicts, tourism measures, overtourism.*

A METHODOLOGICAL PROPOSAL FOR PUBLIX RESPONSES TO OVERTOURISM AND ITS INTEGRATION IN URBAN DESTINATIONS' POLICIES. En un contexto donde el *overtourism* se ha convertido en el tema central de un volumen considerable de investigaciones, este estudio proporciona información sobre las herramientas y medidas de gestión mejor calificadas para la mejora de la gestión del turismo urbano. De hecho, basándose en una extensa revisión bibliográfica t junto con la realización de 22 entrevistas en profundidad, a representantes clave del sector, el estudio presenta y analiza el conjunto de las medidas aplicadas más efectivas. Estos resultados han contribuido a la posterior formulación de un listado de 11 estrategias y 21 acciones que abogan por la cooperación, el debate y la gobernanza como un paso indispensable para el desarrollo de políticas de turismo urbano.
Palabras clave: *buenas prácticas, conflictos turísticos efectividad, medidas turísticas, overtourism.*

Núria GUITART, nuria.guitart@cett.cat; Ramon SERRAT, ramon.serrat@cett.cat; Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, CETT – UB. Av. Can Marcet 36-38, 08035, Barcelona.

Manuscript reception: 30-maig-2020; revision accepted: 6-august-2020

Introduction

The exponential growth of urban tourism at a global level causes several challenges to affect the management of destinations and the coexistence between tourists and residents (Exceltur, 2017; World Tourism Organization [UNWTO], 2018). Despite working to make city models compatible with aspirations and social functions, local administrations have historically lagged behind in including these new challenges in their agendas (Hospers, 2019).

The acceleration of processes and the continuous adaptation of public bodies to the ever-changing tourism scenario include the introduction of horizontal and participatory management models. Additionally, many context-specific measures have been implemented, reaching different degrees of effectiveness and acceptance among the actors involved.

Faced with this challenge of tourism management, various approaches to and progress in examining and implementing tactics to mitigate the effects of overtourism are apparent. As Papathanassis (2017) stated, commonly implemented measures are mainly focused on visible externalities and aimed at restricting tourism flows and activities. Nonetheless, new approaches towards metropolitan and regional redistributions of tourist flows and techniques to educate tourists are being implemented to reduce problems associated with overtourism (González *et al.,* 2018; Veiga *et al.,* 2018).

According to different authors (Koens *et al.,* 2018; Perkumienė and Pranskūnienė, 2019), the term overtourism has turned into a buzzword that has been intensively mediatised during the last three years. Although not representing a new phenomenon but referring to "the impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and quality of visitors experiences in a negative way" (UNWTO, 2018, p. 4), the frequency of the term's use has sharply increased in academic papers tackling the issue (Capocchi *et al.*, 2019; Koens *et al*., 2018).

There are, however, many approaches towards understanding the origin of the overtourism phenomenon and, as stated by Milano *et al.* (2019), "coming to terms with overtourism remains a work in progress". Those approaches focus their attention on the excessive tourism growth, the development of new technologies, the concentration patterns of tourists' visits to destinations, or the social perceptions of unbalanced distributions of benefits and costs. However, most literature converges on recognising the lack of regulations and leadership (Jamieson and Jamieson, 2019), territorial governments (UNWTO, 2018), and poor knowledge of the extent of the effectiveness of local tourism policies (Koens *et al.,* 2018).

Overtourism relates to the same concerns that arose at the beginning of the 1960s and that have evolved according to perceptions of sustainability dimensions and the risk of uncontrolled unbalance. It is argued, consequently, that the neologism has become a hot topic due to the recent demonstrations led by residents' associations, assemblies and social movements as well as being a response to the inadequacy of the term tourism-phobia (Milano, 2018; Guitart *et al.,* 2018).

In this context and in line with a growing number of studies tackling municipal responses to overtourism, the present research aims to investigate the application and effectiveness of frequently recommended actions, culminating with the formulation of a set of best practices likely to be undertaken by different urban realities.

To achieve these goals, two methodologies have been implemented. Firstly, an extensive revision of the previous bibliography has been conducted, leading to the identification of a series of 41 reactive and proactive measures commonly tested and implemented in internationally visited urban tourism destinations. Secondly, conducting 22 in-depth interviews with carefully selected major stakeholders in the tourism arena of Barcelona (including tourism, urbanism and geography academics, representatives from the public administration, the private sector and residents' associations), has helped the

researchers identify the most prominent actions for the agents of this case study, as well as propose 11 strategies and 21 actions for suitable tourist management.

Regardless of whether the proposed strategies and techniques prove to be successful, the aim is not to come up with a perfect model, but to help in the identification and selection of the best formula according to the acceptability generated by current measures and instruments. The research, therefore, adopts a problem-solving perspective, filling the existing gap in the revision of tourism management and evaluation instruments.

Approaches to the tourism management of urban destinations

At the global level, urban tourism is intrinsically linked to the territory, the city model and its economic, socio-cultural and environmental factors. Additionally, it is framed in a situation where the combination of low-cost flights and the concept of city break as a travel style, along with the ease of change, define a complex and uncertain context for urban policy development (Clavé and González, 2007).

Although its significant economic benefit is not disputed, tourism is no longer considered only a source of profit, and both citizens and administrations have begun to identify negative impacts. This social unrest is born, according to Arteaga and Hernández (2017), when there is a disconnect between the municipal strategy and the residents' vision of their own city. Therefore, any management strategy must be sensitive to the impacts detected by the society and address sustainable tourism goals (UNWTO *et al*., 2018).

The factors that determine urban and tourism conflicts are, as Koens *et al.* (2018) have claimed, diverse, complex and multifaceted, arising from the unequal distribution of benefits, together with the perception of overcrowding or overtourism. Consequently, tourism's effects on the use of public space, the socio-cultural impacts and the pressure on infrastructure and mobility, among other factors, generate changes in the economic, social and physical structure of the territory.

However, because of the existence of other activities that affect the dynamics and the use of urban infrastructure, effective destination management requires that both diagnosis and planning stages begin with the coordination of governmental and non-governmental structures belonging to various sectors and territorial levels in an attempt to cooperatively face the need to revise the tourism and urban management model (Hall and Page, 2003).

Thus, as Arevalo (2015) has stated, the existing influence and institutional relationships between actors with various perspectives on the tourism system have an impact on local agendas' design and integration of concrete actions and strategies for the enhancement of an environmentally conscious model and the implementation of governance processes as a mechanism for participation, democracy and coexistence (Diputació de Barcelona, 2009).

In an attempt to define the types of organisations and agents involved, studies have come together and defined four complementary, overlapping and opposed stakeholders: the municipal administration as the dominant actor; tourism companies; non-productive groups, such as residents' associations with common interests; and single-interest groups (Farsari *et al.*, 2011).

In fact, as to the organisational structures, Hall (2000) emphasised the need for extended interrelationships between the various layers of the planning and achievement stages, as well as the requirement of public–private partnerships and participation networks of organisational and representative complexity.

In terms of the historical dimension of tourism management policies, social and environmental considerations were eclipsed by the generation of economic benefits between the 60s and 70s. Later, those considerations arose in the 80s when the concept of sustainable development was introduced by management bodies with the aim of establishing tourism load capacities. It would not be until the year 2000 that this perspective on governmental responsibility towards tourism would focus on governance as a management method, a concept that defends the idea of establishing coordination mechanisms for political debate and social participation (Jamal and Camargo, 2018; Velasco, 2014).

According to Bornhorst, Ritchie and Sheehanl (2010), although numerous studies have proposed different strategies and guidelines to combat tourism's effects, the lack of methodologies revising the context in which tourism policies are developed contributes to impeding efficient management.

Although there is no single appropriate strategy for destination management, Hall (2000) and Logar (2010) defined a number of criteria for the evaluation of governance tools and processes aimed at ensuring the social well-being of the communities, emphasising (1) the capacity to compensate for the sector's negative impacts, (2) the ability to adapt to different circumstances, (3) the level of acceptance, (4) the technical and economic feasibility or (5) the degree of compatibility with other approaches and instruments.

Therefore, and considering the stated by Becken and Simmons (2019), analysing the impressions, interests and goals of the agents currently involved in Barcelona's tourism management arena seems to be the starting point for analysing the effectiveness of implemented measures and policies, and it must allow for finding out which actions are considered more useful and generate greater consensus or satisfaction. Indeed, in line with Luo (2018), effectiveness is regarded, in terms of management, as a qualitative dimension measuring the performance results and outcomes achieved by destinations regarding their development goals.

Methodology

With the aim of transferring the best practices being developed and introducing new recommendations, two methodologies have been implemented: firstly, a literature review to identify frequently implemented measures, and secondly, 22 in-depth interviews to determine which measures are the most effective.

Literature Review

A significant examination of the literature has been undertaken to synthesise and summarise previous sources reviewing management strategies and recommendations as well as tackling the sudden growth of studies concerning local responses to overtourism.

In total, the overview of 109 papers allowed for collecting a wide range of local responses to overtourism but, from which only five, were aimed or resulted in a set of proposed strategies (European Commission, 2015; McKinsey & Company and World Travel and Tourism Council, 2017; Peeters *et al.*, 2018; World Tourism Organization *et al.*, 2019; World Travel and Tourism Council and JLL, 2019).

However, the disparity of approaches and goals encountered between each study, made it necessary to search for a general and new classification criterion, enabling to process the information for the purposes of the research. Therefore, in accordance with the stated by

Rodríguez *et al.* (2014) and Gravari-Barbas (2019), the researchers considered to organise the inputs by reactive and proactive measures, responding to the administrations' classical strategic positioning towards management.

In fact, the classification of measures by their reactive and proactive nature distinguishes between the need to respond with provisional remedial actions, which are conditional and limited – the symptom-centred approach – and the ability to anticipate conflicts and make decisions beyond the circumstances of the moment – cause-centred actions (Roland Berger, 2018). Nevertheless, both categories involve the assumption of responsibilities by the local administration. Consequently, actions were classified, within these two groups, according to the general scope of action, including the restriction of access, accommodation control and tax measures within the reactive approach and the improvement of governance, offer diversification and communication and promotion measures within the proactive or preventive approach.

After this process, the analysis resulting from the preliminary review was completed with frequently implemented measures between cosmopolitan cities where various manifestations against the effects of tourism have appeared and caused the administration's active response. Thus, the literature review was complemented by the emptying of institutional reports, statistical sources and newspaper articles, allowing the analysis of different tourism policy approaches, conflicts, strategic lines and areas of action. Additionally, this step has enabled the definition of broader actions implemented when coping with overtourism and is a means to improve tourism's fit in cities.

For this purpose, an analysis sheet was adopted to systematically collect the objectives and conflicts to which each identified measure responded, as well as the actors involved in its implementation. This instrument, used to collect information and adapted from that of UNWTO (2018); gave support to determine different approaches, implications and solutions that could be adopted (Postma and Schmuecker, 2017), by regarding different fields of conflict and related measures.

In total, considering that, the intention is not to exhaustively collect all the measures implemented in the sector or with influence in tourism, but to highlight those frequently mentioned, the literature review has led to the identification of a series of 41 types of reactive and proactive measures commonly tested and implemented in internationally visited urban tourism destinations. These actions, in accordance to the criteria stated above, (Table 1) were included in the held questionnaire, encoded with its statistical exploitation and classification maintained in order to facilitate the detection of best practices, which is understood as those actions, procedures, structures and tools that prove their suitability and generate consensus and satisfaction.

In-depth interviews

After obtaining the previous list and responding to the intention to evaluate the effectiveness of the actions detected, 22 personal interviews were held with actors involved in the tourism sector, including members of public bodies of tourism promotion and management (7), members of the private sector (6), researchers and academics from tourism management, sustainability and geography fields (5) and residents' associations (4).

The in-depth interviews were posed through a managed and semi-structured questionnaire, combining a qualitative and quantitative method. The interview primarily

REACTIVE MEASURES	
RESTRICTION OF ACCESS AND ORDINANCE	
MR1	Creation of stricter rules regarding the opening hours of restaurants and bars
MR2	Creation of itineraries to concentrate leisure tourism mobility on specific routes
MR3	Limitation of tourist activities through licenses
MR4	Increasing the destination's capacity by better organising the traffic (traffic regulation, parking areas, areas for loading and unloading passengers, pedestrianisation)
MR5	Creation of bodies of inspectors and civic agents to ensure compliance with regulations and for tourist coexistence
MR6	Reduction of seasonality through regulations and incentives
MR7	Limited number of events in certain areas of the city in favour of less-visited places
MR8	Establishment of ticketing systems and slots to visit attractions where the load capacity is compromised
MR9	Limiting the number capacity of tours visiting the city centre via license requirements
MR10	Creation of specific transport facilities for tourists
ACCOMMODATION CONTROL	
MC1	Slow the development of tourism accommodation supply by zoning and setting land uses via laws and moratoriums
MC2	Prohibition of Airbnb's offerings in certain parts of the city
MC3	Negotiations with hosting platforms
MC4	Creation of spaces for citizens to collaborate and challenge flats operating without a tourist license
MC5	Detection and inspection measures
MC6	Collaboration between administrations to facilitate inspections and law compliance
TAX MEASURES	
MT1	Discourage certain profiles of visitors through higher rates and fees
MT2	Implementation of fees to mitigate the negative impacts of tourism
MT3	Creation of an investment plan for project financing using funds derived from tourist taxes and fees

PROACTIVE MEASURES	
GOVERNANCE IMPROVEMENT	
MG1	Creation of meeting spaces (on a regular basis) for the agents involved to discuss, evaluate and contribute to the good planning of tourist activities
MG2	Organisation of citizens and citizen discussions on the corresponding platforms
MG3	Review and adaptation of tourism management and promotion entities to the reality of the sector
MG4	Real-time monitoring of conflicting spaces
MG5	Creation of research and monitoring entities responsible for conducting studies on tourist activity and citizen perceptions
MG6	Search for alternative indicators and the incorporation of new sources of knowledge in the control panels for sound decision-making
MG7	Creation of a tourism city strategy for the balance between residents and visitors
MG8	Creation of a Tourism Mobility Plan to improve traffic management
MG9	Creation of contingency plans based on the data obtained from the monitoring
OFFER DIVERSIFICATION	
MD1	Dispersion of visitors to adjoining destinations in the city
MD2	Reduction of the seasonality of cruise ships through incentives
MD3	Renaming nearby attractions to encourage downtown decongestion
MD4	Territorially extending the validity of visitors' travel cards
MD5	Dispersion of visitors to new areas of the city through transport options, tours and promotion
MD6	Encouraging economic alternatives to be less dependent on tourism
COMMUNICATION AND PROMOTION	
MI1	Only attract visitors of a certain profile and lifestyle: "quality tourists"
MI2	Stimulating green measures and certifications to promote a destination committed to sustainable development. Responsible commitment.
MI3	Establish good practices for groups that benefit from tourists arrivals, such as guides
MI4	Communication and awareness of visitors regarding how to behave in the city and respect the rules of coexistence
MI5	Communication of the measures taken to improve the management and coexistence of tourism in the city for the valorisation of tourism
MI6	Real-time communication with visitors for the best spatial distribution and improvement of the tourist experience; informing them about the congestion of certain areas of the city, transport options and alternate destinations
MI7	Reduction of the budget invested in promotion or promotion of alternative destinations
MI8	Tourism marketing strategy integrated with the metropolitan area or region

Table 1. Categorisation of proposed measures for effectiveness evaluation on a scale from 0 to 10. Source: own elaborated (2019)
Tabla 1*. Categorización de medidas propuestas para la valoración de su efectividad en una escala del 0 al 10. Fuente: Elaboración propia (2019).*

consisted of six preliminary, open-ended, qualitative questions that facilitated collecting the general perceptions of urban tourism's management and challenges. Among them, questions regarding arising tourism impacts, frequent coexistence conflicts, stakeholders' implication and tracking capacity in the implementation of measures, were posed.

Finally, table 2 was presented as one quantitative, closed-ended question intended to allow participants to score the effectiveness of the proposed measures. However, for a boarder understanding of the responses and approaches corresponding with the interests and knowledge of the participants, further nuances and commentaries regarding the effectiveness of measures were collected. Indeed, although a Delphi technique approach would seem more consistent for the purpose of the paper, in-depth interviews, with a quantitative component, were an appropriate to discuss the overtourism phenomenon and complex perspectives on the solutions identified in the literature.

Interviews were recorded and analysed after full transcription, identifying key points that were subsequently transferred to response matrices according to the profiles of the interviewees. In fact, this classification among members of the public administration, residents' associations, private-sector representatives and academics has made it possible to detect, compare and contrast the perceptions of the main players that manage, promote and coexist with tourist activity, allowing for the identification of patterns and trends among each group of actors.

As for the closed question, which requested the evaluation of the list of 41 detected actions on a scale of 0 to 10 depending on their effectiveness at managing overtourism, the responses have been analysed though univariate data analysis, revising both the general results and the specificities of each profile group.

Regarding the selection criteria for the interviewees, a non-probabilistic method was used, according to the author's judgment, as the interviews covered specific subjects far from general knowledge. In fact, the selection of acknowledged profiles regarding perceptions of the tourism sector and instruments available for the proper management of the activity was prioritised, considering that the in-depth interviews were the main tool for enriching the literature review.

However, the network of participants in the Tourism Council and the City of Barcelona was employed to guarantee the representation and participation of the main relevant and involved agents in the process of tourism planning and development. This is a consultative and advisory participatory body of heterogeneous and diverse composition, represented by the government, elected municipal politicians, local promotional and tourism management technicians, commercial organisations, non-profit organisations and residents' associations.

Accordingly, the choice of interviewees was not random, but the interlocutors were selected carefully and according to Gorden's (1975) recommendation to consider profiles that possess relevant information, are physically and socially accessible and are willing to communicate decisively. Thus, although literature revision has not focused on one particular destination, stakeholders correspond fully to Barcelona's tourism arena.

The selection resulted in a total of 22 participants interviewed in person (18) and by telephone (4) when meeting was not possible. In addition, interviews took place between

July 4th and 24th of 2019, lasting between 45 and 60 minutes each, and were conducted by a single interviewer, ensuring a common interview style regardless of whether Catalan or Spanish was used.

Results

Effectiveness of assessed tourism management measures

Concerning the professional profiles of the respondents, members of the public administration lead slightly, representing 31.8% of the total, followed by 27.3% representing private-sector collaborators, 22.7% representing researchers and 18.2% representing residents' associations.

In terms of assessing the effectiveness of the proposed measures, nearly identical values were obtained from the exploitation of data from the questionnaire, with averages of 6.96 for reactive measures and 6.93 for proactive measures on a scale of 0 to 10.

With regards to results for each categorisation, the research shows that the most-appreciated reactive measures receiving the higher scores fell into the category of tax measures via the implementation of taxes to offset the negative impacts of tourism (MT2 – 8.32) and the creation of an investment plan for the funds obtained (MT3 – 8.08).

However, within the category of restriction and ordinance ordering, the greatest effectiveness was given to the establishment of ticketing systems to visit popular attractions (MR8 – 8.08), followed by limiting the numbers and capacity of guided tours (MR9 – 7.24).

For the category of accommodation control, the interviewees highlighted the importance of collaborations between administrations to facilitate inspections and regulatory compliance, as well as detection and inspection measures (MC6 and MC5 – 8.4).

Not all groups of profiles interviewed, however, unanimously agreed on the valuation of these packages of measures, with typical deviations being quite high and scattered among them, standing between 1.20 and 3.11. However, it is interesting to note that despite the heterogeneity of the answers and the perceived differences between the sectors, the actions with higher scores also generated more consensus.

In fact, Figure 1 illustrates the percentages of participants ranking each reactive measure with averages above eight, and exhibits how the most effective measures, belonging to accommodation control and tax measures, generated agreement between 72% to 80% of the respondents.

In order to compile the percentage of participants ranking each measure as very effective, and in view of the large number of possible answers on a scale from 0 to 10, the researchers chose to set the intervals shown below (Table 2), turning quantitative metrics into their ordinal equivalents and stabilising the concept of effectiveness within averages between 8 and 10.

Quantitative evaluation figures	Ordinal equivalent classification
8–10	Very effective
6–7	Effective
5	Neither effective nor ineffective
3–4	Ineffective
0–2	Very ineffective

Table 2. Table of equivalences between quantitative evaluation figures and their ordinal qualitative equivalents. Source: own elaborated (2019)

Tabla 2. *Tabla de equivalencias entre las cifras de valoración cuantitativas y su clasificación cualitativa ordinal. Fuente: Elaboración propia (2019)*

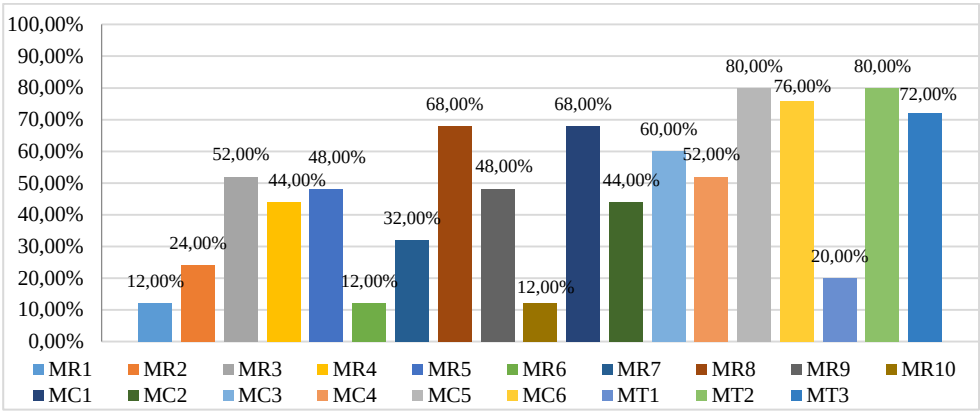


Fig. 1. Interview preferences regarding the effectiveness of reactive measures. Source: own elaborated (2019).

Fig. 1. *Preferencia de los entrevistados respecte la efectividad de las medidas reactivas. Fuente: Elaboración propia (2019).*

If we analyse the proactive subcategories, the measures that suggest an improvement in tourism governance stand out by almost a point, with a score of 7.72. These are followed by scores of 6.83 for measures aimed at information, communication and promotion, together with those focused on offer diversification, which obtained a 6.54. Within these results, only specific measures sorted in the category of improvement of governance reached averages above 8, with the incorporation of alternative indicators and new sources of knowledge (MG6 – 8.44), together with the creation of research bodies responsible for their analysis and monitoring (MG5 – 8).

In relation to actions aimed at offer diversification, the importance of measures that stimulate economic alternatives (MD6 – 7.2) and the territorial extension of visitor cards (MD4 – 6.44) were highlighted. Finally, within the category of communication and promotion, the creation of marketing strategies integrated with the metropolitan area (MI8 – 7.56) and the stimulation of green measures and certifications (MI2 – 7) were positively evaluated.

As previously stated, Fig. 2 demonstrates the consensus among interviewees and reveals how greater consensus can be identified when it comes to highlighting the best actions, whereas actions belonging to the offer diversification category and less-valued measures present a greater dispersion of answers.

Other implications of assessed tourism management measures

This section examines and interprets additional results of the research, comparing the interviewees' shared insights and approaches during the qualitative open-ended questions and the nuances exposed when scoring the proposed management measures. These implications have contributed to generate broader understanding of how urban destinations should be managed in an integrated manner and have helped to define the series of proposals presented in the next subsection.

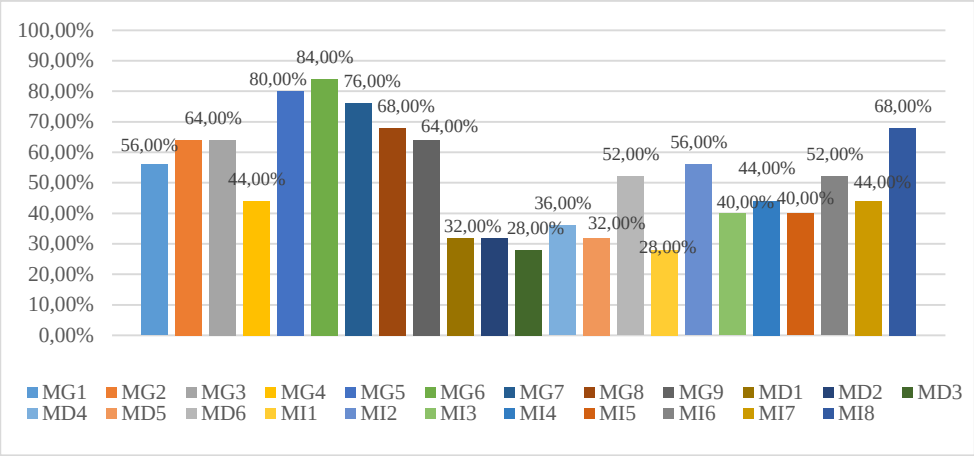


Fig. 2. Interview preferences regarding the effectiveness of proactive measures. Source: own elaborated (2019).
Fig. 2. *Preferencia de los entrevistados respecte la efectividad de las medidas proactivas. Fuente: Elaboración propia (2019).*

In addition to the results of the questionnaire, although interviewees did not agree unanimously in their assessments of tourism polices, they did recognise the lack of measures that help to improve coexistence between tourists and residents. Therefore, despite the administration's acceptance of responsibilities and the recognised decline of street demonstrations, there does not seem to be any connection with the implementation of a specific measure. Accordingly, respondents agreed to confirm that there is no proof of the effectiveness of managing tourism flows as a sole measure.

In fact, when assessing the measures proposed on a scale of 0 to 10, the interviewees highlighted the importance of nuances and the necessity of combining concentration, dispersion, reactive and proactive measures according to specific needs as well as the necessity of evaluating them jointly, according to different contexts. Beyond the evolution towards management systems, however, the slowness of data interpretation, the lack of knowledge of the social return of the activity and a bureaucratic administration are some factors that make it difficult to monitor the effects of the measures implemented. Therefore, the gap existing between knowledge and how to effectively implement it was recognized to be key for an integrated management approach.

The interviews thus suggest that neglecting to monitor and evaluate the implemented policies prevents the plans' main objectives from being achieved. Given that one of the preconditions for the correct application of any policy is the possibility of monitoring its effects on a temporary basis, the lack of indicators seems to be the biggest drawback for the continuation of tourism management strategies.

Additionally, according to those interviewed, decision-making tourism technicians are constrained by political interests and limited information, leading to decisions which, while based on benchmarking studies, are too closely linked to institutional interests. Furthermore, although the need to redefine the parameters of success, there is an admitted lack of available and concrete data on tourism's contributions to territorial and social

benefits together with a clear complexity of moving from quantitative to qualitative evaluation approaches.

In this context, the interviewees considered the search for alternative indicators, the incorporation of new sources of knowledge into the control panels and the creation of research entities to be best practices, but at the same time, the goals to be achieved, identifying still a low implementation level.

Proposal of a model of best practices

From this discussion and with the contributions of the interviewees, a total of 11 strategies and 21 actions are proposed as a model of best practices for urban tourism destinations management, being a set of the initiatives proven to be more effective and that generate greater consensus.

By no means, however, is the intent to prescribe a roadmap to follow. In fact, beyond any model of good practices, the crux of the debate is recognising the need for integrated management that must be context-specific. This proposal is, therefore, just a set of coherent and complementary strategies and actions that, together with boarder perspectives should help to achieve and integrated management.

The management strategies presented below, however, may not be easy to follow in all urban contexts with different degrees of competence in tourism management. In addition, the proposed measures involve the intervention and cooperation of different departments and stakeholders, meaning that each of the proposals involves different regulations, political decisions and actions. For this reason, upcoming results shows that any attempt to combat overtourism should adopt a horizontal view of the sector.

Consequently, the following (*Table 4*) is a summary of proposals for best practices, not being structured following any type of temporal, cost or time prioritization and keeping their classification as reactive and proactive measures. However, both of these categories imply the assumption of municipal administrations' public responsibilities, being complex to define adequate terms to be used and to differentiate the extent to which each measure belongs to one of the categorizations

Within reactive best practices nine actions are proposed, including special consideration for restriction of access ones as being the best rated reactive subcategory. Indeed, the four actions of the subcategory are carrying capacity related and advocate, from price management, licencing, booking systems and monitoring perspectives, to relieve pressure from public spaces and private tourism sites. However, each action present downsides as dynamic prices and booking engines do not prevent tourists to concentrate around major tourism attractions and restrictions on guided tours participants account only to a limited number of visitors' displacement.

Regarding proposed measures for tourism control, the complexity of regulating new forms of tourist accommodation lead to consider the need for broad perspectives and instruments. Among them, zoning and land uses plans are considered effective to deal with the concentration on the tourism activity, as are directly linked to the qualification of the public space. Nevertheless, effectiveness of zoning plans depends on a strong supply continuous inspection to avoid illegal loopholes and prevent tourism conflicts to extend to other parts of the city. For this reason, the use of computer systems integrated to traditional inspections procedures is also proposed in order to gain agility in accommodation control.

REACTIVE BEST PRACTICES	
STRATEGIES	**ACTIONS**
RESTRICTION OF ACTIONSAND ORDINANCE	
Address integrally and transversally the management of the resources and tourist attractions with respect to carrying capacity	To jointly implement online booking systems for main tourist attractions
	To dynamically manage prices and to communicate the degree of crowdedness of attractions
To reduce the congestion from public spaces throughout the limitation of the numeric capacity of tours	To establish licenses to carry out the guidance activity
	To set a limit on the number of participants in guided tours
ACCOMMODATION CONTROL	
To design a coherent set of normative tools, mechanisms and meeting spaces to control the accommodations offered	To consider territory and tourism activities development specifications to formulate zoning and land uses plans
	To boost online detection systems along with inspection services
	To create governance and debate spaces at the supramunicipal level focused on sharing experiences in the collaborative economy
TAX MEASURES	
To reinforce the local economic return derived from tourism activities	To implement a progressive tourism tax linked to establishments' accommodation rates
	To draft financing plans for the funds obtained from the tourist tax that establish criteria for project financing

PROACTIVE BEST PRACTICES	
STRATEGIES	**ACTIONS**
GOVERNANCE IMPROVEMENT	
To generate and reinforce the monitoring systems of internal evaluation based on the coordination and participation of agents	To create committees with joint responsibility for the execution and monitoring of strategic plans
	To establish a technical team within a broad concept of experts, new procedures and indicators
To formalise mechanisms of collaboration when collecting data, implementing new indicators and generating knowledge	To develop regional observatories linked to the academy
	To design the balance between ad-hoc and internal indicators, focusing on environmental impacts and social return
	To establish and maintain regular contact with working groups between urban tourist destinations
To extend the concept of sustainability as a mechanism to revise the effectiveness of measures and processes	To boost the adherence to and compliance with green certifications, management systems and good environmental practices
To consider urban specificities in order to manage the most congested areas	To specifically identify and manage places of great tourist influxes
To generate a new management model based on scenario planning	To establish action protocols based on saturation thresholds
	To diagnose and forecast scenarios based on the identification of factors determining the tourism sector
To reinforce tourism management strategies at a metropolitan level	To foster territorial and departmental alliances to strengthen the logic of local tourism development
	To extend the validity of visitor cards according to the deconcentration strategy
To revise and recognise the need for integrating tourism activities in the urban reality	To define mobility plans that take into account both the tourist and the urban reality

Table 3. Summary tables of proposed reactive and proactive best practices, strategies and actions. Source: own elaboration (2019)

Tabla 3. *Resumen de la propuesta de prácticas reactivas y proactivas, estrategias y acciones. Fuente: Elaboración propia (2019)*

Finally, in relation to tax measures, actions for local economic return generated grater consensus because of their social, residents' awareness, promotion and management improvement connotations. However, the re-investment of visitor's economy collected taxes in cultural dynamization, parks conservation or public transport financing should respond to previously drafted financing plans, ensuring proper distribution, transparency and commitment as well as enabling the establishment of social and environmental criteria.

On the other hand, twelve proactive actions are proposed within the subcategory of governance improvement. Among them different monitoring mechanisms such as the creation of coordinated committees, observatories and management systems are regarded in order to collect data, generate knowledge, revise processes and boost regulation's compliance.

Moreover, planning by forecasting scenarios and considering urban specificities to manage highly congestioned places recognizes the existence of various tourism realities, conflicts and differentiated identity and needs. These proposed strategies must enable the definition of appropriate solutions, tools and instruments that respond to heterogeneous, centralized and potential coexistence problems with a string territorial component.

Although advocating for a wider and integrated management approach, communication and offer diversification strategies and actions were not included in the final set as a separated category as both subcategories should be regarded within broader concept of tourism governance. Thus, dispersion of visitors remaining necessary, territorial alliances at different administrative levels and between tourist promotion offices seem key to boost a coordinated offer diversification and to extend tourism development from a local and logic perspective.

Conclusions and discussion

Having reached this point, the investigation has led to deducing various conclusions and considerations regarding, on the one hand, the effectiveness of the implemented initiatives and, on the other hand, the complexity and limitations when proposing a model of best practices.

According to the participants, the best-valued measures belong to the category of tax measures, together with the improvement of governance as a response to the need to assess the real costs and impacts of tourism by compensating for social and environmental consequences, including residents' and stakeholders' different concerns. However, the wide variety of reactive and proactive measures available is generally recognised.

On the one hand, it is argued that management must be based on the review and adaptation of management bodies to the reality of the sector with consideration for the limitations shown by restrictive and regulatory measures when adapting to context changes. At the same time, the interviewees agreed that measures to limit tourism activities are, to a certain point, indispensable, as they are almost fully and directly applicable by local administrations. Therefore, while acknowledging that restrictions present downsides, it is argued that in the current capitalist economic context, they are key to grant city planning. Consequently, it makes sense to state that reactive measures, with a coercive and ordinance component, are more context-specific

In addition, despite the heterogeneity of the responses obtained, a greater consensus is identified when pointing out the best actions, as opposed to the dispersion reached with less-popular measures, belonging to the categories of restriction and diversification.

Nevertheless, regardless of the individual assessment of actions, and despite the recent application of public responses to tackling overtourism, the slow collection and interpretation of data, the lack of knowledge of the social return of the activity and the bureaucratic administration complicate the evaluations of tourism policies' effectiveness. Therefore, the interviewees recognised the lack of measures that grant an immediate improvement of tourism's coexistence.

Moreover, in agreement with previous studies and in light of the obtained results, the authors reaffirm that in the face of common conflicts, there is no single solution. Therefore, cited strategies can only be considered in similar contexts as long as they are discussed and fit into the context of each destination.

On the other hand, from the assessment of commonly implemented measures, the interviewees remarked that measures cannot be categorised in a unique or static way, as their repercussions are wide and exceed the tourist scope. Moreover, in light of the increment of tourist influxes, which are concentrated in time and space, it will be necessary to revise measures' effectiveness jointly and to combine actions according to specific needs. As the participants stated, public administrations should forecast and mitigate the discomfort that limitation measures may have in terms of concentrated negative effects and repercussions of dispersing tourism flows towards unprepared and new tourism destinations.

In fact, the authors recognise that the methodology used to classify measures between reactive and proactive actions and within them, according to the general scope of action, is not perfect or exclusive, as evidenced by the great diversity of categorisation of the strategies perceived between the strategic plans analysed. However, identifying significant and valuable profiles and developing in-depth interviews and questionnaires is regarded as a suitable tool for policy analysis, collecting metric assessments, reflections and perceptions as well as closing the existing gap between implementing measures and monitoring their suitability.

Another of the limitations is that the proposed model focuses uniquely on effective measures to tackle urban destinations under high levels of concentration and irritability. For this reason, it would be appropriate to study concrete, heterogeneous and specific case studies, but not necessarily those of overcrowded destinations, in order to develop a broader model of best practices.

Additionally, despite the fact that the list of best practices has been elaborated from the dialogue with various stakeholders from Barcelona's tourism scene, another future line of research includes validating the proposed model by reviewing how these actions respond to current urban tourism challenges and conflicts. Further investigation is needed to determine if the proposals of the present paper could be scaled up.

Indeed, the existing perceptions regarding tourism management, which differ between heterogeneous communities of interest groups, show the urgency of setting up interdepartmental and global spaces for discussion and of intensifying the development of studies that bring together, through focus groups, a heterogeneous tourism sector in which generating proposals and debates strengthens and endorses public management responses to overtourism.

In addition, it would be interesting to extend the administered questionnaires to a significant number of residents in order to be aware of their perceptions of the measures and connotations these may have in the territory.

Regarding the academic contributions, regardless of the proposal of proactive and reactive practices, the study provides insight into the best-rated management tools, challenges and opportunities for improvement, offering a presumably non-conditioned view on the effectiveness and suitability of the instruments applied thus far. In fact, this project has reviewed the current tourism management frameworks, offering a reasoned vision of the most effective practices that could potentially be considered in similar urban contexts.

These strategies, which are more or less structural and with different degrees of depth, include actions already implemented and others that will require a review of skills, competences and feasibility, being strategies that involve modifying existing processes. In fact, most of the proposed measures advocate for cooperation, debate and governance connotations.

Thus, with all its limitations and conditions, this research reflects, in a context of accelerated growth, the need to proactively manage destinations. This requires a holistic view of physical assets, capital and social perception, together with a joint review of policies' impacts, in an attempt to secure the steps taken towards adequate management of a sector that has become structural for urban destinations.

Literature references

Arevalo Pacheco, G. J. (2015). Los actores del desarrollo local y su interacción sistémica en la actividad del turismo de salud: Caso de la ruta de la salud, Michoacán. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible, ISSN-e 1988-5245, Vol. 8, Nº. 24, 2015*, *8*(24), 21. https://dialnet-unirioja-es.sire.ub.edu/servlet/articulo?codigo=6491403

Arteaga, J., & Hernández, A. (2017). *Citizen Engagement versus Tourism-phobia: The Role of Citizens in a Country's Brand*. Mexico. 25/04/2019 http://www.worldbank.org/en/

Becken, S., & Simmons, D. (2019). Stakeholder management: different interests and different actions. En Rachel Dodds & R. Butler (Eds.), *Overtourism Issues, realities and solutions* (pp. 234-249). Boston: Gruyter Oldenbourg. https://doi.org/10.1515/9783110607369

Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. ., & Sheehan, L. (2010). Detrminants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, *31*, 572-589.

Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, *11*(12), 3303. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11123303

Clavé, S. A., & González, F. (2007). Introducción. La naturaleza del turista. De la turismofobia a la construcción social del espacio. En *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico* (Desembre 2, p. 140). Barcelona: Editorial UOC. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oAOEvV4gS_0C&oi=fnd&pg=PA11&dq=+planes+turisticos+contra+turismofobia&ots=_CKNX2WtII&sig=vYM8ZxJX62LUjojWY0DfWUwTKDg#v=onepage&q&f=false

Diputació de Barcelona. (2009). *Marco conceptual y buenas prácticas en ciudadanía y convivencia en barrios europeos INTI-CIEN*. Barcelona. https://www1.diba.cat/uliep/pdf/46644.pdf

European Commission. New challenges and concepts for the promotion of tourism in Europe. European Parliament resolution of 29 October 2015 on new challenges and concepts for the promotion of tourism in Europe (2015). Strasbourg.

Exceltur. (2017). *Urbantur 2016: Monitor de competitividad turística de los destinos urbanos españoles*. Madrid. http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/05/URBANTUR2016_documento.pdf

Farsari, I., Butler, R. W., & Szivas, E. (2011). Complexity in tourism policies. A Cognitive Mapping Approach. *Annals of Tourism Research*, *38*(3), 1110-1134.

https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.007
González, A., Santos, R., & Fosse, J. (2018). *Urban Tourism Policy and Sustainability*. Barcelona.
Gorden, R. . (1975). *Interviewing: Strategy, techniques, and tactics*. Homewood: Dorsey Press.
Gravari - Barbas, M. (2019). Facing overtourism: challenges to sustainability, tourists' experiences and local communities. En *Mediterranean Sustainable Tourism Convention 2019*. Barcelona, Spain: The MED Sustainable Tourism Community.
Guitart, N., Alcaide, J., Pitarch, A., & Vallvè, Ó. (2018). De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *ARA: Revista de Investigación en Turismo*, *8*(2), 25-34.
Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning*. Harlow: Prentice Hall.
Hall, C. M., & Page, S. J. (2003). *Managing Urban Toursim*. (P. E. Limited, Ed.). Harlow: Prentice Hall.
Hospers, G.-J. (2019). Overtourism in European Cities: From Challenges to Coping Strategies. *CESifo Forum*, *20*(3), 20-24.
Jamal, T., & Camargo, B. A. (2018). Tourism governance and policy: Whither justice? *Tourism Management Perspectives*, *25*(October 2017), 205-208. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.009
Jamieson, W., & Jamieson, M. (2019). Managing overtourism at the municipal/ destination level in: Overtourism. En R Dodds & R. Butler (Eds.), *Overtourism: Issues, realities and solutions* (pp. 217-233). Boston: Gruyter Oldenbourg.
Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, *10*(12). https://doi.org/10.3390/su10124384
Logar, I. (2010). Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments. *Tourism Management*, *31*(1), 125-135. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.005
Luo, W. (2018). Evaluating Tourist Destination Performance: Expanding the Sustainability Concept. *Sustainability*, *10*(2), 516. https://doi.org/10.3390/su10020516
McKinsey&Company, & World Travel and Tourism Council. (2017). *Coping with Success. Managing Overcrowding in Tourism Destinations*. Madrid. 12/01/2019 https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf
Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos*, *16*(3), 551-564. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041
Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Tourism Planning & Development Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604
Papathanassis, A. (2017). Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion. *Ovidius" University Annals. Economic Sciences Series* , *17*(2), 288-293.
Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., … Postma, A. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*.
Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the Right to Travel and Residents' Rights. *Sustainability*, *11*(7), 2138. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11072138
Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Journal of Tourism Futures Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework Article information:) "Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, *3*(2), 144-156. https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022
Rodríguez, I., Williams, A. M., & Hall, C. M. (2014). Tourism innovation policy: Implementation and outcomes. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, *49*(1), 76-93. https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.004
Roland Berger. (2018). *«"Overtourism"» in Europe's cities: Action required before it's too late*. Munich. https://www.rolandberger.com/en/Publications/Overtourism-in-Europe's-cities.html
Veiga, C., Santos, M. C., Águas, P., & Santos, J. A. . (2018). Sustainability as a key driver to address

challenges. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *10*(6), 662-673.

Velasco, M. (2014). Gobernanza turística: ¿Políticas públicas innovadoras o retórica banal? *Caderno Virtual de Turismo*, *14*(1), 9-22. Recuperado de https://www.redalyc.org/html/1154/115437784002/

World Tourism Organization Centre of Expertise Leisure Tourism & Hospitality (CELTH) NHTV Breda University of Applied Sciences NHL Stenden University of Applied Sciences. (2018). *Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid. https://doi.org/10.18111/9789284419999

World Tourism Organization Centre of Expertise Leisure Tourism & Hospitality (CELTH) NHTV Breda University of Applied Sciences NHL Stenden University of Applied Sciences. (2019). *Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Volume 2: Case Studies*. https://doi.org/10.18111/9789284420643

World Travel & Tourism Council (WTTC), & JLL. (2019). *Destination 2030: Global Cities' readiness for tourism expansion*.

From one crisis to another. Tourism and housing in post-crisis Santa Cruz de Tenerife (Canary Islands, Spain)

Marcus HÜBSCHER and Johannes RINGEL

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Hübscher, M. and Ringel, J. 2020. From one crisis to another. Tourism and housing in post-crisis Santa Cruz de Tenerife (Canary Islands, Spain). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 283-294. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

More than one decade after the global crisis of 2008 had started, many Spanish cities entered a phase of post-crisis, marked by a positive macroeconomic setting. Tourism, as a coping strategy, has contributed to this growth, but it has also led to numerous conflicts, summarized by the emerging discussion about overtourism. In Santa Cruz de Tenerife (Spain), the arrival of short-term rentals is associated with a new crisis on the housing market, as the city shows one of the highest growth rates in rental prices in Spain and a severe shortage on the rental market. This paper analyzes how local stakeholders perceive the ongoing process between crisis, post-crisis and overtourism using qualitative interviews. The conducted material reveals that the housing crisis is linked to the effects of overtourism. However, the causes are multi-faceted and a consequence of the 2008 crisis. This is shown by different aspects, such as housing supply, socio-economic vulnerabilities of residents and political issues. Tourism and housing are both cause and result of this complex relationship between crisis and post-crisis. Hence, coping strategies need to address the underlying structures to overcome the crisis symptoms.
Keywords: *overtourism, crisis, post-crisis, housing market, Canary Islands.*

DE UNA CRISIS A OTRA. TURISMO Y VIVIENDA EN LA POST-CRISIS SANTA CRUZ DE TENERIFE (ISLAS CANARIAS, ESPAÑA). Más de una década después de que comenzara la crisis mundial de 2008, muchas ciudades españolas han entrado en una fase de post-crisis, marcada por un entorno macroeconómico positivo. El turismo ha contribuido a este crecimiento, pero también ha causado conflictos, discutidos bajo el concepto de sobreturismo. En Santa Cruz de Tenerife, se plantea la hipótesis de que la llegada de la vivienda vacacional ha provocado una nueva crisis en el mercado inmobiliario, ya que la ciudad muestra una de las mayores tasas de crecimiento en los precios de alquiler en España y una escasez en el mercado. Este ensayo analiza como los actores locales perciben esta situación entre crisis, post-crisis y sobreturismo mediante entrevistas cualitativas. El material revela que la crisis de la vivienda está vinculada a los efectos del sobreturismo. Sin embargo, las causas son multifacéticas y una consecuencia de la crisis de 2008. Esto se muestra en la producción de viviendas, las vulnerabilidades socioeconómicas y cuestiones políticas. El turismo y la vivienda son a la vez causa y resultado de esta compleja relación entre crisis y post-crisis. Por lo tanto, las estrategias de afrontamiento deben abordar las estructuras subyacentes para superar los síntomas de la crisis.
Palabras clave: *sobreturismo, crisis, post-crisis, mercado de viviendas, Islas Canarias.*

Marcus HÜBSCHER, huebscher@wifa.uni-leipzig.de, University of Leipzig, Institute of Urban Development and Construction Management, Grimmaische Straße 12,

04109 Leipzig (Germany); Johannes RINGEL, ringel@wifa.uni-leipzig.de, University of Leipzig, Institute of Urban Development and Construction Management, Grimmaische Straße 12, 04109 Leipzig (Germany)

Manuscript reception: 25-may-2020; revision accepted: 3-august-2020.

Introduction

A rising number of cities around the globe is facing overtourism. In Spain, as one of the world's most visited countries, this trend is shaped and overlapped by large macroeconomic trends. The financial crisis from 2008 is one of those moments that hit the Spanish tourist model severely (Murray Mas 2015). More than ten years later, macroeconomic numbers indicate an economic recovery such as an increase of the national GDP by 20 % and a reduction of the unemployment rate of 57 % (between 2014 and 2019; INE 2020a; INE 2020b). In many cities, tourism plays a fundamental role during this recovery process, fuelled by the arrival of short-term rental platforms such as Airbnb (Cócola Gant, 2016), but also a notable growth of cruise tourism in coastal cities (Cruz Ruiz *et al.*, 2018). In this context of post-crisis, restructuration processes with considerable dynamics are identified (Janoschka *et al.* 2019). The above-mentioned phase of expanding tourism seems to have led to new crisis-like symptoms – not from a macroeconomic point of view – but yet affecting everyday life of residents. The increasing imbalance on the housing market is one of these symptoms (Goodwin 2017). Although in many cities, crisis, post-crisis and overtourism are concepts that overlap each other, they are often investigated separately. Hence, in this paper, we try to integrate these aspects in order to explain current crisis symptoms on the housing market using the case study Santa Cruz de Tenerife, Spain.

We choose Santa Cruz as a case study for three reasons. Firstly, the city has experienced a stronger recession compared to other Spanish regions, which is shown in the eight highest unemployment rate nationwide in 2014 (33.2 %, while the Spanish average was 25.9 %; INE 2020b). Secondly, Santa Cruz faces considerable post-crisis dynamics, reflected in tourism and the housing market. While overnight tourism grew 49 %, numbers in cruise tourism even sextupled during the last twenty years (1998 to 2018; Turismo de Tenerife 2019; Autoridad Portuaria Santa Cruz de Tenerife 2020). On the housing market, the city shows growth rates in rental prices that are in line with Spanish top markets (39 % between 2014 and 2019; López Rodríguez and Llanos Matea 2019: 7). Thirdly, within the academic discourse, a strong focus on large cities with quantitatively obvious trends of overtourism such as Madrid, Barcelona or Palma de Mallorca is observed. Santa Cruz, as a Spanish medium-sized city with 200,000 inhabitants, has not been analyzed from this perspective. However, the presented numbers indicate new crisis symptoms which have already been taken up the media (Marrero 2019; El Día 2019).

This paper presents the following structure. In the next chapter, the concepts of crisis, post-crisis and overtourism are analyzed from a theoretical point of view. Based on an identified research gap, this paper shifts the focus from a parameter-based understanding of the concepts to a more qualitative approach. This is done by means of the case study, which is introduced in chapter three. Chapter four deconstructs the linkages between the aspects mentioned above to understand the local housing crisis in Santa Cruz. Therefore, qualitative interviews with local stakeholders in the field of planning, politics and real

estate are used. It is of particular interest to find out how these stakeholders assess this crisis and whether or not they see interdependencies with the 2008 financial and economic crisis and the subsequent post-crisis. The last chapter draws a conclusion and tries to identify new research perspectives based on the findings.

Crisis, post-crisis and overtourism

The concept of crisis is inevitably contrasted to the status of normality. Each crisis brings about a situation, where new patterns are created while old-established rules loose importance (Janoschka 2018: 31). The past global crisis that started in 2008 has been studied from numerous perspectives, including social, urban, tourism-related and economic points of view. Still, there is a strong dominance on the latter aspect, as economic performances are regarded to be the common understanding of what is considered as crisis or post-crisis (Neuhauser 2018: 448). In 2014, Spain's president declared that "the crisis is history" (Cué 2014). This observation parallels a growing scientific discourse about post-crisis. Between 2008 and 2019, the number of scientific contributions on that topic increased eightfold (own calculation; Web of Science 2020).

Tourism has played an ambiguous role in Spain since 2008. While visitor numbers first responded sensitively to the global crisis (-8 % between 2008 and 2010), they bounced back and started growing only two years after the crisis had started (59 % between 2010 and 2019; Turespaña 2020). Consequently, tourism became a centerpiece of economic recovery and the emerging post-crisis situation. It comes as no surprise that overtourism arises as a new buzzword (Fletcher *et al.*, 2019: 1745). The concept helps people to pronounce their concerns about tourism (Goodwin 2017: 1). However, the term lacks clarity and remains fuzzy, as Capocchi *et al.* (2019: 8) describe based on their literature review on the topic. The critics regarding tourism are not new and the problems overtourism provoke remain similar, but new is a spatial dispersion of the phenomenon. Not only is a bigger number of cities far away from traditional tourist hotspots affected (Koens 2018: 9). From an intra-urban perspective tourism also spreads to quarters, that were formerly not visited by tourists. This is discussed as one of the spatial consequences of short-term rentals and has, together with the 2008 global crisis, generated a completely new setting for tourism development (Romero Padilla *et al.*, 2019: 27).

Now, how do these concepts help to understand the case study? This article argues that the current crisis on the housing market in Santa Cruz and probably elsewhere as well, are shaped by crisis, post-crisis and overtourism. This is researched by shifting the focus to the stakeholders' perspectives for two reasons.

Firstly, overtourism as a concept contains highly subjective parts in its definitions. The term is described as a situation where locals "feel that there are too many visitors" (Goodwin, 2017: 1). Consequently, overtourism is difficult to measure and it highly depends on each local context, since the level of saturation is perceived differently (Milano, 2018: 553). This makes a qualitative study of local stakeholders' opinions indispensable to understand their perception of the situation.

Secondly, little research has been done on the narratives of what different social groups understand when it comes to crisis and post-crisis. One exception is the study presented by Neuhauser (2018), analysing the perspectives of Latin American immigrants on what is

referred to as crisis and post-crisis. In the field of housing markets, both terms are indeed used continuously from 2008 on (see for example Vives Miró, 2018). This is why reconstructing the urban stakeholders' perspectives will contribute to a clearer understanding of what crisis and post-crisis on the housing market mean.

Santa Cruz: from crisis to post-crisis – and back again?

The previous chapter has presented the main concepts of this paper. We will now focus on the case study Santa Cruz de Tenerife and describe both moments – crisis and post-crisis – in the city.

2008's financial and economic crisis marked the moment when real estate markets in Spain began struggling (Altvater 2009: 4). Since then, shrinkage and recession have been the predominant conditions of Santa Cruz' urbanism. This is reflected for example in duplication of unemployment rates, a considerable loss of population and in several other indicators on the housing market (Table 1). Compared to other regions, a stronger recession can be observed. The Canary Islands faced the second-highest unemployment rate compared to other European NUTS-2 regions in 2014 (Eurostat 2020).

change in	***crisis (2008-2014)***	***post-crisis (2014-2019)***
population	-7.5 %	1.7 %
unemployment rate	137.3 %	-44.5 %
tourist numbers	1.9 %	5.5 %
housing prices	-25.6 %	16.3 %
rental prices	-15.7 %	45.8 %
number of constructed housing units	-97.5 %	689.6 %
clearances on the housing market	410 %	-

Table 1. Crisis and post-crisis parameters in Santa Cruz de Tenerife. Own elaboration based on García Hernández et al. (2018), ISTAC (2019), Cabildo de Tenerife (2019), Idealista (2020), INE (2020c), MTMAU (2020).
Tabla 1. *Parámetros de la crisis y post-crisis en Santa Cruz de Tenerife. Elaboración propia a base de García Hernández et al. (2018), ISTAC (2019), Cabildo de Tenerife (2019), Idealista (2020), INE (2020c), MTMAU (2020).*

From 2015 on, several indicators marked the beginning of a stage of post-crisis in Santa Cruz. This is shown by the decrease in unemployment, but it is also accompanied by a considerable growth of overnight stays during the last ten years of 64.1 % (between 2009 and 2019, Cabildo de Tenerife, 2019). However, this post-crisis euphoria is not perceived in each sector. Particularly on Santa Cruz' housing market, a growing imbalance can be observed. Rents increased about more than 45 %, reaching similar levels than before the crisis (Idealista, 2020). This extraordinary growth has been labelled as a "black swan" because it is unexpected and somewhat difficult to explain (Marrero, 2019). The development takes place in spite of the shrinking population in Santa Cruz (Table 1), although Spanish cities typically show a strong positive correlation between demographic and real estate development (López Rodríguez and Llanos Matea, 2019: 14). Santa Cruz

does not fit in this logic because it is among the top seven Spanish cities with the highest increase in average asking rental prices from 2014 until 2019 (López Rodríguez and Llanos Matea, 2019: 7). In 2018, Santa Cruz even shows the biggest growth rate, compared to other Spanish regions (13.2 %; Ministerio de Fomento, 2019: 16). Hence, there must be other factors that explain the dynamics. Statistics on visitors insinuate that tourism plays a fundamental role, particularly since sharing platforms became an important part of it. In other cities such as Barcelona, the same has been argued (Blanco Romero *et al.*, 2018: 14). Nevertheless, it remains difficult to measure the quantitative impact of short-term rentals on the housing market (Etxezarreta Etxarri *et al.*, 2020). Apart from that, the growing literature on sharing platform economies often lacks to integrate the contexts of crisis and post-crisis. Hence, in the following chapter, we combine these aspects by exploring the current housing crisis in Santa Cruz.

Structural dependencies between crisis and post-crisis

Based on the identified research gap, we puts the focus on local stakeholders' perspectives. Seven qualitative interviews were conducted in August and September of 2019 and in March 2020. The interviews were recorded, anonymized and analyzed using MAXQDA. The choice of stakeholders is intended to cover different areas that are considered to be relevant on Santa Cruz' housing market (see Table 2). The results of these interviews are complemented by statistics and findings of the existing literature.

area	***function***	***no.***
real estate	representative of the local real estate organization	I1
	real estate agent	I3
urban planning	representative of urban planning office, Santa Cruz de Tenerife	I2
	former head of the Architectural Association of the Canary Islands	I7
politics	member of the city council, responsible for urbanism, former representative of the urban planning office	I6
local organizations	representative of a local preservationist movement	I4
	member of a local environmental association	I5

Table 2. Choice of interview partners.
Tabla 2. *La elección de entrevistados.*

All of the interviewed stakeholders agreed on the fact that Santa Cruz' housing market is showing (new) crisis-related symptoms: "We're in a post-crisis era, but I'm also telling you, we are going back to another type of crisis" (I1 2019: 10). This 'new' situation does not necessarily refer to a general economic downturn, as it was induced by the breakdown of the financial system in 2008. However, the interviewees see at least five structural dependencies between crisis and post-crisis which are explained below.

Firstly, 2008's crisis resulted in structural deficits on the supply side of housing production. On the one hand, a considerable share of project developers become bankrupt during the crisis. This has led to a loss of 1.3 million jobs in Spain's construction sector (García Serrano 2012: 169). Prior to 2008's crisis, the Canary Islands belonged to the top four regions in Spain with the highest share of employees working in the construction

sector. Consequently, archipelago faced the second highest reduction of this value between 2008 and 2016 (INE 2020e). In the province of Santa Cruz alone, the number of project developers decreased more than 60 %, as the representative of the local real estate organization points out (I1 2019: 8). On the other hand, the remaining entities are much more cautious when it comes to developing new projects (I1 2019: 8). Consequently, between 2013 and 2016 only two to three percent was constructed compared to 2008 (MTMAU 2020). This explains the shortage of new housing units, also because production is only slowly increasing since 2016: "There is nowhere to live" (I7 2020: 117). This is linked to an investment delay in the existing housing stock. A considerable share of the buildings is in a bad physical condition and not suitable for the market (I1 2019: 8; see also Fig. 1). A quantitative analysis of 53 quarters of Santa Cruz even shows that 35.8 % of the quarters are in need of complete renovation (Hübscher 2020: 75). On a national level, the 2008's crisis shows (again), that the construction sector is highly volatile. During the last phases of economic expansion and shrinkage in Spain, the construction sector has always responded more sensitively compared to services or industry (García Serrano 2012: 169). The consequences are thus both product and intensifier of the crisis, also because Spain has the highest dependency between the housing market and economic activity in Europe (Bandt *et al.* 2010: 40).



Fig. 1. Symptoms of the housing crisis in Santa Cruz de Tenerife. Left: unfinished and abandoned construction of a building. Right: vacant housing in bad physical condition. Own photos.
Fig. 1. *Síntomas de la crisis de la vivienda en Santa Cruz de Tenerife. Izquierda: construcción inacabada. Derecha: Edificio abandonado en un estado deteriorado. Fotografías propias.*

Secondly, the low supply parallels a high demand for housing real estate as a consequence of the post-crisis situation on the capital market. Not only did the interest rate applied to mortgage loans decrease from 2014 on, but also was the average repayment period extended by almost 70 % (fixed interest rate loans; Alves and Artasun 2019: 7). Both aspects have increased the attractivity of housing on the capital market (I1 2019: 14). The shift to "real" values observed during the crisis might also be explained by low-profit perspectives in other asset classes (López Rodríguez and Llanos Matea 2019: 9). It is exactly this setting, which has transformed housing "from a physical commodity into a

financial asset" (Beswick *et al.,* 2016: 11) and has already unleashed gentrification processes, as has been researched in Germany (Schipper and Wiegand 2015: 16). Buying property is also considered as a means to gain independence for residents, especially in a context of rising prices on the rental market: "It's cheaper [than renting a flat] and I will have my own property. I'm not risking that in three or five years they'll tell me, go away, or I'll raise the rent by x" (I3 2019: 26).

Simultaneously, a growing number of inhabitants cannot afford to purchase a residential property. Hence, the third aspect is the new social situation as a result of the financial and economic crisis that adds to the increasing demand on the rental market. This aspect was named by only two interviewees. However, it is a nationwide trend because growing socio-economic inequality is observed in Spain since 2008 (Bonhomme and Hospido 2017: 2). This post-crisis vulnerability (Piñeira Mantiñán *et al.* 2018: 10) has led to a growing demand on the rental market because fewer residents can afford to buy a property. A turning point on the Spanish housing market is the consequence of that. For the first time since 1950, the share of rented apartments grew by 3.8 % percentage points (between 2008 and 2018; Ministerio de Fomento, 2019: 5). The Canary Islands stand out among the Spanish autonomous communities, as they are not only characterized by the highest share of rented flats (44.4 % higher than the Spanish average; Ministerio de Fomento 2019: 7) but even face the strongest decline of households with housing property since 2014 (a drop of 16 %; INE 2020d). In Santa Cruz only a limited number of rental flats is available (I4 2019: 64) and the existing ones are too expensive (I3 2019: 16). Simultaneously, Santa Cruz is the city with the third highest unemployment rate on the Canary Islands (23.2 % in 2019; Datosmacro 2020). It is particularly the younger generation, that fails to find appropriate accommodation – a problem, that is observed in whole Spain (Fuster *et al.* 2019: 585) – and entails young people leaving Santa Cruz and moving to cheaper municipalities in the surroundings (I6 2020: 34).

Fourthly, politics on different administrative levels did not develop efficient strategies to provide incentives to overcome the described imbalance. From the supply-side perspective, an increasingly complicated law system, overregulation and bureaucracy are identified as obstacles that aggravate the paralysis on the housing market. This is pointed out by the former president of the architectural association of Tenerife (I7 2020: 14). From the demand-side perspective, the state failed to relaunch public programs to offer affordable housing units for the growing number of residents in need during the last ten years (I1 2019: 8). Spain's housing stock currently contains a share of 3 % social housing. This number is indeed comparable to other Mediterranean housing markets, but it is significantly lower than in other European countries such as France (17 %) or the Netherlands (30 %, EFPCSH 2019: 6). In local discourses in Santa Cruz, a high demand for these housing programs is highlighted (I5 2019: 72). In this context, political and economic paralyzation is observed as each side blame each other for having provoked the crisis (I1 2019: 8). This is also detected as one of the central characteristics of the neoliberal city, which focusses on economic interests rather than social needs (Romero et al. 2015: 372).

Fifthly, tourism adds to the already stressed situation on the housing market, although it plays an ambivalent role in the contexts of crisis and post-crisis. On the one hand, from 2008 on, it has proved to be a relatively stable economic pillar in Spain. This is why fostering tourism has become one of the central strategies during the crisis (Janoschka

2018: 29). Statistics show that visitor numbers grew impressively from 57 to 84 million in Spain (46%) and from 9 to 13 million on the Canary Islands (41%, both from 2008 to 2019; Turespaña 2020). Among local discourses, this growth is perceived as something positive – a comprehensible way of thinking (I5 2019: 68) – as 40.4% of all employees work in the tourist industry and are thus highly dependent on it (Exceltur and Gobierno de Canarias 2019). At the same time, the structural problems on the supply side of the housing market described above add to a further de-diversification of the economic structure. This increases the vulnerability to external shocks, which is shown by the effects of the COVID-19 pandemic and its impact on tourism (Gössling *et al.*, 2020). On the other hand, the arrival of short-term rentals in Santa Cruz is causing controversial discussions among the stakeholders. Short-term rentals as new business models "came to stay" and "activate not only the touristic zones but also other regions such as Santa Cruz or La Laguna" (I1 2019: 16). This geographical dispersion of tourism has also been observed in other cities (Romero Padilla *et al.*, 2019: 27). Hence, short-term rentals "generate new economies […] that are beneficial for all of us" (I1 2019: 16). At the same time, platforms such as Airbnb are made responsible for the current housing crisis: "I don't agree with the vacation rental. I'm against it. Because this is precisely what has led us to this situation." (I3 2019: 30), as a local real estate agent points out. The boom of short-term rentals is also traced back to the fact that there is still no valid local or regional legislation (I2 2019: 24), a further evidence for the failure of policymakers.

Conclusion

This paper takes up the already existing academic discourses related to crisis, post-crisis and overtourism. In the urban arena of local housing markets, studies sometimes fail to integrate these concepts. We show how these aspects are intertwined using the example of the housing market in Santa Cruz de Tenerife. We have chosen a stakeholder-centered analysis. The aim was not to find a complete list of characteristics that shape the current housing crisis in Santa Cruz or explain its reasons. It was rather intended to understand how the new crisis is perceived locally and which linkages are constructed between crisis, post-crisis and overtourism.

The interviewees acknowledge the current positive macroeconomic setting that Santa Cruz is located in and describe this phase as post-crisis. Simultaneously, they are aware of the new crisis symptoms on the housing market. We identify five aspects, that characterize the current housing crisis in Santa Cruz:

- The 2008's crisis has seriously damaged the supply side of housing production which leads to much lower production numbers than necessary.
- New logics on the financial markets have increased the interest in real estate as an asset class and thus put pressure on the prices.
- The economic and financial crisis has deepened socio-economic vulnerabilities of inhabitants, increasing the demand for rented apartments.
- Politics fail to find appropriate answers to the emerging disparity on the housing market, particularly with regard to affordable housing and short-term rentals.

- Tourism, a coping strategy to overcome the crisis, contributes to the shortage of housing, particularly as short-term rentals compete to rental apartments.

Based on these findings, different conclusions for research and practice can be drawn. In Santa Cruz, the growing imbalance on the housing market is many-faceted. The reasons for that imbalance are rather structurally rooted in the past financial and economic crisis from 2008 and are highly linked to each other. Overtourism contributes to the imbalance. This is problematic because urban policies have actively promoted touristification in Santa Cruz as a coping strategy for facing the crisis. However, it would be wrong to neglect the other aspects that add to the current situation. Critical studies on overtourism's impact on the housing market should not only focus on the bivariate relation between tourism and housing but rather embed them into the context of crisis and post-crisis. Tourism and housing are both causes and products of the crises in the city.

For Santa Cruz' urban development, this paper shows that tackling the described problems on the housing market is complex, as many different areas are involved. It thus becomes clear that only a broad-scale strategy will be effective. This is not only a local but even a national challenge because different spatial levels are involved. On the local level, public authorities try to demonstrate their willingness to tackle the above-mentioned problems by means of the megaproject "Santa Cruz Verde 2030". The plan transforms the current oil refinery into a mixed-use neighborhood on 573,000 sqm (Hübscher 2019: 17). It will produce firstly a considerable amount of new housing units that might contribute to filling the gap on the market. Secondly, a strong focus on hotels and other touristic infrastructure is observed, that is promised to provide new jobs in the city. Neither of these instruments will change any of the above-mentioned causes of the housing crisis. On the contrary, the megaproject will reinforce the touristification on the city's waterfront and thus exacerbate the housing crisis in the long run. This is why current coping strategies in the neoliberal city need to be revised critically in order to overcome the ongoing crises.

Bibliography

Altvater, E. 2009. Was Marx right after all? A Critical Analysis of the Global Financial Crisis. *Novos Cadernos*, 12 (1), 5-18.

Alves, P. and Urtasun A. 2019. Recent housing market developments in Spain. *Economic Bulletin, Banco de España*, 2, 1-10.

Autoridad Portuaria Santa Cruz de Tenerife 2020. Informe Estadístico mensual, 04/05/2020, https://www.puertosdetenerife.org/estadistica/informe-estadistico-mensual-y-acumulado/

Bandt, O. d., Ferrara, L. and Vigna, O. 2010. Housing Markets after the crisis: lessons for the macroeconomy. *Quarterly Selection of Articles of the Banque de France Bulletin*, 17, 39-46.

Beswick, J., Alexandri, G., Byrne, M., Vives-Miró, S., Fields, D., Hodkinson, S. and Janoschka, M. 2016. Speculating on London's housing future: The rise of global corporate landlords in 'post-crisis' urban landscapes. *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action*, 20(2), 321-341.

Blanco Romero, A., Blázquez Salom, M. and Cànoves, G. 2018. Barcelona, Housing Rent Bubbles in a Tourist City. Social Responses and Local Policies. *Sustainability*, 10 (6), 1-18.

Bonhomme, S. and Hospido, L. 2017. The link between wage inequality and the housing market's boom and bust in Spain. *LSE Business Review*, 1-4. http://eprints.lse.ac.uk/84787/1/businessreview-2017-09-18-the-link-between-wage-inequality-and-the.pdf

Cabildo de Tenerife 2019. Estadísticas de Turismo Receptivo en Tenerife, 02/01/2020, https://www.tenerifedata.com/dataset/turistas-alojados-por-categoria-y-zona

Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. and Amaduzzi, A. 2019. Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 11, 1-18.

Cócola Gant, A. 2016. Holiday rentals: The new gentrification battlefront. *Sociological Research Online*, 21 (3), 1-9.

Cruz Ruiz, E., Bermúdez González, G. and Tous Zamora, D. 2018. Destination image, satisfaction and destination loyalty in cruise tourism: the case of Malaga (Spain). *Tourism & Management Studies*, 14(1), 58-68.

Cué, C. 2014. Rajoy: "La crisis ya es historia" El presidente del Gobierno hace ante los empresarios su gran discurso de balance. *El País*, 20/05/2020, https://elpais.com/politica/2014/12/11/actualidad/1418305803_331591.html

Datosmacro 2020. Evolución del Paro Santa Cruz de Tenerife (Santa Cruz de Tenerife), 21/05/2020, https://datosmacro.expansion.com/paro/espana/municipios/canarias/santa-cruz-de-tenerife/santa-cruz-de-tenerife

El Día 2019. Fepeco alerta de que el sector de la construcción se paraliza en Tenerife. *El Día - La Opinón de Tenerife*, 15/05/2020, https://www.eldia.es/tenerife/2019/09/12/fepeco-alerta-sector-construccion-paraliza/1007935.html

Etxezarreta Etxarri, A., Izagirre Olaizola, J., Morandeira Arca, J. and Mozo Carollo, I. 2020. Urban touristification in Spanish cities: consequences for the rental-housing sector in San Sebastian. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja,* 33(1), 1294-1310.

EFPCSH (European Federation of Public Cooperative and Social Housing) 2019. *The State of Housing in the EU*. Brussels. 20/05/20, https://drive.google.com/file/d/1l9-zbYnIWsBdNHQtGYvQWRIz1BYhlz79/view

Eurostat 2020. Unemployment rate by NUTS 2 regions, 05/05/2020, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00010/default/table

Exceltur and Gobierno de Canarias 2019. Impactur 2018. Estudio del Impacto Económico del Turismo sobre la Economía y el Empleo de las Islas Canarias, 14/05/2020, https://www.exceltur.org/impactur/#

Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco Romero, A. and Blázquez Salom, M. 2019. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745–1763.

Fuster, N., Arundel, R. and Susino, J. 2019. From a culture of homeownership to generation rent: housing discourses of young adults in Spain. *Journal of Youth Studies,* 22(5), 585-603.

García Hernández, J. S., Díaz Rodríguez, M. d. C., Gínes de la Nuez, C. and Armas Díaz, A. 2018. Crecimiento urbano, vulnerabilidad social y desposesión de viviendas. Análisis preliminar en Santa Cruz de Tenerife. *XXIII Coloquio de Historia Canario-Americana*, 1-10.

García Serrano, C. 2012. Del pasmo al marasmo: El sector de la construcción y su relación con la crisis del empleo. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(1), 163-182.

Goodwin, H. 2017. The Challenge of Overtourism. *Responsible Tourism Partnership*, 1-19.

Gössling, S, Scott, D. and Hall, M. 2020. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.

Hübscher, M. 2020. Zwischen Deindustrialisierung und Gentrification: Innerstädtische Großprojekte in Santa Cruz de Tenerife (Spanien). *Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft,* 161, 63-90.

Hübscher, M. 2019. From megaprojects to tourism gentrification? The case of Santa Cruz Verde 2030 (Canary Islands, Spain). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles,* 83, 1-47.

Idealista 2020. Evolución del precio de la vivienda en alquiler en Santa Cruz de Tenerife. 12/11/2019, https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/alquiler/canarias/santa-cruz-de-tenerife-provincia/santa-cruz-de-tenerife/

INE Instituto Nacional de Estadística 2020a. Contabilidad nacional trimestral de España: principales agregados, 15/05/2020, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736164439&menu=resultados&idp=1254735576581

INE Instituto Nacional de Estadística 2020b. Tasas de paro por sexo y grupo de edad, 15/05/2020, https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4086

INE Instituto Nacional de Estadística 2020c. Hogares por régimen de tenencia de la vivienda 02/05/2020, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=12547355 7068

INE Instituto Nacional de Estadística 2020d. Encuesta de condiciones de vida, 17/04/2020, https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=1921&capsel=1932

INE Instituto Nacional de Estadística 2020e. Distribución porcentual de los activos por sector económico, 20/07/2020, https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=3986&L=0

ISTAC Instituto Canario de Estadística 2019. Paro registrado según sexos. Municipios por islas de Canarias y meses. 04/04/2020, http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/menu.do?uripub=urn:uuid:2959b070-d920-4eb8-91df-ddd414474cbc

Janoschka, M., Alexandri, G., Orozco Ramos, H. and Vives-Miró, S. 2019. Tracing the socio-spatial logics of transnational landlords' real estate investment: Blackstone in Madrid. *European Urban and Regional Studies*, 1-17.

Janoschka, M. 2018. Gentrification en España Reloaded. *Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament*, 60, 25-33.

Koens, K., Postma, A. and Papp, B. 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 1-15.

López Rodríguez, D. and Llanos Matea M. d. l. 2019. Recent Developments in the Rental Housing Market in Spain. *Economic Bulletin, Banco de España*, 3, 1-17

Marrero, D. 2019. Las seis ciudades donde más se ha disparado el alquiler (y no son Madrid ni Barcelona), 05/05/2020, https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2019/11/06/778174-las-seis-ciudades-donde-el-alquiler-se-ha-disparado-mas-y-no-son-madrid-ni-barcelona

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6, 551-564.

Ministerio de Fomento 2019. *Observatorio de Vivienda y Suelo*, Dirección General de Arquitectura, Vivienda y Suelo, Madrid, 160 pp., 13/04/2020, https://apps.fomento.gob.es/CVP/handlers/pdfhandler.ashx?idpub=BAW064

MTMAU (Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana) 2020. Número de viviendas libres terminadas, 05/05/2020, http://www.fomento.gob.es/be2/?nivel=2&orden=32000000

Neuhauser, J. 2019. 'The Crisis Is Over? Maybe for the Rich, But Not for Us!' Latin American Migrants' Responses to the (Post-) Crisis Discourse in Spain. *Sociology*, 52(3), 448-463.

Piñeira Mantiñán, M., Durán-Villa, F. and Taboada Failde, J. 2018. Urban Vulnerability in Spanish Medium-Sized Cities during the Post-Crisis Period (2009–2016). The Cases of A Coruña and Vigo (Spain). *Urban Science*, 2(37), 1-21.

Reiriz, M. 2018. Acuerdo histórico para "un nuevo Santa Cruz". 18/05/2020, https://atlanticohoy.com/front/post/tag/santa-cruz-de-tenerife-cepsa-ayuntamiento-santacruz-verde-2030

Romero Padilla, Y., Cerezo Medina, A., Navarro Jurado, E., Romero Martínez, J. M. and Guevara Plaza, A. 2019. Conflicts in the tourist city from the perspective of local social movements. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1–35.

Romero, J., Brandis, D. and Melo, C. 2015. El giro neoliberal de las políticas para la ciudad en España. Balance a partir de los ejemplos de Madrid y Valencia. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 69, 369-386.

Schipper, S. and Wiegand, F. 2015. Neubau-Gentrifizierung und globale Finanzkrise. *sub\urban. Zeitschrift für kritische Stadtforschung*, 3(5), 7-32.

Turespaña 2020. Frontur. Información Anual. 06/05/2020 http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/informesdinamicos/paginas/anual.aspx

Turismo de Tenerife 2019. Turismo en Cifras. Tenerife 2018. 23/05/2020, https://www.webtenerife.com/investigacion/

Vives Miró, S. 2018. New rent seeking strategies in housing in Spain after the bubble burst. *European Planning Studies*, 26(10), 1920-1938.

Web of Science 2020. Results for „Post Crisis“, 20/05/2020, http://apps.webofknowledge.com/summary.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=4&SID=C2ty4jFCqdHufJYz5K

Sanxenxo un destino litoral gallego maduro: ¿*Overtourism* o estrategias para su reorganización?

Rubén Camilo LOIS-GONZÁLEZ y Carlos Alberto PATIÑO-ROMARÍS

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Lois-González, R.C. y Patiño Romarís, C.A. 2020. Sanxenxo un destino litoral gallego maduro: ¿*Overtourism* o estrategias para su reorganización?. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 295-305. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

En las últimas décadas hemos asistido a un continuo crecimiento cuantitativo del turismo a escala global que ha conllevado importantes retos para garantizar su sostenibilidad. Una realidad que ha supuesto la reformulación de las estrategias y los procesos tradicionales de desarrollo territorial. El presente estudio se centra en el destino maduro litoral pontevedrés de Sanxenxo donde un desarrollo urbanístico incontrolado ha determinado el modelo turístico imperante. El tratamiento de este crecimiento urbanístico turístico se erige en un elemento clave para lograr un desarrollo turístico sostenible. El principal objetivo ha sido la realización de un diagnóstico inicial de la realidad turística de Sanxenxo que posibilite determinar líneas estratégicas de actuación territorial sostenibles dirigidas a mejorar su competitividad. La metodología utilizada se ha fundamentado en el manejo de técnicas tanto de carácter cualitativo como cuantitativo, donde ha jugado un papel determinante la realización de cuestionarios semiestructurados dentro del método Delphi. Un trabajo que nos posibilita afirmar que el proceso de gobernanza en la elaboración de la estrategia de actuación territorial de un destino turístico consolidado como Sanxenxo debe incidir en la cualificación de la oferta a partir de la puesta en valor de sus componentes territoriales desde el principio de sostenibilidad.
Palabras clave: *destino turístico litoral maduro, overtourism, reorganización, planificación estratégica, indicadores territoriales.*

SANXENXO A MATURE GALICIAN COASTAL DESTINATION: OVERTOURISM OR STRATEGIES FOR ITS REORGANIZATION ?. In recent decades we have seen a continuous quantitative growth of tourism on a global scale that has entailed major challenges to ensure its sustainability. A reality that has involved the reformulation of traditional strategies and processes of territorial development. This study focuses on the mature Pontevedra coastal destination of Sanxenxo where an uncontrolled urban development has determined the prevailing tourism model. The treatment of this urban tourism growth is a key element to achieve a sustainable tourism development. The main objective has been the realization of an initial diagnosis of the tourist reality of Sanxenxo that makes it possible to determine strategic lines of sustainable territorial action aimed at improving its competitiveness. The methodology used has been based on the management of both qualitative and quantitative techniques, where the production of semi-structured questionnaires within the Delphi method has played a determining role. A work that enables us to affirm that the process of governance in the elaboration of the strategy of territorial action of a consolidated tourist destination like Sanxenxo must have an impact on the qualification of the offer from the putting in value of its components from the principle of sustainability.
Keywords: *tourist destination mature coastal, overtourism, reorganization, strategic planning, territorial indicators.*

Rubén Camilo LOIS-GONZÁLEZ, Facultade de Xeografía e Historia - USC, Praza da Universidade, 1, 15703 Santiago de Compostela, A Coruña. Email: rubencamilo.lois@usc.es, Carlos Alberto PATIÑO-ROMARÍS, Facultad de Historia, As Lagoas, s/n, 32004 Ourense, Email: carlosalberto.patino@uvigo.es;

Recepción del manuscrito: 15-junio-2020; revisión aceptada:30-julio-2020.

Introducción

En las últimas décadas hemos asistido a un continuo crecimiento cuantitativo del turismo a escala global. El viaje ha pasado de ser un derecho a una necesidad. Un rápido aumento de los flujos turísticos que genera problemas de sobrecarga y plantea importantes retos para la gestión de los destinos. Un crecimiento de la demanda turística que viene acompañado de profundos cambios en sus preferencias y hábitos de comportamiento. Un nuevo perfil de turista que se caracteriza, entre otras tendencias, por un aumento en su grado de exigencia en la calidad medioambiental. Un crecimiento de la demanda paralelo a una desacertada producción de espacio turístico carente de todo tipo de planificación territorial. Por tanto, un crecimiento del turismo que ha creado importantes retos para garantizar un crecimiento sostenible. En otras palabras, los ritmos de producción de espacio turístico atendieron básicamente a los impulsos de la demanda y a la falta criterios de sostenibilidad (Vera y Monforte, 1994). De hecho, en la actualidad, la gestión territorial turística conlleva importantes retos para garantizar una actividad turística sostenible y prácticas que minimicen cualquiera de los efectos adversos que su desarrollo puede suponer a nivel territorial. Entre estos retos, nos encontramos con el surgimiento de actitudes negativas cara a la afluencia de visitantes dentro de las comunidades locales derivados de los problemas de la aglomeración, el ruido, alza de precios del alquiler de viviendas, …. (OMT, 2018). El término *overtourism* surge y está directamente relacionado con la existencia de estos efectos no sostenibles del desarrollo turístico. Estamos ante destinos en los que los anfitriones o la demanda sienten que hay hacinamiento de visitantes y que la calidad de vida o que la calidad de la experiencia se ha deteriorado de una manera inaceptable (Milano *et al.*, 2018, OMT, 2018). De hecho, recordemos que la percepción de hacinamiento puede afectar a la satisfacción de los visitantes (Jin *et al.*, 2016; Usher y Gómez, 2017; Zehrer y Raich, 2016), especialmente en el caso de destinos de sol y playa (Alegre y Garau, 2010). Además, esta sobrefrecuentación genera sobrecarga en las infraestructuras y afecta negativamente a la naturaleza, a la cultura y al patrimonio local (Dichter y Gloria, 2017). El *overtourism* o la saturación turística se vuelve así un problema de todos los agentes que participan directa e indirectamente en la maquinaria turística: agentes públicos, sectores privados, turistas y residentes (Milano, 2017a). Unos agentes que tendrán que afrontar los desafíos asociados con el *overtourism*: residentes alienados, una experiencia turística degradada, infraestructura sobrecargada, daños a la naturaleza o amenazas a la cultura y al patrimonio (Peeters *et al.*, 2018). Unas problemáticas que van a requerir de actuaciones estratégicas de orden territorial adaptadas a las características específicas de un destino determinado (Milano *et al.*, 2018). Una problemática a gestionar dentro de los destinos turísticos, ya que la experiencia vacacional de calidad tiene un carácter integral y no es viable en un escenario deteriorado. Es por ello por lo que la creciente debilidad competitiva de algunos destinos tienen bastante que ver con la pérdida de calidad e indiferenciación de las vivencias ofertadas, y con el exceso de presión turística

sobre los recursos naturales y culturales que deberían sustentar su atractivo. Los territorios tienen límites en su capacidad de acoger presión humana y sobrepasados esos límites se desencadenan crecientes procesos de degradación que desvalorizan los recursos de los destinos y ponen en entredicho su propia viabilidad turística a medio plazo (EXCELTUR, 2003).

Nos encontramos en un escenario global dentro del sector turístico marcado por la necesidad de un cambio estructural. Una necesidad de cambio motivada por las transformaciones acontecidas tanto en la configuración de los productos ofertados como en los gustos de la demanda. La competitividad del sector turístico está estrechamente relacionada con su sostenibilidad, ya que la calidad de los destinos turísticos depende en gran medida de su entorno natural y cultural, así como de las actitudes de la comunidad local (UE, 2017).

En otro orden de cosas, dentro de este mercado turístico, el turismo en espacio litoral sigue desempeñando un papel hegemónico, aunque requiera transformaciones, ajustes y adaptaciones. Una realidad que ha conllevado la reformulación de las estrategias y de los procesos tradicionales de desarrollo territorial dentro de los destinos maduros litorales en base a dar mayor relevancia a la sostenibilidad. Estos destinos gozan de una alta capacidad de resiliencia y consecuentemente la degeneración de los mismos no resulta un hecho consumado, dado que cualquier problemática de relevancia puede ser corregida estructuralmente por medio de adecuadas estrategias de reorganización territorial. Un proceso de reorganización en el cual la administración pública municipal debe desempeñar un papel relevante en su correspondiente ámbito competencial. Una administración municipal que debe ejercer el liderazgo en la formulación e implementación de estrategias territoriales turísticas de regeneración (Koens *et al.,* 2018), donde el foco del debate radica en definir los límites e intensidades de esa intervención. Un liderazgo de la administración municipal necesario y centrado en atraer al resto de agentes tanto públicos como privados hacia esta estrategia de reorganización y diferenciación turística.

En esta dirección, la primera cuestión a determinar es si el destino ha sobrepasado su capacidad de carga física o infraestructural, económica, social, cultural o mediambiental. Una realidad que puede marcar el inico de un declive. Es en este momento, cuando desde los gestores públicos se debe apostar por líneas de actuación que eviten el declive, la pérdida de atractivo dentro del mercado de demanda turística. Hablamos de la adopción de un conjunto de medidas dirigidas a superar con éxito esta situación de declive. Líneas de actuación postuladas con el objeto de afrontar un reto complejo al no existir una solución única para todos los destinos, dado que cada espacio turístico presenta unas características propias y una casuística específica que exige actuaciones adaptadas a su realidad territorial turística. Un conjunto de actuaciones dirigidas a regenerar, redefinir, reorganitzar, reestructurar y, en definitiva, renovar al destino turístico. Actuaciones destinadas a mantener adecuados niveles de competitividad en el mercado, en las que la imagen, como motor de la motivación y por tanto la demanda, no puede quedar al margen. Los destinos maduros gozan de una imagen consolidada dentro del mercado turístico. Una fortaleza de gran relevancia para afrontar la pérdida de competitividad. Por tanto, esto debe suponer que las líneas estratégicas de reorganización deben seguir siendo fieles a la imagen tradicional establecida en su demanda actual, al tiempo que introducen Nuevos atributos que la refresquen y preparen para los próximos años (Santana-Talavera *et al.,* 2010).

A tenor de este planteamiento, el presente estudio se centra en el caso del municipio pontevedrés de Sanxenxo donde un desarrollo urbanístico incontrolado ha determinado territorialmente el modelo turístico imperante. Un desarrollo urbanístico que ha configurado espacios urbanos como periurbanos litorales heterogéneos y dinámicos con marcada funcionalidad turística. Estamos ante ámbitos territoriales especializados, con características propias y formas singulares de urbanización que las distinguen de los espacios urbanos tradicionales (Mullins, 1994; Antón, 1998). Sectores del litoral que se conforman como sistemas territoriales complejos donde cualquier proceso de intervención requiere de una contextualización de acuerdo con los procesos que determinaron su génesis.

Un destino Sanxenxo donde el tratamiento del crecimiento urbanístico para usos turísticos se erige en un elemento clave para lograr que el desarrollo turístico sea efectivamente sostenible, de modo que no se sobrepase la capacidad de carga en ciertos espacios de su territorio en el período estival y se acote la pérdida de identidad paisajística. La delimitación y compartimentación espacial de estas áreas geográficas resultará esencial en los procesos de renovación, de reestructuración turística. Un proceso de singularización que posibilita un tratamiento propio y específico, adecuado a sus características de orden territorial turístico de cada sector litoral individualizado.

La renovación/reestructuración del territorio turístico de Sanxenxo implica un ejercicio de planificación. Una planificación que determine aquellas líneas estratégicas de actuación territorial dirigidas a intervenir con el fin de orientar hacia una situación deseable de competitividad a Sanxenxo como destino turístico. Para ello resulta imprescindible contar con una infraestructura de análisis y reflexión territorial que aporte el conocimiento necesario para el diseño de la estrategia más adecuada.

2. Metodología y objetivo del estudio

La metodología utilizada para este estudio se ha fundamentado en el manejo de técnicas tanto de carácter cualitativo como cuantitativo en base al análisis de datos tanto de carácter primario como secundario. Con respecto a los primeros se ha priorizado la observación participante y la realización de cuestionarios semiestructurados dentro del método Delphi y, en relación a los segundos, se han manejado fuentes estadísticas de organismos públicos e informes institucionales.

Dentro de la metodología a utilitzar para obtener información de las dinámicas reales de colaboración que se producen entre los diversos actores que operan en el territorio, hemos programado entrevistas siguiendo el método Delphi a un panel de 30 expertos. Entre los cuales, figuran agentes de los siguientes colectivos: administraciones públicas, empresas de servicios turísticos, grupos de interés empresarial, grupos de interés sindical, agencias sociales locales, personas que poseen recursos turísticos y personas que generan opinión e influencia. Los cuestionarios son semiestructurados, para permitir a los expertos reconstruir la lógica que según ellos presentaban los hechos a analizar. La finalidad es conocer la percepción que los agentes tienen de la realidad turística territorial de Sanxenxo. El análisis se centrará en la búsqueda de elementos comunes en el discurso de los distintos agentes, en las atribuciones causales y mecanismos explicativos utilizados.

Las técnicas de carácter cuantitativo centradas en el manejo de indicadores de presión, nos han permitido dimensionar la realidad territorial de la actividad turística en el municipio de Sanxenxo. Un sistema de indicadores de presión basado en los datos estadísticos procedentes de la Agencia Turismo de Galicia (oferta de alojamiento) y del INE (Censo de Población y Viviendas). El sistema de indicadores manejado tiene como finalidad proporcionar información de interés que sea comprensible y permita orientar adecuadamente la estrategia turística a desarrollar por los gestores del destino Sanxenxo.

El objetivo es la elaboración de un diagnóstico, de una radiografía de la actividad turística en el municipio de Sanxenxo que ponga enrelieve la importancia del turismo, situándolo como elemento de debate social y exponiendo de forma abierta su encaje en el territorio municipal. Un diagnóstico incial de las principales macromagnitudes que contextualicen la evolución y situación actual turística. Un análisis territorial inicial que constituirá la base del diagnóstico final sobre el que posteriorment fundamentar la redacción de un plan estratégico donde se recojan distintas líneas de actuación para solucionar los problemas detectados. Así como, la definición de un modelo de gestión del plan y de un sistema de información turística donde se establezcan una serie de indicadores territoriales que permita valorar el éxito o fracaso de las medidas puestas en funcionamiento. El sistema de información turística a implementar se fundamentará en el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) adaptado a las particularidades de un destino litoral gallego (UE, 2017).

3. Diagnóstico inicial de la realidad territorial turística de Sanxenxo

Sanxenxo es el principal destino turístico litoral gallego. El turismo, según datos de Turismo de Sanxenxo (2020); genera más del 85% del PIB local y más del 70% del empleo directo local. Según el último informe del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2013), Sanxenxo multiplica en época estival 7,5 veces el número de sus residentes. Sanxenxo es un destino susceptible de ser calificado como maduro con evidentes síntomas de agotamiento. Realidad territorial que ha puesto de manifiesto una merma de la experiencia turística. De hecho, el principal producto turístico de Sanxenxo es el "sol y playa" (Patiño Romarís, 2016). Un producto exitoso pero que se ha ido deteriorando como consecuencia de la proliferación de la construcción inmobiliaria en su franja litoral. Un modelo de desarrollo turístico donde la excelencia en el tratamiento del paisaje es un componente secundario.

El proceso de funcionalización turística del espacio en Sanxenxo, en un primer momento aconteció en aquellos sectores próximos a las playas (Silgar, Canelas, Paxariñas, ...), posteriormente también fueron afectados fértiles paisajes agrícolas y el patrimonio inmueble urbano de la villa. Proceso de producción de espacios turísticos que se traduce actualmente en una primera línea de mar altamente urbanizada y excesivamente densificada en determinados tramos, generando contrastes de índole paisajística y económica entre el espacio litoral y el interior. Un desarrollo turístico residencial resultado de la ausencia de políticas de actuación y gestión integrada del litoral. De hecho, nos encontramos con un desarrollo resultado del incumplimiento sistemático de la disciplina urbanística...

A continuación vamos a analizar un breve diagnóstico de la oferta turística en Sanxenxo y determinar su repercusión territorial mediante el manejo de una serie de indicadores de

presión territorial. Sanxenxo, según los datos de la Agencia de Turismo de Galicia, en el año 2019 era el destino gallego con más plazas en alojamientos turísticos reglados[1] (23.641 plazas, 13,09% de Galicia), superando a un centro turístico como Santiago de Compostela (14.007 plazas). También señalar que posee el mayor número de plazas en hoteles (7.906 plazas). Ahora bien, a nivel agregado la oferta supera a la demanda, dado que con relación a las entradas de visitantes y las pernoctaciones existe una infrautilización de la oferta en términos relativos. Un hecho patente al analizar las tasas de ocupación. Desde una perspectiva dinámica, la oferta de plazas hoteleras en Sanxexo experimentó una destacada progresión en el período 2003-2019 (Δ 335,45%).

La evolución mensual de oferta de plazas en establecementos hoteleros presenta una marcada estacionalidad en Sanxenxo. El carácter predominantemente estival de la oferta hotelera ligada al producto de "sol y playa" explica la fuerte oscilación de la oferta. De hecho, según datos de la EOH (Encuesta de ocupación hotelera, INE), la oferta del mes de diciembre operativa (1.033 plazas) representa sólo un 11,41% de la oferta de agosto (9.051 plazas). Una estacionalidad que va ligada a la existencia de pequeños establecemientos de categorías de una y dos estrellas que se incorporan al mercado exclusivamente en temporada alta. Una primera lectura de estos datos permitiría afirmar que en terminos relativos en Sanxenxo existe una relativa sobreoferta en gran parte del año.

En otro orden, atendiendo a los valores sobre residencias secundarias recogidas en el Censo de Población y Vivendas 2011 (INE), elaboramos una serie de indicadores de presión con el objetivo de dimensionar territorialmente la oferta turística residencial en el ámbito territorial de Sanxenxo. La oferta residencial de Sanxenxo responde a una marcada vocación turística residencial (44.236 plazas, 4,15% del total del litoral gallego). Una vocación que queda patente en el 0,62 de su indicador "plazas en residencias por población de hecho". (Tabla 1).

Sanxenxo presenta un total de 67.887 plazas de alojamiento. Los indicadores de presión de oferta de alojamiento registranlos valores de 3,91 plazas/habitante de hecho y 1.505,92 plazas/km^2 (Tabla 2). En definitiva, Sanxenxo presenta una oferta de carácter predominantemente residencial. Ahora bien, la oferta reglada es amplia dentro del contexto gallego. Nos encontramos, en función de los datos de alojamiento, con el destino turístico de "sol y playa" por excelencia del litoral gallego.

El análisis incial de los valores de los indicadores de presión de la oferta de alojamiento en Sanxenxo nos hablan de una fuerte funcionalización turística del espacio y de una capacidad de carga al límite en los meses de verano de mayor afluencia de demanda. Meses en que se observan procesos ligados al *overtourism*. No obstante, no creemos que Sanxenxo como destino turístico este abocado a su declive. Ahora bien, si que creemos necesarias actuaciones de carácter estratégico encaminadas a su reposicionamiento competitivo en el mercado.

3.1 Interpretación de los resultados preliminares obtenidos del Delphi

La aplicación del método Delphi nos ha permitido abordar la sostenibilidad del desarrollo turístico en Sanxenxo mediante la consulta de opinión a expertos conocedores de

[1]Incluye hoteles, pensiones, albergues turísticos, turismo rural, campamentos de turismo, apartamentos turísticos, viviendas turísticas y viviendas de uso turístico (VUT).

	A	B	C	D	E
Sanxenxo	11.059	245,21	0,64	189,50	44.236
Ría de Pontevedra	32.865	114,63	0,20	55,14	131.460
Litoral gallego	266.312	54,28	0,17	44,28	1.065.248

Tabla 1. Oferta turística residencial en el municipio de Sanxenxo[2]. Año 2011. Fuente: INE: Padrón municipal de habitantes (2019) y Censo de Población y Viviendas (2011). Datos superficie km^2 IGN (Instituto Geográfico Nacional).

Table 1. *Residential tourist offer in the municipality of Sanxenxo[3]. Year 2011. Source: INE: Municipal Population Register (2012) and Population and Housing Census (2011). Data area km^2 IGN (National Geographic Institute).*

	A	B	C	D	E
Sanxenxo	23.641	44.236	67.887	3,91	1.505,92

Tabla 2. Oferta total de alojamiento turístico e indicadores de presión en el municipio de Sanxenxo[4]. Año 2019. Fuente: INE: Padrón municipal de habitantes (2019) y Censo de Población y Viviendas (2011). Datos superficie km^2 IGN (Instituto Geográfico Nacional).Turismo de Galicia.

Table 2. *Total offer of tourist accommodation and pressure indicators in the municipality of Sanxenxo[5]. Year 2019.Source: INE: Padrón municipal de habitantes (2019) and Censo de Población y Viviendas (2011). Data km^2 IGN (Instituto Geográfico Nacional). Turismo de Galicia.*

esta realidad, en busca de reflexionar sobre aspectos neurálgicos de la situación actual. La composición del Panel de Expertos se conformó en base tanto de agentes de carácter público como privado, conocedores de la actividad turística en Sanxenxo.

La primera ronda del Delphi se inició con el envío de los cuestionarios a los especialistas por correo electrónico el 22 de mayo de 2020, solicitándoles que las devolvieran por el mismo canal de comunicación en 10 días. Todos los cuestionarios se enviaron por correo electrónico en archivo adjunto, con una breve introducción al tema de investigación, la explicación clara del objetivo de la investigación, el método que se utiliza, la fase en que se encontraba el proceso de investigación y las instrucciones para complementar el cuestionario. Algunos participantes solicitaron un plazo mayor para responder. De esta forma la primera ronda de cuestionarios se cerró el 5 de junio de 2020.

[2]Indicadores: (A) Número de viviendas secundarias. Consideramos como viviendas secundarias a las incluidas en el Censo de Población y Vivendas como "no principales (secundarias+vacías)"; (B) Densidad (vivendas secundarias por km^2); (C) Residencias secundarias/Población de hecho; (D) T.F.R.= Rs X 100 / Rp; donde: TFR es la Tasa de Función Residencial; Rs es el número de viviendas secundarias; Rp es el número de viviendas principales; (E) Oferta plazas residencias secundarias. Oferta plazas en residencias secundarias= nº viviendas secundarias X 4.

[3]*Indicators: (A) Number of secondary dwellings. We consider as secondary dwellings those included in the Census of Population and dwellings as "non-main (secondary+empty)"; (B) Density (secondary dwellings per km^2); (C) Secondary dwellings/de facto population.; (D) T.F.R.= Rs X 100 / Rp; where: TFR is the Residential Function Rate; Rs is the number of secondary dwellings; Rp is the number of main dwellings; (E) It offers secondary residential places. It offers places in secondary residences= nº secondary dwellings X 4.*

[4] Indicadores: (A) Total plazas oferta reglada; (B) Oferta plazas residencias secundarias. Oferta plazas en residencias secundarias= nº viviendas secundarias X 4.; (C) Total plazas alojamiento turístico; (D) Total plazas alojamiento turístico/población de hecho; (E) Densidad (Total plazas alojamiento turístico por km^2).

[5] *Indicators: (A) Total places regulated offer; (B) Offer secondary residences. Provision of places in secondary residences = number secondary dwellings X 4.; (C) Total number of places in tourist accommodation; (D) Total places tourist accommodation/de facto population; (E) Density (Total places tourist accommodation per km^2).*

En estos momentos, se están analizando las respuestas obtenidas cara a la realización de una última ronda de cuestionarios. Las respuestas del panel de expertos serán interpretadas y organizadas conforme al grado de homogeneidad o distinción de las mismas. Una vez concluidas las dos rondas de cuestionarios, se procederá al análisis estadístico de las respuestas, mediantela obtención de las frecuencias absolutas y relativas (porcentajes), y el cálculo de la media, mediana y desviación estándar.

En el cuestionario se abordaron aspectos fundamentales relacionados con la caracterización como con la sostenibilidad del desarrollo turístico en Sanxenxo. Los elementos del sistema turístico y los principales aspectos considerados en la elaboración de los cuestionarios sometidos a consulta de los expertos se muestran en la Tabla 3.

Del análisis inicial de los resultados obtenidos en la primera ronda de consulta efectuada a los 30 expertos referente a la situación actual del desarrollo turístico en el municipio de Sanxenxo, podemos establecer los siguientes planteamientos básicos de acuerdo a los porcentajes más significativos obtenidos:

- El desarrollo turístico territorial en Sanxenxo se ha producido esencialmente de una forma no planificada, espontánea. Sanxenxo es un destino litoral de "sol y playa" exitoso, con un prestigio reconocido. La oferta turística debe diversificarse dando especial relevancia a la cultura marinera.
- Una legislación urbanística permisiva ha posibilitado un crecimiento turístico residencial excesivo en determinados tramos del litoral municipal degradando su valor paisajístico y ambiental.
- Existen problemas de masificación turística *(overtourism)* en los meses de julio y agosto en determinadas playas y en los ámbitos urbanos de las villas de Sanxenxo y Portonovo.
- El municipio de Sanxenxo carace de una planificación estratégica territorial turística. No existe una adecuada colaboración entre los agentes públicos y privados en la gestión de la actividad turística.
- La asignación de recursos para la gestión turística municipal es insuficiente. De hecho, se denuncia la falta de incentivos y orientación para el emprendemiento en el sector turístico municipal.
- El desarrollo turístico no ha contado con la participación de la comunidad local en la toma de decisiones estratégicas. No existe una participación activa de la comunidad local en apoyo del desarrollo turístico. Se demanda la aplicación de un sistema de gobernanza en la gestión territorial turística.

Finalmente, en relación a la crisis del COVID-19, la gran mayoría de los expertos creen que es esencial generar confianza "sanitaria" en el destino y, en concreto, en su oferta de alojamiento. También se plantea por algunos expertos el posible surgimiento de actitudes hóstiles dentro de la comunidad local hacia el turismo residencial que en su gran mayoría procede de zonas muy afectadas por la pandemia.

4. Recapitulación final

La espontaneidad y la falta de criterios de ordenación del desarrollo turístico en Sanxenxo explican situaciones de despilfarro de recursos, ausencia de racionalidad en la utilización del suelo y falta de referencias para la orientación de las intervenciones, tanto

públicas como privadas, además de impactos ambientales y escasa inserción de las actuaciones dentro de un marco de coherencia en la implantación del turismo (Vera *et al*., 2011). Por tanto, nos econtramos con la necesidad de desplegar una estrategia coherente y efectiva para asegurar el desarrollo sostenible del turismo dentro del destino Sanxenxo, donde los gestores deben trabajar en el diseño y en la adopción de líneas de actuación destinadas a evitar el *overtourism* o paliar sus efectos. En esta dirección, consideramos que el proceso de renovación de un destino turístico consolidado como Sanxenxo debe incidir en la cualificación de la oferta a partir de la puesta en valor de sus componentes territoriales desde el principio de sostenibilidad y de aquellos productos que por el momento no gozaron de una atención adecuada en su diseño.

Elementos	**Aspectos**
Planificación y gestión turística	Planificación o espontaneidad del desarollo turístico Colaboración entre agentes públicos y privados Coordinación entre las Administraciones Públicas Gobernanza Principales retos *Overtourism*/capacidad de carga Nivel de degradación paisajística y ambiental Tasa turística
Oferta turística	Recursos naturales y culturales(tangibles e intangibles) Concectividad intermodal de transporte Oferta de alojamiento Restauración Ocio nocturno Señalización turística Itinerarios turísticos
Demanda turística	Aspectos generales de la demanda
Marketing turístico	Medios de promoción y comercialización Nivel de aplicación de nuevas tecnologías Nuevas formas de comercialización
Formación y capacitación en turismo	Necesidades en la capacitación de la fuerza laboral
Crisis del COVID-19 y transcendencia en el sector turístico	Líneas de actuación a corto y a medio plazo

Tabla 3. Elementos del sistema turístico y aspectos considerados en la elaboración del cuestionario Delphi. Fuente: Elaboración propia.
Table 3. *Elements of the tourist system and aspects considered in the elaboration of the questionnaire Delphi. Source: Ownelaboration.*

Otro apunte es que consideramos preciso contar con la comunidad local en el proceso de la elaboración de la estrategia de actuación territorial a implementar. Para ello, resulta esencial que dicho proceso se desarrolle en el marco de un verdadero modelo de gobernanza.

En este marco, la Administración Pública municipal debe liderar el proceso de renovación, estableciendo un sistema de participación que debe favorecer la cooperación entre los diferentes agentes tanto públicos como privados.

En otro orden, la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, de la que es miembro Sanxenxo, proporcionará soluciones tecnológicas en relación con la gestión de la

sobrecarga turística en determinados espacios públicos. Sanxenxo tiene firmado un convenio de colaboración con SEGITTUR y la Secretaría de Estado de Turismo para implantar un Proyecto Piloto de Indicadores de Turismo Sostenible. El objetivo es el desarrollo de un destino turístico inteligente como una herramienta para mejorar la competitividad, la calidad de vida de los residentes y la satisfacción con la experiencia turística (Boes *et al.*, 2015; Buhalis y Amaranggana, 2013). El análisis open/big data es una herramienta muy útil para mejorar la gestión del turismo en un destino en términos gestión de flujos. Ahora bien, la potencialidad de las soluciones tecnológicas y su supuesta eficiencia no pueden constituir un pretexto para evitar medidas de mayor alcance dentro de un modelo de gobernanza de destino como la limitación del crecimiento de la oferta y la demanda turística, e incluso la desaceleración del crecimiento (García-Hernández *et al.*, 2019).

Finalmente, debemos ser conscientes que la madurez del destino Sanxenxo no debe implicar una estrategia territorial de reorganización/renovación que suponga una ruptura total con el modelo actual. La Administración municipal debe apoyar una reinvención progresiva del sistema turístico, partiendo de aquellas variables que han hecho de Sanxenxo el primer destino turístico de sol y playa de Galicia, y modificando o promoviendo aquellos productos que puedan otorgar un plus de competitividad territorial. Dotar a Sanxenxo de una amplia oferta turística, mejor valorada, mayor sostenibilidad y valor añadido, menor estacionalidad y cooperación público-privada que posibliten potenciar su imagen dentro del mercado turístico. Un producto de sol y playa de calidad como verdadero estandarte del modelo turístico de Sanxenxo, rico en alternativas verdes, culturales, deportivas y gastronómicas.

Bibliografía

Alegre, J. y Garau, J. 2010. Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73. doi:10.1016/j.annals.2009.07.001.

Antón, S. (1998. La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43.

Boes, K., Buhalis, D. y Inversini, A. 2015. Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. En Tussyadiah, I. and Inversini, A., (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015. Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3 - 6, 2015*, Springer-Verlag, Wien, 391–403. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_29

Buhalis, D. y Amaranggana, A. 2013. Smart Tourism Destinations. En Z. Xiang & I. Tussyadiah (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014 in Cham:* Springer International Publishing, 553–564. http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-03973-2_40

Dichter, A. y Gloria, G.M. 2017. Coping with Success. Managning Destinations (Pdf file). McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council, London. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf

EXCELTUR 2003. Plan Renove de destinos turísticos españoles. Documento de Bases. Hacia un nuevo paradigma en el modelo de gestión de los destinos del litoral mediterráneo y las islas: Los Proyectos de Reconversión Integral de Destinos Turísticos (PRIDET). Área de Estudios e Investigaciones de Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística), Madrid.

García-Hernández, M., Ivars-Baidal, J. y Mendoza de Miguel, S. 2019. Overtourism in urban destinations: the myth of Smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2830, 1–38. http://dx.doi.org/10.21138/bage.2830

Jin, Q., Hu, H. y Kavan, P. 2016. Factors Influencing Perceived Crowding of Tourists and Sustainable Tourism Destination Management. *Sustainability*, 8(10), 976. doi:10.3390/su8100976

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. 2018. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10 (12), 1–15. https://doi.org/10.3390/su10124384

Milano, C 2017a. *Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales*. OsteleaSchoolofTourism&Hospitality, Barcelona.

Milano, C. 2017b. Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana*, 1, 5-8.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3), 551–564. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041

Milano, C., Cheer, J. M. y Novelli, M. 2018. *Overtourism: a growing global problem*. Disponible en: https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029

Mullins, P. 1994. Class Relations and Tourism Urbanization: The Regeneration of the Petite Bourgeoisie and the Emergence of a New Urban Form. *International Journal of Urban and Regional Research*, 18 (4), 591-608.

OMT 1999. *Código ético mundial para el turismo*. OMT, Madrid.

OMT 2018. *¿Exceso de turismo?'Entender y Gestionar el Crecimiento del Turismo Urbano más allá de las Perspectivas. Resumen Ejecutivo*. OMT, Madrid.

Patiño-Romarís, C. A. 2016.*Espazos turísticos e de ocio no litoral galego: Unhaanálise a diferentes escalas.* Tesis Doctoral. Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.

Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. y Postma, A. 2018. *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

Santana-Talavera, A., Jonay Rodríguez Darias, A., Díaz Rodríguez, P. y Ramos Domínguez, A. M. 2010. Innovación con compromisos. Retos en la renovación de la imagen en destinos turísticos maduros (Fuerteventura, Islas Canarias). En Hernández Martín, R. y Agustín Santana-Talavera, A. (coords.), *Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias*. Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de La Laguna, Laguna (Tenerife), 137-160.

Unión Europea 2017. *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, Luxemburgo.

Usher, L. E. y Gómez, E. 2017. Managing Stoke: Crowding, Conflicts, and Coping Among Virginia Beach Surfers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 35 (2), 9-24. doi:10.18666/jpra-2017-v35-i2-7596

Vera, J.F. (coord.), López, F., Marchena, M. y Antón, S. 2011. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo Blanch, Valencia.

Vera, J. F. y Monfort, V.M. 1994. Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana. *EstudiosTurísticos*, 123, 17-45.

Zehrer, A. y Raich, F. 2016. The impact of perceived crowding on customer satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 88-98. doi:https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.06.007.

Comunidades anfitrionas frente al *overtourism*: un estudio comparado entre San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España)

Luis Alfonso ESCUDERO GÓMEZ y Paloma MARTÍNEZ FERNÁNDEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Escudero Gómez, L. A. y Martínez Fernández, P. 2020. Comunidades anfitrionas frente al *overtourism*: un estudio comparado entre San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 307-317. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Hasta el abrupto freno de la pandemia de la covid-19, el turismo venía experimentando un *boom* en casi todos los destinos. La presión turística aumentaba y académicamente el término *overtourism* se extendía rápidamente como concepto para analizar los impactos negativos de este crecimiento. Los residentes de los lugares turísticos, claves para el desarrollo sostenible de la actividad, se veían afectados por este fenómeno. En este contexto se sitúa la presente investigación cuyo objetivo es analizar la percepción de dos comunidades anfitrionas sobre el fenómeno del sobreturismo. Se emplea una metodología cuantitativa a través de cuestionarios. Los resultados demuestran que los dos destinos investigados presentan una creciente preocupación por los efectos peyorativos del desarrollo turístico, aunque sin alcanzar niveles calificables como turismofobia. Estas percepciones se individualizan posteriormente en función de las distintas realidades turísticas y socioculturales de cada destino. Se aportan hallazgos empíricos al debate sobre la masificación turística y, en una situación de futuro incierto, una fotografía válida del desarrollo turístico precrisis.
Palabras clave: *destinos turísticos, turismo cultural, turismo de naturaleza, overtourism, comunidades anfitrionas.*

HOST COMMUNITIES FACING OVERTOURISM: A COMPARATIVE STUDY BETWEEN SAN MARTÍN DE LOS ANDES (ARGENTINA) AND TOLEDO (SPAIN). Until the sudden stop caused by the COVID-19 pandemic, tourism had been experiencing a boom in almost every tourist destination. Mass tourism was increasing, and academically the word overtourism quickly expanded as a concept to assess the negative impact of this issue. Local residents from tourist destinations, a key element for achieving a sustainable development of the activity, were disturbed by this phenomenon. This research aims to analyze the perceptions of two host communities about overtourism. A quantitative method via questionnaires was held. The results show that both destinations have growing concerns about the negative effects of the high increase of tourism, although without reaching a state of "tourist phobia". Afterwards, this data was identified according to their dissimilar tourist and sociocultural factors. Empirical finds which add to the mass tourism debate are given, as well as, in this situation of uncertain future, a valid perspective for tourism development pre-crisis.
Key words: *tourist destinations, cultural tourism, nature tourism, overtourism, host communities.*

Luis Alfonso ESCUDERO GÓMEZ, L. A., Facultad de Humanidades de Toledo, Universidad de Castilla-La Mancha. Plaza de Padilla 4, 45.071 Toledo (España).

Luisalfonso.escudero@uclm.es. Paloma MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue. Belgrano 728 (8300) Neuquen (Pcia. de Neuquen) Argentina. Mfpaloma@gmail.com.

Recepción del manuscrito: 28-mayo-2020; revisión aceptada: 7-agosto-2020.

Introducción

El turismo venía desarrollando un incremento inusitado en la última década bruscamente frenado por la crisis generada en 2020 por la pandemia de la COVID-19, que ha paralizado globalmente esta actividad en el momento de redactar este texto. El desarrollo futuro es, por definición, impredecible y así sucede hoy con el porvenir del turismo. El presente trabajo se fundamenta en lo que acontecía antes de la pandemia sin saber si el fenómeno de masificación turística que existía se repetirá o si tan siquiera la recuperación del turismo será posible. Los autores, no obstante, consideran de interés la investigación en cualquier escenario futuro, aunque solo sea en caso extremo para aprender del pasado.

El turismo estaba creciendo prácticamente en todas partes y al mismo tiempo. En los últimos años experimentó un desarrollo explosivo que se podría calificar como un *boom* turístico (Namberger *et al*., 2019). Como resultado, el número de turistas por habitante aumentaba en muchos destinos turísticos y, con ello, se incrementaban las presiones del turismo en ellos. Se hablaba de *overtourism* (‘sobreturismo’) (Ribeiro de Almeida, 2020) y de otros términos similares como *overcrowding* (‘masificación’ o ‘hacinamiento’) (McKinsey & Company y World Travel & Tourism Council, 2017). Así, debido a una afluencia desproporcionada de turistas, el *overtourism* se había convertido en una amenaza inminente para los residentes en muchos destinos populares (Oklevik *et al.*, 2019).

El *overtourism* es un escenario donde el exceso de visitantes y, en general, la sobreespecialización socioeconómica en el turismo, o turistificación (García *et al.*, 2017), dan lugar a impactos negativos. En casos extremos, se había desbordado la propia capacidad de carga de los destinos y esto había dado lugar a movilizaciones y protestas de las comunidades anfitrionas (Martins, 2018). Un hecho que mediática y despreciativamente se denomina como turismofobia (Milano, 2018).

En el proceso de *overtourism* los residentes juegan un papel principal como grupo de interés y, también, como colectivo afectado. El apoyo y la participación de la sociedad anfitriona son esenciales para lograr la sostenibilidad en todos los destinos turísticos. Por esta razón, comprender las opiniones y percepciones de los residentes sirve para entender y anticipar sus actitudes y comportamientos hacia el turismo. Este conocimiento puede mitigar presentes y, sobre todo, potenciales futuros conflictos entre la comunidad anfitriona y los visitantes. En este sentido, la realización de análisis comparativos en varios destinos proporciona una visión general de los problemas relacionados con la presión turística de los visitantes (Koens y Postma, 2017).

Teniendo en cuenta que los sitios del patrimonio natural y cultural son las atracciones principales para el turista (Lim, 2006), en la presente investigación se aborda un estudio comparativo entre dos destinos turísticos con estos atractivos patrimoniales: el natural en San Martín de los Andes, ciudad pequeña cabecera del Parque Nacional Lanín en el SO de la provincia de Neuquen (Patagonia argentina), un destino de turismo de naturaleza, y el

cultural en Toledo, ciudad media con un centro histórico patrimonio de la humanidad de la UNESCO y destino principal en el turismo cultural de España. Ambos destinos han experimentado un incremento evidente de la actividad turística en los últimos años, dentro de la globalización del *overtourism*. El objetivo principal de la investigación es analizar las opiniones y percepciones de sus comunidades anfitrionas frente a los impactos negativos que genera la actividad turística.

Los hallazgos de la investigación ayudarán a la comprensión de cómo perciben los residentes el *overtourism* así como ver puntos en común y diferencias. Son múltiples las preguntas previas que se plantean y que se esperan responder: ¿El *overtourism* crea rechazo o se aceptan los impactos negativos por la importancia de la actividad turística en ambos destinos? ¿Cómo experimenta el creciente *overtourism* un destino de desarrollo reciente y especializado en el turismo de naturaleza como San Martín de los Andes? ¿Cómo perciben los problemas del turismo en una ciudad histórica como Toledo, con una larga tradición turística, pero que viene también experimentando una sobrecarga cada vez más alarmante?, etc.

La estructura del trabajo se inicia con esta introducción y continúa con un apartado sobre el marco teórico, una breve presentación del área de estudio, la metodología, los resultados y una discusión y conclusiones. Se considera que la investigación puede resultar de interés para académicos, así como para gestores y planificadores y cualquier persona atraída por la temática tratada.

Marco teórico

Hay una preocupación creciente por el análisis del apoyo de las comunidades locales hacia el desarrollo turístico, especialmente hacia los costos que puedan suponerles (Cardoso y Silva, 2018). Uno de los ámbitos principales de estudio han sido las ciudades (Tichaawa y Moyo, 2019). Entre ellas, se han publicado artículos donde hay un interés sobre las actitudes de los residentes hacia el desarrollo del turismo patrimonial (Chen y Chen, 2011) y en ciudades culturales (Álvarez, 2018). Igualmente, se han realizado investigaciones centradas en espacios de montaña (Brida *et al.*, 2010) y sobre las opiniones de comunidades anfitrionas del turismo dirigido a parques naturales (Pham y Kavat, 2011). Por último, hay que señalar que previamente se han realizado estudios comparativos de las opiniones de las comunidades anfitrionas en destinos diversos, al igual que se realiza en la presente investigación. Se han contrapuesto las percepciones de comunidades rurales y urbanas acerca del turismo (Rasoolimanesh *et al.*, 2017) y se ha optado por comparar entre sí destinos contrastantes y muy separados entre sí (Tosun, 2002).

En múltiples destinos turísticos del mundo hay una creciente situación de masificación. Aunque la aglomeración turística no debe ser identificada exclusivamente por sus impactos negativos (Popp, 2012), son estos los que dan lugar a una serie de consecuencias no deseadas que acaban siendo percibidas por los residentes. Se ha amplificado indudablemente la percepción y el despertar del malestar hacia una excesiva especialización turística (Milano, 2018). Sobre todo, una creciente presión turística (García *et al.*, 2017) se hace cada vez más incompatible con un desarrollo sostenible (Montanari y Santiscia, 2010). Da lugar a procesos comunes de transformación espacial y social. Así,

muchos aspectos de la vida cotidiana se ven afectados por la actividad turística (Miroslav, 2019).

Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2018) *overtourism* es una nueva palabra de moda para los conceptos existentes de gestión de congestión turística y capacidad de carga turística. En cualquier caso, la capacidad de carga es una herramienta de análisis para capturar el desarrollo turístico (Namberger *et al.*, 2019). Según Seraphin *et al.* (2018) este concepto debe estar asociado con el término *overtourism*. Cada destino turístico podría soportar una limitada capacidad de carga, en principio física, pero también cultural, económica, política y social. De hecho, dependiendo de sus especificidades cada destino puede asumir una presión turística y debe ser evaluado puntualmente (Nogués *et al.*, 2017). Esto provoca que la pregunta de dónde comienza el sobreturismo no se puede responder fácilmente (Kuscer y Mihalic, 2019) y exige estudios de caso para su respuesta.

Álvarez (2018) destaca que en los destinos turísticos es especialmente relevante la capacidad de carga de la sociedad o capacidad de carga social derivada de cómo los locales y los visitantes perciben los efectos del turismo. Una situación sostenida de *overtourism* daría lugar a la superación de esa capacidad social de carga. Precisamente analizar las percepciones de los residentes de los impactos turísticos, como se realizará en esta investigación, es un importante indicador de la capacidad de carga social (Muler et al., 2018). Cuando el crecimiento del turismo y sus impactos negativos derivados sobrepasa esta capacidad tiene lugar una situación de *overtourism* que afecta a la comunidad local. En ese momento, el *overtourism* daría lugar a movimientos de resistencia, que varían desde posiciones que simplemente cuestionan al modelo de turismo actual hasta opciones francamente antiturísticas (Colomb y Novy, 2016).

Área de estudio

En esta investigación se quiere averiguar cuáles son las percepciones y opiniones de la comunidad residente acerca del *overtourism* en dos destinos turísticos distintos y alejados entre sí: San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España) (Fig. 1).

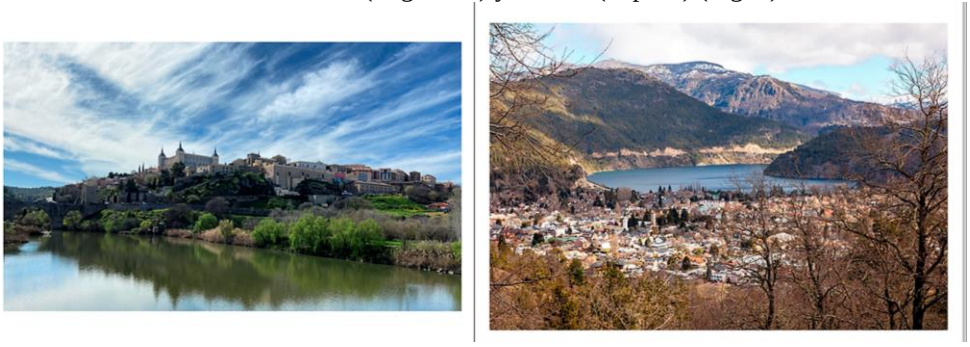


Fig. 1. Panorámicas de Toledo y San Martín de los Andes. Fotografías de los autores.
Fig. 1. *Panoramic views of Toledo and San Martín de los Andes. Authors' photographs.*

San Martín de los Andes se ubica al SO de la provincia de Neuquen (Patagonia argentina), en plena cordillera de los Andes, rodeado de montañas, lagos y bosques y es un

notable centro turístico del país. Es cabecera del Parque Nacional Lanín, creado en 1937, con una extensión de 412.000 ha. Durante las últimas décadas su población ha crecido exponencialmente, lo que ha generado una mayor presión sobre el uso del suelo y la oferta de servicios, que se ve saturada con el arribo de visitantes. Si bien en sus inicios el turismo se polarizaba entre la temporada invernal (esquí) y una más tranquila en verano, hoy día la estacionalidad no es tan marcada, recibiendo permanentemente visitas de grupos etarios y con intereses diferentes.

La ciudad de Toledo (España), con su casco antiguo medieval y paisajes culturales únicos, fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en noviembre de 1986. Toledo es hoy uno de los principales destinos turísticos culturales de España. Las características principales de su desarrollo turístico en el presente, tanto sus realidades como sus problemas, han sido tratadas por Escudero (2018).

Metodología

La investigación se fundamenta en la comparación de dos estudios de casos para el análisis de las opiniones de la comunidad anfitriona frente al *overtourism*. Robinson (2011) argumenta que la comparativa entre diferentes casos permite la reflexividad y constituye un valor para una investigación científica.

El estudio utiliza datos cuantitativos en forma de cuestionarios como la mayoría de los trabajos sobre la percepción del turismo de la comunidad anfitriona (Sharpley, 2014). Las opiniones se probaron utilizando datos empíricos que se obtuvieron de una muestra de 442 miembros adultos en Toledo — representativa según los criterios establecidos por Di Grino (1986) que fija en 348 el mínimo para poblaciones del tamaño demográfico de Toledo, 84.282 habitantes en 2018— y de 185 en San Martín de los Andes —33.478 habitantes en 2019, un población inferior y así los cuestionarios obtenidos también han sido menos de una forma proporcional—.

El cuestionario de esta investigación fue construido mediante la referencia a trabajos anteriores (Snaith y Haley, 1999; Muler *et al.*, 2018). No obstante, las preguntas (ver tabla 1) fueron seleccionadas y adaptadas cuidadosamente teniendo en cuenta las singularidades de los dos destinos turísticos elegidos y de forma que pudiesen ser comparadas entre sí. La encuesta realizada se divide en dos secciones principales. En una se solicita información socioeconómica (ver tabla 2) con el fin de investigar si se generan diferencias significativas en las opiniones de los residentes sobre el *overtourism*. En la otra, la principal, se incluyen 15 ítems de los impactos negativos del turismo donde los residentes deben valorar su grado de acuerdo con cada cuestión en una escala de cinco puntos de Likert. Los datos de este estudio fueron colectados entre los meses de octubre y diciembre de 2018, en el caso de Toledo, y entre febrero y octubre de 2019, en el de San Martín de los Andes. Se utilizó un muestreo de conveniencia, común en este tipo de investigación, donde las personas encuestadas están disponibles para ser preguntadas en un espacio y tiempo determinados (Finn *et al.*, 2000)

Los datos se analizaron utilizando métodos descriptivos, que ayudan a describir y resumir datos de manera significativa (Cardoso y Silva, 2018). Se utiliza la media como medida de la tendencia central y se detalla la desviación estándar (DE) para ver la importancia de las variaciones de las respuestas con respecto a la media.

Resultados

Se obtiene la casualidad de que, a pesar de ser dos destinos distintos y alejados, la media final de la puntuación en la escala de Likert sobre la percepción del *overtourism* ha sido idéntica, 3,42, aunque con una ligera desviación típica superior en San Martín de los Andes. No obstante, a pesar de que las notas medias finales son iguales, en las particulares de las cuestiones hay ciertas diversidades entre las dos comunidades. Hay un acuerdo general en las opiniones de ambas comunidades, pero estas percepciones se individualizan posteriormente en función de las distintas realidades turísticas y socioculturales de cada destino. Por ejemplo, los residentes de San Martín consideran la contaminación y el aumento de los delitos un problema en un grado mucho mayor que en Toledo. Por el contrario, en Toledo se percibe el exceso del excursionismo y la mercantilización turística de un modo más amplio. Por esta razón, se realiza un análisis más detallado de los ítems de la encuesta (ver tabla 1 con los resultados cuantitativos obtenidos).

Se observa que en ambas localidades aparecen valores altos relacionados con la creciente presencia de vehículos y congestión del tráfico. Las dos, a pesar de su gran contraste histórico y urbanístico, se caracterizan por tener un centro de servicios turísticos acotado geográficamente —Toledo por su relieve y el río Tajo y San Martín por las montañas y el lago Lacar—. Esto genera una concentración extrema de público. En Toledo, el casco histórico (260 ha) es el principal objetivo turístico, y si bien las visitas son principalmente peatonales, las calles estrechas y laberínticas dificultan la circulación vehicular y la disponibilidad de espacio de aparcamiento. El casco céntrico de San Martín (204 ha) reúne la mayor cantidad de plazas hoteleras, locales gastronómicos, comercio, instituciones educativas y sedes de la administración pública, lo cual atrae no solo a turistas sino también a un gran porcentaje de la población local. La problemática de la circulación y estacionamiento es notoria durante todo el año, de modo que en las temporadas de mayor afluencia turística (invierno y verano) el conflicto se exacerba. A pesar de poseer ya más de 30.000 habitantes, San Martín se resiste a perder su sello de «aldea de montaña», lo que demora la inclusión de medidas ordenadoras, como los semáforos, que sólo se han localizado en cruces de calles con la ruta de ingreso, pero se retrasa su implementación en el casco urbano.

Con respecto a la preocupación por la pérdida de calidad ambiental en San Martín y alrededores, o por la visualización de Toledo como ciudad museo, resaltan mayores valores en esta última situación, que obstaculiza el desarrollo de la vida cotidiana del residente. En San Martín aún hay una apreciación positiva sobre la calidad ambiental, aunque existe gran preocupación por el tema de la basura y su disposición final. Esta cuestión se ha convertido en uno de los problemas primordiales a abordar, tanto para la concienciación de visitantes y habitantes permanentes, como para la planificación del tratamiento de los residuos.

Otra coincidencia entre ambos destinos turísticos es la opinión de los residentes sobre los mayores precios de las propiedades derivados de la creciente turistificación, sobre todo en San Martín, donde la demanda de vivienda es alta y la oferta para alquiler baja, ya que es más rentable el alquiler temporal turístico de propiedades, en la mayoría de los casos no aprobadas por el organismo regulador. Esto se conecta en cierta medida con otro parámetro cuestionado, que es la complejización del uso de la ciudad para los locales, que en ambos casos se pondera con valores medios en más de un 25%.

Cuestiones		Escala de Likert (%)						Media	DE	Diferencia de medias SMA-TO
		1	2	3	4	5	Sin respuesta			
1. El turismo aumenta el tráfico de vehículos.	SMA	7,0	0,0	3,2	9,2	80,5	0,0	4,56	1,08	0,65
	TO	4,5	10,6	17,0	24,2	42,8	0,9	3,91	1,20	
2. El turismo hace más difícil estacionar/aparcar.	SMA	8,1	1,1	4,9	7,0	78,9	0,0	4,48	1,20	0,61
	TO	4,3	12,0	21,5	15,6	45,9	0,7	3,87	1,24	
3. El turismo crea problemas de congestión y es difícil caminar/andar en algunas calles.	SMA	7,6	4,3	18,9	17,3	51,9	0,0	4,02	1,25	0,05
	TO	3,2	8,6	19,2	24,9	43,0	1,1	3,97	1,27	
4. El turismo deteriora la calidad ambiental de las áreas naturales cercanas/Toledo es un museo para turistas.	SMA	10,3	13,0	26,5	23,2	27,0	0,0	3,44	1,29	-0,83
	TO	2,5	5,2	12,4	20,6	57,2	2,0	4,27	1,04	
5. Hay demasiados grupos de excursionistas.	SMA	26,8	20,5	34,1	9,2	7,6	0,0	2,46	1,21	-1,06
	TO	7,5	10,9	28,3	27,4	24,7	1,4	3,52	1,20	
6. Hay demasiados comercios para turistas.	SMA	21,6	20,5	32,4	8,6	16,8	0,0	2,78	1,34	-0,97
	TO	5,2	10,2	25,8	20,8	36,7	1,4	3,75	1,21	
7. El turismo genera más basura.	SMA	8,1	2,7	8,6	9,7	70,8	0,0	4,32	1,24	0,78
	TO	7,5	11,1	25,6	28,1	25,3	2,5	3,54	1,21	
8. El desarrollo turístico aumenta los impuestos municipales.	SMA	18,4	13,5	32,4	12,4	23,2	0,0	3,09	1,39	-0,25
	TO	6,6	8,4	24,2	20,4	12,9	27,6	3,34	1,17	
9. El turismo incrementa injustamente los precios de las propiedades.	SMA	7,0	4,9	13,0	19,5	55,7	0,0	4,12	1,23	0,34
	TO	4,8	6,6	22,4	23,3	30,8	12,0	3,78	1,16	
10. Las viviendas de alquiler turístico dan problemas de ruido y de convivencia.	SMA	14,6	18,4	38,9	10,8	17,3	0,0	2,98	1,26	-0,37
	TO	7,5	13,3	24,0	18,3	19,2	17,6	3,35	1,25	
11. Las empresas turísticas son demasiado influyentes políticamente.	SMA	11,9	18,4	36,8	13,0	20,0	0,0	3,11	1,26	-0,58
	TO	4,1	7,9	18,3	19,0	23,5	27,1	3,69	1,19	
12. El turismo aumenta la cantidad de delitos.	SMA	7,0	15,1	30,3	23,2	24,3	0,0	3,43	1,21	1,13
	TO	27,6	26,5	19,9	7,9	6,1	12,0	2,30	1,20	
13. El turismo afecta negativamente al patrimonio cultural y natural de SMA/al patrimonio cultural de TO.	SMA	17,8	25,4	25,9	14,1	16,8	0,0	2,86	1,33	0,40
	TO	27,6	24,2	24,0	12,4	7,5	4,3	2,46	1,25	
14. El futuro geoparque/parque temático supondrá un impacto negativo en la ciudad.	SMA	22,2	16,8	31,9	12,4	6,5	10,3	2,60	1,21	0,07
	TO	27,4	18,3	22,2	11,1	10,2	10,9	2,53	1,34	
15. El turismo complejiza/reduce el uso de SMA/TO por parte del a población residente.	SMA	19,5	13,5	29,7	15,1	22,2	0,0	3,07	1,40	0,09
	TO	19,5	16,7	26,7	15,8	18,8	2,5	2,98	1,38	
Media para la escala		**San Martín de los Andes**						**3,42**	**0,70**	**0,00**
		Toledo						**3,42**	**0,60**	

Tabla 1. Resultados de las opiniones los residentes de San Martín de los Andes y Toledo a partir de los datos del cuestionario realizado por los autores.
Table 1. *Results of the residents opinions of San Martín de los Andes and Toledo based on the data from the questionnaire carried out by the authors*.

Es positivo notar que ninguna localidad relaciona directamente al turismo con el aumento de hechos delictivos ni advierten una excesiva cantidad de comercios o actividades para turistas, lo cual indicaría una elevada conciencia de la relevancia de esta actividad para la economía local, incluso aunque el encuestado no esté vinculado directamente con ella. Tampoco se observan valores altos relacionados con la supuesta afectación del patrimonio natural y/o cultural.

Como resumen, se puede establecer que los efectos negativos más relevantes del *overtourism* en ambos centros serían la congestión por mayor tráfico, Toledo como «ciudad museo», y la mayor presencia de basura en áreas urbanas y periurbanas, así como el alto precio de las propiedades en San Martín.

En cuanto a la percepción según características socioeconómicas (ver tabla 2 para un mayor detalle cuantitativo descriptivo), los resultados descubren que en Toledo apenas hay diferencias significativas, pero, observando con precisión, en San Martín sí que hay alguna

divergencia notable derivada de las variables independientes analizadas. De nuevo, hay un grado de acuerdo general muy elevado, pero con disconformidades puntuales.

Variable independiente			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Media	DE
Género	Hombre	SMA	4,5	4,4	3,8	3,3	2,2	2,6	4,0	2,9	3,9	2,8	2,9	3,0	2,5	2,5	2,8	3,2	0,7
		TO	3,9	3,9	4,0	4,3	3,6	3,8	3,5	3,2	3,8	3,4	3,7	2,3	2,5	2,5	3,0	3,4	0,6
	Mujer	SMA	4,6	4,5	4,1	3,5	2,6	2,9	4,5	3,2	4,3	3,0	3,2	3,7	3,1	2,7	3,2	3,5	0,7
		TO	3,9	3,9	3,9	4,3	3,4	3,7	3,6	3,4	3,8	3,3	3,7	2,3	2,4	2,5	3,0	3,4	0,6
Edad	18-40 años	SMA	4,7	4,6	4,4	3,7	2,5	3,1	4,3	3,7	4,4	3,0	3,4	3,3	3,1	2,7	3,2	3,6	0,7
		TO	3,8	3,9	4,0	4,2	3,5	3,7	3,4	3,3	3,7	3,3	3,6	23	2,4	2,5	2,9	3,4	0,6
	41-60 años	SMA	4,6	4,5	3,9	3,2	2,4	2,7	4,4	2,9	4,1	3,0	3,0	3,4	2,7	2,5	3,0	3,4	0,7
		TO	4,0	4,0	3,9	4,3	3,6	3,8	3,7	3,3	3,8	3,4	3,8	2,3	2,5	2,6	3,0	3,5	0,6
	+60 años	SMA	4,2	4,3	3,8	3,5	2,5	2,4	4,2	2,6	3,7	2,7	2,7	3,5	2,9	2,6	3,0	3,2	0,7
		TO	4,1	4,0	4,2	4,4	3,7	39	3,5	3,8	3,9	3,3	3,7	2,3	2,6	2,7	2,8	3,5	0,6
Lugar de nacimiento	SMA /TO	SMA	4,5	4,3	4,1	3,5	2,3	3,0	4,2	3,7	4,2	3,0	3,1	3,6	3,1	2,3	2,8	3,4	0,7
		TO	3,9	3,8	4,0	4,3	3,5	3,7	3,6	3,4	3,8	3,4	3,7	2,3	2,4	2,5	3,0	3,4	0,6
	Resto de Arg/Esp	SMA	4,6	4,5	4,0	3,4	2,4	2,7	4,3	3,0	4,1	2,9	3,1	3,4	2,8	2,7	3,1	3,4	0,7
		TO	3,9	3,9	3,9	4,2	3,5	3,7	3,5	3,3	3,8	3,3	3,7	2,3	2,6	2,5	3,0	3,4	0,6
	Extranjero	SMA	4,4	4,5	4,2	3,7	3,1	3,5	4,8	3,4	4,6	3,6	3,7	4,1	3,6	2,4	4,1	3,8	0,6
		TO	4,0	3,9	3,9	4,4	3,5	4,1	3,6	3,5	3,9	3,4	3,6	2,6	2,3	2,9	2,9	3,5	0,6
Tiempo de residencia	1-5 años	SMA	4,8	4,5	4,1	3,6	2,6	3,1	4,6	3,4	4,4	3,4	3,5	3,6	3,4	2,7	3,3	3,7	0,7
		TO	3,9	3,9	3,9	4,2	3,7	3,7	3,6	3,2	4,0	3,5	3,5	2,5	2,3	2,6	2,9	3,4	0,6
	6-15 años	SMA	4,1	4,1	3,8	3,3	2,6	2,7	3,7	3,0	3,8	3,1	2,8	2,8	2,7	2,7	2,8	3,2	0,5
		TO	3,8	3,8	4,0	4,3	3,4	3,7	3,3	3,0	3,8	3,2	3,9	2,3	2,4	2,4	2,8	3,3	0,6
	+15 años	SMA	4,6	4,6	4,1	3,4	2,4	2,8	4,5	3,1	4,3	3,0	3,3	3,5	2,9	2,6	3,3	3,5	0,7
		TO	3,9	3,9	4,0	4,3	3,5	3,8	3,6	3,4	3,8	3,3	3,7	2,3	2,5	2,6	3,0	3,4	0,6
Lugar de residencia	Centro	SMA	4,6	4,4	3,8	3,2	2,4	2,5	4,2	3,0	3,9	2,9	3,0	3,3	2,6	2,1	2,7	3,2	0,8
		TO	4,0	4,0	4,1	4,2	3,7	3,9	3,6	3,3	3,9	3,5	3,7	2,2	2,4	2,5	3,0	3,5	0,6
	Periferia	SMA	4,5	4,5	4,1	3,5	2,5	2,9	4,4	3,1	4,2	3,1	3,2	3,5	3,0	2,8	3,3	3,5	0,7
		TO	3,9	3,8	3,9	4,3	3,4	3,6	3,5	3,3	3,7	3,2	3,7	2,4	2,5	2,5	3,0	3,4	0,6
Propiedad de la vivienda	Sí	SMA	4,4	4,4	4,0	3,4	2,5	2,7	4,2	3,0	4,0	3,0	3,0	3,3	2,7	2,5	3,1	3,3	0,7
		TO	3,9	3,8	4,0	4,2	3,5	3,7	3,5	3,4	3,8	3,3	3,6	2,2	2,4	2,5	2,9	3,4	0,6
	No	SMA	4,8	4,6	4,1	3,6	2,4	3,0	4,6	3,3	4,4	3,0	3,3	3,6	3,2	2,8	3,0	3,9	0,7
		TO	4,0	3,9	4,0	4,3	3,6	3,9	3,6	3,2	3,7	3,5	3,8	2,6	2,6	2,7	3,1	3,5	0,6
Residencia anual	Sí	SMA	4,6	4,5	4,0	3,5	2,5	2,8	4,3	3,1	4,1	3,0	3,1	3,5	2,8	2,6	3,1	3,4	0,7
		TO	4,0	3,9	4,0	4,3	3,5	3,7	3,6	3,3	3,8	3,4	3,7	2,3	2,5	2,6	3,0	3,4	0,6
	No	SMA	4,6	4,6	3,7	3,0	2,1	3,2	4,7	3,7	4,4	2,6	3,1	2,6	3,1	2,7	2,8	3,4	0,8
		TO	3,3	3,3	3,8	4,3	3,7	3,8	3,5	3,2	3,6	3,2	3,8	1,9	2,0	2,3	2,7	3,2	0,7
Empleo en el sector turístico	Sí	SMA	4,8	4,6	4,0	3,4	2,3	2,6	4,4	3,1	4,2	2,8	3,1	3,3	2,6	2,3	2,9	3,3	0,8
		TO	3,8	3,8	4,0	4,2	3,5	3,7	3,7	3,4	3,8	3,5	3,7	2,3	2,4	2,4	2,8	3,4	0,6
	No	SMA	4,4	4,4	4,0	3,5	2,6	2,9	4,2	3,1	4,1	3,1	3,1	3,5	3,0	2,8	3,2	3,5	0,6
		TO	3,9	3,9	4,0	4,3	3,5	3,8	3,5	3,3	3,8	3,3	3,7	2,3	2,5	2,6	3,0	3,4	0,6
Importancia del turismo para su trabajo	Sí	SMA	4,6	4,5	4,0	3,4	2,3	2,6	4,3	3,0	4,1	2,9	2,9	3,3	2,8	2,4	2,9	3,3	0,8
		TO	3,8	3,9	4,0	4,3	3,5	3,7	3,7	3,3	3,8	3,3	3,6	2,3	2,4	2,3	2,8	3,4	0,6
	No	SMA	4,5	4,4	4,0	3,4	2,8	3,2	4,3	3,2	4,2	3,2	3,6	3,6	3,0	2,9	3,3	3,6	0,6
		TO	4,0	3,9	4,0	4,3	3,5	3,8	3,5	3,4	3,8	3,4	3,8	2,3	2,5	2,6	3,1	3,4	0,6
Ingresos	1000$ (SMA)/€(TO) mes	SMA	4,6	4,6	4,1	3,4	2,6	3,0	4,3	3,1	4,3	3,1	3,2	3,5	3,0	2,6	3,1	3,5	0,7
		TO	3,9	3,9	4,0	4,3	3,6	3,7	3,6	3,4	3,8	3,3	3,6	2,3	2,4	2,4	3,0	2,9	1,2
	1000-2500$ (SMA)/€(TO) mes	SMA	4,4	4,4	3,8	3,4	2,5	2,6	4,2	2,9	3,9	2,9	3,0	3,2	2,6	2,6	3,1	3,3	0,7
		TO	3,9	3,9	4,0	4,3	3,6	3,8	3,6	3,3	3,8	3,3	3,7	2,2	2,6	2,6	3,0	3,4	0,6
	+2500$ (SMA)/€(TO) mes	SMA	4,9	4,6	4,2	3,4	2,0	2,4	4,2	2,6	3,6	2,8	3,0	3,7	2,3	2,7	2,3	3,2	0,9
		TO	4,3	4,1	3,7	4,2	3,4	3,7	3,7	3,5	4,0	3,5	4,0	2,4	2,3	2,7	3,0	3,4	0,6

Tabla 2. Resultados de las opiniones los residentes de San Martín de los Andes y Toledo según sus características socioeconómicas a partir de los datos del cuestionario realizado por los autores.
Table 2. *Results of the residents opinions of San Martín de los Andes and Toledo according to their socioeconomic characteristics based on the data from the questionnaire carried out by the authors.*

De manera más detallada, en San Martín se puede destacar la preocupación de la gente joven, que seguramente ha crecido con más educación ambiental y conciencia del alcance de los fenómenos globales que afectan la calidad de vida humana. Lo mismo ocurre con las

personas que llevan poco tiempo de residencia; estas eligieron vivir en un sitio con determinada calidad ambiental y paisajística, dentro del fenómeno conocido como «migración de amenidad» (González, 2011), muy importante durante la última década en ciudades dentro del corredor de los lagos de la Patagonia norte. El mencionado problema de la basura es también puntuado muy alto por los nacidos en el extranjero, lo que reafirma que este es un tema tanto ambiental como cultural muy presente en Argentina y fácil de visualizar ante el crecimiento exponencial de muchos centros urbanos. Igualmente, la población de San Martín que reside en la periferia aprecia más negativamente este problema junto con el de la circulación vehicular. Esto se relaciona con la disposición final de la basura en rellenos sanitarios que han quedado pegados a nuevos planes urbanísticos y las insuficientes vías de acceso al centro desde estos barrios alejados.

Discusión y conclusiones

Puede afirmarse que no existe un problema de turismofobia ni en San Martín de los Andes ni en Toledo a raíz de las calificaciones obtenidas, con valores medios o incluso bajos en múltiples impactos derivados del *overtourism*. Por el contrario, hay una preocupación centrada en problemas derivados por el turismo en ambos destinos como la presencia de vehículos y la congestión del tráfico y en cuestiones concretas en cada uno de ellos como la musealización de Toledo o el elevado precio de las propiedades y la generación de basura en San Martin. Por lo tanto, el estudio comparativo ha dado lugar a coincidencias generales y diferencias puntuales. Estas últimas vienen derivadas de las particularidades turísticas, pero también sociales y culturales de cada lugar. No obstante, en ambos casos la media final de la percepción del *overtourism* es coincidente y se establece en un nivel medio-alto (3,4 sobre 5).

Los resultados obtenidos quedan abiertos a una posible discusión. De hecho, es el propósito de esta investigación añadir hallazgos y evidencias al debate abierto sobre el *overtourism* como recientemente se ha hecho en los artículos publicados en el monográfico «Transformaciones de los centros urbanos inducidas por el turismo: contradicciones y controversias» del *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (de la Calle *et al.*, 2019) y en nuevas monografías de referencia (Pechlaner *et al.*, 2019; Ribeiro de Almeida *et al.*, 2020).

Entender la perspectiva de los residentes ayuda a los responsables del planeamiento y gestión turística a minimizar los potenciales impactos negativos del turismo y maximizar sus beneficios, gestionándolos de una manera más armónica con el desarrollo local. Detectar, prevenir y revertir las situaciones con efectos más nocivos hacia la calidad de vida del poblador, también puede lograr un mayor apoyo de la comunidad anfitriona hacia el turismo. En caso contrario, si los residentes se muestran hostiles hacia los turistas, la actividad puede acabar decayendo o deteriorándose. Esta información es de gran importancia para los responsables públicos del turismo (Snaith y Haley, 1999). Por lo tanto, el estudio tiene relevancia para los planificadores de desarrollo turístico y gerentes del destino. Los resultados pueden traducirse en políticas potenciales que resalten la importancia de la investigación con la comunidad anfitriona y den lugar a un desarrollo más sostenible de la actividad turística.

Agradecimientos

Se quiere agradecer a los alumnos de la asignatura «Turismo y Patrimonio» de 4º del Grado de Humanidades y Patrimonio de la Facultad de Humanidades de Toledo su colaboración y participación para realizar los cuestionarios en la ciudad. También a los estudiantes de la carrera Guía Universitario de Turismo, del Asentamiento universitario AUSMA de la Universidad del Comahue, quienes facilitaron la distribución del cuestionario entre distintos sectores de la población local.

Referencias bibliográficas

Álvarez Sousa, A. 2018. The problems of tourist sustainability in cultural cities: Socio-political perceptions and interests management. *Sustainability*, 10 (2), 503.

Brida, J.G., Osti, L. y Barquet, A. 2010. Segmenting resident perceptions towards tourism – a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain community. *International Journal of Tourism Research*, 12 (5), 591-602.

Cardoso, C. y Silva, M. 2018. Residents' perceptions and attitudes towards future tourism development: A challenge for tourism planners. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10 (6), 688–697.

Colomb, C. y Novy, J. (Eds.) 2016. *Protest and resistance in the tourist city*. Routledge, Londres, 343 pp..

Chen, C.F. y Chen, P.C. 2011. Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 12 (4), 525–545.

de la Calle Vaquero, M., Santos Solla, X., Velasco González, M. y García Hernández, M. 2019. Presentación del número monográfico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83*, 1–7.

Di Grino, B. N. 1986. Community surveys: Purchasing confidence and accuracy. *Journal of Park and Recreation Administration*, 4 (1), 61–69

Escudero Gómez, L.A. 2018. Realities and problems of a major cultural tourist destination in Spain, Toledo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3), 617-636.

Finn, M., Elliott-White, M. y Walton, M. 2000. *Tourism and leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Pearson Education, Harlow, 285 pp..

García Hernández, M.C., Calle Vaquero, M. de la. y Yubero, C. 2017. Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. *Sustainability*, 9 (8), 1346.

González, R. 2011. Los procesos de migración de amenidad y la competitividad de destinos turísticos de montaña del oeste canadiense y de la norpatagonia argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1102-1122.

Koens, K. y Postma, A. 2017. *Understanding and measuring visitor pressure in urban tourism. A Study into the nature and methods used to manage visitor pressure in six major European cities*. Centre of Expertise in Leisure, Tourism and Hospitality (CELTH), Breda, 87 pp.

Kuscer, K. y Mihalic, T. 2019. Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation—the case of Ljubljana. *Sustainability*, 11, 1823.

Lim, C. 2006. A survey of tourism demand modeling practice: issues and implications. En: Dwyer, L. y Forsyth, P. (eds.), *International Handbook on the Economics of Tourism*. Edward Elgar, Cheltenham, 45-72

Martins. M. 2018. Tourism planning and tourismphobia: An analysis of the strategic tourism plan of Barcelona 2010–2015. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4 (1), 3–7.

McKinsey & Company y World Travel & Tourism Council 2017. *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations*, 9/5/2020, https://www.mckinsey.com/industries/travel-

transport-and-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations.

Milano, C. 2018. Overtourism. Social Unrest and Tourismphobia. A controversial debate. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3), 551-564.

Miroslav, R. 2019. Prague and the impact of low-cost airlines. En: Dodds, R. y Butler, R. W. (eds.), *Overtourism. Issues, realities and solutions*. De Gruyter, Berlín, pp. 152-1638.

Montanari, A. y Staniscia, B. 2010. Rome: A difficult path between tourist pressure and sustainable development. *Rivista di Scienze del Turismo*, 1, 301-316.

Muler Gonzalez, V., Coromina, L. y Galí, N. 2018. Overtourism: Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73 (3), 277-296.

Namberger, P., Jackisch, S., Schmude, J. y Karl, M. 2019. Overcrowding, overtourism and local level disturbance: How much can Munich handle? *Tourism Planning & Development*, 16 (4), 452-472.

Nogués Pedregal, A.M., Travé Molero, R. y Carmona Zubiri, D. 2017. Thinking against "Empty Shells" in Tourism Development Projects. *Etnološka tribina*, 40 (47), 88-108.

Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C.H., Jens Kristian, S.J., Ivar Petter, G. y McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.

Pechlaner, H., Innerhofer, E. y Erschamaer 2019. *Overtourism: Tourism Management and Solutions*. Routledge, Nueva York.

Pham, L.H. y Kayat, K. 2011. Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: The case study of Cuc Phuong National Park, NinhBinh Province, Vietnam. *European Journal of Tourism Research*, 4 (2), 123-146.

Popp, M. 2012. Positive and negative urban tourist crowding: Florence, Italy. *Tourism Geographies*, 14 (1), 50-72.

Rasoolimanesh, S.M., Roldán, J. L., Jaafar, M. y Ramayah, T. 2017. Factors Influencing Residents' Perceptions toward Tourism Development: Differences across Rural and Urban World Heritage Sites. *Journal of Travel Research*, 56 (6), 760-775.

Ribeiro de Almeida, C., Quintano, A., Simancas, M., Huete, R. y Breda, Z. (Eds.) 2020. *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*. IGI Global, Hershey.

Robinson, J. 2011. Cities in a world of cities: The comparative gesture. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35 (1), 1–23.

Seraphin, H., Sheeran, P. y Pilato, M. 2018. Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376.

Sharpley, R. 2014. Host perceptions of tourism: a review of research. *Tourism Management*, 42, 37–49.

Snaith, T. y Haley, A. 1999. Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, 20 (5), 595-603.

Tosun, C. 2002. Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 231-253.

“Overtourism” en centros urbanos. ¿qué opinan los técnicos de la administración local?

Sofía MENDOZA-DE-MIGUEL, Elena FERREIRO-CALZADA, Manuel de la CALLE-VAQUERO y María GARCÍA-HERNÁNDEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Mendoza-de-Miguel, S., Ferreiro-Calzada,E., de la Calle-Vaquero, M. y García-Hernández, M. 2020. “Overtourism” en centros urbanos. ¿Qué opinan los técnicos de la administración local? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 319-329. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Durante décadas ha predominado una visión muy positiva de los efectos del turismo sobre la ciudad, fundamentalmente como vehículo de desarrollo económico. Más recientemente, desde diferentes ámbitos se ha llamado la atención sobre los aspectos más negativos del turismo con referencia a procesos de turistificación, “overtourism” y/o gentrificación turística. Sin embargo, la percepción de estos fenómenos no es homogénea, ni entre diferentes ciudades ni en una misma ciudad. Este trabajo aborda la percepción de los técnicos de la administración local sobre los efectos del turismo en los centros históricos de las ciudades españolas, que es clave para conformar la agenda política de los responsables de las instituciones. Para ello se ha realizado una encuesta a técnicos cuyo ámbito de trabajo tiene relación directa o indirecta con el turismo. Los resultados muestran una notable influencia del turismo en distintos procesos de los centros urbanos, así como un alto grado de consenso sobre los efectos positivos que genera el turismo. También hay acuerdo sobre la importancia de un control público exhaustivo de los efectos negativos del turismo, que parecen mantenerse o incluso estar en aumento durante los últimos años. Los resultados de la encuesta reconocen cierto trabajo por parte de los gobiernos locales para prevenir o aminorar dichos efectos negativos.
Palabras clave: *Overtourism, Centros urbanos, Percepción, Administración local, Gestión turística.*

"OVERTOURISM" IN URBAN CENTRES. WHAT DO THE LOCAL GOVERNMENT MANAGERS THINK?. For decades a very positive view of the effects of tourism on the city has predominated, mainly as a vehicle for economic development. More recently, attention has been highlighted from various quarters to the more negative aspects of tourism with reference to processes of touristification, overtourism and/or tourism gentrification. However, the perception of these phenomena is not homogeneous, neither between different cities nor within the same city. This paper deals with the perception of local administration technicians on the effects of tourism in the historic centres of Spanish cities, a key factor in shaping the political agenda of those in charge of the institutions. To this end, a survey has been carried out among technicians whose work is directly or indirectly related to tourism. The results show a notable influence of tourism on different processes in urban centres, as well as a high degree of consensus on the positive effects generated by tourism. There is also agreement on the importance of thorough public control of the negative effects of tourism, which seem to be maintained or even increased in recent years. The results of the survey acknowledge some work by local governments to prevent or reduce such negative effects.
Keywords*: Overtourism, Urban centres, Perception, Local administration, Tourism management.*

Sofía MENDOZA-DE.MIGUEL, Universidad Complutense de Madrid, e-mail

smendo01@ucm.es; Elena FERREIRO-CALZADA. Universidad Complutense de Madrid, eferreir@ucm.es. Manuel de la CALLE-VAQUERO, Universidad Complutense de Madrid, mcalleva@ucm.es. María GARCÍA-HERNÁNDEZ, Universidad Complutense de Madrid, mgarciah@ucm.es.

Recepción del manuscrito: 30-mayo-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020

Introducción

Desde hace unas décadas, turismo y ciudad son dos realidades estrechamente unidas. Las ciudades concentran buena parte del flujo turístico mundial y su importancia como destinos turísticos se acrecienta a escala global –el turismo urbano creció cuatro veces más que el total del mercado de vacaciones entre 2007 y 2017 (International IPK, 2019)–.

La visión de los efectos del turismo sobre la ciudad ha sido tradicionalmente muy positiva. Por lo general se ha señalado su importante aportación al crecimiento económico local y su posible uso como vector de regeneración física y socioeconómica de espacios degradados: supone una fuente de ingresos y oportunidades de empleo, incrementa los ingresos fiscales y las divisas, fomenta la creación de nuevas infraestructuras y crea nuevas oportunidades de negocio (Bertocchi, Camatti, Giove, & van der Borg, 2020; Cardoso & Silva, 2018). Esta visión complaciente ha sido mantenida por autoridades locales, el sector empresarial y buena parte del mundo académico. En cambio, más recientemente y desde diferentes ámbitos, se ha llamado la atención sobre los aspectos más negativos de la inserción del turismo en los espacios urbano: cierre del comercio de proximidad, transformación de la vivienda en mercancía turística, saturación del espacio público o problemas de convivencia entre visitantes y residentes. A este conjunto de procesos se conoce como *turistificación* (De La Calle Vaquero, 2019; Freytag & Bauder, 2018), *overtourism* (Koens *et al* 2018; UNWTO, 2018) y/o *gentrificación turística* (Cócola Gant, 2016; Gravari-Barbas y Guinand, 2017).

No obstante, la percepción de estos fenómenos no es homogénea, ni entre diferentes ciudades ni dentro cada ciudad. La complejidad de las sociedades urbanas contemporáneas, que se manifiesta en la pluralidad de posiciones y discursos de los distintos actores ante procesos similares, se refleja, de hecho, en el tratamiento del tema: existe literatura, académica e institucional, que defiende que las situaciones de "overtourism" responden sobre todo a estados de opinión, percepciones o imágenes subjetivas de una serie de actores relevantes de la ciudad que ven los costes de la actividad turística mayores que sus beneficios potenciales (Bouchon & Rauscher, 2019; Eckert *et al.*, 2019; Pasquinelli y Trunfio, 2020; Thees et al., 2020; Żemła, 2020). En este contexto, cobra especial importancia el papel de las administraciones municipales. El objetivo de este trabajo es conocer la percepción del personal técnico de las ciudades sobre los efectos positivos y negativos del turismo en los centros históricos, donde se concentra la mayor parte de los visitantes y de las actividades turísticas, dado que su postura es clave tanto para conformar la agenda política de los responsables de las instituciones como para aplicar sus determinaciones en los niveles más concretos de planificación y gestión urbanas.

Metodología

Cuestionario

Para la realización de este estudio se ha aplicado una técnica de investigación cuantitativa. Concretamente, los datos que se exponen se han obtenido de un cuestionario estructurado fruto de la colaboración entre la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y un grupo de investigadores de las universidades Complutense de Madrid, Málaga y Santiago de Compostela que desarrollan el proyecto PAITUR-Ciudad.

Tras un largo proceso de diseño y ajuste, el cuestionario consta de 41 preguntas divididas en tres bloques: a) cuestiones introductorias: variables dependientes, independientes y para la construcción de tipologías de destinos turísticos; b) percepciones sobre la influencia del turismo en los procesos urbanos; y c) cuestiones relativas a los instrumentos de política pública y a la gobernanza. El sistema de soporte utilizado para la distribución del cuestionario es la aplicación de software libre para la realización de encuestas en línea *LimeSurvey* (https://www.limesurvey.org/es/). En primer lugar, se volcó el cuestionario, elaborado por el equipo de la Universidad Complutense de Madrid, en este sistema. Seguidamente desde la FEMP se envió un correo electrónico a los técnicos de la administración local invitando a responder al cuestionario online. La encuesta estuvo abierta en mayo de 2019 para la prueba piloto y, posteriormente, entre julio y principios de septiembre de 2019.

Muestra

El turismo es una actividad transversal: su desarrollo deriva de la acción de diferentes niveles y áreas de gobierno y sus efectos se dejan sentir en distintas dimensiones de la ciudad. La encuesta se centra en el nivel municipal, donde se ha buscado recoger la percepción de un conjunto amplio de técnicos cuyo ámbito de trabajo tiene relación, directa o indirecta, con la actividad turística. El ámbito de referencia corresponde a los destinos de turismo urbano, por lo que la encuesta va dirigida a técnicos de las capitales de provincia y/o de comunidades autónomas; también se encuestó a técnicos de otras ciudades que no son capitales pero son importantes en la jerarquía urbana provincial, como Cartagena, Gijón y Vigo.

El cuestionario fue respondido por un total de 113 personas repartidas entre 49 ciudades. Dentro de estas, están representados los grandes destinos de turismo urbano de rango metropolitano, caso de Barcelona y Madrid. También existe una amplia representación de destinos de base patrimonial, como son las ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Santiago de Compostela o Toledo). De igual forma, las respuestas incluyen opiniones de técnicos de ciudades costeras como A Coruña, Donostia-San Sebastián y Palma en Mallorca.

Los encuestados desarrollan su actividad en áreas con diferentes competencias (Tabla 1). Los ámbitos de referencia corresponden a las áreas temáticas de la FEMP, con opción de adscribirse a una o más. Así, las 113 respuestas corresponden a 153 adscripciones entre las que se pueden discriminar dos grandes perfiles técnicos: de una parte, los que realizan su actividad en las áreas de turismo y, más en general, desarrollo local; de otra, los vinculados a la gestión del centro histórico (urbanismo, patrimonio…), cuya relación con el turismo deriva de su afectación a este espacio de la ciudad. Ambos grupos están

representados prácticamente al 50%. Con cierta independencia de la ciudad, ambos presentan percepciones significativamente diferentes del mismo fenómeno, incluso antagónicas. Por ello en muchas ocasiones se presentan los resultados diferenciando posiciones entre unos y otros.

	Nº	**%**
Turismo	67	43,79
Urbanismo	30	19,61
Vivienda	7	4,58
Patrimonio histórico	24	15,69
Medio ambiente	6	3,92
Infraestructura viaria	5	3,27
Comercio, ferias y consumo	7	4,58
Deporte, cultura e instalaciones deportivas y equipamientos culturales.	1	0,65
Otras	6	3,92

Tabla 1. Àrea/s de competencia municipal donde se desarrolla la actividad (respuesta múltiple)
Table 1. *Area(s) of municipal responsibility where the activity is developed (multiple answer)*

Como se ha señalado *supra*, la encuesta busca conocer las percepciones de los niveles técnicos de la administración municipal sobre los efectos del turismo en los centros urbanos. Cada encuestado ha cumplimentado el cuestionario teniendo en cuenta la percepción de los efectos en su ciudad. Por ello los resultados únicamente tienen un sentido indicativo, sin validez estadística.

Resultados

A continuación, se muestran algunos de los resultados más relevantes obtenidos de la explotación de los datos recopilados del cuestionario. Estos resultados tienen relación con la percepción de los técnicos encuestados respecto de: la importancia y trayectoria turística de su destino; el grado de influencia atribuida al turismo en distintos problemas que afectan a los centros urbanos; las líneas argumentales de los discursos desarrollados sobre el turismo y los centros históricos; el balance global sobre los beneficios y costes del turismo para los centros históricos (también con relación a la dinámica de los últimos años y la existencia de una presión turística excesiva y los espacios afectados); y la existencia de estudios sobre los efectos (positivos o negativos) del turismo, y en general la viabilidad para implantar medidas de contención de la actividad turística en los espacios más afectados.

Importancia y trayectoria turística

Para el 61,95% de los técnicos que responden la encuesta, la importancia del turismo en su municipio es “mucha” y, para el 30,09%, es “bastante”. Estos datos reflejan el peso del turismo en la estructura y dinámica de la ciudad actual y cómo este peso es percibido claramente por los niveles técnicos de la administración. No obstante, hay que tener en

cuenta que la propia temática de la encuesta puede conllevar cierta predisposición de respuesta.

En todo caso, el grado de importancia reconocida es congruente con los resultados de la pregunta sobre trayectoria turística: según indica la Tabla 2, existe un fuerte reconocimiento de la importancia del turismo en la actualidad, como consecuencia bien de una antigua trayectoria turística (52,21% de las respuestas), bien de una afluencia de visitantes que arranca en la década de los ochenta (29,2%). Hay un grupo mucho menos numeroso de respuestas que atribuyen una importancia reducida al turismo en su ciudad (Castellón, Ciudad Real, Huelva, Huesca, Vigo, etc.) pero con una clara orientación hacia un desarrollo turístico futuro. Cabe destacar que nadie se adscribe a la opción de que la ciudad no cuenta con trayectoria turística y no se percibe el turismo como un sector relevante a futuro.

	%
Se trata de un destino consolidado, con presencia de turistas durante buena parte del siglo XX	52,21
Recibe un número significativo de visitantes desde la década de los 80	29,20
Presenta muy escasa tradición turística, pero tiene una clara orientación hacia un mayor desarrollo turístico	18,52
No cuenta con trayectoria turística y no se percibe el turismo como un sector relevante a futuro	0,0
No sabe	0,0
Total	100,00

Tabla. 2. Trayectoria turística (%).
Table. 2. *Tourist trajectory (%)*

Precepciones sobre procesos generales en los centros urbanos

Respecto a las percepciones sobre ciertos procesos que afectan a la mayoría de los centros históricos urbanos, que pueden tener una connotación positiva (p. ej., la recuperación del patrimonio monumental) o negativa (el cierre del comercio de proximidad), se pregunta, en primer lugar, por la influencia atribuida al turismo en su desarrollo. La escala de respuestas adopta cuatro grados: mucha influencia, bastante, poca, ninguna, no sabe/no contesta.

A nivel general, se reconoce una influencia bastante notable del turismo en la mayoría de los procesos referidos, con independencia de su connotación positiva o negativa (Tabla 3).

El aspecto que más consenso genera estriba en la relación entre turismo y expansión de los negocios de hostelería (bares, restaurantes, etc.): para un 92%, las respuestas son "mucha" o "bastante". También generan consensos elevados la relación entre turismo y procesos como el incremento de la oferta cultural en equipamientos y programación (79,64%), la recuperación del patrimonio monumental (76,98%), la mejora del espacio público (73,44%) y la expansión de las marcas globales de comercio, servicios y similares (72,55%).

El consenso es menor en aspectos relativos a la influencia del turismo sobre el crecimiento del precio de las viviendas, a nivel de compra o alquiler (para un 62,8% de las respuestas, "mucha" y "bastante") y de los inmuebles no residenciales (54,9%). La falta de

consenso es mucho más elevada respecto de la influencia del turismo en el crecimiento de los precios de los bienes de uso común (46,02%) y el cierre del comercio de proximidad (46,01%), con dos bloques antagónicos de respuestas de prácticamente la misma magnitud.

Porcentaje	**Mucha**	**Bastante**	**Poca**	**Nada**	**No sabe/ no contesta**
Recuperación del patrimonio monumental	39,82	37,17	21,24	1,77	0,00
Mejora del espacio público	30,09	43,36	23,01	3,54	0,00
Rehabilitación de viviendas y edificios residenciales.	17,70	42,48	33,63	4,42	1,77
Incremento de la oferta cultural	27,43	52,21	19,47	0,88	0,00
Expansión de los negocios de hostelería	59,29	33,63	7,08	0,00	0,00
Expansión de las marcas globales	31,86	40,71	24,78	1,77	0,88
El cierre del comercio de proximidad, orientado a los vecinos.	23,89	22,12	45,13	6,19	2,65
Crecimiento de los precios en productos de uso común	15,93	30,09	45,13	6,19	2,65
Crecimiento del precio de las viviendas	27,43	35,40	30,09	4,42	2,65
Crecimiento de los precios de inmueble no residencial	28,32	26,55	37,17	4,42	3,54

Tabla 3. Grado de influencia 324atribuïda al turismo en distintos procesos urbanos (%)
Table 3 *Level of influence attributed to tourism in different urban processes (%)*

En segundo lugar, se pregunta si se percibe un aumento de ciertos problemas y, en su caso, qué influencia se atribuye al turismo en cada problema. En este caso se adopta la misma escala de respuestas: mucha influencia, bastante, poca, ninguna, no sabe/no contesta.

En líneas generales, se reconoce un alto grado de influencia en el turismo en estos problemas. Si se suman los dos grados más elevados ("mucha" + "bastante"), la mayor influencia se registra en el incremento en la congestión de las áreas de tránsito peatonal (91,54%), el aumento de la ocupación del espacio público (90%), la uniformización-banalización del paisaje (80,84%), y el incremento del ruido y la contaminación acústica (75,06%). Los porcentajes son más elevados si se extraen de las respuestas de los técnicos que no trabajan en áreas con competencias en turismo. También hay consenso respecto al crecimiento de: la mendicidad y/o venta ambulante ilegal (69,64%), la congestión del tráfico rodado (64,64%), y, en menor medida, la venta o consumo de alcohol y/o otras drogas en la calle (57,23%), la contaminación atmosférica (48,38%) y las dificultades de estacionamiento (47,5%). De otra parte, resulta significativo que el valor más reducido corresponda al declive demográfico (38,34%). Incluso existe un grupo de entrevistados que aluden a la aportación del turismo en la recuperación demográfica del centro.

Los problemas identificados por los técnicos pueden distribuirse en cuatro grupos de posiciones con valores específicos variables: a) problemas de baja prevalencia con cierta influencia del turismo: aquí solo se situaría el incremento de la contaminación atmosférica en el centro; b) problemas de alta prevalencia reconocida con cierta influencia del turismo: p.ej., el declive demográfico y el crecimiento de las dificultades de estacionamiento; c) problemas de baja prevalencia con notable influencia del turismo: p.ej., el incremento del consumo de alcohol y otros estupefacientes en los espacios públicos; la mendicidad y/o

venta ambulante; la uniformización/banalización del paisaje urbano del centro; y el incremento de la congestión del tráfico rodado; y d) problemas de alta prevalencia y notable influencia del turismo: p.ej., el aumento del ruido y la contaminación acústica del centro, de la congestión de las áreas de tránsito peatonal y, sobre todo, de la ocupación del espacio público por terrazas, expositores comerciales e instalaciones similares. Son los problemas percibidos por un mayor número de encuestados y en los que se reconoce una mayor influencia del turismo.

Niveles de acuerdo sobre afirmaciones programáticas

Para conocer el nivel de acuerdo con las líneas argumentales de los discursos sobre turismo y centros históricos, se plantea una serie de afirmaciones que nutren discursos de distinto perfil sobre el tema y se pide al encuestado que señale el grado de acuerdo con dicha afirmación, en una escala de cuatro niveles: totalmente de acuerdo, bastante de acuerdo, poco de acuerdo, nada de acuerdo, no sabe/no contesta.

Las afirmaciones que mayor nivel de acuerdo han generado son: el turismo genera efectos muy positivos sobre el municipio (88,5% de las respuestas) y la actividad turística tiene tales repercusiones sobre el centro histórico (sociales, ambientales, etc.) que se hace necesario un control público exhaustivo sobre su desarrollo (69,03%). En sentido contrario, también existe cierto consenso en que el crecimiento del turismo no está impidiendo el desarrollo de otras actividades económicas (75,22%), supuestamente más interesantes a nivel de la ciudad. En suma, se aprecia una percepción generalizada de los beneficios económicos que supone la actividad turística, aunque las repercusiones en el centro urbano hacen necesario su control.

Más allá de este sentimiento general, la posición ante el resto de las afirmaciones resulta mucho más variable, incluso con porcentajes significativos de encuestados que no tienen una posición clara ante el tema. En buena medida, tienden a conformarse bloques antagónicos que responden más a las áreas de trabajo de los encuestados que a la ciudad donde desarrollan su actividad. Por ejemplo, ante la afirmación de que el turismo es, dentro de las opciones posibles, la mejor alternativa para garantizar la salvaguarda del centro histórico, el 48,76% se muestran de acuerdo y el 49,56% en desacuerdo. Dentro de los técnicos de las áreas de turismo, el acuerdo asciende al 58,21%, muy superior al resto de los encuestados, un 34,73%.

La afirmación de que el turismo favorece los procesos de gentrificación, con expulsión de vecinos y cambio social, es compartida por un 50,44% de los encuestados, mientras que el 48,67% se muestra en desacuerdo. Para los técnicos que trabajan en áreas sin competencias en turismo, el porcentaje de los que se mostraron de acuerdo sube al 69,57%. Un 53,98% de los encuestados está de acuerdo en que los centros históricos tienden a convertirse en parques temáticos para turistas, mientas que un 46,02% no está de acuerdo. Entre los que no trabajan directamente en turismo, el porcentaje de acuerdo es mucho más elevado: un 73,91%.

Los porcentajes de acuerdo en otras afirmaciones indican más consenso: la necesidad de priorizar la apertura de nuevos hoteles sobre la expansión de viviendas de uso turístico (61,06%), la elevada carga que supone el turismo para las haciendas locales (56,64%), la asunción inevitable de externalidades negativas en el centro (54,87%) y el uso del turismo como arma entre partidos y movimientos sociales con poco interés real en el tema (53,1%).

Balance global sobre beneficios y costes

También se ha indagado sobre cuestiones relativas a la percepción general del turismo a nivel del centro histórico de cada ciudad. En primer lugar, se pregunta por la percepción global del balance de costes y beneficios. La mayoría de los encuestados responden que los beneficios son superiores a los costes: un 39,82% muchos más y un 27,43% algunos más. Como en otras respuestas, la percepción es más positiva entre aquellos que trabajan en las áreas de turismo: entre estos, un 77,61% señala que los beneficios son mayores que los costes (muchos + algunos), frente al 52,17% entre los otros encuestados. Incluso dentro de estos últimos hay un 23,91% que señalan que los costes son mayores que los beneficios.

Si bien la percepción global resulta mayoritariamente positiva, también parece existir una opinión generalizada acerca de que los efectos negativos del turismo durante los últimos años se han mantenido e incluso están aumentando. Entre todos los encuestados, el porcentaje que señalan que los problemas se están incrementando asciende al 44,25% y alcanza al 52,17% de los técnicos sin competencias en turismo.

En última instancia, se pregunta por la percepción de existencia de presión turística y, en caso de existir, por los ámbitos afectados. A nivel global, el 30,09% de los encuestados señalan que no perciben dicha presión. Entre otras, ha sido la respuesta dominante en, p.ej., Coruña, Ciudad Real, Huesca, Soria y Tarragona. El resto de los encuestados sí dicen notar esa presión, aunque en ámbitos distintos: un 9,73% la limita a edificios muy emblemáticos, un 33,63% la asocia a determinadas calles y plazas del centro, un 21,24% la extiende a todo el centro urbano. Solo para un 5,31% toda la ciudad está afectada: es el caso de Barcelona, Granada, Palma, Santiago de Compostela, Sevilla y Toledo. Esta percepción destaca entre los técnicos de áreas de trabajo ajenas al turismo: de hecho, un 30,43% señala que la presión afecta a la totalidad del centro urbano y otro 8,7% lo amplía al conjunto de la ciudad.

Existencia de estudios y medidas sobre los efectos del turismo

Por último, se estudia la percepción sobre cómo afronta el gobierno de la ciudad el turismo y, en concreto, la gestión de sus efectos más negativos sobre el centro histórico. Ello implica un trabajo de investigación en diferentes niveles: por un lado, respecto del conocimiento de la existencia de estudios sobre los efectos, tanto negativos como positivos, del turismo en la ciudad y, por otro lado, respecto del nivel de adopción de medidas concretas orientadas a prevenir o aminorar los efectos negativos asociados a la actividad turística.

Respecto de los estudios sobre el tema, las respuestas se reparten en tres grupos: el 36,28% de los encuestados afirma conocer su existencia, un 33,63% señala que no existen y un 30,09% desconoce si existen. Los porcentajes cambian si se analizan solo las respuestas de los técnicos de las áreas de turismo, cuyo conocimiento sobre la cuestión es mayor: un 38,81% señala la existencia de los estudios sobre efectos turísticos, un 47,76% indica que no se han realizado y otro 13,43% no se posiciona. En cuanto a los efectos negativos que se identifican, las respuestas recogen impactos de tipo social (78,05%), económico (75,61%), medioambiental (56,1%), cultural (48,78%) y en menor medida, morfológico –ateraciones sobre la trama urbana, edificación, etc.– (31,71%). En suma, predomina un enfoque socioeconómico que minimiza la dimensión física y ambiental de la capacidad de carga local.

En cuanto a las medidas destinadas a paliar estos efectos, un 49,56% de los encuestados considera que los gobiernos locales están trabajando en este sentido y un 22,12% considera que no. En general, son los técnicos de las ciudades donde se percibe con mayor intensidad la presión turística los que reconocen el esfuerzo de los gobiernos locales para afrontarla.

A ese grupo de técnicos que respondió que su gobierno municipal está trabajando para prevenir o aminorar los problemas asociados al turismo, se le preguntó por las medidas que se están desarrollando. Para ello se ofreció un listado de 24 medidas concretas de las que se podían seleccionar tantas como fueran necesarias. De las respuestas obtenidas se consluye que, en general, las acciones a las que se recurre habitualmente responden a tres estrategias:

a) Medidas que implican una atención especial al centro histórico; no son específicas, pero su aplicación se incrementa en el centro como referente de la ciudad y principal espacio turístico: entre ellas, la intensificación de los servicios de limpieza en las zonas más turísticas (87,5% de las respuestas), el incremento de los servicios de seguridad para prevenir actividades delictivas (66,07%), la intensificación de los servicios de vigilancia y control del ruido en estas zonas (62,5%), el control del uso del espacio público por negocios de hostelería que utilizan terrazas y equivalentes (62,5%) e incluso una mayor presión de los servicios de vigilancia contra la venta ambulante ilegal en las zonas turísticas (51,79%).

b) Medidas destinadas a ampliar la huella turística en la ciudad con el fin de disminuir la presión del turismo en el centro y extender sus beneficios a otras zonas de la ciudad. Entre ellas, la creación de nodos de atracción turística en áreas periféricas (66,07%), la dotación de una señalética que permita una mejor distribución del flujo turístico (62,5%), el ajuste del calendario de eventos culturales y deportivos de dimensión turística para reducir su presencia en los meses de mayor afluencia de visitantes (55,36%) y, en menor medidas, las campañas directas para favorecer la descongestión de los espacios turísticos más saturados (33,93%).

c) Medidas de defensa del componente residencial de los centros históricos. Aquí se inscriben las medidas que implican una mejora de las dotaciones en equipamientos públicos de vecindad (62,5%) y las acciones de protección del comercio tradicional (57,14%), en buena parte vinculado al abastecimiento de productos de uso cotidiano.

Dentro las medidas recogidas, un grupo significativo recoge aspectos relativos al control de la implantación y actividad del alojamiento turístico. Según la percepción de los técnicos de la administración local, estas medidas están siendo aplicadas en un número significativo de ocasiones, aunque con diferente intensidad y sentido. Un 51,79% señala que se están adoptando medidas para contener el uso turístico en los edificios de residencia urbana: un incremento de los servicios de vigilancia y control de los alojamientos turísticos irregulares (44,64%), el fomento de las denuncias vecinales en relación a estos alojamientos (41,07%) y el incremento de las sanciones (37,5%). En la percepción de una parte de los técnicos locales, los esfuerzos por controlar la oferta de alojamiento también se extienden a los apartamentos turísticos (44,64%) y la hotelería urbana (37,5%). Las encuestas recogen otras medidas, con porcentajes menores: campañas para evitar o aminorar la turismofobia (19,64%); aforamiento puntual de los espacios más saturados (19,64%); control de las llegadas de visitantes mediante acuerdos con las compañías de transporte (14, 29%); restricciones en las infraestructuras habituales. Esta contención, de aplicación vía planeamiento urbanístico y/u ordenanzas específicas que implican

zonificación, está directamente relacionada con otras medidas de gestión de acceso (puertos, aeropuertos, etc.) (7,12%); tasas u otros impuestos municipales a pagar por los turistas (8,93%); tasas a pagar por empresas turísticas (5,36%) y tasas a pagar por empresas que intermediaban en el alojamiento turístico en edificios de residencia habitual (1,79%).

En todo caso conviene recordar que estos últimos porcentajes se corresponden solo con las percepciones de los técnicos que respondieron al cuestionario y, más en concreto, con las de quienes consideraron que su gobierno municipal trabaja expresamente en la prevención o aminoramiento de los efectos negativos del turismo en los centros históricos.

Conclusiones

Este trabajo examina la percepción de los técnicos de la administración local en algunas ciudades españolas acerca de los efectos del turismo en sus centros históricos. Los resultados muestran, por un lado, el gran peso del turismo en la estructura y dinámica de estas ciudades y, por otro, un cambio en su percepción general: sigue siendo esencialmente positiva pero aproximadamente la mitad de los casos encuestados reconoce un aumento de sus efectos negativos en los últimos años. El reto es, pues, cómo gestionar el turismo urbano para obtener beneficios económicos de él pero frenar o disminuir sus costes para la sociedad local.

La tendencia general es la de atribuir una influencia bastante notable al turismo en la mayor parte de los problemas que aquejan a los centros históricos de las ciudades españolas: en especial, en el incremento de la congestión de áreas de tránsito peatonal y la ocupación del espacio público, y en la uniformización y banalización del paisaje urbano, aspectos que se han relacionado en la literatura científica con procesos de *overtourism* o turistificación y que suscitan en la actualidad una gran preocupación tanto a académicos como a gestores de turismo. En cambio, cabe destacar que el valor más reducido respecto al grado de influencia del turismo en los problemas actuales de los centros urbanos se le ha otorgado al declive demográfico (pérdida de población y/o envejecimiento), factor directamente relacionado con la gentrificación turística, otro de los asuntos que copan la agenda urbana y las investigaciones turísticas, especialmente ligado al efecto *Airbnb*.

Los resultados de la encuesta reconocen cierto trabajo por parte de los gobiernos locales para prevenir o aminorar los efectos negativos del turismo, pero esta percepción es mayor entre los técnicos de turismo que entre los técnicos de otras áreas. Es difícil extraer conclusiones sobre percepciones, pero el dato puede ser un indicador más de la falta de trabajo transversal a la hora de afrontar los problemas que genera el turismo en la ciudad. Para lograr un mayor éxito en la gestión de los impactos negativos del turismo es necesario adoptar un enfoque holístico que aborde la gestión de la ciudad y la gestión del destino como un sistema urbano único.

En suma, el presente estudio –conscientes de su falta de relevancia estadística: cada centro urbano presenta una situación turística diferente y las percepciones sobre los efectos del turismo varían incluso entre técnicos de una misma ciudad– debe constituir una aportación útil para el desarrollo de una gestión urbana que propicie una inserción más armoniosa del turismo en el centro de la ciudad

Agradecimientos

Este texto expone resultados parciales obtenidos en el marco del proyecto de investigación PAITUR-Ciudad - 2017-2020 (CSO2016-75470-R) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades dentro del Programa I+D+i. Sofía Mendoza de Miguel: contratada FPU del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Elena Ferreiro: Contratada FPI del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Referencias bibliográficas

Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S. y van der Borg, J. 2020. Venice and overtourism: Simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(2). https://doi.org/10.3390/su12020512

Bouchon, F. y Rauscher, M. 2019. Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management. *International Journal of Tourism Cities*, *5*(4), 598–619. https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0080

Cardoso, C. y Silva, M. 2018. Residents' perceptions and attitudes towards future tourism development: A challenge for tourism planners. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *10*(6), 688–697. https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0048

Cócola Gant, A. 2016. Holiday rentals: The new gentrification battlefront. *Sociological Research Online*, *21*(3). https://doi.org/10.5153/sro.4071

De la Calle Vaquero, M. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletin de La Asociacion de Geografos Espanoles*, (83), 1–40. https://doi.org/10.21138/bage.2829

Eckert, C., Zacher, D., Pechlaner, H., Namberger, P. y Schmude, J. 2019. Strategies and measures directed towards overtourism: a perspective of European DMOs. *International Journal of Tourism Cities*. https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2018-0102

Freytag, T. y Bauder, M. 2018. Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, *20*(3), 443–460. https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454504

Gravari-Barbas, M., y Guinand, S. *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*. New York: Routledge, 2017.

International, I. 2019. *World Travel Trends 2018/2019*.

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, *10*(12), 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384

Pasquinelli, C. y Trunfio, M. 2020. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens. *Cities*, *102*(January). https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102729

Thees, H., Pechlaner, H., Olbrich, N. y Schuhbert, A. 2020. The living lab as a tool to promote residents' participation in destination governance. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(3). https://doi.org/10.3390/su12031120

UNWTO. 2018. *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. https://doi.org/10.18111/9789284420070

Żemła, M. 2020. Reasons and Consequences of Overtourism in Contemporary Cities—Knowledge Gaps and Future Research. *Sustainability*, *12*(5), 1729. https://doi.org/10.3390/su12051729

Eje 2

Modelos espacio-temporales del *overtourism* y del *undertourism*



Aprovechamiento de setas y coto de caza en Fuentearmegil (Soria).
Foto Asunción Blanco-Romero.

Precarización laboral en la cadena de valor de las viviendas de uso turístico

Ernest CAÑADA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Cañada, E. 2020. Precarización laboral en la cadena de valor de las viviendas de uso turístico. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 333-346. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El trabajo en el turismo se ha caracterizado mayoritariamente por su precariedad, especialmente desde los inicios de la crisis financiera global en 2008. Esta dinámica se ha acentuado con las nuevas formas de alojamiento no hotelero a través de viviendas de uso turístico a lo largo de toda su cadena de valor. El objetivo de esta comunicación es identificar qué colectivos laborales estarían sometidos a mayores procesos de precarización laboral, básicamente trabajos de atencion al cliente en plataformas de comercialización; estudiantes en prácticas y "checkers" en empresas de gestión de estas viviendas turísticas y trabajos subcontratados de mantenimiento y limpieza, y explicar a través de qué mecanismos empresariales se produce esta pérdida de calidad en el empleo. El estudio se realiza en la ciudad de Barcelona, donde esta nueva forma de alojamiento turístico está ampliamente asentada. La investigación tiene un carácter exploratorio y se realiza a partir de 15 entrevistas semi-estructuradas en profundidad a trabajadores y trabajadoras en distintas tareas vinculadas a la comercialización y gestión de viviendas de uso turístico, así como a directivos de estas empresas de gestión y de plataformas de comercialización.
Palabras clave: *Barcelona, economías de plataforma, trabajo, turistificación, precariedad, viviendas de uso turístico*.

JOB INSECURITY IN THE VALUE CHAIN OF HOUSING FOR TOURIST USE. Work in tourism has mostly been characterized by its precariousness, especially since the beginning of the global financial crisis in 2008. This dynamic has been strengthened by new forms of non-hotel accommodation through tourist housing throughout its value chain. The objective of this communication is to identify which labour groups would be subjected to greater processes of labour precariousness, basically customer service work in sharing platforms; student interns and "checkers" in management companies of these tourist homes and subcontracted maintenance and cleaning work, and to explain through which business mechanisms this loss of quality in employment is produced. The study is carried out in the city of Barcelona, where this new form of tourist accommodation is widely established. The research has an exploratory nature and is developed based on 15 semi-structured in-depth interviews with workers in different tasks linked to the marketing and management of tourist flats, as well as with managers of these companies and marketing platforms.
Keywords: *Barcelona, platform economies, work, tourism, precariousness, tourist housing.*

Ernest CAÑADA, Alba Sud, Investigación y comunicación para el desarrollo.

Recepción del manuscrito: 18-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

El trabajo en el turismo se ha caracterizado mayoritariamente por su precariedad. Esto obedece tanto a razones derivadas de la naturaleza del funcionamiento de la actividad turística (fuertes oscilaciones en la demanda, relativa fijación en el territorio, bajos costos de formación) como de las transformaciones que se han producido en el sector, en especial desde la crisis global de 2008, con un creciente peso del capital financiero en los negocios turísticos y el afianzamiento del capitalismo de plataforma (Cañada, 2019). Esta dinámica se ha acentuado con las nuevas formas de alojamiento no hotelero a través de viviendas de uso turístico (VUT), con y sin licencia turística, a lo largo de toda su cadena de valor, que han tenido un claro efecto disruptivo en la economía del turismo (Díaz *et al*., 2014). Entender cómo se produce este proceso de precarización a partir del caso de Barcelona es el objeto de esta comunicación que tiene fundamentalmente un carácter exploratorio.

Antecedentes

Los estudios académicos sobre las economías de plataforma, vinculadas al turismo, se han centrado especialmente en su impacto en las dinámicas urbanas, con particular atención en los procesos de gentrificación y desplazamiento de la población con menor poder adquisitivo y el incremento de los conflictos urbanos. En el caso español se ha analizado en ciudades como Barcelona (Arias-Sans y Quaglieri, 2016; Blanco-Romero *et al.*, 2018; Cocola-Gant y López-Gay, 2020; Morales-Pérez *et al*., 2020), Madrid (Gil y Sequera, 2018; Martínez-Caldentey *et al.*, 2020), Palma (Yrigoy, 2018) o Valencia (del Romero, 2018), en una dinámica que, como en otras ciudades, ha potenciado una gentrificación turística (Cocola-Gant, 2019; Sequera, 2020). Sin embargo, la atención sobre las características del trabajo generado por estas nuevas formas de organización del alojamiento turístico ha recibido menos atención.

En realidad, el estudio del trabajo en el conjunto de las economías de plataforma se encuentra en un estadio incipiente. Hasta el momento, una parte central de la investigación académica, y la discusión política, ha estado centrada en la naturaleza del trabajo que generan estas nuevas estructuras empresariales, debido a su fuerte capacidad de restructuración del conjunto del mercado laboral (Schor y Attwood-Charles, 2017). Asimismo, se han analizado sus posibles formas de clasificación y regulación (Frenken *et al.*, 2020; Koutsimpogiorgos *et al.*, 2020). El análisis de las relaciones laborales ha generado una fuerte controversia entre quienes valoran las oportunidades para un desarrollo empresarial más eficaz y competitivo (Filippas et al., 2016) y quienes destacan la aparición nuevas formas de explotación, control y precarización del trabajo (Hill, 2015; Schor y Attwood-Charles, 2017; Ravenelle, 2020; Slee, 2015), con trabajadores cada vez más desprotegidos y con menos derechos garantizados (Dubal, 2017; Hill, 2015), bajos salarios en las categorías inferiores (Schor y Attwood-Charles, 2017), y con menor poder frente a las plataformas (Scholz, 2016). De todos modos, también se ha considerado que las condiciones laborales generadas por estas plataformas varían según los contextos y pueden evolucionar en función del mercado laboral y que, por tanto, se podrían observar efectos múltiples y cambiantes (Schor, 2017).

En lo que se refiere al análisis específico del trabajo vinculado a economías de plataforma en el alojamiento turístico, uno de los temas de interés en la literatura científica ha sido el de evaluar sus impactos en el empleo. Un caso de estudio en Idaho, EEUU, identifica que la llegada de Airbnb ha supuesto un incremento de las llegadas de turistas que podría traducirse en una expansión del empleo en actividades de atención a los turistas, como la restauración, a la vez que disminuyen los puestos de trabajo en hoteles de baja gama, que no pueden hacer frente a la competencia de Airbnb que, además, requiere de menos personal en sus alojamientos (Fang *et al*., 2016). En relación a la naturaleza de las relaciones laborales la investigación se ha centrado fundamentalmente en la novedad que suponen, pero con interpretaciones claramente contrapuestas. Por un lado, hay una visión idealizada que enfatiza la oportunidad de estas formas de intercambio organizado en plataformas online para construir un mercado distinto, de abajo a arriba, con una moral fundamentada en el ideal de la comunidad, que permiten mayor autonomía económica, creatividad en la construcción de la vida laboral y que, en última instancia, supondrían un intento de domesticar el mercado neoliberal (Fitzmaurice *et al*., 2020). Frente a esta visión se ha argumentado que, bajo estas nuevas formas de organización empresarial en realidad emergen tres tipos de trabajo: asalariado, autónomo y prosumidor. Javier Gil, que es quien mejor ha analizado estas nuevas dinámicas laborales, centra su atención en la categoría de trabajo prosumidor, esto es la coincidencia al mismo tiempo de funciones de producción y consumo (Gil, 2018). En el caso de las viviendas de uso turístico esto se produce en el caso de las personas anfitrionas, quienes alquilan parte de la vivienda donde residen y comparten espacio y tiempo con sus huéspedes, ya sea de forma esporádica o vital. Su investigación pone en evidencia cómo se tienden a reproducir nuevas formas de precarización vital y laboral (Gil, 2018, 2019a, 2019b).

A pesar del evidente interés de este enfoque, que permite entender la emergencia nuevas formas de organizar el trabajo, los datos disponibles en distintas ciudades del mundo sobre el trabajo, que el mismo Javier Gil ha hecho públicas a partir del portal insideairbnb.com/, muestran que el trabajo prosumidor es minoritario en relación al conjunto de la oferta de VUT. Así, por ejemplo, la VUT anunciada en Airbnb bajo la forma de trabajo prosumidor es de un 31% en Barcelona y del 29% en Madrid (Gil, 2018). Esto implica que el trabajo en el resto de oferta es organizado de un modo tradicional, es decir a partir de una actividad comercial de profesionales e inversores que contratan fuerza de trabajo asalariada o autónoma para realizar las tareas que necesitan. Aún así, la investigación social ha prestado menor atención al grueso de la oferta de VUT por estar organizado bajo formas convencionales, pero, en realidad, es mucho menos lo que sabemos sobre este tipo de oferta que en el sector hotelero, donde el análisis del trabajo ha sido mucho más complejo y pormenorizado.

Esta menor atención sobre el trabajo tradicional en la cadena de valor de las VUT, en parte, deriva de la perspectiva desde la que se han aproximado buena parte de los estudios sobre las economías de plataforma. En su mayoría ponen en acento en la novedad de estas formas de organización empresarial. En algunos casos, el acercamiento se simplifica y se entiende como aquel tipo de economía que se estructura a través de tareas realizadas por contratistas independientes, acordadas previamente a través de una plataforma online (Koutsimpogiorgos *et al*., 2020). En otros, se integran más dimensiones, que incluyen el recurso de la tecnología de la información para facilitar las transacciones entre personas, el

uso de sistemas de cualificación, la flexibilidad de los trabajadores para elegir horario y dedicación y, finalmente, que sean los propios trabajadores quienes aportan las herramientas y activos necesarios para desempeñar sus tareas (Telles, 2016). Aunque ciertamente, las transformaciones en la forma de organizar el negocio operan bajo estas coordenadas, en realidad las economías de plataforma necesitan entenderse por su capacidad para convertirse en monopolio en determinadas áreas de actividad (Schor y Attwood-Charles, 2017). Y es su capacidad para atraer capitales lo que les permite desarrollar tecnología, en vinculación con grandes empresas tecnológicas (Schor y Attwood-Charles, 2017), y a su vez ganar posición en el mercado e imponer condiciones monopólicas que desplazan competidores y estructuran estratégicamente toda su cadena de valor (Hernández, 2018; 2019). Además, hay otra lógica subyace bajo el negocio de las VUT: ser un monopolio de renta, y más en lugares como Barcelona donde la otorgación de licencias para su funcionamiento legal ha sido paralizada desde 2014 (Blanco-Romero *et al*., 2018). Pero para que el circuito de capital pueda funcionar, aún bajo esta forma rentista, el recurso al trabajo es esencial.

Desde esta perspectiva, si lo fundamental es comprender en términos globales cómo logran imponer condiciones monopólicas, el trabajo generado habrá que analizarse no tanto por su novedad, si no por los efectos que tiene en su conjunto, y esto, en el caso de la cadena de valor de las VUT, aún no ha sido suficientemente explorado. A su vez, este es un debate político fundamental desde perspectivas emancipatorias, por cuanto la invisibilización de buena parte de estos trabajos oculta dinámicas precarizadoras sin conocimiento suficiente por parte de actores políticos, sindicales y asociativos que puedan hacerles frente.

Objetivos y metodología

El objetivo de esta comunicación es identificar de forma exploratoria colectivos laborales, asociados al conjunto de la cadena de valor del alojamiento en VUT, sometidos a mayores procesos de precarización laboral y explicar a través de qué mecanismos empresariales se produce esta pérdida de calidad laboral. El estudio se realiza en la ciudad de Barcelona, donde esta nueva forma de alojamiento turístico está ampliamente asentada. La investigación se basa en quince entrevistas semi-estructuradas en profundidad a trabajadores y trabajadoras en distintas tareas vinculadas a la comercialización y gestión de viviendas de uso turístico, así como a directivos de estas empresas de gestión y plataformas de comercialización. Dado el carácter exploratorio de esta fase de la investigación este número de entrevistas se considera adecuado para formular hipótesis que permitan dar continuidad al estudio con mayor profundidad. Las entrevistas fueron realizadas entre los años 2017 y 2020. En ellas, después de una introducción sobre el perfil socioprofesional y trayectoria de la persona entrevistada, y las características de la empresa en el sector de las VUT, se centran en la descripción y análisis de sus condiciones de empleo y relaciones laborales. Todas se realizaron de forma presencial y fueron grabadas, transcritas, codificadas y analizadas manualmente. Las quince personas entrevistadas tienen las siguientes características:

- *Género*: nueve mujeres y seis hombres.

- *Nacionalidad*: seis habían nacido en España, dos en Brasil, dos en Perú, una en Estados Unidos, una en El Salvador, una en Honduras, una en Colombia y una en Argentina.
- *Tipo de empresa*: siete estaban vinculadas a empresas de gestión de VUT, tres eran autónomas, dos a empresas de comercialización online de VUT, una a empresa de gestión de viviendas para estudiantes, una a una asociación empresarial y una a un call center.
- *Actividad laboral*: cuatro personas tenían funciones gerenciales y once eran trabajadoras dedicadas a las tareas siguientes: tres en limpieza, dos en recepción, dos en atención al cliente, una en gestión de redes, una en mantenimiento, una en venta online y una en *check in* y *check out*.
- *Estatus laboral*: de las once personas trabajadoras, tres eran estudiantes en prácticas.
- *Organización sindical*: solamente una persona era delegada sindical. Ninguna de las otras diez personas trabajadoras estaba afiliada sindicalmente.

Dadas las limitaciones de espacio de esta comunicación no se incluyen evidencias detalladas de las declaraciones de las distintas personas entrevistadas, aunque sus aportes han sido fundamentales para construir el presente análisis.

Resultados

En este acercamiento al trabajo en la cadena de valor de las VUT a partir del caso de Barcelona, en primer lugar, se describe la estructura de la cadena de valor de esta actividad turística y el tipo de empleos a los que da lugar vinculados a la actividad turística y, en segundo lugar, se identifican y caracterizan los trabajos con mayor precariedad. De este modo se esboza una agenda de investigación que permita profundizar en la comprensión de esta dinámica laboral.

Estructura de la cadena de valor y trabajos asociados

En sus inicios, entre finales de los años 90 y principios de los 2000, la estructura de negocio en torno a las VUT en la ciudad de Barcelona concentraba en una sola persona o empresa su propiedad, comercialización y gestión. Las primeras empresas disponían mayoritariamente de una plataforma online para la comercialización de su oferta, localizada fundamentalmente en un solo destino. Con el paso del tiempo, las iniciativas que perduraron comenzaron a crecer y asumir la explotación comercial de las viviendas de otros propietarios. Este proceso se explica porque no era posible sostener la carga de trabajo que implicaba sin consolidar un proceso de profesionalización e incremento de su volumen de negocio. La opción para pequeñas iniciativas fue ampliar el número de viviendas gestionadas o bien cesar su actividad y traspasarlas, fueran o no de su propiedad, a otras empresas. Durante los años 2000 este tipo de iniciativas pudieron acumular importantes beneficios, pero el incremento en la competencia y los cambios globales en el sector hicieron que sus márgenes de beneficio se redujeran. A raíz de la crisis financiera global de 2008, determinadas plataformas de comercialización, como Airbnb o Booking, asumieron una posición hegemónica gracias a su capacidad para capitalizarse, lo que les

permitió consolidar un posicionamiento global, con presencia en múltiples destinos, e invertir en desarrollo tecnológico y estrategias de marketing y comunicación.

De este modo, el modelo de negocio alrededor de las VUT se transformó con una mayor segmentación de su cadena de valor, que se ha estructurado en tres grandes ámbitos: propiedad, comercialización y gestión, más trabajos de carácter auxiliar que dependen de las unidades de gestión. A la vez, la comercialización a esfera global ha adquirido una posición de dominio estratégico del negocio.

a) Propiedad

Coexisten diversas formas de organizar la propiedad de las VUT: carácter individual; por agencias inmobiliarias; a través de fondos de inversión; o por medio de *family offices*, que funcionan como plataformas de inversión que pueden llevar íntegramente grandes patrimonios. Durante la fase expansiva de este negocio, en la primera década de los dos mil, hubo quien compró viviendas y se hipotecó para ser propietario a partir de los ingresos que estas mismas les podían generar. Esto ha hecho que en el mercado de VUT hubiese mucha propiedad dispersa. Progresivamente, la gestión de las propiedades, especialmente de grandes inversiones, que puede aportar grandes beneficios, se ha ido profesionalizando en el ámbito de las empresas especializadas en gestión inmobiliaria. En la actualidad, en el mercado de la vivienda en general y de las VUT en particular, se ha afianzado la presencia de fondos de inversión internacionales que han adquirido tanto edificios enteros como pisos aislados (Gabarre, 2019; Janoschka *et al.*, 2019), beneficiándose de los efectos de la crisis de 2008 y de las políticas neoliberales de desregulación (Yrigoy, 2020). Algunas compañías hoteleras han invertido también en la compra de edificios empleados en VUT, como es el caso de las compañías Derby Hotels, HOTUSA, Room Mate o el Grupo Piñeiro, aunque las grandes cadenas hoteleras de origen español no hayan entrado en esta actividad a diferencia de lo que han hecho compañías internacionales como Marriot, IHG o Accor (Anglés, 2016; Gastesi, 2017; Molina, 2018). Este proceso a gran escala de conversión de un uso residencial de la vivienda a un uso mercantil ha agudizado la crisis global de vivienda que sufren la mayoría de ciudades (Madden y Marcuse, 2018), y con especial incidencia en España (Palomera, 2015).

b) Comercialización

En la actualidad la comercialización a nivel global se concerta a través de las *Online Travel Agencies* (OTAS), plataformas de Internet donde se ofrecen gran cantidad de habitaciones de hotel y viviendas para estancias cortas que controlan el grueso de las ventas, como Booking o Airbnb, aunque trate de aparecer como mera intermediaria. Otras empresas, como Expedia, HomeAway, SpotaHome, Uniplaces o Wimdu, tienen también una presencia destacada. En la mayoría de casos, estas empresas se pueden quedar con comisiones que oscilan entre un 20% y un 30% de la venta realizada, dependiendo de las negociaciones realizadas por cada empresa, aunque pueden variar significativamente. Las empresas *marketplace* se basan en un entorno digital que posibilita que vendedores y compradores puedan relacionarse con el fin de efectuar una transacción comercial. Este tipo de empresas lo que hacen es poner en contacto clientes y propietarios, facilitando su comunicación. La plataforma web pone a disposición de los propietarios la demanda y cobra una comisión por ello. Una vez realizada la transacción entre cliente y la plataforma

de comercialización, las tareas de *check in*, *check out* y mantenimiento de la propiedad las gestiona el propietario del apartamento, ya sea directamente o a través de una empresa de gestión de este tipo de actividad. En la mayoría de casos, el propietario de la vivienda la deriva a una empresa especializada en gestión de las VUT.

La estructura laboral que genera este tipo de empresa se articula básicamente del modo siguiente: 1) *Equipo de programación*: incluye a informáticos que trabajan para crear y dar mantenimiento a una plataforma digital en la que se puedan crear los anuncios de las viviendas ofertadas en las diferentes ciudades donde tiene presencia la empresa, realizar las transacciones económicas, el marketing online o la analítica de la oferta, entre otras cosas. Son considerados el corazón de la empresa. 2) *Equipo de marketing*. Están dedicados a tareas de marketing, diseño, prensa y comunicación. 3) *Equipo comercial*. Su principal función es captar clientes para aumentar la oferta de viviendas. 4) *Equipo de gestión de la oferta*. Son los encargados de la creación de contenidos, control de las fotografías y revisión de la calidad. 5) *Equipo de gestión de la demanda*. Son quienes se ocupan de la atención al cliente.

Los empleos más valorados y mejor remunerados son los de los programadores, que se han convertido en la clave de este modelo de negocio, y después el equipo de marketing. Esta diferente valoración de las funciones dentro de la empresa da lugar a un proceso de segmentación de las plantillas, a través del cual las actividades consideradas centrales disponen de mejores condiciones de empleo y de trabajo. Esto, por ejemplo, se evidencia con la localización geográfica de los puestos de trabajo y características de las oficinas. En opinión de algunos entrevistados las oficinas de las empresas se crean en función de las necesidades de estos grupos, en especial los programadores, con espacios de entretenimiento donde pueden disponer de juegos y la posibilidad de realizar actividades recreativas. Otras tareas, como por ejemplo la atención al cliente, se pueden localizar en otras oficinas, con costos menores, o externalizarlas a otras compañías.

La valoración sobre la centralidad de una determinada tarea dentro de la empresa puede variar en el tiempo, en función de la evolución de la compañía. Por ejemplo, en un inicio una *startup* puede que no tenga todos sus procedimientos bien definidos y necesite personal con capacidades críticas para analizar problemas y encontrar soluciones. La clave en este tipo de empresa es la creación de su estructura y procedimientos de trabajo. Pero una vez se ha conseguido un funcionamiento considerado óptimo, estas posiciones pueden dejar de ser estratégicas cuando el modelo de negocio ya está consolidado, de tal manera que estos puestos de trabajo pierden centralidad, y determinadas tareas pueden ser incluso externalizadas.

c) *Gestión*

Esta implica mantener el vínculo con las OTAs, la gestión de precios y reservas, tareas de *check in* y *check out*, limpieza, mantenimiento, lavandería y contabilidad. Según el volumen de vivienda estas tareas se pueden llevar a cabo por personas autónomas hasta que el volumen de trabajo aumenta de tal modo que constituyen empresas. De forma mayoritaria, determinadas tareas son subcontratadas desde una estructura que centraliza la gestión operativa de las viviendas. Estas empresas se pueden quedar en torno a un 30% de los ingresos del alquiler de la vivienda.

La estructura empresarial de la gestión de viviendas de uso turístico en Barcelona es, según un directivo de la asociación empresarial APARTUR entrevistado, muy heterogénea. Existen alrededor de unas 300 empresas en la ciudad, de las cuales 260 están asociadas a APARTUR, que gestionan alrededor de siete mil viviendas con licencia de uso turístico de las 9.606 existentes. Considera que en el sector predominan las empresas medianas y pequeñas, que pueden tener entre diez y quince empleados, pero también hay alguna que gestiona más de cien de viviendas y tiene entre cuarenta y cincuenta trabajadores directos. Se ha calculado que el sector de VUT legales generaría en Barcelona unos cuatro mil setecientos empleos (Puig, 2018). Según este mismo directivo de APARTUR, la mayoría de estas empresas han tenido dos tipos de orígenes: autónomos que han crecido y han generado una estructura empresarial y empresas provenientes del sector inmobiliario que se reconvirtieron.

Entre este primer colectivo predominan personas de origen extranjero, que han podido explotar la ventaja de dominar otros idiomas y tener contactos en los mercados emisores. La mayoría comenzaron como autónomas y a medida que adquirieron volumen de negocio crearon sus empresas. Resalta la dificultad de gestionar este tipo de viviendas de forma individual, porque como explica uno de ellos supone "no tener vacaciones y dedicarse 24 horas en el trabajo". Por eso algunos abandonan este tipo de actividad al cabo de dos o tres años y, en consecuencia, otros se hacen cargo de ellas porque les interesa ampliar la gestión hasta un mínimo de cuatro viviendas para que la actividad resulte rentable. Bajo este modelo, teniendo en cuenta la subcontratación de determinados trabajos, diferentes personas entrevistadas identifican que se puede gestionar un máximo de hasta quince viviendas.

Asismismo, una parte importante de las empresas dedicadas a la gestión de VUT son empresas procedentes del sector inmobiliario que se tuvieron que reconvertir a raíz de la crisis financiera internacional iniciada en el año 2008. En la medida en que muchas personas que habían comprado pisos antes de la crisis se encontraron con problemas para hacer frente a sus hipotecas, y ante la caída de la venta de inmuebles, estas empresas se convirtieron en gestores de VUT. Desde APARTUR se considera que este tipo de empresa irá perdiendo presencia en la medida que el mercado inmobiliario se recupere, "porque el negocio de los apartamentos turísticos es muy complicado y no deja tanto margen", según explica el directivo entrevistado.

La estructura laboral de las empresas de gestión de VUT se organiza en las siguientes áreas y tareas: 1) *Revenue Management*. Se trata de la persona o equipo responsable de analizar la oferta y la demanda existente y poner precio a las viviendas, que oscilan continuamente, y que se relaciona con las OTAs. Aunque hay herramientas automáticas para llevar a cabo estas tareas se considera que aún no son lo suficientemente fiables, por lo que es una de las posiciones principales en la empresa y mejor reconocida. Su perfil puede ser el de un economista o alguien con estudios de turismo con conocimiento de *revenue managment*. 2) *Account Manager*. Es la persona o el equipo que se relaciona con los propietarios de las viviendas. Sus tareas son gestionar el día a día con los propietarios, enviarles sus liquidaciones y los informes de todas las reservas a fin de mes. Ocupa una posición importante dentro de la empresa. 3) *Business Development*. Es la persona o el equipo que se dedica a la captación de nuevos productos. Pueden cobrar un sueldo variable en función de lo que capten. Funcionan como comerciales y es una parte muy crítica de la

empresa porque en el caso de Barcelona en la actualidad trabajan en un mercado cerrado en 9.606 licencias. Su perfil profesional es el de licenciados en económicas o administración de empresas, con conocimientos suficientes para poder mantener una conversación sobre temas económicos con los propietarios. 4) *Otros trabajos de gestión y administración de la empresa*. Incluye tareas como recursos humanos, contabilidad o marketing. 5) *Gestión de reservas*. Es la persona o el equipo que se dedica a gestionar las reservas de los clientes a través de las OTAs o canales directos, comprobar las tarjetas de crédito y su introducción en el sistema, asignarles el piso correspondiente, comunicarse con el cliente para coordinar la hora de llegada y enviar las instrucciones. Uno de los requisitos básicos es el conocimiento de idiomas. 6) *Coordinación de actividades de la empresa*. Consiste en una persona encargada de la coordinación operativa de tareas de *check in* y *check out*, limpieza, mantenimiento y lavandería, que mayoritariamente se hacen a través de otras empresas o por medio de la figura de autónomos. 7) *Check in* y *check out*. Es una de las actividades que más personal requiere. Anteriormente la solía llevar a cabo el mismo propietario de la vivienda, pero cada vez más tiende a organizarse a través de personal contratado específicamente para esta tarea, conocidos como "checkers". Predomina la vinculación como autónomos, que cobran por trabajo realizado, más que la contratación directa como empleados. Si las viviendas se encuentran en un mismo edificio hay empresas que optan por poner en marcha un servicio de recepción, que permite disponer de personal contratado con mayor estabilidad. Otra de las opciones es que los clientes vayan a la oficina de la empresa a recoger las llaves, lo que ahorra recursos. Los cambios tecnológicos aplicados en estas tareas, que pueden permitir a los turistas acceder con un código a una caja con las llaves de la vivienda o directamente a ella, tienden a hacer desaparecer estos puestos de trabajo. 8) *Limpieza*. Esta tarea está ampliamente subcontratada (Puig, 2018). La limpieza sólo se realiza después de los *check out.* Desde una perspectiva empresarial esto se debe a las dificultades de la dispersión de las viviendas y la búsqueda de mayor flexibilidad y reducción de costes. 9) *Mantenimiento*. Los trabajos de mantenimiento de las viviendas son también subcontratados habitualmente (Puig, 2018), a causa, según los representantes empresariales entrevistados de las dificultades logísticas, con viviendas dispersas y demandas a cualquier hora. 10) *Lavandería*. De forma mayoritaria las empresas de gestión de VUT llevan la ropa sucia de las viviendas (ropa de cama y toallas, sobre todo) a lavanderías. Las camareras de piso son las que habitualmente la recogen y llevan a las oficinas de la empresa o directamente a una lavandería.

d) *Otros trabajos auxiliares.*

Además de las tres grandes áreas de negocio que se articulan en torno a las VUT, para su funcionamiento también entran en juego otras empresas y profesionales, vinculadas por ejemplo a la remodelación y construcción de las viviendas, la compra de mobiliario o gestorías.

Riesgos de mayor precarización laboral

A continuación, además del trabajo prosumidor (Gil, 2018 2019a, 2019b), en lo que se ha considerado como trabajo tradicional en la cadena de valor de las VUT, a partir de las entrevistas realizadas, se identifican de forma sintética en qué colectivos existen mayores

riesgos de precarización laboral, que en futuros desarrollos de esta misma investigación se detallarán.

a) Atención al cliente en plataformas de comercialización. El trabajo de atención al cliente no es considerado un trabajo central, para el que las empresas buscan la mayor flexibilidad posible, con el fin de gestionar las oscilaciones en la demanda y abaratar costes. Es por ello que con frecuencia es externalizado, con lo cuál pueden desprenderse de él con mayor facilidad si hay incidencias en la demanda, como ocurrió con el *call center* que daba el servicio de atención al cliente de Airbnb al que en abril de 2020, en el contexto de la pandemia de Covid-19, se rescindió el contrato, con el consecuente despido de cerca de novecientos trabajadores (Rodríguez, 2020; Singla, 2020).

b) Estudiantes en prácticas en empresas de gestión. El recurso a estudiantes en prácticas no remuneradas o con retribuciones entre doscientos y cuatrocientos euros al mes por jornada completa está ampliamente establecido en el sector turístico. Entre las empresas de gestión de VUT en Barcelona este recurso es, en base a las entrevistas realizadas, muy amplio, en especial de estudiantes extranjeros europeos vinculados al programa *Erasmus* y latinoamericanos que cursan algún postgrado en la ciudad. En estos casos ocupan puestos de trabajo estructurales, por los que reciben nula o escasa formación, con muy baja retribución. En el caso de los estudiantes latinoamericanos se añade la perspectiva de quedarse en el país temporal o permanentemente, para lo que requieren disponer de algún tipo de vinculación institucional mientras no transcurren los tres años que la Ley de Extranjería les exige para poder inicar los trámites para su regulación administrativa y la posibilidad de ser contratados.

c) "Checkers" en empresas de gestión. Esta es una figura extremadamente precaria. Trabajan mayoritariamente de forma puntual esperando y recibiendo a los clientes a cambio de una retribución fija por tareas más variables por retrasos en la hora de llegada, lo cual hace que su trabajo pueda tener horarios imprevisibles. Tienden a ser autónomos o trabajar desde la economía informal. En algunos casos también se ocupan de estas tareas estudiantes en prácticas. Además, es frecuente que asuman la gestión de conflictos con los mismos turistas o por quejas de los vecinos, con lo cual pueden verse involucrados en situaciones incómodas e incluso peligrosas. Parte de su trabajo, el *check in*, está siendo sustituido con cambios tecnológicos que permiten a los huéspedes el acceso directo a la vivienda a través de un código, o a un buzón donde pueden tomar las llaves. Habría que ver, sin embargo, cómo son asumidas otras tareas y por quién.

e) Trabajos subcontratados de mantenimiento y limpieza. Estas tareas han sido en su práctica totalidad externalizadas a través de empresas multiservicios, reguladas habitualmente a través del convenio de limpieza, con peores condiciones que el de hostelería, o bien por medio de trabajadoras autónomas que a su vez contratan de forma informal a otras trabajadoras. En su mayoría son trabajadoras de origen inmigrante quienes se encargan de las tareas de limpieza en un mercado laboral que se organiza ampliamente en la informalidad.

Discusión y conclusiones

Esta comunicación pretendía describir, a partir del caso de Barcelona, los principales trabajos asociados a la cadena de valor de las VUT e identificar en qué colectivos se producen mayores riesgos de precarización laboral. Tiene un carácter exploratorio y, debido a las limitaciones de espacio, no se detallan pormenorizadamente los hallazgos del análisis cualitativo realizado. El análisis parte del presupuesto de que el hecho fundamental de las economías de plataforma, más allá del desarrollo tecnológico y del cambio en la naturaleza de las formas de organizar el trabajo en ciertas actividades, es su capacidad para captar inversión de capital y disponer de suficientes recursos para ganar posición de monopolio en ciertos ámbitos de actividad y, desde ahí tener una posición hegemónica. A lo largo de la cadena de valor de las VUT, el grueso de las relaciones laborales que se generan adquiere formas clásicas, como trabajo asalariado y autónomo. El negocio de las VUT funciona bajo lógicas rentistas, pero para que funcione este tipo de actividad requiere trabajo, y en su gran mayoría es trabajo organizado bajo formas clásicas.

Los procesos de desregulación y precarización laboral en el caso de las VUT no se limitan a las nuevas formas de trabajo prosumidor, en el cual el anfitrión pone como medio de producción su vivienda y gestiona directamente el trabajo derivado, por importante que esto sea, sino que afecta al conjunto del trabajo a lo largo de toda su cadena de valor. Así, se ha identificado que los colectivos más vulnerables, además de ciertos anfitriones que desarrollan un trabajo prosumidor, serían los vinculados a trabajos de atencion al cliente en plataformas de comercialización; estudiantes en prácticas y "checkers" en empresas de gestión de viviendas turísticas y trabajos subcontratados de mantenimiento y limpieza.

El trabajo generado por las economías de plataforma es diverso, y no todas las actividades dan lugar a un mismo tipo de relaciones laborales y de procesos de devaluación. En actividades como el transporte de mercancías a pequeña escala, conocidos como “riders”, o de personas, como es el caso de los conductores de empresas como Uber o Cabify, la literatura disponible parece indicar que los procesos de precarización laboral se producen fundamentalmente bajo nuevas formas de trabajo. En el caso de las VUT el grueso del trabajo parece adquirir formas clásicas, pero no por ello los procesos de precarización son menores. Una de las consecuencias de la invisibilización del conjunto del trabajo en las VUT, y de los procesos de precarización asociados a distintas posiciones en su cadena de valor, es la desprotección de estos colectivos laborales. Y es precisamente por ello que necesario avanzar en el análisis y comprensión de las características del conjunto del trabajo vinculado a estas nuevas formas de alojamiento turístico que permita una intervención correctora de las dinámicas precarizadoras en curso.

Agradecimientos

Agradezco la colaboración de Carla Izcara y Marta Salvador del equipo de Alba Sud en la revisión de este texto y de Ivan Murray en la discusión de su contenido. Esta comunicación se desarrolla en el marco del proyecto: “Treball turístic digne: una aposta de ciutat”, gestionado por Alba Sud con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona a través de la convocatoria de subvenciones para proyectos de Impulso socioeconómico del territorio para el año 2019. A su vez, contribuye al proyecto “Overtourism in Spanish Coastal

Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I + D + I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Bibliografía

Anglés, M. 2016. El patrimonio inmobiliario de Derby Hotels supera los 800 millones. *Expansión*, 23/06/2016. Recuperado de: https://www.expansion.com/catalunya/2016/06/23/576b934a22601dba098b45cd.html

Arias-Sans, A. y Quaglieri, A. 2016. Unravelling Airbnb. The case of Barcelona. *In:* G. Richards y P. Russo (eds.). *Reinventing the local in tourism. Producing, Consuming and Negociating place*. 209-228 pp. London: Channelview.

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M. y Cànoves, G. 2018. Barcelona, housing rent bubble in a tourist city. Social responses and local policies. *Sustainability*, 10(6): 1-18.

Cañada, E. 2019. Trabajo turístico y precariedad. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 267-287). Barcelona: Icaria Editorial.

Cocola-Gant, A. 2019. Gentrificación turística. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 291-308). Barcelona: Icaria Editorial.

Cocola-Gant, A. y Lopez-Gay, A 2020. Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona. *Urban Studies*, prepint. DOI: 10.1177/0042098020916111.

del Romero, L. 2018. Touristification, Sharing Economies and the New Geography of Urban Conflicts. *Urban Science*, 2(4): 1-17.

Díaz, R. J., García, F. J. y Gutiérrez, D. 2014. Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. *Comunicación presentada al "XVIII Congreso AECIT. Turismo: Liderazgo, innovacion y emprendimiento", 26-28 de noviembre de 2014, INVATTUR – Benidorm.*

Dubal, V. 2017. *Wage slave or entrepreneur? Contesting the dualism of legal worker identities*. California Law Review, 105. Recuperado de: https://repository.uchastings.edu/faculty_scholarship/1596.

Fang, B., Ye, Q. y Law, R. 2016. Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57, 234-278.

Filippas, A., Horton, J. J. y Zeckhauser, R.J. 2016. Owning, using and renting: Some simple economics of the "sharing economy". National Bureau of Economic Researc, Working Paper No. 22029. Recuperado de: http://john-joseph-horton.com/papers/sharing.pdf.

Fitzmaurice, C. J., Ladegaard, I., Attwood-Charles, W., Cansoy, M., Carfagna, L. B., Schor, J. B. y Wengronowitz, R. 2020. Domesticating the market: Moral exchange and the sharing economy. *Socio-Economic Review*, 18(1): 81-102.

Frenken, K., Vaskelainen, T., Fünfschilling, L. y Piscicelli, L. 2020. An Institutional Logics Perspective on the Gig Economy. In I. Maurer, J. Mair y A. Oberg (ed.). *Theorizing the Sharing Economy: Variety and Trajectories of New Forms of Organizing* (pp. 83-105). Bingley: Emerald Publishing Limited.

Gabarre, M. 2019. *Tocar fondo. La mano invisible detrás de la subida del alquiler*. Madrid: Traficantes de Sueños. 92 págs.

Gastesi, A. 2017. Los hoteleros se rinden y apuestan por el negocio de apartamentos. *La Vanguardia*, 07/08/2017. Recuperado de: https://www.lavanguardia.com/economia/20170807/43405815568/hoteleros-negocio-apartamentos.html

Gil, J. 2018. Las múltiples formas de trabajo en las economías colaborativas y su regulación: el caso de «Airbnb». En A. Tododí y M. Hernández-Bejarano (dir.). *Economía Colaborativa y Derecho del Trabajo*. 359-384 pp. Madrid: Aranzadi.

Gil, J. 2019a. Redistribución económica y precariedad. El caso de los anfitriones de Airbnb. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(1): 92-112.

Gil, J. 2019b. Cambios en la producción y el consumo turístico. El caso de Airbnb. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. 325-342 pp. Barcelona: Icaria Editorial.

Gil, J. y Sequera, J. 2018. Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 41, 15–32.

Hernández, E. 2018. Economía inmaterial, economía de la desigualdad. *esglobal*, 25/072018. Recuperado de: https://www.esglobal.org/economia-inmaterial-economia-de-la-desigualdad/.

Hernández, E. 2019. El arma secreta de las empresas tecnológicas. *El Confidencial*, 23/06/2019. Recuperado de: https://blogs.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/tribuna/2019-06-23/arma-empresas-tecnologicas-uber-economistas_2083684/.

Hill, S. 2015. *Raw deal: How the "Uber economy" and runaway capitalism are Screwing American workers*. New York: St. Martin's Press. 336 págs.

Janoschka, M., Alexandri, G., Orozco, H. y Vives-Miró, S. 2019. Tracing the socio-spatial logics of transnational landlords' real estate investment: Blackstone in Madrid. *European Urbgan and Regional Studies*, 27(2): 125-141.

Koutsimpogiorgos, N., van Slageren, J., Herrmann, A.M., & Frenken, K. 2020. Conceptualizing the Gig Economy and Its Regulatory Problems. *Policy & Internet* (preprint). Doi: https://doi.org/10.1002/poi3.237.

Madden, D. y Marcuse, P. 2018. *En defensa de la vivienda*. Madrid: Capitán Swing. 240 págs.

Martínez-Caldentey, M. A., Murray, I. y Blázquez-Salom, M. 2020. En la ciudad de Madrid todos los caminos conducen a Airbnb. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 19: 1-27.

Molina, C. 2018. Las grandes hoteleras mundiales entran en el negocio de los pisos turísticos. *Cinco Días*, 15/10/2018. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/10/12/companias/1539350247_872163.html

Morales-Pérez, S., Garay, L. y Wilson, J. 2020. Airbnb's contribution to socio-spatial inequalities and geographies of resistance in Barcelona. *Tourism Geographies*, prepint. Doi: 10.1080/14616688.2020.1795712.

Palomera, J. 2015. *The Political Economy of Spain. A brief history (1939-2014)*. Working Paper for the ERC Greco Project.

Puig, M. 2018. *El impacto laboral de las viviendas de uso turístico legales en Barcelona*. Barcelona: APARTUR.

Ravenelle, A. J. 2020. Precariedad y pérdida de derechos. Historias de la economia gig. Madrid: Alianza Editorial.

Rodríguez, P. 2020. Airbnb prescinde de su 'call center' en Barcelona y deja en el aire cientos de empleos. *eldiario.es*, 30/04/2020. Recuperado de: https://www.eldiario.es/catalunya/Airbnb-rescinde-contrato-center-Barcelona_0_1022248889.html

Scholz, T. 2016. *Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy*. Cambridge: Polity Press. 242 págs.

Schor, J.B. 2017. Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent?: findings from a qualitative study of platform providers. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10: 263-279.

Schor, J.B., & Attwood-Charles, W. 2017. The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), 1-16.

Sequera, J. 2020. *Gentrificación. Capitalismo 'cool', turismo y control del espacio urbano*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Singla, L. 2020. Inquiétude et licenciements dans les centres d'appels de Barcelone. *Equinox*, 17/05/2020. Recuperado de: https://www.equinoxmagazine.fr/2020/05/17/call-center/

Slee, T. 2016. *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*. Barcelona: Taurus. 272 págs.

Telles, R. J. 2016. *Digital matching firms: A new definition in the "sharing economy" space*. Economics and Statistics Administration No. 01-16. Office of the Chief Economist, U.S. Department of Commerce.

Yrigoy, I. 2018. Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*, 56(13): 2709-2726.

Yrigoy, I. 2020. The Political Economy of Rental Housing in Spain: The Dialectics of Exploitation(s) and Regulations. *New Political Economy*, prepint. Doi: 0.1080/13563467.2020.1723515.

La participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination

Ainhoa CARBALLIDO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Carballido, A. 2020. La participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 347-357. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Asumiendo la participación ciudadana como una acción en la que la comunidad toma parte del proceso de toma de decisiones de un territorio, y comparte su propio rol en el mismo con otros individuos, es lícito mencionar la importancia de esta en la gestión de un destino turístico, sea cual sea su estado de madurez. Esta participación, se intuye como esencial en la dimensión social de la Smart Destination, un territorio que, a parte de la social, se compone de otras tres dimensiones: económica, institucional o de gobernanza, y la correspondiente a la movilidad; asentándose sobre los pilares de la sostenibilidad y la tecnología como ejes principales del modelo de inteligencia aplicado al territorio. Este tipo de destino nace como solución a las nuevas necesidades de territorios que, principalmente representado por urbes, presentan dificultades derivadas de una superación de la capacidad de carga, y con ello un malestar social y medioambiental relevante. Este estudio pretende explorar el rol de la comunidad local en el proceso de toma de decisiones de un territorio turístico, focalizando el cuerpo del estudio en el barrio de El Raval, de la ciudad de Barcelona, como ejemplo de un territorio con una alta concentración de enclaves turísticos y, por ende, con una elevada tasa de afluencia turística.
Palabras clave: *Smart Destination, Destino Turístico Inteligente, Participación Ciudadana, Barcelona.*

CITIZENS PARTICIPATION AS AN ESSENTIAL FACTOR IN THE SOCIAL DIMENSION OF THE SMART DESTINATION.Understanding citizen participation as an act in which the community is taking part in the decision-making process of a territory, sharing its role in it with other individuals, is licit to mention its importance in the destination management, no matter the degree of maturity the territory has. This participation is an essential factor in the social dimension of a Smart Destination, a territory composed of three more dimensions besides the social one: economic, governance, and mobility; growing up from sustainability and technology pillars, as the main axes of the smart model applied to the territory. This paper aims to explore the local community role in the decision-making process of a tourist territory, focusing on the study of the El Raval neighborhood, of the Barcelona city, as an example of urban territory with a high concentration of tourist hot spots, and thereby, with a large volume of tourist inflow.
Keywords*: Smart Destination, Smart Tourist Destination, Citizen Participation, Barcelona.*

Ainhoa CARBALLIDO, Grupo de Investigación TURCiT (Turisme Cultura i Territori) CETT-UB Business School of Tourism, Hospitality and Gastronomy.

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

La participación ciudadana, como acto en el que la comunidad colabora en el proceso de toma de decisiones de un territorio y comparte, a su vez, su rol en el mismo con otros individuos, impacta directamente en la gestión propia del destino turístico, tanto a nivel territorial como de los diferentes actores implicados en el desarrollo de la actividad turística. En la última década, se encuentra un notorio volumen de publicaciones abordando la participación en el proceso de toma de decisión, especialmente en lo relativo a procesos políticos llevados a nivel local. Este tipo de investigaciones se centran principalmente en el desinterés de la comunidad ante la imposibilidad de la práctica de dicha participación, dada la dificultad y falta de transparencia de ciertos gobiernos, provocando con ello una reacción negativa o pesimista en la comunidad (Font, 2004).

El presente estudio explora la perspectiva de la comunidad local en lo relativo a la participación ciudadana en el proceso de toma de decisión de un territorio turístico, estableciendo como punto de partida el escenario previo a la crisis sanitaria y económica derivada de la pandemia del Coronavirus o COVID-19. Concretamente, en el caso del barrio de El Raval que, perteneciendo al distrito de Ciutat Vella de la ciudad de Barcelona, es uno de los barrios con una mayor concentración de enclaves turísticos de la urbe y que, por ende, asume un volumen relevante de afluencia turística.

Además, este estudio marca un paralelismo entre el interés de la población por participar en los procesos de toma de decisión de la ciudad, y el desarrollo aún temprano de un modelo de Smart Destination en el territorio, centrándose de manera específica en la dimensión social del mismo.

Así pues, este trabajo se articula en base a dos objetivos específicos, en primer lugar el de analizar la percepción de la comunidad local del barrio de El Raval con respecto a su implicación en los diferentes procesos de toma de decisión del territorio, y en segundo lugar, el de explorar las vías o acciones llevadas a cabo por la capa institucional o de gobernanza para incluir a la población local en los mencionados procesos de toma de decisión, especialmente en temas relacionados con la gestión del destino turístico.

Marco teórico

Smart Destination: un modelo de destino turístico en desarrollo

Ante el auge del uso de la tecnología por parte de los usuarios en sus vidas cotidianas, y un nuevo escenario en el que más de la mitad de la población mundial (55%) vive en áreas urbanas (Naciones Unidas, 2017), las diferentes comunidades se encuentran frente al surgimiento de nuevas necesidades, tanto a nivel de consumo, como a nivel de gestión de los servicios territoriales.

En este contexto, surgen diversos conceptos y terminologías para definir y gestionar modelos territoriales nuevos o cambiantes, integrando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como vehículo para el desarrollo de políticas sostenibles que fomenten la mejora del propio territorio y de sus residentes (Carballido y Guevara, 2020).

Estos modelos de gestión territorial, principalmente relacionados con entornos urbanos, hacen referencia a la Smart City como aquella ciudad interconectada, instrumentada, e inteligente (Harrison *et al.,* 2010), que hace uso de la tecnología como palanca para

promover el incremento de la calidad de vida de sus ciudadanos, mejorando la eficiencia, y aumentando la calidad de sus servicios públicos. (Rodríguez-Bolívar, 2015)

Sin embargo, en el contexto turístico, se aplica el modelo Smart al destino, sin que este sea necesariamente urbano, ampliando así el alcance de sus dimensiones y políticas de desarrollo. Algunos autores, argumentan que un territorio inteligente se compone de diversas dimensiones e industrias, entre ellas la turística (Guo *et al.*, 2014), manifestando así la intención de buscar nuevos modelos de turismo inteligente, estableciendo con ello una conexión directa entre los conceptos de Smart City y Smart Destination.

De este modo, se incluye la gestión de la Smart Destination como punto esencial en el Plan Nacional Integral de Turismo (PNIT 2012 – 2015), bajo la premisa de la necesidad de aumentar la calidad y competitividad de los destinos turísticos a través del fomento de la innovación, la gestión de la experiencia, y la integración de las TIC, como pilares esenciales que sirvan para definir un mercado turístico con valor añadido. (Soria y Ministerio de Industria, 2009)

Así, la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), define la Smart Destination como "un espacio innovador, accesible a todos, apoyado en una estructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico y facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando la calidad de su experiencia en el destino" (SEGITTUR, 2018) que, a su vez, está compuesto por capas interconectadas entre si a través ejes esenciales que fomentan la incrusión de las diferentes comunidades integrándolas con el territorio (capas: territorio y medioambiente, recursos tangibles e intangibles, comunidades local y visitante o capa social, organismos públicos y tejido empresarial, servicios básicos y complementarios; ejes: innovación, sostenibilidad, tecnología, y gobernanza) (Carballido y Guevara, 2020).

La participación ciudadana en los procesos de toma de decisión

Tomando como punto de partida la capa social (comunidad local y visitante) de la Smart Destination como escenario principal de las diferentes acciones llevadas a cabo por la comunidad local de un territorio, y aludiendo al eje de gobernanza como base para las diferentes acciones de participación ciudadana motivadas por la parte institucional del mismo, cabe señalar la relevancia de la cohesión social y la relación positiva entre la comunidad local y la comunidad visitante. En la Smart Destination, los ciudadanos representan el rol del destinatario directo de las reformas aplicadas en el territorio, y a su vez, parte integrante del proceso ejecutado por dichas reformas llevadas a cabo, no solo para el disfrute de la comunidad local sino también para incrementar la competitividad del destino turístico y, por ende, para aumentar la calidad de la experiencia de la comunidad visitante. Es por ello que, los principales factores que componen la capa social de la Smart Destination, están relacionados con el nivel de cualificación de su población, la pluralidad social y ética, la participación en la vida pública, y la creatividad, así como el cosmopolitanismo. (SEGITTUR, 2015).

En este sentido, el fomento de los aspectos humanos y sociales, así como la promoción del sentido de pertenencia y solidaridad, se convierten en factores esenciales en el desarrollo de una Smart Destination, en la que la participación ciudadana es necesaria para la cohesión social de los diferentes grupos de interés, implicando con ella a los ciudadanos

y ciudadanas en el proceso de toma de decisión, permitiendo así que los destinos turísticos se transformen en espacios comunes de convivencia, respeto, y enriquecimiento mutuo entre turistas y residentes (Salessi, 2017) .

Por otro lado, la gestión del territorio por parte de las entidades gubernamentales o institucionales ocupa un lugar esencial en el eje de gobernanza de la Smart Destination, promoviendo iniciativas que permitan la interconexión entre este eje y la capa social del destino turístico, entre otras, el fomento de la participación ciudadana en los procesos relativos a la toma de decisiones en los diferentes ámbitos de actuación, además de el desarrollo de políticas de transparencia de datos mediante la inclusión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la gestión del territorio, y en los servicios públicos del mismo.

Autores como Mora, Gilart-Iglesias, Pérez-del Hoyo o Andújar-Montoya, afirman que el aprovechamiento de las TIC por parte de los residentes, puede incrementar su nivel de especialización, así como su capacidad creativa y productiva, fomentando la competitividad del territorio y la interacción del ciudadano con el mismo, pudiendo así acceder a servicios únicamente alcanzables a través de las diferentes plataformas digitales.

Iniciativas de participación ciudadana en Barcelona

Focalizando ahora el estudio en la ciudad de Barcelona, y en las iniciativas de participación ciudadana que este territorio desarrolla, cabe mencionar las siguientes:

- Encuesta de victimización: en aras de conocer cuál es la percepción de seguridad por parte de la población local, el Ayuntamiento de la ciudad de Barcelona, realiza una encuesta a una muestra representativa de la población de la misma. Esta encuesta utiliza la vía telefónica como herramienta principal, combinándola con plataformas digitales, permitiendo así acceder a varios segmentos de la población y generando con ello una muestra heterogénea de la misma. A destacar de los resultados de dicha encuesta que un 8,3% de los individuos afirman haber tenido algún problema relacionado con la comunidad turística, además del 4,5% que señala al turismo como causa principal de empeoramiento de la seguridad en su barrio (Ajuntament de Barcelona, 2019b).
- Decidim Barcelona: esta plataforma estrictamente digital se crea con el fin de fomentar la participación ciudadana en los procesos de toma de decisión, sobre todo aquellos relacionados con presupuestos, conservación de patrimonio, o utilización de espacios públicos, entre otros (Ajuntament de Barcelona, 2019a).
- Meet Barcelona – viviendas de uso turístico: sitio web creado por el Ayuntamiento de Barcelona con la intención de impulsar la censura de alojamientos turísticos no regularizados mediante la denuncia de los mismos por parte de los propios vecinos. Esto es posible, gracias a un buscador de alojamientos turísticos registrados (Ajuntament de Barcelona, 2019c).
- Acord Ciutadà per una Barcelona Inclusiva: espacio compartido entre la población y el gobierno de la ciudad donde la participación, la cooperación público-privada y la acción entre organizaciones e instituciones de la ciudad trabajan conjuntamente para construir una ciudad más inclusiva. Dentro de este espacio, se implementa la Estrategia de inclusión y de reducción de las desigualdades sociales de Barcelona 2017–2027, con el objetivo de reforzar la cohesión social, reducir las desigualdades, garantizar los derechos

> fundamentales, e incrementar la equidad educativa, así como las oportunidades formativas y culturales, eliminando así la segregación social (Ajuntament de Barcelona, 2017)

Este tipo de iniciativas, conectan directamente con las diferentes dimensiones y ejes principales del modelo territorial Smart, a través de factores relacionados con la gobernanza, la transversalidad, la innovación, o la eficiencia, entre otros.

Metodología

Este estudio de carácter exploratorio y cualitativo, trata de dar abordar el tema de la participación ciudadana y su rol en la gestión turística de una Smart Destination desde dos vertientes diferentes, en primer lugar aquella relacionada con las entidades reguladoras y el desarrollo de iniciativas que fomenten dicha participación en la ciudad de Barcelona, mediante un análisis documental que incluye tanto la revisión literaria como la exploración de los diferentes portales digitales de los entes gubernamentales relacionados con las mencionadas iniciativas, principalmente el Ayuntamiento de Barcelona y los departamentos implicados en cada una de las acciones.

Por otro lado, esta investigación analiza la percepción de la comunidad local del barrio de El Raval, ante esas iniciativas, así como su implicación en los procesos de toma de decisión relacionados con la gestión territorial y la actividad turística.

Se establece el barrio de El Raval como foco principal de la investigación dada su ubicación territorial, así como el volumen de enclaves turísticos que contiene y, que le rodean. Además, este barrio cuenta con un eco histórico que le otorga una imagen característica, no solo por la propia distribución urbanística, o por su patrimonio, sino también por la proyección de una imagen conflictiva hacia la comunidad no residente y/o turística.

Para llevar a cabo este análisis de la percepción ciudadana, se realiza un Focus Group con componentes (presidente, secretario, y vocales) de la Asociación de Vecinos de El Raval, vigente desde el año 1979, con el objetivo de recabar datos que contribuyan a conocer, no solo la percepción de los vecinos de este barrio hacia los mecanismos de participación ciudadana que la ciudad pone al servicio de la comunidad, sino también para saber el grado de interés que la población muestra hacia ello.

A fin de conseguir dichos datos, se realizó una primera aproximación a los participantes del Focus Group a través de un breve cuestionario que compartieron con el resto de miembros de la asociación, recabando así información representativa de los vecinos del barrio, para días después abordar el grupo de discusión con información más objetiva.

El focus group tuvo una duración total de 1 hora y 45 minutos y se dividió en dos bloques temáticos, el primero relativo a las iniciativas de participación propuestas por las instituciones públicas, el segundo sobre la percepción y conocimiento de las iniciativas por parte de la comunidad local.

Resultados

En base al análisis documental realizado, así como de las plataformas web gubernamentales, se observa una intención de ofrecer a los ciudadanos herramientas para la

participación de los mismos en los procesos de toma de decisión, por parte de las diferentes entidades reguladoras, dotándolos de plataformas diseñadas para la votación y espacios para el fomento de la libre expresión. De igual modo, los organismos se encuentran ante el desarrollo de planes con estrategias para la mejora de la cohesión social y la convivencia entre las diferentes comunidades, con el objetivo de la mejora continua de la calidad de vida de la población residente, y la calidad de la experiencia de los visitantes.

Así, al principio de este estudio se muestran algunas de las plataformas analizadas, como Decidim Barcelona, Meet Barcelona, o Acord Ciutadà per una Barcelona Inclusiva. Estas tres iniciativas, de carácter digital, o mixto (telefónico y digital), pretenden aproximar al ciudadano a los diferentes procesos de toma de decisión a través de su participación en ámbitos relacionados con el uso de los servicios públicos, o temas relativos a la inversión pública, entre otros.

El sistema desarrollado por estas plataformas se centra en dotar al ciudadano de un espacio de interacción digital abierto, transparente, y de fácil uso. A fin de conseguir una mejor comprensión de estos sistemas de participación, se muestra a continuación un breve análisis de una de las plataformas, concretamente el espacio Decidim Barcelona:

- Estructura de la información: el sitio web se articula en base a tres ejes principales para el fomento de la transparencia de datos: Procesos Participativos, Espacios de Participación, y Rendición de cuentas.
- Accesibilidad y usabilidad del espacio: el sitio web se ofrece en dos idiomas (castellano y catalán), los colores, aún no ofreciendo la alternativa de alto contraste para personas con dificultades visuales, se distinguen entre los diferentes apartados facilitando su identificación, está desprovisto de referencias auditivas para la lectura y descripción del contenido, pero cuenta con fuentes y tipografías que facilitan la lectura y comprensión de los mismos. Por otro lado, cabe destacar que el sitio se adapta a los diferentes dispositivos permitiendo así que el usuario pueda consultarlo tanto desde un ordenador personal, como desde una Tablet, o un Smartphone.
- Procesos de participación incluidos: con el fin de incluir a la comunidad local en los diferentes procesos de participación, se incluyen esta plataforma iniciativas propuestas por las diferentes entidades con el objeto de que la comunidad las retroalimente como cooperantes del propio proceso de toma de decisión. La evolución habitual de cada propuesta pasa por varias fases en las que, tras presentar el proyecto o iniciativa, el ciudadano en calidad de participante puede valorarlos, votarlos, y aportar su opinión, dando pie a debate entre la comunidad y la parte institucional. Para que esto sea efectivo, la entidad responsable propone encuentros delimitados en un tiempo concreto para promover el debate y contrastar los argumentos propuestos por la ciudadanía, habilitando una vía de interacción entre esta y las entidades responsables. De este modo, el proceso de participación se inicia en el medio digital a partir del registro y la propia cooperación, para pasar a un entorno físico, mediante la prespecialidad en encuentros, debates, foros de discusión, y demás.
- Las iniciativas trabajadas en esta plataforma están principalmente relacionadas con el uso de la vía y espacios públicos, como por ejemplo el Debate de transformación urbana y espacio público en Sarrià-Sant Gervasi, el Consejo de Emergencia Climática: Reducción de plásticos, o las Propuestas de futuro para la Dreta de l'Eixample, entre otros. Como se menciona más adelante, la mayoría de iniciativas están estrechamente

vinculadas con la gestión territorial y de los diferentes ejes o dimensiones de la ciudad de Barcelona, con una pequeña representatividad de iniciativas dedicadas a la gestión turística, aún siendo este sector el que representa un 12% del PIB catalán (Generalitat de Catalunya, 2019).

Tras examinar esta plataforma, se observa que el nivel de colaboración activa por parte de la comunidad es limitado. Sin embargo, todas las propuestas cuentan con un sistema de rastreo que advierte el número de usuarios conectados a la misma con el fin de realizar un seguimiento de sus avances. Gracias a este sistema, se puede observar un creciente interés por parte de la población en cuanto a los diferentes procesos participativos, y a su vez, un descenso del volumen de iniciativas llevadas a cabo en el periodo temporal comprendido entre Enero de 2018 y Mayo de 2020.

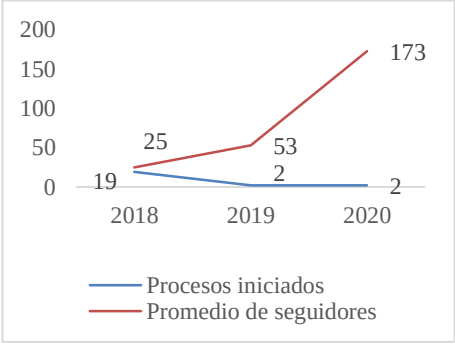


Fig. 1. Evolución del volumen de seguidores de los Procesos Participativos iniciados entre los años 2018 y 2020. Creación propia a partir del análisis de la plataforma Decidim Barcelona.
Fig. 1. *Evolution of the volume of followers of the Participatory Processes initiated between the years 2018 and 2020. Own creation based on the analysis of the Decidim Barcelona platform*

Antes de abordar los datos obtenidos a través de la técnica de Focus Group, cabe destacar que en esta plataforma, Decidim Barcelona, se muestran un total de 42 procesos participativos, de los cuales tan solo 4 hacen referencia al ámbito turístico, uno relacionado con la reestructuración urbanística y comercial del barrio 22@ del distrito de Poblenou, indirectamente relacionado con el turismo, y 3 procesos de participación directamente relacionados con la gestión del destino turístico:

- Plan especial de ordenación de los suvenires: con un total de 4 participantes activos, 2 seguidores, 1 propuesta por parte de la comunidad local, 4 encuentros presenciales, y 0 votos positivos o apoyos por parte de la ciudadanía.
- Les Rambles (repensemos Las Ramblas): con 80 participantes activos, 56 seguidores, 180 propuestas provenientes de la comunidad participante, 3 encuentros presenciales, y 898 apoyos o votos positivos por parte de los residentes.
- Plan de Usos de Ciutat Vella: con 170 participantes, 122 seguidores, 107 propuestas, 4 encuentros presenciales, y un total de 1.485 votos positivos o apoyos por parte de la ciudadanía.

Estos datos, muestran el interés por un grupo reducido de la población, si se tiene en cuenta que la ciudad de Barcelona alcanza más de 1,6 millones de habitantes, pero aún siendo un volumen poco relevante, denota la motivación de la población por colaborar en procesos de toma de decisión en materia turística.

Sin embargo, al realizar la técnica de Focus Group con los miembros de la Asociación de Vecinos del barrio El Raval de la ciudad de Barcelona, la percepción de su comunidad, recogida por parte de los representantes de la asociación, no se encuentra en la misma línea que los datos presentados anteriormente, en relación a un creciente interés de participación por parte de los residentes.

El grupo de discusión, que se dividió en dos bloques, se inició debatiendo sobre la existencia de medidas o iniciativas para el fomento de la participación de la ciudadanía en procesos de toma de decisión, ofrecidas por parte de las entidades reguladoras, y se culminó tratando el tema de la percepción y el conocimiento que la comunidad tenía sobre dichas iniciativas, además de discutir sobre la motivación e interés mostrado por los residentes hacia los procesos de cooperación o participación ciudadana. Los miembros del grupo focal coincidieron en que los vecinos conocen y, en algunos casos participan, en las iniciativas llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Barcelona, entre ellas, a través de los encuentros de debate llevados a cabo por la plataforma Decidim Barcelona, pero argumentan que, pese a la accesibilidad que este tipo de plataformas suponen para un volumen relevante de la población, existe una parte importante de la misma que no tiene acceso a dispositivos para el acceso a entornos digitales, o simplemente no tienen los conocimientos necesarios para llevar a cabo los procesos que este tipo de plataformas proponen.

Tomando como referencia el vecindario de El Raval, los miembros del grupo de discusión afirman que, en su barrio, más de la mitad de la población residente se encuentra en edad avanzada, y la otra mitad son nuevos residentes provenientes de otras culturas o etnias. Aseguran que ambos segmentos presentan problemas serios de acceso al ámbito digital, ya sea por falta de recursos, desconocimiento de uso, o imposibilidad de adaptación.

Por otro lado, argumentan que los vecinos miembros de las asociaciones de vecinos, en términos generales, no solo aquellos adheridos a la Asociación de Vecinos de El Raval, son informados constantemente de todas las medidas e iniciativas propuestas por las entidades reguladoras, en materia de participación ciudadana y que, como población residente, toman parte de dichos procesos de cooperación, asumiendo su parte de responsabilidad en el mismo y realizando las diferentes acciones asignadas a cada una de las partes. Sin embargo, afirman que se hace muy difícil la culminación de cualquiera de las propuestas llevadas a cabo por la población residente, experimentando la sensación o la percepción de acompañar a las instituciones en el proceso de decisión, pero nunca llegar a la decisión final. Es decir, la población percibe que las instituciones proponen vías para para la participación en las que la comunidad puede colaborar pero, principalmente o prioritariamente en las primeras fases, siendo las entidades quienes valoran y deciden en última instancia. Los individuos participantes del Focus Group, muestran disconformidad con este hecho exponiendo su malestar, y su interés en aumentar el grado de cooperación para con los procesos de toma de decisión, especialmente en aquellos relativos a la gestión de la afluencia turística y su

impacto en el territorio, tanto a nivel social y cultural, como a nivel económico y medioambiental.

Para concluir el debate, se les plantea a los miembros la posibilidad de explorar vías de participación más innovadoras o que incluyan diversas metodologías que vayan más allá del debate, como por ejemplo técnicas de co-creación, o técnicas proyectivas, que permitan acceder a personas que actualmente se sienten excluidas por no disponer de recursos digitales, o por experimentar dificultades de comunicación, ya sean estas idiomáticas, o de índole funcional.

En este sentido, los miembros del Focus Group se inclinan por iniciativas que promuevan esa participación a largo plazo, comenzando por edades tempranas, incluyéndola en procesos educativos, o incluso a través de actividades para realizar en familia, de manera que se ponga en práctica un aprendizaje y una concienciación colectiva a largo plazo, ayudando a la población más joven a comprender y tomar consciencia de lo que representa la afluencia turística, así como de la necesidad de encontrar un equilibrio para la preservación de los espacios y fomentar la cohesión social entre diferentes grupos poblacionales.

No obstante, los participantes concluyen el debate afirmando que esto solo sería posible en el caso de que las instituciones reguladoras estuvieran abiertas a la negociación, no solo en las primeras fases del proceso de toma de decisión, sino a lo largo de toda su duración, añadiendo también que, aquel ciudadano que no forma parte de ninguna asociación vecinal, actualmente, queda totalmente excluido de los procesos participativos, dado el desconocimiento de su existencia, provocando con ello un aislamiento y total desvinculación de todo aquello relacionado con la gestión del territorio y de la actividad turística. Fomentando además un aumento de la ignorancia y el desconocimiento de todas las actuaciones llevadas a cabo en el territorio, e incluso en ocasiones proliferando situaciones de rechazo a la comunidad visitante por parte de los residentes.

Discusión y conclusiones

Tras recopilar y analizar toda la información a través de las diferentes vías metodológicas, se observa una diferencia plausible entre las iniciativas de participación propuestas por las instituciones públicas de la ciudad de Barcelona, y la percepción que los residentes tienen de las mismas.

Se observa no obstante, un crecimiento del interés y la motivación de los ciudadanos ante la posibilidad de colaborar en dichos procesos, pero con cifras aún muy poco notorias.; tal como se presenta en los resultados, en una ciudad con más de 1,6 millones (Idescat, 2019), tan solo 173 residentes se muestran como seguidores de las últimas iniciativas propuestas en el primer trimestre del 2020, a través de la plataforma digital Decidim Barcelona.

Se evidencian, a través de la técnica de Focus Group, utilizada para debatir acerca de las acciones de participación llevadas a cabo por las instituciones, y la percepción que la ciudadanía tiene de ellas, que los miembros pertenecientes a asociaciones o consejos de barrio, son conscientes de su existencia y, en la mayoría de casos, participes de los procesos establecidos para la toma de decisión. Pese a ello, los miembros argumentan la falta de implicación de muchos residentes a causa de la dificultad o falta de recursos para acceder a plataformas digitales. También queda evidenciada, la falta de plataformas o de iniciativas, que

permitan al residente formar parte de los procesos de toma de decisión en materia turística, así como el bajo volumen de iniciativas de participación o cooperación ciudadana relacionadas directamente con la gestión turística, destacando que en un territorio en el que el turismo supone alrededor del 12% PIB total, tan solo se observan 3 procesos de participación directamente relacionados con la gestión del destino turístico, de los 42 existentes.

En lo relativo a la colaboración de la ciudadanía no perteneciente a asociaciones vecinales, merece la pena destacar lo relevante de la reflexión final de los miembros del Focus Group, en la que afirman que el desconocimiento e ignorancia que presenta la mayoría de la población en relación a las acciones llevadas a cabo en el territorio por parte de las instituciones, provoca el aislamiento y la desvinculación de este segmento de la ciudadanía, hacia la gestión del territorio. Cabe mencionar que, esta afirmación está estrechamente relacionada con el sentimiento o percepción que la población tiene hacia la falta de transparencia por parte de las administraciones, así como el desinterés o desmotivación por cooperar con las mismas. ¿Se podría afirmar que también está indirectamente relacionado con el descontento de la población hacia la gestión que las entidades reguladoras hacen de la actividad turística? ¿Tendrían una sensación de seguridad ante ciertas acciones llevadas a cabo por los visitantes si formaran parte de los procesos de toma de decisión ejecutados en materia de gestión turística?

Sin duda, estas cuestiones se proponen como líneas futuras de investigación en materia de gestión territorial y turística, estrechamente vinculadas con la percepción de la ciudadanía, y en concreto, con el impacto social que la actividad turística tiene. Así como el uso de otras técnicas metodológicas que permitan explorar otros medios de evaluación de la participación ciudadana como lo son el control social mediante la gobernanza, o el control de toma de decisiones por parte de los grupos de interés, entre otros, contemplando otros barrios o incluso distritos completos de la ciudad de Barcelona, con el fin de recabar datos objetivos que permitan realizar una comparativa entre diferentes ubicaciones de un mismo territorio.

En este estudio, se han presentado dos objetivos relacionados con las iniciativas de participación propuestas por las instituciones, y la percepción de la comunidad local respecto a las mismas. Ambos objetivos han sido trabajados y llevados a término gracias a un análisis documental y exploratorio de las plataformas digitales actuales para fomentar los procesos participativos, complementando esta técnica con un Focus Group que ha permitido conocer la imagen percibida por la población del barrio El Raval, notoriamente afectado por los impactos provocados por la gran afluencia turística del territorio en el que se encuentran.

Sin embargo, el actual camino hacia la mejora de la transparencia de datos de ciertas instituciones, y la falta de mecanismos de comunicación de asociaciones del barrio objeto de estudio, han supuesto limitaciones importantes en la actual investigación, es por ello que se menciona como vía futura de estudio la de ampliar hacia otras zonas de la propia ciudad, explorando además otros medios de evaluación de la participación ciudadana.

Bibliografía

Ajuntament de Barcelona. 2017. Índex Acord Ciutada per una Barcelona Inclusiva. Extraído de: http://www.bcn.cat/barcelonainclusiva/ca/

Ajuntament de Barcelona 2019a. decidim.barcelona. Extraído de: https://www.decidim.barcelona/?locale=es

Ajuntament de Barcelona. 2019b. Enquesta de victimització 2019: Presentació de Resultats. Extraído de: https://ajuntament.barcelona.cat/prevencio/sites/default/files/documents/presentacio_de_resultats_enquesta_victimitzacio_2019.pdf

Ajuntament de Barcelona 2019c. Habitatges d'ús turístic. Extraído de: https://meet.barcelona.cat/habitatgesturistics/ca

Carballido, A. y Guevara-Plaza, A. 2020. El concepto de Smart Destination en la investigación turística. Definición y normalización. Artículo entregado para la publicación.

Font, J. 2004. Participación ciudadana y decisiones públicas : conceptos, experiencias y metodologías. *Participación Ciudadana y Políticas Sociales En El Ámbito Local*, (Septiembre), 23–41.

Guo, Y., Liu, H. y Chai, Y. 2014. The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*,.

Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J. y Williams, P. 2010. Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*. https://doi.org/10.1147/JRD.2010.2048257

Mora, H., Gilart-Iglesias, V., Pérez-del Hoyo, R., y Andújar-Montoya, M. 2017. A Comprehensive System for Monitoring Urban Accessibility in Smart Cities. *Sensors*, *17*(8), 1834. https://doi.org/10.3390/s17081834

Real Academia Española. 2017. Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario. https://doi.org/10.1016/S0926-3373(02)00277-1

Rodríguez-Bolívar, M. P. 2015. Transforming city governments for successful smart cities. *Transforming City Governments for Successful Smart Cities*, *1998*, 1–185. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03167-5

Salessi, M. L. 2017. Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria. In *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo*. Alicante: Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. https://doi.org/10.14198/Destinos-Turisticos-Inteligentes.2017.10

SEGITTUR. 2015. *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*. Retrieved from https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Tursticos-Inteligentes-ok_es.pdf

SEGITTUR. 2018. Destinos Turísticos Inteligentes. Retrieved July 30, 2019, from https://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Destinos-Tursticos-Inteligentes-00007/#.XUCGMpMzb6Y

Soria, J., y Ministerio de Industria, E. y T. 2009. *Plan Nacional e Integral de Turismo PNIT 2012-2015*. *Plan Nacional e Integral de Turismo*.

Naciones Unidas. World Population Prospects The 2017 Revision. Extraído de: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf

Turismo rural inteligente. Capacitación aplicada en el marco del proyecto europeo *SmartRural*

Antonio MARTÍNEZ-PUCHE, Xavier AMAT, Carlos CORTÉS, José Antonio LARROSA, Alberto LORENTE, Samuel ORTIZ y Isabel SANCHO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Martínez-Puche, A., Amat, X., Cortés, C., Larrosa, J.L.. Lorente, A., Ortiz, S. y Sancho, I. 2020. Turismo rural inteligente. Capacitación aplicada en el marco del proyecto europeo SmartRural. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 359-368. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Desde noviembre de 2019, la Universidad de Alicante, a través del grupo de investigación de Geografía Humana, participa como *partner* en el proyecto europeo *Smartrural*. Su objetivo, identificar las brechas existentes y las mejores prácticas de los países de la UE para desarrollar un programa de capacitación en turismo rural inteligente dirigido a estudiantes, autoridades y comunidades locales (*stakeholders*). En total son siete universidades implicadas. El objeto de la comunicación es ilustrar el proceso seguido hasta la fecha, para determinar el contenido del programa formativo, asignaturas y metodología para su desarrollo, que luego se tendrá que testar para sacar aprendizajes que mejoren el producto final (MOOC). La Universidad de Alicante, aporta el valor de la geografía en el desarrollo de estos programas formativos, vinculados al turismo, reforzando la importancia del enfoque rural integrado y territorial, teniendo como pilar fundamental a la población local. Sin olvidar, los aspectos tecnológicos, que deben hacer a estos "espacios rurales inteligentes", accesibles, conectivos y participativos, procurando también al turista la posibilidad de mejorar su experiencia. Todo ello combinando teoría y práctica, sapiencia y experiencias.

Palabras clave: *Turismo inteligente, desarrollo local, buenas prácticas, innovación territorial y social, capacitación, áreas rurales, enfoque integrado.*

SMART RURAL TOURISM. TRAINING APPLIED WITHIN THE FRAMEWORK OF THE EUROPEAN SMARTRURAL PROJECT. Since November 2019, the University of Alicante, through the Human Geography research group, participates as a partner in the European Smartrural project. Its objective is to identify the existing gaps and best practices in the EU countries to develop a training program in smart rural tourism aimed at students, authorities and local communities (*stakeholders*). In total there are seven universities involved. The purpose of the communication is to illustrate the process followed to date, determine the content of the training program, the topics and the methodology for its development, which must then be tested to obtain learning that improves the final product. The University of Alicante contributes the value of geography in the development of these training programs, linked to tourism, reinforcing the importance of an integrated rural and territorial approach, with the local population as a fundamental pillar. Without forgetting the technological aspects that must make these "smart rural spaces" accessible, connected and participatory, and that also offer tourists the possibility of improving their experience. All of this combines theory and practice, knowledge and experience.

Key words: *Smart tourism, local development, good practices, territorial and Social innovation, training, rural zones, integrated approach*

Antonio MARTÍNEZ-PUCHE, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana. antonio.martinez@ua.es Xavier AMAT, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana, xavier.amat@ua.es Carlos CORTÉS, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana carlos.cortes@ua.es, José Antonio LARROSA Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana ja.larrosa@ua.es, Alberto LORENTE, Dpto. Geografía Humana, alberto@crea360.es, Samuel ORTIZ, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana samuel.ortiz@ua.es, Isabel SANCHO, Dpto, Geografía Humana, isabel.sancho@ua.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

El turismo rural inteligente, deriva de las *Smart Villages* y de las *Smart Cities*. Se trata de un concepto emergente que contempla nuevas redes y servicios mejorados a través de medios digitales, tecnologías de la comunicación, innovaciones y un mejor uso del conocimiento para beneficio de los habitantes y empresas en comunidades y áreas rurales. Las tecnologías digitales y las innovaciones, entendidas como un medio y no como un fin en sí mismo, pueden facilitar la calidad de vida y sus estándares, servicios públicos para los ciudadanos, mejora en los usos de los recursos, bajo impacto en el medio ambiente, y nuevas oportunidades para las cadenas de valor en términos de productos y mejoras en los procesos. Así pues, la tecnología se convierte en un factor esencial, ya que permite lograr una mayor eficacia en la gestión de los destinos y aumentar la satisfacción de los usuarios por el servicio recibido. Entre las nuevas competencias relacionadas con la gestión de destinos turísticos, se detecta la necesidad de contar con perfiles técnicos familiarizados con las metodologías de gestión de destinos turísticos inteligentes y los pilares estratégicos que comprenden el modelo: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Y sin duda, puede ser una posibilidad para facilitar el asentamiento de población y renovadas actividades económicas en espacios de la denominada "España vaciada" (Hortelano, 2019). El proyecto europeo SMARTRURAL (2019-2021)[1], dedicado al turismo rural inteligente, tiene por objetivo desarrollar un MOOC con contenidos aplicados, y que recoja buenas prácticas y estudios de casos que hagan más fácil la comprensión y difusión. Por ello, contempla mejorar las capacitaciones en el ámbito del turismo rural inteligente, así como crear un programa formativo común entre 7 universidades europeas. De ahí la necesidad de acometer, desde la formación, la posibilidad de capacitar y sensibilizar a las poblaciones locales y emprendedores rurales, de la posibilidad de aplicar innovaciones en el medio rural. No es fácil, y lo hemos comprobado en el actual proyecto. La brecha digital, pero también la cultural entre campo y ciudad, es notable.Y los enfoques que priman en esta temática (desde las Universidades partners del proyecto SMARTRURAL), son excesivamente tecnológicos y teóricos (IoT), y no tanto territoriales y aplicados (contextos rurales diferenciados).

[1] 2019-1- TRO1-KA203-073781. "Towards an intelligent development of rural tourism in Europe (K203-Erasmus +).

Antecedentes

La transformación digital es un proceso inevitable. Los cambios tecnológicos que se observan en casi todos los ámbitos de lo cotidiano, alumbran nuevas condiciones en el panorama económico y social, a las que el mundo rural no permanece exento (Gallardo, 2006). Las innovaciones en materia de agricultura de precisión, ganadería por control remoto, el teletrabajo o el comercio electrónico, en un contexto de despliegue de las tecnologías de la información y la comunicación (Polo y Frías, 2010), evidencian que la era digital proporciona unos beneficios todavía inéditos fuera de las ciudades. En efecto, la revolución digital hasta ahora limitada a los entornos urbanos y socialmente muy segmentada, crea condiciones y desafíos que conllevan la capacidad de nivelar las oportunidades competitivas entre la ciudad y el medio rural. Varios son los analistas que destacan el potencial de las comunidades rurales en el nuevo escenario digital (Meyn, 2017; Naldi *et al.*, 2015; Girardot, 2010; Holmes, 2017; Fennell *et al.*, 2018, Martini *et al.*, 2015;). Sin embargo, otras investigaciones han identificado signos de rechazo ante una realidad todavía desconocida en entornos reticentes a la innovación como lo son, en determinadas circunstancias, los pequeños municipios (Desdemoustier *et al.*, 2019), los pueblos y villas rurales (Santamaría y Del Mármol, 2017) o las aldeas de alta montaña (Coma *et al.*, 2016).

Tradicionalmente, las innovaciones se han generado en los lugares donde los recursos y el conocimiento se concentraban en una proximidad física. Las grandes ciudades o los clústeres empresariales aseguraban la densidad física suficiente para generar los procesos de crecimiento económico y desarrollo territorial. Sin embargo, la transformación digital ha priorizado la densidad virtual respecto a la física (Gallardo, 2016), lo que implica una mayor independencia respecto al lugar de localización de los diversos grupos de personas o de empresas, proporcionando una oportunidad extraordinaria para las zonas rurales. Es en este contexto en el que irrumpe la noción de inteligencia territorial asociada a la investigación, la innovación y el conocimiento como medio para lograr un crecimiento económico apoyado en el desarrollo sostenible (Naldi *et al.*, 2015), con implicaciones cada vez más notorias en las regiones rurales.

El desarrollo rural inteligente es considerado como una parte de las estrategias introducidas en respuesta a las bajas tasas de crecimiento y productividad en las zonas rurales (Naldi *et al*. 2015), pero también, frente a la dicotomía provocada por la brecha digital entre lo urbano y lo rural (Gallardo, 2016) e incluso como un estímulo para satisfacer las aspiraciones de la juventud rural en territorios marginales (Fennell *et al*. 2018). Pero, además de todo ello, el paradigma de la inteligencia incorpora la tecnología como una componente para la transformación de las actividades económicas en el medio rural, y algunos sectores productivos como el turismo están demostrando ser especialmente proclives a la rápida expansión del fenómeno *smart*. El turismo inteligente o los destinos turísticos inteligentes constituyen de este modo un paso más en la evolución de las ciudades inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013). ¿Puede suceder lo mismo en el medio rural y con el turismo?

Marco teórico

El auge del turismo rural, es una construcción social compleja. Un territorio es un espacio donde lo económico, lo social, lo cultural, ambiental y lo político están presentes. En estos casos, una imagen de destino puede extenderse aún más por varios canales, como residentes, turistas, folletos publicitarios, guías turísticas, novelas, escritura de viajes, obras literarias, medios de comunicación, y campañas de imagen (Kim, 2009). La tecnología (TI) también está muy involucrada en formación de imágenes de destinos turísticos (Choi *et al*. 2007). El turismo inteligente es reconocido como un término que describe la convergencia de TI con la experiencia turística. Incluye formas de intercambio de información en turismo, basadas en tecnología móvil y conectividad a Internet. Como resultado, la cultura pública turística ya no depende totalmente de información proporcionada en forma impresa o incluso oficial y sitios web comerciales. Los visitantes ahora intercambian contenido creado por el usuario a través de las redes sociales en forma de *storytelling*, consejos y comentarios compartidos. Hoy en día, conceptos y términos como "turismo electrónico", turista "conectado", turista "social", "prosumidor", "ewom", "comercio electrónico", "aplicaciones turísticas", "ubicación geográfica" o todos esos conceptos relacionados con la inteligencia o "inteligente": "ciudades inteligentes", "destinos inteligentes", "ciudades cableadas", "destinos inteligentes" se han convertido en puntos de referencia en el estudio, la planificación y la gestión de destinos, así como en el turismo de negocios (Beltrán, 2018).

En este contexto, el desarrollo de nuevas tecnologías permite, también a los alumnos, aprender de manera más efectiva, eficiente, flexible y cómoda. El alumnado utiliza dispositivos inteligentes para acceder a lo digital recursos a través de la red inalámbrica y para sumergirse en forma personalizada y aprendizaje continuo. Educación inteligente, un concepto que describe el aprendizaje en la era digital, ha ganado mayor atención. En general, el entorno de aprendizaje inteligente es efectivo, eficiente y atractivo (Merrill, 2013). Y el objetivo es proporcionar autoaprendizaje, automotivación y servicios personalizados para que los estudiantes pueden asistir a cursos, con su propio ritmo y capaces de acceder al contenido, y disfrutar de un aprendizaje personalizado de acuerdo con sus diferentes necesidades y *targets* (Kim, 2009).

El concepto de turismo inteligente implica la integración tecnológica en todas las organizaciones y entidades que conforman un destino turístico, con el objetivo de explotar las sinergias entre las tecnologías y los usuarios para enriquecer las experiencias turísticas (Buhalis y Amaranggana, 2013). Esta perspectiva tiene como premisa garantizar la máxima conectividad en los destinos a través de las nuevas aplicaciones tecnológicas (Ballina *et al*. 2019) y resulta crucial para la competitividad de las empresas del sector turístico (Polo y Frías, 2010). En este sentido, la literatura académica coincide en que el turismo inteligente debe inevitablemente abordar las necesidades de los viajeros antes, durante y después de su viaje, siendo la experiencia del turista el núcleo central en el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013; Ballina, 2019), que sólo de este modo podrán ser competitivos (Luque *et al.*, 2015; Ballina *et al.*, 2019).

La conceptualización de un destino como inteligente ha experimentado una acelerada transformación en los últimos años, madurando desde un enfoque limitado a la promoción turística a través de páginas web y la gestión *on-line* de las reservas (San Martín y Herrero,

2012), a otro enfoque mucho más complejo y diverso, que alude a la gestión integral de los destinos turísticos e incorpora múltiples y dispares categorías. Así, por ejemplo, se revelan importantes elementos como las condiciones políticas y de gobernanza, las infraestructuras disponibles, el modo de analizar los datos que generan los turistas o la manera en que se incorporan las variables de sostenibilidad (Shaifee *et al.*, 2019), teniendo en cuenta que la implantación del paradigma *smart* en destinos turísticos implica un compromiso ineludible con su hábitat y la calidad de vida de sus habitantes (Sigalat-Signes *et al*. 2020). De este modo, el nuevo enfoque de los destinos inteligentes requiere de un proyecto global que idealmente incorpore cinco ámbitos de actuación: gobernanza, sostenibilidad, conectividad, sistemas de información e innovación, siendo ineludible su adaptación a cada entorno territorial (Ivars *et al*., 2016).

Con todo, al referirse a lo rural, la noción de inteligencia se reduce la mayoría de las veces a las opciones de conectividad y comunicación que, en el mejor de los casos, puede generar un impacto catalítico en la vida de los habitantes rurales cuando se integra adecuadamente con otras iniciativas de desarrollo rural (Holmes, 2017; Fennell *et al*. 2018). Pero el uso de la tecnología también puede facilitar la participación de las comunidades rurales en los procesos de desarrollo socioeconómico y, desde el punto de vista turístico, pueden propiciar la conservación y la valoración del patrimonio rural a través del estímulo de actividades como la interpretación ambiental y la educación (Martini *et al*. 2017).

En los entornos rurales, la experiencia ha demostrado que la aplicación de las nuevas tecnologías se relaciona con la creación de nuevos productos turísticos, favorece la difusión de la información y contribuye finalmente a la promoción de los destinos rurales. Así, por ejemplo, se han identificado las potencialidades que ofrecen las nuevas tecnologías en la creación de productos mediante la incorporación de los GPS, los códigos QR, las aplicaciones móviles o la realidad aumentada. Sin embargo, en la mayoría de los casos el empleo de la tecnología queda limitado a las funciones de información a los visitantes, mientras que el resto de las etapas del consumo turístico muestran todavía un incipiente desarrollo en el entorno turístico digital (Coma *et al.*, 2016).

En este contexto, las estrategias de desarrollo a través de las herramientas *smart* aspiran por el momento a complementar la oferta turística existente, al agregar nuevos productos y servicios a la oferta genérica de turismo rural (Romão y Neuts, 2017). No obstante, la especialización turística inteligente parece demostrar cada vez con mayor intensidad impactos relevantes en zonas rurales donde el turismo ya juega un papel destacado, incorporando mejoras en aspectos como la movilidad, el acceso a las instalaciones y servicios, o la oferta de recursos locales. Además, las nuevas tecnologías también podrían estar mejorando las relaciones entre el turismo rural y otros sectores productivos, al explorar las sinergias que se pueden establecer en la valorización turística de bienes y servicios producidos en la misma región.

En definitiva, la noción de inteligencia es todavía difusa e incorpora características, variables y dimensiones dispares. Las condiciones para afirmar a un territorio o un sector productivo como inteligente no están exentas de controversia académica e institucional (Desdemoustier *et al.*, 2019) y, ante la falta de una adecuada conceptualización, muchas aldeas, destinos turísticos o regiones rurales son empujadas a definirse como inteligentes sin una base que justifique tal consideración. Consecuentemente, la literatura académica y

la investigación aplicada a través de proyectos como *Smartrural* tienen por delante el reto de conceptualizar a través de análisis rigurosos la noción de inteligencia y su aplicación a los destinos turísticos en las zonas rurales, pero comenzando desde la formación y capacitación.

Presentación resumida del proyecto y primeros resultados.

Hay que significar que el turismo rural inteligente es la base del proyecto SMARTRURAL. Un programa - ERASMUS +, entendido como una acción clave de cooperación para la innovación y el intercambio de buenas prácticas, y enmarcada en una alianza estratègica en la educación superior. El proyecto se inicio en octubre de 2019 y llegará hasta agosto de 2021. Lo conforman siete socios, liderados por Eskisher Osmangazi University, Faculty of Tourism (Turkey). El resto de socios son:

1. VDU Faculty of Bioeconomics Development (Lithuania)
2. University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
3. Liubliana University (Slovenia)
4. Departemant of Humain Geography of Alicante University (Spain)
5. Unipegaso University (Italy)
6. University of Economics (Czech Republic)

A través de un análisis en profundidad de los programas existentes de capacitación en turismo rural inteligente en la UE y más allá, nuestro proyecto identifica las brechas existentes y las mejores prácticas en los países de la UE, desarrollando un nuevo programa de desarrollo turístico rural inteligente para estudiantes, graduados, emprendedores y autoridades locales, así como comunidades de turismo rural. Está previsto probar el programa de capacitación en cada país y confiar en las aportaciones de los participantes. Estos serán estudiantes, que testarán el programa formativo, siendo 30 alumnos de cada uno de los siete paises socios. Además, también será testado por *stakeholders* que las comunidades rurales. La intención es mejorar y ajustar, lo mejor posible, un curso en línea abierto (MOOC). El objectivo es proponer una herramienta útil para analizar, formar, comunicar y optimizar los espacios rurales, con una serie de paquetes de trabajo distribuido entre los diferentes socios (Tabla 1).

PAQUETE DE TRABAJO (WP)	***UNIVERSIDAD RESPONSABLE***	
Gestión de proyectos	*U. Eskisher, Osmangazi. Turquía*	WP1
Estado actual del arte y análisis de necesidades	*VDU, Lituania*	WP2
Desarrollo del programa de desarrollo de turismo rural	*U. Liubliana. Eslovenia*	WP3
Prueba del programa formativo de turismo rural inteligente	*U Alicante. España*	WP4
Versión final del programa formativo de turismo rural	*UNIPEGASO, Italia*	WP5
Transferencia de soluciones e ideas inteligentes a los Stakeholders	*Universidad de Economía, República Checa*	WP6
Garantía y evaluación de calidad	*Universidad de Warmia y Mazury en Olsztyn, Polonia*	WP7
Difusión y explotación de resultados	*Universidad Eskisher Osmangazi, Turquía*	WP8

Tabla 1. Paquete de Trabajo y socios responsables en el proyecto SMARTRURAL
Table 1. *Work Package (WP) and responsible partners in the SMARTRURAL project*

Los elementos innovadores que aporta son:
• No existe un programa de desarrollo de turismo rural inteligente similar a nivel de la UE.
• Se està contando con la participación de estudiantes (de grado de turismo), académicos, profesionales del turismo rural e instituciones, para la creación conjunta del contenido del curso.
• Se está enriqueciendo el contenido de la capacitación, con las habilidades necesarias para su desarrollo. Es decir, conocimientos aplicados sobre turismo rural, sostenibilidad, TICs, participación ciudadana e iniciativas públicas y privadas (co-creación).
• Utilización de las mejores prácticas, evaluando sus fortalezas y debilitades, al objeto de proponer un programa de formación de alta calidad.
• Aplicación de nuevos enfoques de enseñanza. Es decir, discusión y análisis de estudios de casos reales de varios destinos de turismo rural; tutorías personalizadas, visitas a destinos de turismo rural conocidos, ponentes invitados, gamificación, *storytelling* y *design thinking*). También se contará con herramientas pedagógicas (infografías, videos educativos y demás material de apoyo) .
• Utilizar los medios de comunicación para captar la atención, crear conciencia y desarrollar percepciones más positivas, y sostenibles del turismo rural, en las mentes de los jóvenes (estudiantes).

ETAPA Y ACTIVIDAD	***PRODUCTOS INTELECTUALES***
Etapa 1. *Evaluación de la documentación científica existente. Revisión bibliográfica y documental. Reuniones trasnacionales. Cronograma de trabajo*	Análisis dafo e identificación de buenas prácticas en TRI. Discusión de metodologia común a aplicar en el MOOC. Reparto de asignaturas por partners
Etapa 2. *Desarrollo de contenidos de las assignatures. Plan de estudiós, guías y recursos didácticos. Capacitación de los formadores*	Validación de la guia docente de cada una de los siete módulos, con una duración de 4 horas cada uno y 16 tutoriales. 30 horas en total. Realización del curso de "Formador de formadores" para los *partners* del proyecto. Desarrollo del plan de comunicación del proyecto (WEB y *RR.SS*)[2]
Etapa 3. *Identificación de los grupos de interés para la formación Stakeholders. Testar el programa formativo e implementar mejoras*	Testar el programa formativo en cada uno de los siete paises. 30 alumnos por *partners* (Universidades, gestores, profesionales, emprendedores). Garantías y evaluación de calidad.
Etapa 4. *Lanzamiento e implementación del MOOC.*	Ultimar los procedimientos técnicos, establecer las guías de uso, habilitar la plataforma de soporte. Evaluar resultados de la primera edición y comprobar sus sinergias territoriales.

Tabla 2. Etapas de implentación del programa formativo y productos intelectuales.
Table 2. *Stages of implementation of the training program and intellectual products.*

[2] https://www.facebook.com/smart.rural.37

Los principales grupos destinatarios de este programa formativo serán:

• Estudiantes y profesores.

• Empresarios de turismo rural.

• Autoridades locales, comunidades rurales y *stakeholders* relacionados con el turismo rural.

El desarrollo del proyecto SMARTRURAL se divide en cuatro etapas, con sus correspondientes "productos intelectuales" (Tabla 2).

Los módulos, que conforman las asignaturas (30 horas), son las siguientes:

1) *Turismo rural inteligente*: introducción sobre el concepto de turismo rural inteligente, identificación de problemas relacionados con la comunidad/aldea de turismo rural (Lituania).

2) *Diseño y co-creación de experiencias de turismo rural inteligente* (La importancia de los recursos territoriales y de la comunidad local en el mundo rural. Diagnósticos e instrumentos para "co-crear" entre las iniciativas públicas y privadas. Experiencias y estudios de caso. (España).

3) *Modelos y teorías de la gamificación* / TIC e Internet de las cosas en el turismo rural (Sostenibilidad, Eslovenia)

4) *Turismo rural sostenible* (República Checa)

5) *Turismo rural accesible* (Turquía)

6) *Desarrollo inteligente del patrimonio en destinos rurales* (Patrimonio; Polonia)

6) *Generar y desarrollar ideas inteligentes para destinos de turismo rural* (Creatividad, Polonia)

7) *Modelos / escenarios / estrategias comerciales inteligentes de turismo rural* (espíritu emprendendor y empresarial; Italia)

Se han realizado la producción de 16 tutoriales, de hasta 15 minutos, que serán en inglés, para cada uno de los siete módulos, con materiales (vídeos, y lecturas complementarias). Cada módulo durará 4 horas. Sumando un toral de 30 horas (2 horas finales para evaluación). El curso será certificado por las Universidades participantes.

Discusión y conclusiones

Ya podemos avanzar algunos logros y conclusiones, a pesar de que el proyecto no ha terminado. Los diversos perfiles de las universidades participantes, han hecho que las temáticas de los módulos tratados, tengan un sesgo más tecnológico y empresarial, que socioterritorial. De ahí que nuestra aportación como universidad se haya centrado en superar la perspectiva "urbanocentrica" de algunas de las propuestas, y contemplemos al medio rural desde un enfoque holístico, necesitado no sólo de inversiones y subvenciones finalistas, con un marcado carácter asistencialista. Superando la percepción de que el territorio sólo se limite a acoger actividades e infraestructuras de base tecnológica (*smart*). Eso quizás requiera de planes y acciones estratégicas competitivas, pedagógicas y territoriales, lideradas por las administraciones (gobernanza), pero acompañados por el resto de *stakeholders* de las áreas rurales. De ahí que la propuesta de módulo, realizada desde la Universidad de Alicante, y atendiendo a nuestro perfil de geógrafos, haya contemplado la innovación, desde una perspectiva social y territorial, con un enfoque integrado, donde es necesario la concertación entre entidades públicas y privadas

(cooperativas, agroturismo, etc.). También poniendo en valor lo hecho y conocido por entidades de nuestro país en materia de turismo rural e innovación. Así, destacan como estudios de caso propuestos, entre otros, la Fundación Cesar Manrique de Lanzarote, INVAT.TUR (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas) de la Generalitat Valenciana, SEGITTUR, (Sociedad Estatal Española, dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turística) y la cooperativa agroecológica alicantina La CAMPEROLA [3], que ha sido elegida por la Red Rural Nacional del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para ser incluida como buena práctica de emprendimiento en el medio rural.

Así, en un contexto rural, un destino turístico se puede convertir en inteligente cuando hace uso de infraestructuras tecnológicas (conectividad a través de las 5G) con el fin de mejorar la experiencia del turista y fortalecer el proceso de toma de decisions. Aunque sin descuidar aspectos vinculados a la sostenibilidad, empoderamiento de la población local, diversificación económica de las áreas rurales, calidad de vida y mejora de servicios de todo tipo. Eso es lo que estamos trabajando desde nuestra perspectiva de geógrafos en las diferentes reuniones mantenidas para validar propuestas y acciones formativas.

Es un aprendizaje compartido y en comunidad, que forma parte de un proceso, que vamos a medir cuando lo apliquemos. Y fundamentalmente, de un intento de poner en común herramientas y conocimientos en relación a la formación en turismo rural inteligente. Y todo ello, en un contexto europeo, que además introduce la *investigación-acción-participativa* (IAP), para seguir avanzando en un campo donde los conceptos deben nutrirse de experiencias y necesidades, y en el que el enfoque territorial e integrado, es realmente importante para alcanzar resultados óptimos y útiles para las comunidades rurales.

Bibliografía.

Ballina, F.J. 2019. Smart tourism destination, experiencia phygital y turismo rural. *International Journal of Information Systems and Tourism*, 4 (1), 41-52.

Ballina, F.J. *et al*. 2019. Tourism Destination: Urban *versus* Rural Technological Behaviours. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 3 (2), 16-37.

Beltrán, G. 2018. *Turismo rural online. Páginas web y redes sociales*, UOC, Barcelona, 168 pp.

Buhalis, D. y Amaranggana, A. 2013. Smart Tourism Destinations. En: Xiang, Z. y Tussyadiah, I. (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer International, Dublín, 553-564.

Coma, J. *et al*. 2016. La incidencia de las TIC en destinos turísticos de la montaña española. Un análisis de casos. *Ara*, 6 (2), 75-86.

Choi, S. *et al.* 2007. Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel-related websites, *Tourism Management*, 28,118-129.

Desdemoustier, J. *et al*. 2019. Municipalities' understanding of the Smart City concept: An exploratory analysis in Belgium. *Technological Forecasting & Social Change*, 142, 129-141.

Fennell, S. *et al*. 2018. Examining linkages between Smart Villages and Smart Cities: Learning from rural youth accessing the internet in India. *Telecommunications Policy*, 42, 810-823.

[3] http://www.lacamperola.org/

Gallardo, R. 2016. *Responsive Countryside: The Digital Age and Rural Communities*. University Extension Center for Technology Outreach, Mississippi State. 174 pp.

Girardot, J. 2010. Inteligencia territorial y transición socio-ecológica. *Trabajo: Revista de Relaciones Laborales y Ciencias del Trabajo*, 23, 15-39.

Holmes, J. 2017. *The smart villages Initiative: Findings 2014-2017*. CMEDT-Smart Villages Initiative, Cambridge. 134 pp.

Hortelano, L.A. 2019. El turismo rural como estratègia de la lucha contra la despoblación del interior de España. En: García-Moreno, F. (dir.), *La despoblación del mundo rural*. Thomson Reuters Aranzadi, Navarra, 503-533.

Ivars, J.A. *et al*. 2016. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 (2), 327-346.

Kim, H.K. y Oh, S.J. 2009. A Q methodological approach to tourism motivation and preference typology, *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21, (2), 69-88.

Luque, A.M. *et al*. 2015. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas, 10*, 1-25.

Martínez-Puche, A. 2019. Territorios inteligenes y desarrollo local. Del concepto al precepto. En: Cantó, T. (Dir.), *Los territorios rurales inteligentes: administración e integración social*. Thomson Reuters Aranzadi, Navarra 21-56.

Martini, U. *et al*. 2017. Community participation natural resource management and the creation of innovative tourism products: evidence from Italian networks of reserves in the Alps. *Sustainability*, 9 (12), 1-16.

Merrill, M.D. 2013. *First principles of instruction: Identifying and designing effective, efficient and engaging instruction*, Wiley, San Francisco, 479 p.

Meyn, M. 2017. *Digitalization: Status Quo and Future Trends – A New Impact on Life in Rural Areas?* Artículo ocasional. American Council on Germany, Nueva York, 17 pp.

Naldi, L. *et al*. 2015. What is smart rural development? *Journal of Rural Studies*, 40, 90-101.

Polo, A.I. y Frías, D.M. 2010. The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *The International Journal of Tourism Research*, 12 (1), 34-48.

Romão, J. y Neuts, B. 2017. Territorial capital, smart tourism specialization and sustainable regional development: Experiences from Europe. Habitat International, 68, 64-74.

San Martín, H. y Herrero, A. 2012. Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. Tourism Management, 33, pp. 341-350.

Santamaría, B. y Del Mármol, C. 2017. Ciudades creativas y pueblos con encanto: los nuevos procesos patrimoniales del siglo XXI. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LXXII (2), 359-377.

Shaifee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A. y Jahanyan, S. 2019. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300.

Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B. y García-Adán, I. 2020. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination, reality or territorial marketing? *Journal of Innovation & Knowledge*, 5, 96-104.

La reestructuración de la ciudad turística de sol y playa

Macià BLÁZQUEZ-SALOM, Ismael YRIGOY e Ivan MURRAY

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Blázquez-Salom, M., Yrigoy, I. y Murray, I. 2020. El devenir de la ciudad turística de sol y playa. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism* vs *undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 369-378. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La ciudad turística de sol y playa tiene su auge en la plétora del turismo de masas fordista. Las sucesivas crisis económicas han forjado su transformación, exprimiendo la rentabilidad financiera de sus activos inmobiliarios. Sin dejar de ser espacios de producción para la prestación de servicios, el valor de su entorno construido y su renta de situación atrae inversión y nuevas funciones que se reflejan en el planeamiento urbanístico y turístico. Su transformación durante la contrareforma neoliberal, la crisis sistémica de 2008 y la pandemia de la COVID-19 marcan su devenir y los retos de su futuro.
Palabras clave: *ciudad turística, urbanismo, planificación territorial, crisis, Spain.*

THE BECOMING OF THE TOURIST CITY OF SUN AND BEACH. The tourist city of sun and beach has its boom in the plethora of Fordist mass tourism. Successive economic crises have forged its transformation, squeezing the financial profitability of its real estate assets. Without ceasing to be production spaces for the provision of services, the value of its built environment and its rental profitability attracts investment and new functions that are reflected in urban and tourist planning. Its transformation during the neoliberal counter-reform, the 2008 systemic crisis and the COVID-19 pandemic leaves its historical patth and marks the challenges of its future evolution.
Key words: *tourist city, urbanism, territorial planning, crisis, Spain.*

Macià BLÁQUEZ-SALOM e Ivan MURRAY, Departament de Geografia, Universitat de les Illes Balears, Ctra. de Valldemossa, km. 7,5. 07122 Palma (Mallorca). Ismael YRIGOY, Departamento de Geografía, Universidad de Santiago de Compostela, Facultade de Xeografía e Historia - Praza da Universidade, nº 1. 15782 Santiago de Compostela.

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020

Introducción

La industria turística de masas tiene uno de sus mayores exponentes en la modalidad de sol y playa. Su desarrollo va asociado a la urbanización monofuncional de nuevas ciudades turísticas, cuya renta de situación, accesibilidad y dinamismo las somete a grandes transformaciones funcionales, compra-ventas inmobiliarias y tensiones socio-ambientales. El propósito de esta contribución es explicar su origen y su relación con otros espacios urbanos semejantes, para a continuación periodizar los procesos de cambio que experimentan en relación con los ciclos económicos –alternando estadios de crisis, recuperación, reestructuración y madurez–, y finalmente, relacionar la evolución de estos

espacios con la evolución de las exigencias de la regulación, los beneficios empresariales y las condiciones laborales, a modo de retos de una agenda de investigación futura.

La ciudad turística, el resort y la ciudad tradicional y multifuncional

La ciudad turística de sol y playa se define como la urbanización diseñada para el consumo turístico (Blanco-Romero *et al.,* en prensa). Esta especialización funcional hace de las ciudades turísticas una de las principales manifestaciones territoriales de la actividad turística (Vera *et al.,* 2011). Dicha ciudad está descontextualizada del territorio y de la sociedad circundante, tal como también sucede en otras tipologías de urbanización turística monofuncional. La producción de la ciudad turística de sol y playa se puede conceptualizar como un claro ejemplo de "solución espacial", caracterizado por la fijación de capital en el entorno construido de matríz turística (Yrigoy, 2014). La ocupación de la ciudad turística, por su vinculación al flujo turístico, es profundamente estacional. Si por algún motivo el flujo turístico se interrumpe, ya sea durante la temporada baja o por catástrofe como la ocurrida con la COVID-19, estos espacios se convierten en ciudades fantasma. A grandes rasgos, la construcción y planificación de estos espacios integran las funciones de alojamiento y diversión, mientras que todas aquellas transformaciones espaciales asociadas a la ciudad turística (p.e. barrios de viviendas de los obreros turísticos) son considerados como "externalidades espaciales" de la ciudad turística (Bojórquez Luque, 2014). Es por ello que la ciudad turística de sol y playa, en muchas ocasiones, resulta un exponente radical de la ciudad dual (González-Pérez *et al.,* 2016).

En todo caso, a pesar de que la ciudad turística tiene múltiples morfologías, tiende a ser monofuncional (almenos en su concepción primigénea) y a ser definida como *resort* (Liu y Wall, 2009). Así, bajo la noción de resort se puede designar un centro integralmente planeado, como Cancún o los Club Med del Mediterráneo Francés, un complejo hotelero o una ciudad de vacaciones (Liu y Wall, 2009). En el caso de los resorts con oferta hotelera del tipo "todo incluido", principalmente en el Sur Global, la oferta turístico-residencial està encerrada en exclusivas urbanizaciones (Blázquez-Salom *et al.,* 2011). El diseño de estos resorts produce espacios orientados a la captura completa de los ingresos turísticos. La política de seguridad de estos resorts es clave cuando se emplazan en contextos geográficos empobrecidos y supuestamente peligrosos (Cordero Travieso, 2017). En estos entornos, los enclaves turísticos son islotes de consumo alejados de los estándares de la población local, e incluso de la propia cotidianedad de los turistas. Su desarrollo suele depender de corporaciones transnacionales que captan la mayor parte de los beneficios generados, repercutiendo escasamente en las sociedades anfitrionas. Las cadenas hoteleras, aerolíneas y operadores turísticos internacionales desarrollan su marca, o "know how" competitivo, en atraer la demanda turística a estos enclaves. Además, tanto la construcción como el funcionamiento de estos resorts suelen implicar conflictos socioespaciales relacionados con la desposesión de suelo y los recursos naturales, así como dinámicas de desplazamiento de las comunidades locales (Blázquez-Salom *et al.,* 2011).

Por contraposición a la ciudad turística, la ciudad tradicionalmente residencial es por definición multifuncional, acogiendo una mayor variedad de usos preexistentes y persistentes (residenciales, comerciales, administrativos, industriales, etc.). La mayor heterogeneidad, complejidad organizativa e interacción social de la ciudad la diferencia de

la turística monofuncional. Sin embargo, con la llamada contrarevolución neoliberal, ambos modelos de ciudad se han ido aproximando debido, por un lado, a la creciente funcionalización turística de las ciudades; y, por otro, a la crisis y reestructuración funcional de ciudades turísticas (Judd y Fanstein, 1999).

Origen histórico de la ciudad sol y playa

Los ciclos económicos y los regímenes de acumulación del capital marcan el ritmo de la producción, destrucción y reestructuración del espacio turístico. El desarrollo de ciudades turísticas de sol y playa funciona como la solución a las contradicciones internas del capitalismo mediante la vinculación del entorno construido y el turismo y su expansión geográfica (Murray *et al.*, 2017).

La urbanización turística de espacios litorales tiene su inmediato antecedente en el desarrollo de la balneoterapia a partir del siglo XVIII (Artigues, 2001). Los primeros resorts aparecieron entorno al canal de la Mancha, en Francia, Inglaterra, Bélgica y Holanda a finales del siglo XVIII (Agarwal y Shaw, 2007). En el siglo XIX, los resorts costeros ya se estaban expandiendo a las costas alemana y escandinava, la costa dorada de Florida, el Mediodía francés, la costa cantábrica española, Queensland en Australia, la región del Cabo de Sudáfrica, hasta Latinoamérica y el Caribe.

A principios del siglo XX, el planeamiento urbano asumió el diseño de la ciudad turística, entendido como un conjunto de directrices de ordenación espacial que regulaban el espacio público y privado (Dodson y Gleeson, 1999). Las propuestas de ciudad jardín de Ebenezer Howard y otras similares se aplicaron en las urbanizaciones costeras de principios de siglo. Dicho modelo de urbanización turística se siguió usando para el denominado turismo residencial (Hiernaux-Nicolás, 2005; Terán y Mantecón, 2008). Con la intensificación de la producción y consumo turístico tras la recuperación postbélica, proliferaron unas ciudades turísticas de sol y playa que siguieron los preceptos corbuserianos de monofuncionalidad y compacidad urbana y que formaron las llamadas "periferias de placer" (Turner y Ash, 1991). Su creación y rápida expansión obedece a las lógicas espaciales del capitalismo global, siendo una expresión del desarrollo geográfico desigual (Smith, 2010 [1984]). El planeamiento de estos espacios tendió a centrarse en los espacios de producción turística (hoteles, apartamentos…), obviando a menudo los ámbitos destinados a acomodar a la fuerza de trabajo. Estos planes dieron lugar a recintos aislados, que a menudo carecen de relación con su entorno, excepto por su acceso viario. Este diseño abunda en la zonificación funcional de la urbanización turística respecto de su entorno y contribuye a su privacidad. Un buen ejemplo de esta ordenación lo tenemos en la España franquista, con los Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional, derivados de la Ley 197/1963, por la que el Ministerio de Turismo se arrogó competencias de planificación territorial turística.

Reestructuración de la ciudad sol y playa

La evolución de los destinos turísticos, una vez han experimentado una primera fase expansiva, se puede definir por una sucesión de estadios cíclicos: A) crisis con declive y deterioro socioeconómico y urbanístico, tal cual ocurre con la actividad extractiva y los yacimientos mineros; B) recuperación; C) reestructuración; y D) madurez. Los modelos

clásicos de ciclo de vida de los destinos turísticos (*Tourism Area Life Cycle*) abogan por su rejuvenecimiento mediante la reactivación del crecimiento. Mientras que otros modelos persiguen optimizar los beneficios, p.e. alargando la duración de las estancias (Gössling *et al.*, 2016), la resiliciencia socio-territorial fortaleciendo los clústeres locales en ciclos adaptativos (Blanco-Romero y Blázquez-Salom, en prensa), la contención del crecimiento, la reconversión o la adopción de medidas de sostenibilidad, reestructuración, generación de proximidad o decrecimiento turístico (Vera y Rodríguez-Sánchez, 2012).

El modelo de la Fig. 1 identifica la evolución de tres principales variables a lo largo de los cuatro estadios antes mencionados, que se alternan en un bucle para caracterizar su reestructuración: a) las exigencias de la regulación que establecen las administraciones públicas (desarrolladas en la tabla 1); b) la creación y calidad del empleo; y c) la realización de beneficios empresariales, que pueden derivarse de actividades productivas, especulativas o rendistas.

A continuación, analizaremos estas reestructuraciones del modelo de ciudad turística de sol y playa ligadas a las crisis del fordismo, en los años 1970 y de la crisis financiera global, a partir de 2008.

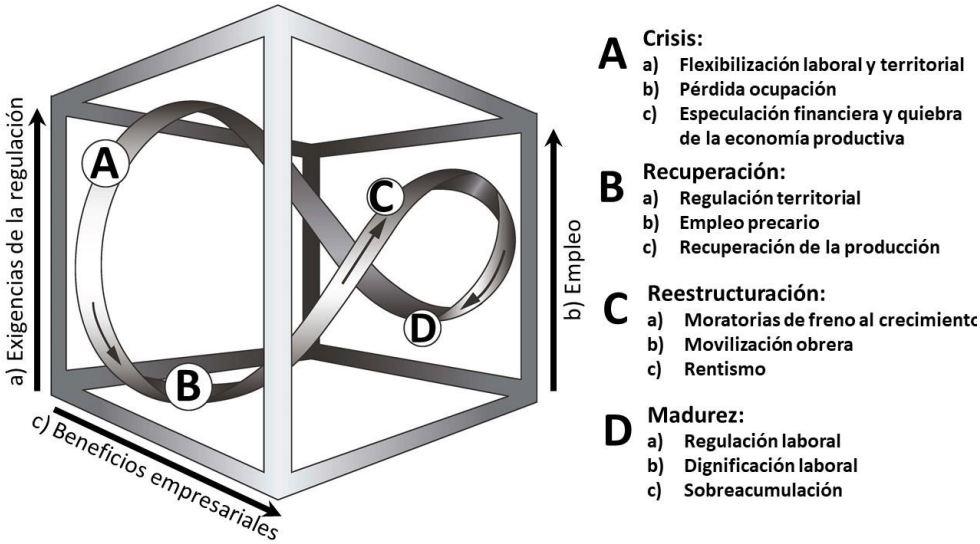


Fig. 1. Modelo evolutivo de la reestructuración de la ciudad turística de sol y playa.
Fig. 1. *Evolutionary model of the restructuring of the tourist city of sun and beach.*

La larga crisis de la ciudad turística monofuncional y su planeamiento

La crisis del fordismo, a inicios de la década de los 1970, supuso el freno de en las ciudades turísticas de sol y playa, que entrarían a partir de ese momento en una fase de continua reestructuración. Las nuevas dinámicas de acumulación y modos de regulación tras la crisis de 1973 se conocerán como "neofordismo", caracterizado por el deterioro de las condiciones laborales, el retroceso del estado del bienestar, la crisis de la producción turística fordista en ámbitos occidentales y la diversificación de productos turísticos,

además de la expansión global de nuevas ciudades turísticas hacia el sur global (Gottried, 1995; Debbage e Ioannides, 1998).

<table>
<tr><td>Décadas</td><td>1920</td><td colspan="2">1950 1970</td><td>1990</td><td>2010</td></tr>
<tr><td>Marco regulatorio y su expresión territorial en la ciudad de sol y playa</td><td>Proyectos arquitectónicos siguiendo criterios de la Ciudad-jardín</td><td colspan="2">Fordismo. Incorporación de un mayor número de espacios al turismo de masas siguiendo criterios del zoning</td><td>Crisis de la Ciudad turística fordista. Embellecimiento y reestructuración de espacios turísticos maduros</td><td>Partenariados público-privados y creación de consorcios
Planificación privada</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Figuras de planificación territorial y turística de la ciudad de sol y playa</td><td colspan="5">Ciudades jardín y ciudades balneario</td></tr>
<tr><td colspan="4">Planes Generales de Ordenación Urbana y Planes Parciales</td></tr>
<tr><td colspan="4">Planes Especiales de Ordenación</td></tr>
<tr><td colspan="3">Planes de Excelencia Turística</td></tr>
<tr><td colspan="2">Planes Estratégicos, Urbanísticos y Turísticos</td></tr>
<tr><td>Proyectos de Reconversión de iniciativa privada</td></tr>
</table>

Tabla 1. Regulación territorial y turística de las ciudades turísticas de sol y playa en España. Fuente: elaboración propia a partir de Blázquez e Yrigoy (2017).
Table 1. *Territorial and tourist regulation of the sun and beach tourist cities in Spain. Source: own elaboration from Blázquez and Yrigoy (2017).*

En el contexto occidental, la crisis estructural de la ciudad turística, en buena medida ya amortizada, se aborda desde el planeamiento mediante operaciones de renovación, reestructuración y reconversión (Vera y Rodríguez, 2012), que aporten una nueva rentabilidad. Se desplegarán, entre otros instrumentos, los planes de reforma interior que se utilizan con este propósito tanto en la ciudad turística, como en la multifuncional, interviniendo en las tramas urbanas históricas de los cascos antiguos.

En esta etapa, los movimientos sociales comenzaron a denunciar los costes socioecológicos del turismo en los destinos mediterráneos, por la sustitución de actividades económicas y usos de la tierra no turísticos, particularmente en áreas naturales y por la sobrecarga de la presión sobre los recursos naturales. La creación de un mayor consenso social a favor de la conservación del entorno questionó los excesos del desarrollismo turístico. El freno al crecimiento apoyó la protección de las áreas naturales, el establecimiento de límites de densidad para áreas urbanas turísticas y la aplicación de moratorias que paralizaron la concesión de nuevas licencias. Paradójicamente, esas demandas sociales para luchar contra los excesos del turismo masivo, funcionaron de soporte para desarrollar modelos de turismo residencial, y esa protección sirvió para ampliar las rentas monopólisticas del capital turístico e inmobiliario (Terán y Mantecón, 2008). Paralelamente, en el sur global, las grandes corporaciones multinacionales exportaron el modelo fordista de explotación intensiva y desarrollo urbanístico de nuevas ciudades de sol y playa a los destinos emergentes del Caribe, Centro y Sur América (Buades, 2014 [2006]).

El planeamiento neoliberal de la ciudad turística neofordista en España

En palabras de Venancio Bote y Manuel Marchena (1996, pág. 309) el periodo 1982-1989 se rigió por la máxima de que "la mejor política turística es la que no existe". Se trataba de apoyar el relanzamiento neofordista mediante una regulación territorial que promoviese el libre mercado y la competitividad interterritorial. En el caso de España, este planeamiento neoliberal incluyó fuertes inversiones públicas mediante la implantación de Planes de Excelencia Turística, focalizados en el embellecimiento turístico (González, 2010). También se adoptó la figura de los partenariados público-privados para dar respuesta al declive de las ciudades turísticas de sol y playa fordistas (Beas Secall, 2012). Hacia finales de los 1990, la irrupción de la retórica de la sostenibilidad en el planeamiento de la ciudad turística se articuló mediante Agendas 21 Locales (Obiol Menero y Canós Beltrán, 2001; Prats, 2014), acogiéndose al modelo neoliberal de la relativización vertical del estado mediante la subsidiariedad y la gobernanza.

Posteriormente, La burbuja inmobiliaria de la "fiesta del ladrillo" (1995-2008) se concretó en una nueva expansión urbana en todo el país y también en las ciudades turísticas, añadido al aumento de la capacidad de los megaproyectos urbanos y de las infraestructuras, de transporte alimentadas por la liberalización aérea y la expansión de las aerolíneas de bajo coste (Murray, 2015). Ese contexto de expansión territorial acelerada alimentó numerosos casos de corrupción político-empresarial basados en el incumplimiento de la planificación territorial vigente (Jerez *et al.*, 2012).

La regulación urbanística de las ciudades turísticas apoyó los intereses de los tenedores de autorizaciones de explotación y de la propiedad del entorno construido, mediante la aplicación de cuotas de crecimiento de la capacidad de alojamiento, con las denominadas "moratorias", por ejemplo, en Baleares y Canarias (Murray, 2015). Las moratorias, acompañadas de otras herramientas como planes de reconversión, persiguen incrementar la rentabilidad de la oferta a través de la reconversión urbana y reducir su competencia (Simancas, 2015). Este tipo de moratoria se ha puesto en práctica, por ejemplo, premiando la baja de establecimientos, dándoles una segunda amortización mediante un "banco" público de compra-venta de plazas en las Islas Baleares (Rullan, 1999). Estas amortizaciones de establecimientos dió lugar al derribo de hoteles para la obertura de Espacios Libres Púbicos o a su traslado de primera línea, en operaciones denominadas de "esponjamiento" (Yrigoy *et al.*, 2013). Visto en perspectiva, estas moratorias han reconducido, pero no frenado, el crecimiento urbanístico y responden a estrategias de control del capital local (Rodríguez y Santana, 2012; Bianchi, 2004).

Nuevos escenarios en la ciudad turística: De la crisis finciera global de 2008 a la de la COVID-19 del 2020

El impacto de la crisis financiera global de 2008 en España se caracterizó, entre otros aspectos, por una fuerte desaceleración de la burbuja inmobiliaria y una devaluación de la fuerza de trabajo (López y Rodríguez, 2010). Pero la recuperación, tras el impacto de las Primaveras Árabes, alimentó una burbuja turística y financiera, atrayendo numerosas inversiones hacia el entorno construido, estimuladas por la exención del cumplimiento de parámetros urbanísticos y turísticos, en el contexto del shock de la crisis. El planeamiento neoliberal se apoya inicialmente en fórmulas de gobernanza y partenariado publico-privado para promover la reestructuración de la ciudad turística de sol y playa (Yrigoy *et al.*, 2013). En

una segunda etapa, el poder público sobre el territorio está siendo progresivamente sustituido por planificación territorial gestionada por agentes privados (Blázquez *et al.*, 2015). Además, se desregulan las medidas de contención del crecimiento. La planificación territorial turística privada supone la relativización del papel de las administraciones públicas, el estado, a manos de la influencia normativa de agentes económicos interesados en maximizar sus plusvalías (Blázquez *et al.*, 2015).

La recuperación de la crisis sistémica del 2008 se ha visto frenada por la pandemia de la COVID-19, haciendo que la burbuja turística que daba lugar a situaciones de saturación turística (*overtourism*) se haya visto revertida en el espacio y el tiempo al subturismo (*undertourism*), especialmente en la ciudad turística de sol y playa. Esta crisis repercute en la flexibilización de la regulación, la quiebra de la economía productiva, pero con el desembarco de las operaciones especulativas y la destrucción de empleo. El planeamiento lo refleja, ampliando la exoneración normativa y permitiendo, por ejemplo, en el caso balear, la ampliación de hoteles en un 15% de su volumen (Adrover, 16/05/2020).

Retos y agenda de investigación futura en la ciudad turística de sol y playa

Ante la incertidumbre que se cierne sobre las ciudades turísticas de sol y playa derivada de la crisis del COVID-19, proponemos abordar los retos antes esbozados en una futura agenda de investigación, contrastando la aplicabilidad del modelo evolutivo planteado en la Fig. 1.

El entorno construido de la ciudad turística de sol y playa mantiene su atractivo por su emplazamiento privilegiado, atrayendo intereses financieros. Una vez amortizado su valor de uso, se profundiza su entrada en el circuito secundario de acumulación, extrayendo plusvalías financieras del patrimonio inmobiliario; por ejemplo, promoviendo la conversión de hoteles a condoteles, viviendas, centros comerciales o salas de fiestas. Tal como ha ocurrido recientemente con la crisis de 2008, es muy factible que fondos de inversión adquieran inmuebles hoteleros. Como se ha visto en el caso balear, es altamente probable que el planeamiento territorial de la ciudad turísica se flexibilice con el fin de atraer inversiones y dinaminizar financieramente el sector inmobiliario.

En todo caso, se ha demostrado que los mecanismos de flexibilidad y austeridad aplicados en la crisis de 2008 agravan la desigualdad y la vulnerabilidad social, especialmente en las regiones de Europa con una mayor intensidad y especialización turística (Martínez-Caldentey y Murray, 2019). La devaluación interna de la mano de obra, con la precaridad del empleo, ha sido la clave en la producción y renovación de ciudades turísticas de sol y playa (Cañada, 2019). Estos ámbitos han sido calificados como la "zona cero" de la crisis, por el colapso social derivado de pérdida de función turística de masas.

Por último, las crisis económica, social o sanitaria va de la mano de una profunda crisis ambiental en curso. El litoral es un entorno frágil y sometido a una fuerte presión demográfica y de extracción de recursos, en el que la subida del nivel del mar, provocada por el calentamiento global, amenaza a la urbanización turística litoral (Jones y Philips, 2011). El Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas (Church *et al*., 2013) estima incrementos de 16 mm anuales que podrían hacer subir un metro el nivel medio del mar a finales del siglo XXI.

Agradecimientos

Esta investigación contribuye al proyecto "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I + D + I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Referencias bibliográficas

Adrover, S (16/05/2020). Los hoteles podrán aumentar la capacidad de sus habitaciones. *Diario de Mallora*. Disponible en: https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2020/05/16/hoteles-podran-aumentar-capacidad-habitaciones/1509596.html [Último acceso 3/7/2020]

Agarwal, S; Shaw, G 2007. *Managing Coastal Tourism Resorts. A Global Perspective*. Channel View Publications, Clevendon Hall-Tonawanda-North York.

Agudo, J. e Iglesias, F. 2007. *Urbanismo y democracia. Alternativas para evitar la corrupción*. Fundación Alternativas, Madrid.

Artigues, A.A. 2001. Turismo de espacios turísticos y litorales. *In:* Barrado, D.A. y Calabuig J. (eds). *Geografía Mundial del Turismo.* Ed Síntesis, Madrid, 92-122.

Artigues, A.A. y Blázquez, M. 2012. ¿Reconversión o desregulación? análisis de planes de reconversión turístico-inmobiliaria de la playa de Palma (Mallorca). *Cuadernos de Turismo*, 29: 11-34.

Beas Secall, L. 2012. Los Planes de Excelencia Turística en España (1992-2006). Una apuesta por la revitalización de los destinos. Revisión de su implantación e impactos. *Scripta Nova*, XVI (411).

Bianchi, R. V. 2004. Tourism restructuring and the politics of sustainability: a critical view from the European periphery (the Canary Islands). *Journal of Sustainable Tourism*, 12 (6), 495-529.

Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. (en prensa). Inland territorial and tourism resilience in a polarized world. *In:* Bevilacqua, C.; Calabrò, F.; Della Spina, L. (Eds). *New Metropolitan Perspectives - Knowledge Dynamics, Innovation-driven Policies Towards the Territories' Attractiveness Volume 2*. Springer, Ginebra.

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., De la Calle, M., García, M., Fernández-Tabales, A., Lois, R. C., Mínguez, M.C., Navalón, R., Navarro, E. y Trotiño, L. (en prensa). *Diccionario de turismo*. Cátedra, Madrid.

Blázquez-Salom, M., Cañada, E. y Murray, I. 2011. Búnker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en El Caribe y Centroamérica. *Scripta Nova* 15. https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/3390

Blázquez, M., Artigues, A.A. e Yrigoy, I. 2015. Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares. *Investigaciones turísticas*, 9: 24-49.

Bojórquez Luque, J. 2014. Evolución y planeación urbana en la ciudad turística de Cabo San Lucas, Baja California Sur (México). *Pasos,* 12 (2): 341-356.

Bote, V. y Marchena, M. 1996. Política turística. *In:* Pedreño, A (dir). *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Civitas, Madrid.

Buades, J. 2014 [2006]. *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Alba Sud, Barcelona.

Church, J.A.; Clark, P.U.; Cazenave, A.; Gregory, J.M.; Jevrejeva, S.; Levermann, A.; Merrifield, M.A.; Milne, G.A.; Nerem, R.S.; Nunn, P.D.; Payne, A.J.; Pfeffer, W.T.; Stammer, D.; Unnikrishnan, A.S. 2013. Sea Level Change. *In:* Stocker, T.F.; Qin, D.; Plattner, G.-K.; Tignor, M.; Allen, S.K.; Boschung, J.; Nauels, A.; Xia, Y.; Bex, V.; Midgley, P.M. (eds.) *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment*

Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge, United Kingdom y New York, NY, USA: Cambridge University Press. Disponible online: www.climatechange2013.org (consultado el 24/10/2015).

Debbage, K. G. y Ioannides, D. 1998. Neo-Fordism and flexible specialization in the travel industry. En *The Economic Geography of the Tourist Industry*. Routledge, Londres, 115-138.

Liu, J., & Wall, G. 2009. Resort morphology research: History and future perspectives. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *14*(4), 339-350.

González Pérez, J.M. 2010. El Reciclaje de la ciudad. La rehabilitación de espacios turísticos maduros en Mallorca. *In:* Delgado Viñas, C. (Ed.). *X Coloquio y Jornadas de Campo de Geografia Urbana. Espacios y paisajes urbanos: reflexionar sobre su presente para proyectar su futuro. Bilbao*. AGE y universidades de Oviedo, Cantabria y País Vasco, Oviedo.

González-Pérez, J.M., Remond-Roa, R., Rullan-Salamanca, O. y Vives-Miró, S. 2016. Urban growth and dual tourist city in the Caribbean. Urbanization in the hinterlands of the tourist destinations of Varadero (Cuba) and Bávaro-Punta Cana (Dominican Republic). Habitat International 58, 59-74 https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2016.09.007

Gössling, S.; Ring, A.; Dwyer, L.; Andersson, A. C. y Hall, C. M. 2016. Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (4), 527-548. https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1085869

Gottfried, H. 1995. Developing neo-Fordism: a comparative perspective. *Critical Sociology,* 21 (3): 39-70.

Hiernaux-Nicolas, D. 2005. La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano. *Scripta Nova*, 9 (194), 05.

Jerez, L.M., Martín, V.O. y Pérez, R. 2012. Aproximación a una geografía de la corrupción urbanística en España. *Ería*, 87. 5-18.

Jones, A. y Philips, M. (eds.) 2011. *Disappearing Destinations: Climate Change and Future Challenges for Coastal Tourism*. CABI, Oxfordshire.

Judd, D.R. y Fanstein, S.S. (eds.). 1999. *The tourist city.* Yale University Press, New Haven.

Liu, J. y Wall, G. 2009. Resort morphology research: History and future perspectives. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14 (4): 339-350.

López, I. y Rodríguez, E. 2010. *Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Traficantes de Sueños, Madrid.

Martínez-Caldentey, M.A. y Murray, I. 2019. Crisis y desarrollo geográfico desigual en la Unión Europea (2009-2015). *Revista de Geografía Norte Grande*, 72: 163-184. DOI: 10.4067/S0718-34022019000100163.

Murray, I. 2015. *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Alba Sud, Barcelona.

Murray, I., Amer, J. y Blázquez-Salom, M. 2010. Doblers, poder i territrori de “marca balear” (1983-2009). *Journal of Catalan Studies*, 13: 321-350.

Murray, I., Yrigoy, I. y Blázquez-Salom, M. 2017. El papel de las crisis en la producción, destrucción y reestructuración de los espacios turísticos. El caso de las Islas Baleares. *Investigaciones Turísticas,* 13, 1-29. https://doi.org/10.14198/INTURI2017.13.01

Obiol Menero, E. M. y Canós Beltrán, H. 2001. Turismo, territorio y medio ambiente en Morella. Del PGOU (1986) a la Agenda 21 local (2000). *Investigaciones geográficas*, 26: 81-99.

Prats, F. 2014. Calvià Agenda Local 21. Una apuesta por el futuro: la rehabilitación integral de Calvià. *Boletín CF+ S*, 15.

Rodríguez, P. y Santana, M.A. 2012. Los agentes sociales y la política urbanístico-turística: percepción y performatividad. *Investigaciones Turísticas*, 3: 56-82.

Rullan, O. 1999. Crecimiento y política territorial en las islas Baleares (1955-2000). *Estudios Geográficos*, 60 (236): 403-442.

Smith, N. 2010 [1984]. *Uneven Development. Nature, Capital and the Production of Space.* Verso, Londres.

Terán, A. M. y Mantecón, A. 2008. *La experiencia del turismo: Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial (Vol. 96)*. Icaria editorial, Barcelona.

Turner, L. y Ash, J. 1991 [1975]. *La Horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Endymión, Madrid.

Vera, J.F., López-Palomeque, F., Marchena, M. y Antón, S. 2011. Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanch, Valencia.

Vera, J.F. y Rodríguez, I. 2012. *Reconversión y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Publicaciones de la Universidad de Valencia, Valencia.

Wallerstein, I. 1991 [1974]. *El moderno sistema mundial*. Siglo XXI, Madrid.

World Commission on Environment and Development 1987. *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford.

Yrigoy, I. 2014. The production of tourist spaces as a spatial fix. *Tourism Geographies*, 16 (4): 636-652.

Yrigoy, I., Artigues, A.A. y Blázquez, M. 2013. El papel del Estado en la renovación urbano-turística de espacios turísticos. El caso de la Playa de Palma, Mallorca (España). *Bitácora urbano territorial*, 22 (1): 141-152.

Población, gentrificación y turismo en Barcelona. Estudio estadístico de la ciudad por distritos

Javier MACIAS MENDOZA y Antonio P. RUSSO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Macias Mendoza, J. y Russo, A.P. 2020. Población, gentrificación y turismo en Barcelona. Estudio estadístico de la ciudad por distritos. *In:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 379-390. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

En el presente, Barcelona ha enfrentado alteraciones por la masificación turística con repercusión sobre los distritos de la ciudad transformándolos a nivel arquitectónico, cultural, económico y social. Al incluirse el termino turistificación se hace referencia a la toma de decisiones en las políticas turísticas que satisfagan las necesidades del visitante, dichas decisiones han tenido incidencia en la calidad de vida de la población recidente osacionando su desplazamiento. Mediante la recopilación documental y el análisis estadístico se establecieron los factores que impulsan la turistificación en Barcelona, se analizó el efecto de la gentrificación en los distritos turísticos e identificaron las afecciones que deja el turismo masivo en una de las urbes más visitadas del mundo. Se demostro que a pesar del modelo de gestión turístico previo al 2015 tuvo éxito en cuanto a la promoción e incremento exponencial del turismo, las modificaciones en el plan estratégico vigente no han cumplido con los objetivos propuestos, ya que se evidenció el incremento en los factores promotores de las turistificación, su influencia en el desplazamiento de la población autóctona y la crítica negativa de la población residente sobre la efectividad de las estrategias turísticas actuales.
Palabras clave*: gentrificación, turismo, barrios de Barcelona, hospedajes.*

POPULATION, GENTRIFICATION AND TOURISM IN BARCELONA. STATISTICAL STUDY OF THE CITY BY DISTRICTS. Currently, Barcelona presents alterations due to the large number of tourists that harm architecture, culture, economy and society. When the term touristification is included, reference is made to decision-making in tourism policies that meet the needs of the visitor, these decisions have had an impact on the quality of life of the newcomer population, daring their displacement. Through the documentary compilation and statistical analysis, the factors that drive touristification in Barcelona were established, the effect of gentrification in tourist districts was analyzed, and the conditions that mass tourism left in one of the most visited cities in the world were identified. It was shown that despite the tourism management model prior to 2015, it was successful in terms of promoting and exponentially increasing tourism, the modifications in the current strategic plan have not met the proposed objectives, since the increase in factors was evident promoters of touristification, its influence on the displacement of the indigenous population and the negative criticism of the resident population on the effectiveness of current tourism strategies.
Key words*: gentrification, tourism, neighbourhoods of Barcelona, lodgings.*

Javier MACIAS MENDOZA, javier27mm@hotmail.com; Antonio P. RUSSO, antonio.russo@urv.cat

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020

Introducción

Barcelona es considerada una de las ciudades más prósperas y el destino más relevante de España debido a su atractivo cultural, arquitectónico y social. En escasos años, se ha convertido en una ciudad turística y ello ha provocado cambios en el tejido urbano, actividades económicas, movilidad y vida cotidiana en muchos de sus barrios. Como señala López Palomeque (2015, p. 485), "Barcelona ha pasado de ser una ciudad con turismo a ser una ciudad turística". Como consecuencia del aumento exponencial del turismo se ha implantado el concepto de turistificación, refiriéndose a las implicaciones que el excesivo turismo en masas genera en la población residente.

Parte de las acciones que fomenta el turismo masivo radica en el incremento de la demanda de alojamiento y remodelación del atractivo turístico, lo que por reacción en cadena repercute en la reducción de la población residencial, pérdida de la imagen cultural y sobrepoblación en espacios públicos. Zaar (2019) expone "el espacio urbano, más específicamente los barrios centrales de muchas ciudades, se ha transformado en escenario y objeto de consumo de millones de turistas, razón por la que han sufrido importantes cambios en su morfología y en su estructura socioeconómica". Los factores de impulso en el turismo mercantilizan las características culturales de una localidad produciendo la emigración del residente dentro o fuera del barrio o distrito que brinden mejores oportunidades de adquisición o nivel de vida apacible, incorporándose el término de gentrificación, Nel-Lo (2019) lo define como "el desplazamiento, a través de la presión del mercado inmobiliario o de políticas urbanísticas, de sectores de población residente en determinadas áreas urbanas, reemplazándola por población de mayor capacidad adquisitiva". Inversores en el mercado inmobiliario adquieren viviendas con la proyección de explotación turística ocasionando la exclusión de la población autóctona del sector, ya que el aumento de los alquileres o costos de las viviendas impuestas por los inversores imposibilitan la permanencia en las mismas, dejando a grupos de mayor capacidad económica la oportunidad de alquilarlos.

Antecedentes

La ciudad ha experimentado muchos cambios a nivel social, estructural, político y urbanístico. Para 1992 se destacó el cambio estructural producido por la antesala de los Juegos Olímpicos. Hasta la adjudicación de los JJ.OO. se habían hecho construcciones y remodelaciones a nivel de barrio; la proximidad de los mismos requería aplicar un método urbanístico con un mayor alcance, que abarcara toda la ciudad. El sistema general de las infraestructuras se mejoró notablemente: crearon nuevos espacios urbanos, ampliación del drenaje para la evacuación de aguas y la construcción del cinturón de rondas. En el extremo oeste de la Diagonal, la montaña de Montjuïc, Poblenou y el Vall d'Hebron fueron las cuatro grandes áreas olímpicas elegidas, ya que estaban en puntos estratégicos de la ciudad. Se realizaron múltiples construcciones con un gran número de instalaciones deportivas y establecimientos hoteleros para albergar a todas las personas partícipes en los juegos. No cabe duda que el evento contribuyó a la proyección y reconocimiento de la ciudad a nivel internacional.

En 1993, se crea el Consorcio Turisme de Barcelona con la finalidad de gestionar el turismo en la ciudad por medio de planes de actuación que promocionen y favorezcan a Barcelona como destino turístico en colaboración entre el sector publico y privado. En 2011, se culmina la elaboración de dos programas: el Programa de Actuación Municipal (PAM) y de los Programas de Actuación de los Distritos (PAD). El PAM tenía como objetivo la creación de un de un Plan Estratégico de Turismo que en 2010 se presentó como "Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015", cuyo cometido era descentralizar las actividades turísticas, es decir, descongestionar barrios y fomentar el desplazamiento turístico a otras zonas menos saturadas, creando para ello nuevas rutas y reorientación de los recursos ya existentes.

El "Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015" incorporó ítems relacionados con la convivencia del barcelonense y visitantes, en los que se promovieron los aspectos positivos del turismo al residente, métodos de información y comunicación al ciudadano y visitante, aumento del atractivo turístico en distintos barrios y distritos, medidas del impacto ambiental producto de la actividad turística, mayor participación del distrito más turístico en la toma de decisiones y reducción de espacios públicos saturados. En el transcurso del programa turístico establecido se mantuvo la difusión y mejoramiento de la imagen de Barcelona como sitio turístico de alta oferta para el visitante, por la influencia que tiene este sector en el PIB.

Entre 2015 y 2016, se elaboró el Plan Estratégico de Turismo 2020 donde se reflexiona acerca de la implicación del turismo en Barcelona y las consecuencias que supone, con el fin de gestionarlo teniendo en consideración las necesidades de los barceloneses. En la Fig. 1 se evidencia el comportamiento del crecimiento turístico en comparación con el índice poblacional de Barcelona.

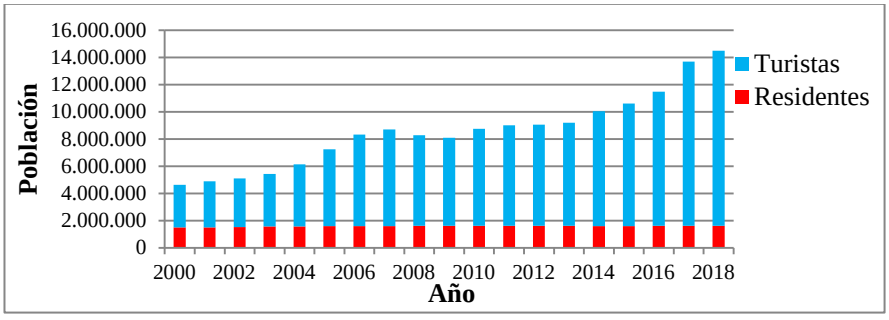


Fig. 1. Comparación del índice de turistas y población residentes (Recopilación de datos proporcionados del Ayuntamiento de Barcelona).

Fig. 1. *Comparison of the tourist and resident population index (*Collection of data from the Barcelona City Council*).*

Con el aumento exponencial del turismo el barcelonense opta por una posición crítica de las estrategias turísticas implementadas por los entes gubernamentales, Zaar (2019) expone que "actividades turísticas y sus externalidades negativas en los últimos años, han llevado a que, en algunas ciudades, la percepción de los residentes con relación a los turistas haya derivado de una actitud crítica a otra de rechazo, y provocado la movilización ciudadana en favor de otro modelo turístico". Las actividades que estímulan la

turistificación pueden aumentar el desplazamiento del residente por las transformaciones respecto a la vivienda, actividades comerciales, espacios públicos y la presión socioeconómica que estas transformaciones conllevan, ocasionando una posición crítica en desacuerdo al turismo en masas. Movimientos autonominados como "Antituristas" o "Turismofobia" que surgieron de las manifestaciones y denuncias publicas a partir de enero del 2017, demuestra el nivel de descontento en la ciudadanía por la desconfiguracion social, cultural y la exclusión de los residentes como efecto de la turisficación en la ciudad.

Metodología

Dado el incremento del turismo masivo y su impacto sobre la calidad de vida de la población residente a nivel cultural, económico y social, se realiza una investigación documental con recopilación y análisis estadístico de trabajos previos, datos urbanísticos referentes a la construcción hotelera, renovaciones de infraestructuras y servicios y desarrollo de la viviendas de uso turístico, además de datos poblacionales como cantidad residencial y turística, tendencia migratoria del residente español y extranjero y encuestas de la persección población sobre el turismo, obtenidos del Ayuntamiento de Barcelona, en relación con su desarrollo desde principios de siglo hasta la actualidad y la concordancia con el plan estratégico turístico actual. Los objetivos de esta investigación son: a) determinar los factores que impulsan la turistificación y su implicación en los distritos; (b) analizar el efecto de la gentrificación en los barrios de centros turísticos; (c) Comprender las afecciones de la población residente generadas por la turistificación y el proceso de gentrificación.

Factores de impulso en el turismo masivo de Barcelona

Barcelona como ciudad turística ha sido promocionada por su atractivo cultural, arquitectura, diversidad paisajista y calidez del barcelonense. Las posturas en las políticas turísticas impulsaron las ofertas de servicios y disfrute de los turistas principalmente por la oferta del alojamiento, destacándose la construcción hotelera y viviendas de uso turístico (VUT). A través de un análisis estadístico se determinó los cambios proporcionados por el impulso de estos factores turístico.

Construcción de hoteles

La inversión hotelera supuso el mayor aporte al PIB de acuerdo con las políticas turísticas implementadas en los años posteriores a 1992. El desarrollo hotelero en la ciudad ha sido un estímulo para el crecimiento turístico, con el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2015 (octubre, 2009) se incorporaron propuestas para el desarrollo equitativo del turismo con el propósito de aumentar su auge no solo en Ciutat Vella y Eixample; una de sus actuaciones planteadas esta dirigida a los demás barrios y distritos con el proposito de conseguir sean objeto turístico, de manera que se establezca una mejor distribución de los servicios y entretenimiento ofrecidos por la ciudad a los visitantes. La Fig. 2 evidencia el crecimiento hotelero y su distribución en los distritos.

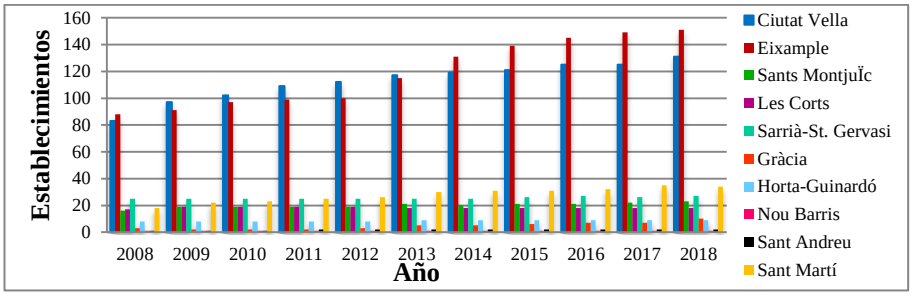


Fig. 2. Crecimiento de la oferta hotelera por distritos (Recopilacion de datos del Ayuntamiento de Barcelona).
Fig. 2. *Growth in hotel supply by district (*Collection of data from the Barcelona City Council*).*

Culminado el 2008 existían 260 hoteles con un mayor índice de construcción en los distritos Ciutat Vella y Eixample con 83 y 88 respectivamente. A finales del 2018 las construcciones cerraron con 406 hoteles activos en Barcelona y un aumento evidente de 131 en Ciutat Vella y 151 para Eixample. La Figura 2 demuestra la proyección de la contruccion hotelera enfocada en los distritos con mayor demanda turística, ocasionando las masificaciones en las zonas con mayor proyección de alojamiento. Cócola Gant, (2016) comparó el numero de camas de hotel y la población por distrito con datos del 2015, conluyendo que en Ciutat Vella había 1 cama de hotel por 4,9 habitantes para un total de 112 hotel, mientras en l'Eixample la proporción es de 1/13 para un total de 139 hoteles. Es decir, en 2015 Ciutat Vella era el distrito con mayor presión hotelera. Desde el 2015 al 2018 se aperturaron 32 hoteles, 10 pertenecientes a Ciutat Vella y 12 a Eixample, es claro que las estrategias turísticas vigentes difieren de las acciones promotoras del turismo implementadas en el caso de la distribución hotelera, además se debe considerar como afecta a la población residente. Cócola Gant (2016) explica "la apertura de hoteles suele conllevar desplazamiento directo de población, la cual se ve forzada a abandonar su vivienda debido a la presión de la industria hotelera, especialmente inmobiliarias, empresas constructoras y fondos de inversión". Por ello la demanda turística hoy en dia exige a la industria hotelera su expasión ocasionando el desplazamiento del recidente incrementando la presión social y la crítica a la getión turística. Si bien el aumento en la demanda turística como se visualizó en la figura 1, requiere de nuevas infraestructuras de alojamiento, es evidente que de acuerdo a la figura 2 y bibliografía previa las nuevas constructiones deben dirigirse a los ditritos con menor auge turístico como método de expansión del turismo en Barcelona y desahogo de las masificaciones en los cacos centrales de la ciudad.

Alcance de las viviendas de uso turístico

Una nueva oleada de negocios que usan el concepto de economía colaborativa se ha ido estableciendo en un espacio de tiempo relativamente corto, abriendo un gran abanico de alternativas al hospedaje vacacional tradicional, ofreciendo viviendas privadas para su uso turístico a precios muy competitivos, a través de soportes tecnológicos como Airbnb, Wimdu, HomeAway o Booking, alojamientos temporales P2P con ánimo de lucro, y HomeExchange, MyTwinPlace, intercambios de casa sin ánimo de lucro, han hecho viable esta nueva economía. Un aspecto que favorece el alquiler para uso turístico es la utilización

estacional de los propietarios, por ende, no se alquilan a residentes permanentes, optando por alquileres temporales en plataformas P2P (Aalborg University, Denmark, 2016). En la Fig. 3 muestra el incremento de las VUT en los últimos años.

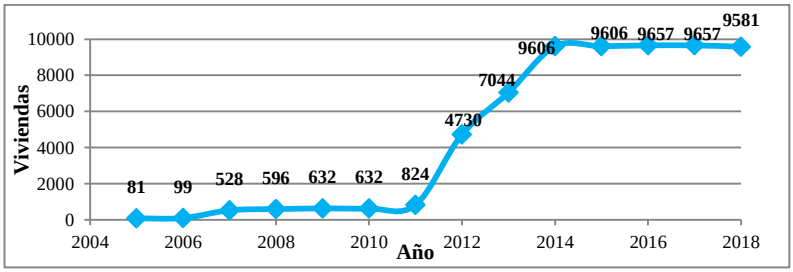


Fig. 3. Evolución de las VUT en Barcelona (Recopilación de datos del Ayuntamiento de Barcelona)
Fig. 3. *Evolution of the VUT in Barcelona (Collection of data from the Barcelona City Council*

En 2005 se registraron 81 viviendas de uso turístico en Barcelona, de acuerdo con los datos extraídos del "Plan Especial Urbanístico del Alojamiento Turístico" (PEUAT), hasta el 2011 ocurre un incremento del 90,1% con una cantidad de 824 viviendas, El aumento exponencial de VUT como alternativa de hospedaje y fuente de ingreso para los residentes se plasma en 2016 con 9.606 viviendas que corresponde a un incremento del 91,4% respecto al 2011. En los últimos 5 años el comportamiento de este mercado económico se mantuvo variable hasta una disminución en 2018 de 9.581. En Barcelona, actualmente, el número de VUT supera los 9.581.

El crecimiento en la oferta del alojamiento turístico alternativo fue estudiado por distritos en la Tabla 4, donde se realizó su comparación con el censo de viviendas totales del 2011; siendo éste el ultimo realizado por el Ayuntamiento de Barcelona.

La cantidad total de viviendas para uso turístico en 2018, representan un 1.18% de las viviendas totales censadas en el 2011, dado que el censo no está acorde con los años de estudio de VUT; se debe considerar que el número total de VUT es una variable fija, mientras que el censo actual puede tender a aumentar desde el 2011 hasta el 2018 obteniendo la hipótesis de que el número de viviendas para uso turístico respecto al número total de viviendas actuales es cercano a 1.18%. La verificación de éste punto requiere la actualización de los censos proporcionados por el Ayuntamiento de Barcelona, ya que sin los debidos datos urbanísticos no se obtiene información real del desarrollo en la ciudad.

Distrito	Censo 2011. Viviendas Totales	VUT 2015	VUT 2016	VUT 2017	VUT 2018
Ciutat Vella	55.663	604	604	604	607
Eixample	143.403	4.607	4.465	4.465	4.471
Sants MontjuÏc	90.449	1.137	1.206	1.206	1.174
Les Corts	44.245	215	266	266	266
Sarrià-St. Gervasi	74.729	512	512	512	497
Gràcia	65.505	1.081	1.080	1.080	1.077
Horta-Guinardó	78.367	198	253	253	259
Nou Barris	77.153	19	23	23	21
Sant Andreu	70.056	69	81	81	78
Sant Martí	111.536	1.164	1.167	1.167	1.131

Table 4. Comportamiento del alquiler para VUT (Recopilación de datos del Ayuntamiento de Barcelona).
Tabla 4. *Behavior of the rental for VUT (Collection of data from the Barcelona City Council).*

El crecimiento paulatino o disminución de este método de economía colaborativa está asociada a las regulaciones implementadas de las VUT que tienen base en las modificaciones de la Ley de turismo 13/2002 y del Decreto 159/2012, ofreciendo la posibilidad de regular el comportamiento de los usuarios, el control en el tiempo de alquiler, la categorización o los requisitos específicos, entre otros. El alquiler de viviendas privadas ha sido un tema de controversia al paso del crecimiento turístico, por ser uno de los factores que impulsa la turistificación y gentrificación. Cocola Gant (2018) identifica tres razones que viculan el turismo y la gentrificación; destacándose en primer lugar la resestructuracion de edificios para uso turistido y la espanción del alquiler vacacional; "El alojamiento turístico se ha convertido en uno de los factores que han incentivado el aumento de los precios de la vivienda y ha provocado la sustitución directa de miles de hogares familiares por población flotante". Aunado a esto el estudio realizado por Duatis, Buhigas, & Cruz (2016) el alquiler a corto plazo es cuatro veces mas lucrativo que el alquiler a largo plazo. Las construcciones y reestructuraciones con fines turísticos como lo son la apertura de hoteles, las remodelaciones de infraestructuras y servicios y la implementación del alquiler a corto plazo acentúan el desplazamiento de los recidentes no solo por las presiones sociales que los cambios antes mencionados ejercen, ademas el incremento de las masificaciones turísticas con mayor poder adquisitivo intensifica el desplazamiento por presión economica.

Efecto de la gentrificación en los distritos

La avalancha de flujo turístico ha desconfigurado muchas ciudades como es el caso de Barcelona, su verdadera imagen e idiosincrasia es el motivo por la que esta metrópoli se ha dado a conocer a nivel mundial. La masificación y banalización del espacio urbano es un proceso de explotación del mismo, en el cual la configuración original queda devastada. El fenómeno asociado a estos cambios es el de la gentrificación. Este puede resultar muy lucrativo y, en muchas ocasiones, amparado por conceptos como regeneración, reurbanización o revitalización (Zaar, 2019).

Como indica Smith (2005) la gentrificación parte de la presion social y de la reestructuración territorial debida a una nueva clase media dedicada a los servicios que parten de la globalización hoy en día. Vinculado a esta transformación sociodemográfica existen los abordajes que estudian la asociación, en ocasiones íntima, entre turismo y gentrificación. El trabajo realizado por López Palomeque (2015) explica el paso de Barcelona de una ciudad con turismo a una ciudad turística, donde los restos del modelo turístico para una ciudad con turismo son la promoción y fomentos de proyectos con ese enfoque; al detallar los planes estratégicos anteriores al 2015, éstos se referían a explotar las zonas con mayor auge turístico, especificamente la zona central de Barcelona (Ciutat Vellla y Eixample). El éxito del modelo de ciudad con turismo se vio reflejado en el aumento exponencial de los visitantes, lo que con el tiempo ha hecho necesario el cambio de modelo a ciudad turística, ya que la concentración masiva de turistas en zonas céntricas y aledañas han incrementado la turistificación en la ciudad, lo que refuerza y maximiza el desplazamiento de la población recidente, lo que requiere medidas puntuales en sus causas.

El proceso de gentrificación en la ciudad condal lleva desarrollándose en ciertos barrios desde hace años. Cócola Gant (2016) realizó un estudio acerca del incremento en la oferta

de viviendas turísticas y su vinculación con el desplazamiento de población, centrándose en el barrio Gótico y en el de la Ciutat Vella. En este último, aproximadamente uno de cada diez viviendas está como VUT. En el Gòtic es donde existen más viviendas de este tipo, una de cada seis está en la plataforma Airbnb. Es decir, para el 2015 un 35% de los hogares habitados o lo que es lo mismo 2.300 viviendas fueron para uso turístico. En la Tabla 5 mostró la distribución poblacional por distritos desde el 2008 hasta el 2018.

Año	**2018**		**2016**		**2014**		**2012**		**2010**		**2008**	
Distrito	Esp.	Ext.	Esp.	Ext.	Esp.	Ext.	Esp.	Ext.	Esp.	Ext.	Esp.	Ext.
Ciutat Vella	3,38	2,84	3,54	2,68	3,57	2,71	3,72	2,72	3,79	2,66	4,00	3,00
Eixample	12,99	3,36	13,37	3,06	13,39	3,06	13,40	3,00	13,45	2,96	13,90	2,60
Sants MontjuÏc	8,96	2,23	9,15	2,10	9,09	2,20	9,06	2,30	9,07	2,23	9,30	1,90
Les Corts	4,43	0,61	4,51	0,56	4,48	0,58	4,45	0,63	4,47	0,65	4,60	0,50
Sarrià-St. Gervasi	8,09	1,11	8,17	1,03	8,05	1,04	7,94	1,03	7,85	1,08	7,90	0,80
Gràcia	6,24	1,23	6,37	1,15	6,35	1,16	6,33	1,19	6,34	1,25	6,50	1,00
Horta-Guinardó	9,08	1,38	9,19	1,21	9,12	1,30	9,07	1,36	9,13	1,42	9,40	1,20
Nou Barris	8,62	1,74	8,74	1,51	8,65	1,61	8,58	1,75	8,63	1,74	8,90	1,50
Sant Andreu	8,01	1,14	8,09	1,03	8,00	1,11	7,87	1,22	7,82	1,25	8,00	1,00
Sant Martí	12,07	2,49	12,32	2,22	12,25	2,27	12,09	2,28	11,99	2,22	12,20	1,80
Barcelona	**81,87**	**18,13**	**83,45**	**16,55**	**82,96**	**17,04**	**82,51**	**17,49**	**82,54**	**17,46**	**84,70**	**15,30**

Table 5. Distribución de la población española y extranjera por distritos (Recopilación de datos del Ayuntamiento de Barcelona). Esp.: Español. Ext.: Extranjero

Tabla 5. *Distribution of the Spanish and foreign population by district (Collection of data from the Barcelona City Council). Esp .: Spanish. Ext .: Foreign*

Desde el 2008 se apreció una disminución de la población española en cada distrito a excepción de Sarrià-St. Gervasi, Sant Andreu y Sant Martí. En un aspecto general, Barcelona ha reducido su población española de un 84,7% en 2008 a 81,87% para el cierre del 2018. La Tabla 4.1 no toma en cuenta el número de población flotante de cada distrito, de acuerdo a esta observación; Ciutat Vella considerada el distrito con mayor tráfico turístico representa el 6.22% de la población residente.

Aunque la visión principal del estudio esta dirigido en la relación de la turistificación y la gentrificación en los distritos de la ciudad, se ha resaltado el efecto de las acciones por parte de las estrategias turísticas impartidas por los entes gubernamentales, debido a la importancia de los objetivos y planes plasmados en el "Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015" y "Plan Estratégico de Turismo 2020" los cuales no solo se enfocan en la promoción del turismo sino en la redistribución del mismo a todos los distritos de la ciudad y mejoras en la calidad de vida de los residentes para minimizar los movimientos de gentrificación. A pesar de la vigencia de las estrategias turísticas entes mencionadas, los datos recolestados en esta investigación demuestran que su aplicación no ha sido satisfactoria por el aumento de los factores de impulso de la turistificación y los efectos marcados de la gentrificación actual.

Afecciones de la turistificación y gentrificación en la población residente

En el año 2017, los términos como "Turismofobia" o el "Antiturismo" se incrementos en España a través de los medios de comunicación, específicamente en las costas mediterranéas y en las islas españolas debido a protestas ciudadanas contra el turismo, los ataques a infraestructuras para el uso o consumo turístico, escritos en paredes, propagación

de material impreso y audiovisual orientado a denunciar aspectos de la actividad turística que se valoran negativamente, entre otros, Huete & Mantecón expresan que "esta definición, al igual que las situaciones que en las noticias se hacen pasar por turismófobas, no aclara dónde se encuentra el límite entre la crítica social al turismo y la turismofobia.", a razón de un aumento exponencial del flujo turístico empezó a brotar una concreta posición social y política de rechazo frente al turismo de masas en ciertas ciudades españolas como Barcelona, Málaga, Palma de Mallorca, Valencia o San Sebastián. Ya en otras ciudades europeas como Venecia, Florencia o Ámsterdam también estaban a la cabeza de este movimiento "antituristas" y reclamaban políticas integrales para garantizar la vida del autóctono y que la misma no se viera perjudicada con la llegada masiva de flujos turísticos de todas partes del mundo. Este malestar se manifiesta en las ciudades referidas con protestas contra pisos turísticos, pintadas con mensajes como "turista, vuele a casa", "stop guiris" o apariciones en los medios de comunicación.

Según Doxey (1975) el rechazo al turista pasa por cinco fases; la primera es la euforia, cuando llegan los primeros visitantes y son bien recibidos por parte de los residentes, ya existen oportunidades de negocios para la población local. La segunda fase es la de apatía, se evidencia cuando el visitante ya no causa asombro ni ilusión, simplemente se le considera parte del paisaje y objetivo de beneficio económico. En las dos siguientes fases ya se empieza a notar las primeras señales de malestar, en la tercera empieza el enojo o irritación como resultado de la cantidad de turistas y las autoridades reorientan parte del presupuesto con el objetivo de satisfacer las nuevas necesidades del sector, es decir, se amplían servicios e infraestructuras para lidiar con la saturación. La mayor negatividad se da en la fase de antagonismo, en la cual los residentes rechazan a los turistas y no les importan los beneficios que éstos pueden reportar. Puede darse una última etapa, la de aceptación o rendición en la que se pasa a la sumisión o resignación y es aquí donde los residentes ya ni recuerdan como era el paraje y su ciudad antes del turismo de masas (Zielinski *et al.,* 2011; Hartman, 2018; Milano *et al.,* 2019). El antiturismo se da en la tercera y cuarta etapa, puesto que es donde verdaderamente se vive el rechazo por los efectos que trae consigo el turismo masivo en la localidad (Orozco Alvarado y Quintero Santos, 2008)

En el caso de Barcelona, se ha señalado que experimentó esa euforia de la primera fase por motivo de las Olimpiadas. La ciudad se impulsó a un puesto privilegiado para competir en el mercado de ciudades globales. En la década de los noventa la ciudad condal era uno de los lugares de moda para visitar; el Sonar, el Macba y todo tipo de atracciones hicieron del turismo una fuente económica lucrativa. Luego entraría en la tercera fase del enojo o irritación en 2007, ya que, desde principios del siglo XXI el flujo de turistas aumenta exponencialmente y se produce un punto de saturación en ciertas localizaciones turísticas y servicios. Es por ello que los municipios reorientan parte del presupuesto con el objetivo de satisfacer las nuevas necesidades. Por todas partes se llevan a cabo reestructuración de instalaciones, servicio y atracciones, como lo fue la construcción de una marina funcional y la renovación del paseo de Gràcia.

La planificación turística hace que aumente la capacidad en vez de poner límite al crecimiento. El enojo comienza a evidenciarse en las audiencias vecinales del barrio de Ciutat Vella. Uno de los problemas era el referido a las VUT que, desde el año 2000, no habían parado de crecer. En 2014, la irritación turística en la ciudad se acelera y el

barcelonés empiezan a cuestionar el modelo turístico vigente. Se producen varias manifestaciones contra las viviendas turísticas y documentales como Bye Bye Barcelona expone los problemas que el turismo va dejando a su paso en los barrios más afectados de la ciudad. Algunas de las frases testimoniales de los barceloneses que recoge el documental no dejan duda de la irritación a la que se está llegando. Ejemplo de lo dicho es el siguiente testimonio: "Barcelona se ha convertido en un parque temático como Praga o Venecia, es un decorado para los turistas".

Distrito	2016	2017	2018	2019
Ciutat Vella	81,1	77,7	78,2	72,9
Eixample	84,9	79,3	79,9	64,9
Sants-MontjuÏc	88,3	81,4	80,1	71,7
Les Corts	92,1	88,4	88	75,2
Sarrià-St. Gervasi	83,6	86,3	87,1	77,4
Gràcia	77,1	77	76,6	55,9
Horta-Guinardó	88	83,5	88,9	75,9
Nou Barris	89,9	90,4	90,5	85,6
Sant Andreu	92,9	81,9	83,8	74,3
Sant Martí	88	85,8	84,6	74,5

Table 6. Porcentaje positivo en la encuesta pública sobre el beneficio del turismo para la ciudad (Recopilación de datos del Ayuntamiento de Barcelona).
Tabla 6. *Positive percentage in the public survey on the benefit of tourism for the city (Collection of data from the Barcelona City Council).*

En los Barómetros que publica semestralmente el ayuntamiento de la ciudad sobre la percepción que tienen los barceloneses hacia el turismo, deja en evidencia su creciente desacuerdo. La Tabla 6 aprecia una diferencia en cada edición respecto a las encuestas realizadas, ya que hay más barceloneses que piensan así. Las personas que afirman que el turismo no es beneficioso aumentan año tras año y que la ciudad se encuentra saturada es una idea generalizada y se hace más acentuada en los barrios considerados turísticos.

En la Tabla 6 se observa el cambio de opinión por distrito que tienen los ciudadanos sobre el beneficio del turismo para la ciudad. En 2016 el distrito Eixample obtuvo una respuesta positiva de 84,9% mientras que para el 2019 el porcentaje de respuesta positiva descendió a 64,9%. El distrito con mayor porcentaje de disminución en respuesta positiva desde el 2016 al 2019 fue Gràcia con descenso de 27,5%, seguido de Eixample con 23,56%, Sant Andreu con 20,02%, Sants-Montjuïc con 18,8% y Les Corts con 18,35%. La manifestación del desacuerdo en la población residente sobre las masificaciones turísticas y su repercusión en la vida cotidiana de los barcelonenses se incrementa desmesuradamente, resaltandose los resultados poco satisfactorios de las políticas turísticas abordadas. Se hace necesario el equilibrio en la satisfacción de las necesidades del residente y turista, que fomente una mejor interacción entre ellos.

Conclusiones

La política turística implementada en ciudad ha generado el impulso de los factores promotores de la turistificación. La distribución hotelera, las reestructuraciones de la fachada en los distritos y las ofertas en las alternativas de hospedaje son enfocadas en la satisfacción de las necesidades del turista. La investigación muestra como la ejecución de

las estrategias turísticas actuales y su interacción con los distritos requiere de una visión más equitativa, en donde se desarrollen estructuras y actividades atrayentes que estén enfocadas en los distritos con menor auge, sin propasar su capacidad de aforo turístico para desahogar las masificaciones en los distritos de Ciutat Vella y Eixample.

En el transcurso del siglo la falta de distribución en la construcción hotelera y renovación de la fachada demuestran una tendencia hacia los distritos con mayor auge turístico, la falta de equidad en las construcciones y renovaciones en cada uno de los distritos ha ocasionado la saturación de Ciutat Vella y Eixample. El aumento en la oferta de alojamiento alternativo y la ejecución de eventos corporativos y recreativos son promotores de la turistificación, ya que aumentan la oferta y opciones de entretenimiento a los visitantes. Estos factores requieren mejoras significativas en las políticas reguladoras que limiten la capacidad turística diaria dependiendo del aforo en el distrito, el aprovechamiento del atractivo cultural en los distritos con menor incidencia turística, el implemento de nuevas políticas moderadoras en la duración de la estancia para las VUT; el establecimiento de multas razonables para aquellas que estén en una situación ilegal o una moratoria en la emisión de licencias son distintas normas municipales que el ayuntamiento de la capital catalana debe mejorar.

La literatura sobre turistificación en general y sus factores de impulso ha demostrado que sus efectos han favorecido el proceso de gentrificación en muchas ciudades, incluyendo a Barcelona La preocupación del residente en la trasformación del espacio urbano, así como, en la composición de la población, que en este caso desplaza al barcelonense y beneficia a los estratos con más poder adquisitivo, han acrecentado la negativa a las actividades turísticas en la población residente que ha derivado en múltiples manifestaciones y conflictos. Enfrentarse a la turistificación y a las consecuencias de la gentrificación es un hecho que la ciudad debe afrontar.

El turismo es un fenómeno complejo y multidimensional que implica a la comunidad en un alto grado y en variados aspectos; es por ello que debe reevaluarse las estrategias turísticas implementadas y tomar futuras acciones en función a las necesidades manifestadas por las barcelonenses para llegar a un equilibrio y lograr que este sector económico sea beneficioso para toda la sociedad conjunta.

Bibliografía

Ayuntamiento de Barcelona. (s.f.). Departament d´Estadística i Difusió de Dades. Obtenido de http://bcn.cat/estadistica/castellana/index.htm

Ayuntamiento de Barcelona. (s.f.). Plan Especial Urbanístico del Alojamiento Turístico. (U. y. Area de Ecología, Editor) Obtenido de https://ajuntament.barcelona.cat/plan-allotjaments-turistics/es/

Aalborg University, Denmark 2016. Impact of regulatory approaches to the collaborative economy in the tourism accommodation sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam & Paris.

Cócola Gant, A. 2016. Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos. Recuperado de: https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/02/Informe_gotic_final.pdf

Cocola Gant, A. 2018. Tourism gentrification. In Lees, L and Phillips, M (Eds) Handbook of Gentrificcation Studies.Publishing, Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.

Doxey, G.V. 1975. A causation theory of visitor-resident irritants: Metodhology and research influence. En Travel Research Associates 6th Annual Conference, San Diego, CA, pp. 195-198.

Duatis, J., Buhigas, M. y Cruz, H. 2016. Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona Plan Estratègic de Turisme Barcelona 2020.

Huete, R. y Mantecón, A. 2018. El Auge de la Turismofobia ¿Hipótesis de la Investigación o Ruido Ideológico? PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11. Obtenido de www.pasosonline.org

López Palomeque, F. L. 2015. Barcelona, de ciutat amb turisme a ciutat turística. Notes sobre un procés complex i inacabat. Documents d'Anàlisi Geogràfica, 61(3), 483-506.

Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J. M. 2019. Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns, Tourism Planning & Development, 16:4, 353-357.

Nel·lo, O. 2019. Segregación Recidencial, Gentrificación Urbana y Derecho a la Ciudad. Una Lectura desde Barcelona. Papers 60, Gentrificación y derecho a la Ciudad.

Orozco Alvarado, J. y Quintero Santos, J. 2008. Desarrollo turístico y sostenibilidad social. México: Ed. Universidad de Guadalajara.

Smith, N. 2005. El redimensionamiento de las ciudades: la globalización y el urbanismo neoliberal. In: D. Harvey y N. Smith, (Eds), Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 59-78.

Zielinski, Seweryn, y Botero Saltaren, Camilo Mateo. 2011. Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino: Hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos. Estudios y perspectivas en turismo, 20(6).

Zaar, Miriam-Hermi. Gentrificación y turismo urbano. ¿Cómo se articulan?. Ar@cne: [en línia], 2019, Núm. 1. Recuperado de: https://www.raco.cat/index.php/Aracne/article/view/350284

El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿undertourism?

Carmen HIDALGO, Antonio PALACIOS y Diego BARRADO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Hidalgo, C., Palacios, A. y Barrado, D. 2020. El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas española ¿overtourism? ¿undertourism? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 391-403. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Durante las dos primeras décadas del siglo XXI, España ha experimentado un relevante crecimiento de las llegadas de turistas internacionales, alcanzando, en el año 2019, la cifra récord de 83,7 millones de visitantes. Por otro lado, hay que tener en cuenta que el turismo se comporta de una forma heterogénea en los diferentes destinos, contribuyendo al desequilibrio territorial. Tomando como punto de partida estas dos ideas, crecimiento del turismo internacional e impactos del turismo, es objetivo de esta investigación analizar, por un lado, el comportamiento del turismo cultural de carácter internacional en las ciudades españolas pequeñas y medias; y, por otro, establecer un marco metodológico que, basado en el "Indicador de Intensidad Turística" (IIT), permita determinar situaciones de *overtourism* y *undertourism* ligadas al turismo internacional de motivación cultural.
Palabras clave: *turismo internacional, turismo cultural, ciudades medias y pequeñas, intensificación turística, "overturism" y "undertourism".*

THE BEHAVIOR OF INTERNATIONAL TOURISM WITH CULTURAL MOTIVATION. THE CASE OF THE SPANISH MEDIUM AND SMALL CITIES. OVERTOURISM? UNDERTOURISM?. During the first two decades of the 21st century, Spain has experienced a significant growth in international tourist arrivals, reaching, in 2019, the record number of 83.7 million visitors. On the other hand, tourism behaves in a heterogeneous way in tourist destinations, contributing to the territorial imbalance. Taking as a starting point these two ideas, the growth of international tourism and the impacts of tourism, the objective of this research is, on the one hand, to analyze the behavior of international cultural tourism in small and medium-sized Spanish cities; and, on the other, to establish a methodological framework that allows determining situations of over-tourism and sub-tourism linked to culturally motivated international tourism.
Key words: *international tourism, cultural tourism, small and medium-sized cities, tourist intensification, over-tourism and undertourism*

Carmen HIDALGO, Universidad Autónoma de Madrid, Departamento de Geografía, Campus de Cantoblanco, 28049 Madrid, carmen.hidalgo@uam.es; Antonio PALACIOS, Universidad Autónoma de Madrid, Departamento de Geografía, Campus de Cantoblanco, 28049 Madrid, antonio.palacios@uam.es; Diego BARRADO, Universidad Autónoma de Madrid, Departamento de Geografía, Campus de Cantoblanco, 28049 Madrid, diego.barrado@uam.es

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

1. La identificación del problema de estudio: overtourism, turistificación y turismofobia. Breves apuntes conceptuales

La bibliografía sobre los efectos que genera la intensificación turística en las ciudades resulta muy interesante desde un punto de vista científico a la par que abrumadora por su volumen. Su punto de partida arranca en la percepción del turismo, que ha pasado de ser considerado en los últimos años como una actividad próspera a denunciar los efectos negativos que genera un incremento no planificado (Koens *et al.*, 2018; Barrado e Hidalgo, 2019; López *et al.*, 2019; Romero *et al.*, 2019). Atendiendo a esta realidad, nuevos términos como "overtourism", "turistificación" o "turismofobia" se han incorporado rápidamente al lenguaje para hacer referencia a los impactos del turismo, siendo utilizados tanto por la esfera académica como por los movimientos sociales y los medios de comunicación. Sin embargo, estos conceptos no son nuevos (Koens *et al.*, 2018), sino que hunden sus raíces en las teorías de turismo sostenible que, fundamentadas en los principios inspiradores del Informe Brutland (1987), se popularizaron a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de 1992 (Bonilla y Bonilla, 2008).

En los años setenta, ya se señalaron las causas y efectos de la intensificación turística (Koens *et al.*, 2018). Sin embargo, no fue hasta las primeras décadas del nuevo siglo cuando comenzó a citarse exponencialmente el término de "overtourism" bajo su acepción más actual (Koens *et al.*, 2018). Pero, ¿en qué consiste exactamente este nuevo fenómeno turístico? Son numerosas las definiciones que, en los últimos años, han sido formuladas tanto por expertos en la materia (Goodwin, 2017, Milano, 2017 y 2018) como por las organizaciones internacionales especializadas en turismo (Dichter y Guevara, 2017; OMT, 2018; European Parlament, 2018). Aunque las reflexiones son ricas y diversas, todas ellas coinciden en una serie de aspectos comunes que identifican y caracterizan el "overtourism".

En primer lugar, el concepto, traducido en español como "saturación" o "sobrecarga turística", se caracteriza por un incremento rápido y sin precedentes del número de turistas (Goodwin, 2017; Seraphin *et al*., 2018), que tienden a concentrarse en los centros históricos de las ciudades donde se ubican los principales atractivos y servicios turísticos. Venecia, Berlín o Barcelona fueron los primeros destinos urbanos en denunciar este fenómeno, pero la realidad es que la presión turística afecta a cada vez más ciudades del planeta. Por otro lado, la intensificación turística incontrolada repercute negativamente en los habitantes de las zonas afectadas (ruidos, desfases horarios, degradación del mobiliario urbano, deterioro de los inmuebles, costes económicos, etc.) y en la experiencia del propio turista, cuya visita se desarrolla en un espacio muy transformado que ha perdido parte de su identidad física y cultural.

Las causas que intervienen en el "overtourism" son múltiples y complejas[1], pero todas ellas parten de un mismo hecho, la consolidación del turismo urbano (De la Calle, 2019; Barrado e Hidalgo, 2019). Este resurgimiento del turismo en las ciudades se enmarca en el fomento de las políticas neoliberales que emergieron especialmente durante la última crisis

[1] Surgimiento del "low cost", fortaleza del turismo cultural, fomento del marketing urbano, creación y difusión de destinos de moda a través de las redes sociales, nuevos flujos de demanda, proliferación de nuevos modelos de negocios "peer 2 peer", generación de tecnologías blockchain, etc.

económica (Novy y Colomb, 2017; De la Calle, 2019). La saturación turística, incentivada en la mayoría de los casos por los gestores públicos y privados de los destinos (García *et al*., 2019), favorece la mercantilización de las ciudades y su conversión en espacios de entretenimiento tanto para el turista como para la población local (Barrado e Hidalgo, 2019), un fenómeno este que, en determinadas situaciones, puede provocar "la destrucción creativa de las ciudades" (Sorrando y Ardura, 2016).

Aunque los impactos del "overtourism" son numerosos y de origen diverso, la "turistificación" y la "turismofobia" engloban prácticamente su totalidad. El primero de ellos, la "turistificación", hace referencia a las transformaciones urbanas producidas en los centros históricos para satisfacer las necesidades de los turistas en detrimento de los requerimientos de la población local (Espinar, 2018; Miriam, 2019). Este proceso genera la transformación de los equipamientos culturales y comerciales que se orientan exclusivamente a los turistas, deteriorando su funcionalidad y atractivo (Palacios *et al*., 2020). La "turistificación" también modifica el mercado de la vivienda. Además de incrementar los precios de los alquileres, favorece la proliferación de los apartamentos turísticos y el surgimiento de los fondos de inversión como un nuevo actor del negocio inmobiliario (De la Calle, 2019). Los barrios terminan perdiendo su identidad para adaptarse a las tendencias de la globalización turística (Smith, 1996; De la Calle, 2019). Y, finalmente, conduce a la expulsión de los residentes en favor de una nueva población, la turística, mucho más estacional y volátil.

Por lo tanto, esta intensificación turística afecta a la vida de los residentes de una forma muy directa generando en ellos una experiencia negativa del turismo al percibirlo como una limitación del "derecho a la ciudad" de Lefevbre. Este malestar se ha canalizado en un movimiento social de crítica que denuncia un modelo turístico que excluye la opinión ciudadana. En este contexto surge la expresión "turismofobia" que hace referencia a las actitudes de rechazo hacia el turismo y a los conflictos que se generan en los barrios afectados y que ha despertado un interesante debate en los últimos años sobre su alcance y significado (Huete y Mantecón, 2018; Romero *et al*., 2018 y 2019; Barrado e Hidalgo, 2019).

2. Las herramientas de gestión turística como solución al problema. Los indicadores de diagnóstico: la intensificación turística

Si los conceptos de "overtourism", "turistificación" y "turismofobia" delimitan la problemática de esta investigación, las herramientas de gestión turística son entendidas como parte de la solución. Antes de profundizar en ellas, hay que puntualizar que la intensificación turística mal gestionada es un fenómeno difícil de solventar, en el que cada destino desarrolla una casuística diferente que se resuelve de una manera individualizada (Goodwin, 2017). No hay un único modelo de "overtourism", como tampoco una única salida. Sin embargo, son numerosos los autores que señalan que el éxito para mitigar el problema reside, en buena medida, en los actores públicos y privados involucrados en el desarrollo turístico de los destinos. En su capacidad para implementar medidas efectivas de gestión que aborden los impactos del turismo desde una lógica sectorial y estratégica (García *et al.*, 2019; Palacios *et al*., 2020).

La contribución de esta aportación al fenómeno de la investigación turística, se incardina en el análisis de las herramientas de diagnóstico del "overtourism", concretamente, en los indicadores de intensificación turística. Hay que aclarar que la medición de los impactos negativos de la actividad turística no resulta en absoluto novedosa, dado que sus antecedentes se remontan a la aplicación del concepto de capacidad de carga a los destinos turísticos, esto es, la cuantificación del número óptimo de turistas que puede contener una determinada área (García, 2000; Bonilla y Bonilla, 2008; García y De la Calle, 2012). Por otro lado, son numerosas las contribuciones al estudio de los impactos del desarrollo turístico de los destinos destacando, especialmente, el "Irritation Index" de Doxey, que determina los cambios de actitud de los residentes hacia al turismo en función del número de visitantes; y, el ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler.

A raíz de la visibilización del fenómeno del "overtourism", se han desarrollado numerosas herramientas para medir la presión turística. Además de las tradicionales sobre el impacto del turismo en el producto interior bruto de los destinos, o la evolución porcentual de los flujos turísticos en un periodo de tiempo determinado, destacan otras más novedosas como, por ejemplo, las amenazas sobre el patrimonio cultural, la sobrecarga sobre las infraestructuras turísticas o el número de apartamentos turísticos (Dichter y Guevara, 2017; García *et al*., 2019). Tampoco se deben olvidar aquellos indicadores construidos gracias a la explotación del "Big Data" mediante técnicas de minería de datos (Gutiérrez, 2016). Precisamente, esta investigación tiene como objetivo fundamental desarrollar un indicador que permita valorar la intensificación turística de los visitantes no residentes con motivaciones culturales en las ciudades medias y pequeñas de interior españolas.

3. Objetivos, metodología y preguntas de investigación

La intensificación turística, relacionada con el incremento de las llegadas de turistas internacionales a escala municipal en las últimas décadas (Hidalgo y Maene, 2017), ha afectado a un importante número de ciudades como, por ejemplo, Venecia, Amsterdam o Berlín, entre otras muchas. En España, Barcelona ha visibilizado el problema, pero los efectos de la intensidad turística resultan también evidentes en otros destinos como Málaga, Valencia o Madrid. Atendiendo a este fenómeno, es de suponer que, en las ciudades pequeñas y medias españolas, aquellas que tienen una población que no supera los 300.000 habitantes y que son consideradas destinos turísticos, también se está produciendo este proceso de intensificación. Para verificar esta premisa, y tomando como punto de partida estas dos ideas, crecimiento del turismo internacional e intensificación turística, es objetivo de esta investigación analizar, por un lado, el comportamiento del turismo cultural de carácter internacional en las ciudades españolas pequeñas y medianas; y, por otro, determinar un marco metodológico que permita interpretar situaciones de "overtourism" ligadas al turismo internacional de motivación cultural. También se ha querido valorar si la implementación de las políticas de planificación turística por parte de la administración central ha influido, o, por el contrario, no lo ha hecho, en la intensificación turística.

Con el fin de cumplir con estos objetivos, se ha desarrollado una metodología de investigación cuantitativa argumentada en la configuración de una herramienta de trabajo,

denominado "Indicador de Intensidad Turística" (IIT)[2]. Este indicador se ha calculado relacionando el número de viajeros no residentes que visitan las ciudades españolas medias y pequeñas consideradas puntos turísticos[3] por el Instituto Nacional de Estadística (INE), entre el total de la población que habita en ellas. Posteriormente, se han clasificado estos puntos turísticos en función de su intensidad turística. Para ello, se han calculado los cuartiles de la serie del ITT estableciéndose en función de su distribución cuatro niveles: muy alto, alto, bajo y muy bajo. El IIT se ha aplicado a un total de 33 ciudades en 2018, 34 en 2011 y 29 en el 2003. Esta sistematización ha permitido realizar un análisis multidimensional atendiendo a las llegadas de turistas internacionales, la intensificación turística y la relación existente entre la presión turística y las políticas de planificación implementadas por la Secretaría de Estado de Turismo.

Para desarrollar adecuadamente estas técnicas de análisis se ha utilizado el programa estadístico XLSTAD y los resultados obtenidos han sido sintetizados en tablas para una mejor interpretación. Los datos sobre los que se ha aplicado el IIT han sido extraídos de dos fuentes estadísticas diferentes, ambas del INE, por un lado, de la "Encuesta de Ocupación Hotelera", concretamente, de la serie de "Viajeros y pernoctaciones por puntos turísticos"; y, por otro lado, de las "Cifras del padrón municipal".

Sin embargo, esta metodología de trabajo adolece de ciertas limitaciones que serán subsanadas en investigaciones posteriores. En primer lugar, este trabajo se centra exclusivamente en el turismo cultural, por lo que se han seleccionado únicamente puntos turísticos correspondientes a destinos de interior, omitiéndose, de este modo, los municipios turísticos litorales. Por otro lado, la "Encuesta de Ocupación Hotelera" ofrece datos de aquellos turistas no residentes en España que visitan un destino y que pernoctan en un alojamiento hotelero[4].Se excluyen otras modalidades de alojamiento, así como el excursionismo, que no genera pernoctación. Otra limitación importante, ajena a nuestra causa, reside en que hay destinos que no aportan datos todos los años, hecho que, en algunos casos, ha llegado a afectar al análisis temporal de la serie como se puede comprobar en la variación del tamaño de la muestra en función del momento temporal seleccionado. A pesar de estos inconvenientes, creemos que los resultados obtenidos ofrecen una visión muy aproximada de la intensificación turística en las ciudades españolas, medias y pequeñas.

4. Análisis multidimensionales del "overtourism" en las ciudades pequeñas y medias españolas

4.1. Evolución de la intensificación turística (2003-2018)

De la aplicación de la metodología presentada en el apartado precedente, pueden extraerse una serie de resultados significativos sobre la intensidad turística en las ciudades medias y pequeñas analizadas en el periodo 2003-2018. Lo primero que llama la atención

[2] Este indicador ha sido elaborado tomando como referencia el indicador de "Intensidad Turística", testeado y validado por TourMIS (2020) y por Dichter y Guevara (2017).

[3] El INE define "punto turístico" como el municipio donde la concentración de la oferta turística resulta significativa.

[4] Hotel, hotel apartamento o aparta hotel, motel, hostal, pensión, fonda y casa de huéspedes.

es la evolución creciente del número de viajeros totales en el conjunto de ciudades, del orden del 74%, pasando de algo más de 5.300.000 a más de 9.272.000. De estos, es significativo el crecimiento de los viajeros no residentes (132%), que pasan de suponer casi 1.200.000 en el año 2003 (un 22,4% del total), a más de 2.700.000 al final del periodo (29,8% del total). Esta cuestión tiene su reflejo inmediato en el Indicador de Intensidad Turística (IIT), cuyo valor promedio evoluciona de forma positiva desde los 0,552 de 2003 a 0,580 en 2011 y, finalmente, hasta los 0,907 en 2018.

Por otro lado, la comparación de las medias aritméticas de los indicadores "total de viajeros" y "población no residente en España" evidencia en el primero de los casos un crecimiento generalizado durante el periodo analizado, aunque con ciertas matizaciones. Entre los años 2003 y 2011, el cuartil "muy elevado" de intensificación turística experimentó un crecimiento del 8,1%, un porcentaje discreto en comparación con el cuartil "elevado" que se incrementó un 46,6%. Durante el periodo 2011-2018, el cuartil "muy alto" aumentó hasta llegar al 28,1%; y, el cuartil "alto" se mantuvo en porcentajes similares al periodo anterior llegando a alcanzar el 45,3% (Tabla 1).

Nivel de riesgo	2018	Variación 2011-2018 (%)	2011	Variación 2003-2011 (%)	2003
Muy alto	6,03	28,1	4,71	8,1	4,35
Alto	3,37	45,3	2,32	46,6	1,58
Medio	2,15	20,6	1,79	-12,3	2,04
Bajo	1,77	69,1	1,05	12,5	0,93

Tabla 1. Riesgo de "overtourism" de "Viajeros totales" (2003-2018), elaborado a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (Puntos Turísticos) y Padrón de Población del INE.
***Table 1**. Risk of "overtourism" of "Total travelers" (2003-2018), prepared from the Hotel Occupancy Survey (Tourist Points) and Population Register of the INE*

Nivel de riesgo	2018	Variación 2011-2018 (%)	2011	Variación 2003-2011 (%)	2003
Muy alto	2,06	46,0	1,41	3,5	1,36
Alto	0,73	61,7	0,45	6,8	0,42
Medio	0,43	68,6	0,25	13,6	0,22
Bajo	0,26	87,3	0,14	27,3	0,11

Tabla 2. Riesgo de "overtourism" de "Población no residente" (2003-2018), elaborado a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (Puntos Turísticos) y Padrón de Población del INE.
***Table 2**. Risk of "overtourism" of "Non-resident population" (2003-2018), prepared from the Hotel Occupancy Survey (Tourist Points) and Population Register of the INE*

Por su parte, el indicador "población no residente en España" también experimentó un incremento generalizado en cuanto al riesgo de intensificación turística, aunque con ritmos diferentes. Entre el periodo 2003 y 2011, el cuartil "muy alto" se incrementó un 3,5% mientras que, entre los años 2011 y 2018, creció un 46%. El cuartil "alto" se comportó de una forma similar, experimentando un aumento del 6,8% entre 2003 y 2011 y del 61,7% entre 2011 y 2018 (Tabla 2). Los resultados evidencian, por lo tanto, un claro crecimiento de la intensificación turística durante el periodo analizado que se hace más evidente a partir

del 2011, posiblemente como consecuencia de la recuperación económica que se produjo tras la crisis del año 2008. Este aumento de la intensificación turística entre los años 2011 y 2018 se hace más notable en el indicador "población no residente" que en el de "total de viajeros".

Si analizamos la Tabla 3, observaremos un total de 17 puntos turísticos incluidos en las categorías de intensidad turística muy alta y alta. En el primer cuartil hay 9 ciudades cuyo valor promedio es de 2,06, aunque destacan por encima de los demás, Ronda (4,67), Santiago de Compostela (3,55) y Toledo (2,47). De hecho, el resto de ciudades de este cuartil está por debajo de la media. En el segundo cuartil hay 8 ciudades, aunque únicamente 4 superan el valor promedio de 0,73. Se trata de Hospitalet de Llobregat, Mérida, Teruel y Zafra.

		(Q1) >0,967	(Q2) >0,545	(Q3) >0,350	(Q4) >0,134
Puntos turísticos (destinos de interior)	**Carácter**	**Muy Alto**	**Alto**	**Bajo**	**Muy Bajo**
Ronda	EP	2,06			
Santiago de compostela	EM				
Toledo	EM				
Jaca	EP				
Salamanca	EM				
Segovia	EM				
Antequera	EP				
Ourense	EM				
Burgos	EM				
L'Hospitalet de Llobregat	IM		0,73		
Mérida	EM				
Teruel	EP				
Zafra	EP				
Ávila	EM				
León	EM				
Pamplona/Iruña	EM				
Jerez de la Frontera	IM				
Cáceres	EM			0,43	
Cuenca	EM				
Arcos de la Frontera	EP				
Oviedo	IM				
Úbeda	EP				
Lleida	EM				
Logroño	EM				
Elche/Elx	IM				
Plasencia	EP				0,26
Badajoz	EM				
Vitoria - Gastéiz	EM				
Valladolid	EM				
Soria	EP				
Zamora	EM				
Lugo	EM				
Albacete	EM				

EM= Extrametropolitana Media; EP=Extrametropolitana Pequeña; IM=Intrametropolitana Media

Tabla 3. Valoración del riesgo de overtourism en ciudades medias y pequeñas. Índice de Intesidad turística (Viajeros no residentes/Población) en 2018.

Table 3. *Risk assessment of overtourism in médium and small cities. Tourist Intensity Index (Non-residents travelers/ Population) in 2018.*

La Tabla 4 recoge el mismo número de puntos turísticos con alta y muy alta intensidad. La principal diferencia estriba en los valores promedio obtenidos por las ciudades incluidas en el cuartil 1, que es sensiblemente menor a los comentados anteriormente, alcanzando los 1,41. Destacarían nuevamente Ronda (3,43), Santiago de Compostela (2,31) y Toledo (1,79). Ningún otro punto turístico de este cuartil está por encima del valor promedio. En el segundo cuartil, 5 ciudades superarían el valor promedio de 0,45. Se trata de los casos de Arcos de la Frontera, Ciudad Rodrigo, Mérida, León y Jerez de la Frontera.

		(Q1) >0,569	(Q2) >0,318	(Q3) >0,189	(Q4) >0,080
Puntos turísticos (destinos de interior)	**Carácter**	**Muy Alto**	**Alto**	**Bajo**	**Muy Bajo**
Ronda	EP	1,41			
Santiago de Compostela	EM				
Toledo	EM				
Jaca	EP				
Salamanca	EM				
Segovia	EM				
Ávila	EM				
Burgos	EM				
Cuenca	EM				
Arcos de la Frontera	EP		0,45		
Ciudad Rodrigo	EP				
Mérida	EM				
León	EM				
Jerez de la Frontera	IM				
Pamplona/Iruña	EM				
Úbeda	EP				
Teruel	EP				
Cáceres	EM			0,25	
Manzanares	EP				
Oviedo	IM				
Logroño	EM				
Badajoz	EM				
Vitoria - Gastéiz	EM				
Benavente	EP				
Plasencia	EP				
Soria	EP				
Valladolid	EM				0,14
Lleida	EM				
Zamora	EM				
Ponferrada	EM				
Elche/Elx	IM				
Albacete	EM				
Palencia	EM				
Torrelavega	EM				

EM= Extrametropolitana Media; EP=Extrametropolitana Pequeña; IM=Intrametropolitana Media

Tabla 4. Valoración del riesgo de *overtourism* en ciudades medias y pequeñas. Índice de Intesidad turística (Viajeros no residentes/Población) en 2011.

Table 4. *Risk assessment of overtourism in medium and small cities. Tourist Intensity Index (Non-residents travelers/ Population) in 2011.*

Por último, la Tabla 5 incorpora únicamente 15 puntos con elevada intensidad turística. Las 8 ciudades del primer cuartil presentan nuevamente un valor promedio inferior que en los años posteriores (1,36). Las tres primeras posiciones las ocupan las mismas ciudades (Ronda, Toledo y Santiago de Compostela, por este orden). Por encima de 1 también se encuentra la localidad de Jaca, en el Pirineo oscense que, como en los casos anteriores, es el cuarto punto en intensidad turística.

		(Q1) >0,556	(Q2) >0,318	(Q3) >0,140	(Q4) >0,061
Puntos turísticos (destinos de interior)	**Carácter**	**Muy Alto**	**Alto**	**Bajo**	**Muy Bajo**
Ronda	EP	1,36			
Toledo	EM				
Santiago de Compostela	EM				
Jaca	EP				
Arcos de la Frontera	EP				
Salamanca	EM				
Segovia	EM				
Ávila	EM				
Mérida	EM		0,42		
Burgos	EM				
Cuenca	EM				
Úbeda	EP				
Cáceres	EM				
Jerez de la Frontera	IM				
León	EM				
Pamplona/Iruña	EM			0,22	
Teruel	EP				
Benavente	EP				
Logroño	EM				
Zamora	EM				
Soria	EP				
Lleida	EM				0,11
Oviedo	IM				
Vitoria - Gastéiz	EM				
Valladolid	EM				
Albacete	EM				
Lugo	EM				
Torrelavega	EM				
Ourense	EM				

EM= Extrametropolitana Media; EP=Extrametropolitana Pequeña; IM=Intrametropolitana Media

Tabla 5. Valoración del riesgo de *overtourism* en ciudades medias y pequeñas. Índice de Intesidad turística (Viajeros no residentes/Población) en 2003.
Table5. *Risk assessment of overtourism in medium and small cities. Tourist Intensity Index (Non-residents travelers/ Population) in 2003.*

El análisis pormenorizado de las ciudades incluidas en las categorías de mayor intensidad turística desde 2003 a 2018 muestra, como acabamos de ver, pocas diferencias en los puntos turísticos que más visitantes no residentes reciben. Así, Ronda, Santiago de Compostela y Toledo copan los tres primeros puestos en todo el periodo. Junto a ellos, en

el primer cuartil también aparecen ciudades como Jaca, Salamanca, Segovia y Ávila. La casuística del resto de ciudades es notable, y aunque en todos los casos la evolución del "overtourism" ha sido creciente, su posición en el primer o segundo cuartil ha ido variando de forma positiva como en el caso de Burgos, Jerez, Antequera y León, o errática como en Úbeda, Cuenca o Ciudad Rodrigo.

También nos ha parecido especialmente interesante la búsqueda de una explicación de los vínculos existentes entre la intensidad turística y factores de proximidad geográfica. Así, parecen detectarse cuatro patrones que permitirían distribuir las ciudades que soportan una mayor presión por parte de los visitantes no residentes en relación a la población residente.

El primero sería la cercanía o influencia geográfica que ejercen los dos principales núcleos de población de este país, Madrid y Barcelona. Así, puntos turísticos como Ávila, Toledo, Segovia, o incluso Cuenca, participan de un modo u otro de los turistas que acceden a la capital, con una motivación eminentemente cultural, y que complementariamente visitan también estas ciudades, atraídos sin lugar a dudas, por su rico patrimonio y por el hecho de que son Patrimonio de la Humanidad. En el caso de Barcelona, este mismo fenómeno de proximidad propicia la intensidad turística elevada de un municipio como Hospitalet de Llobregat. La localización en esta localidad de uno de los dos recintos feriales de la ciudad (Fira de Barcelona), es la principal diferencia con el caso anterior. El turismo de congresos es aquí la modalidad turística dominante.

El segundo patrón también está relacionado con la cercanía geográfica de algunos puntos turísticos, pero no a núcleos de población sino a países vecinos. Así, el número significativo de visitantes no residentes de ciudades como Jaca o Teruel tendría que ver con turistas franceses mayoritariamente, mientras que, en otros casos como Zafra, Mérida, Ourense, Salamanca, Ciudad Rodrigo o Cáceres, la nacionalidad portuguesa de sus visitantes sería la dominante. Es evidente, como en el caso anterior, que su intensidad turística no está únicamente vinculada a la proximidad, sino que también hay otros factores intervinientes como su monumentalidad o la celebración de eventos internacionales (caso del Festival de Teatro de Mérida).

En tercer lugar, parece deducirse una evidente vinculación entre la elevada intensidad turística de ciudades como Burgos, León, Oviedo, Pamplona y Santiago de Compostela, con el Camino de Santiago y sus variantes. También aquí, como en el caso anterior, la monumentalidad juega un importante papel, del mismo modo que lo hacen festividades tales como los sanfermines.

Por último, el cuarto patrón detectado en la distribución espacial de los puntos turísticos con intensidad elevada, tiene que ver con la cercanía a un área de fuerte concentración del turismo como es la Costa del Sol. De este modo, ciudades como Ronda, Antequera, Jerez, Arcos de la Frontera, o incluso Úbeda, también se encuentran entre los puntos donde la concentración de visitantes no residentes es mayor.

4.2. La intensificación turística y la implementación de políticas de planificación turística de carácter estatal

Para finalizar la investigación, se ha querido comprobar si existe alguna relación significativa desde un punto de vista estadístico entre el incremento de turistas, y por lo tanto de la intensificación, y la implantación de políticas de planificación turística de

carácter estatal. Para ello, se ha contabilizado el total de turistas, internacionales y nacionales, de las ciudades medias y pequeñas consideradas por el INE como "Puntos turísticos" durante el periodo 2003-2018. Los resultados se han agrupado en función de los años en lo que se han aplicado políticas de planificación turística diseñadas por la Secretaría de Estado de Turismo (Tabla 6). Sobre este conjunto de datos se ha aplicado el test estadístico de Friedman. Los resultados obtenidos indican que no existen variaciones representativas, es decir, que ninguna de las políticas aplicadas genera un incremento significativo del número de turistas y, como consecuencia, de la intensificación turística (Tabla 7).

Políticas de planificación turística	**Turistas totales en puntos turísticos de interior***
Líneas estratégicas de la Secretaría de Estado de Turismo (2018) (p. ej. Plan de Marketing 2018-2020)	9.515.199
Iniciativas de la Secretaría de Estado de Turismo (2017-2016) (p. ej. Plan de Marketing 2018-2020)	18.625.573
Plan Nacional e Integral del Turismo (PNIT) (2015-2013)	23.165.822
Plan del Turismo Español. Horizonte 2020 (2012-2007)	43.330.462
Plan Integral de la Calidad del Turismo Español (PICTE) (2006-2003)	26.671.094

* Vitoria-Gasteiz, Albacete, Mérida, Burgos, Cáceres, Santiago de Compostela, Cuenca, León, Lleida, Logroño, Lugo, Pamplona/Iruña, Ourense, Palencia, Salamanca, Segovia, Toledo, Valladolid, Zamora, Badajoz, Guadalajara, Huesca, Ponferrada, Torrelavega, Elche-Elx, Jerez de la Frontera, Oviedo, Hospitalet de Llobregat, Alcalá de Henares, Plasencia, Arcos de la Frontera, Jaca, Ronda, Soria, Teruel, Benavente, Zafra, San Roque, Manzanares, Valdepeñas, Úbeda, Sarria, Antequera, Carballiño, Ciudad Rodrigo, Calatayud.

Tabla 6. Políticas de planificación turística de la Secretaria de Estado de Turismo (2018-2020). Elaborado a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (Puntos turísticos).

Table 6*. Tourism planning policies of the Secretary of State for Tourism (2018-2020).*

Prueba de Friedman	**Turistas totales en puntos turísticos de interior**
Q (Valor observado)	4
Q (Valor crítico)	9,488
GL	4
valor-p (unilateral)	0,406
alfa	0,05
Se ha utilizado una aproximación para calcular el valor-p	
Interpretación de la prueba:	
H0: Las muestras vienen de la misma población	
Ha: Las muestras no vienen de la misma población	
Puesto que el valor-p calculado es mayor que el nivel de significación alfa=0,05, no se	

Tabla 7. Prueba de Friedman e interpretación de los resultados.

Table 7*. Friedman test and interpretation of results.*

4. Conclusiones

Ha sido objetivo fundamental de esta investigación aplicar un indicador de intensidad turística para valorar la tendencia del "overtourism" en las ciudades medias y pequeñas españolas consideradas como destinos turísticos de interior. No se ha tratado de puntualizar de forma absoluta qué ciudad o no está sometida a mayor presión turística sino de entender de una forma global la evolución de un fenómeno tan complejo como es el "overtourism", enmarcándolo en las causas y consecuencias más frecuentes apuntadas por la bibliografía de referencia.

Tres son los resultados principales que merecen ser subrayados de esta investigación. En primer lugar, la implementación de un indicador que, aunque ya existente, ha sido modificado para aplicarlo a este objeto de estudio obteniendo un rendimiento que se puede considerar óptimo. En segundo lugar, se ha constatado mediante test estadísticos el incremento generalizado de la presión turística en las ciudades medias y pequeñas españolas durante el periodo analizado. Finalmente, se ha mostrado cómo los factores de localización geográfica, especialmente, la proximidad a ciudades y puntos turísticos litorales y culturales, contribuyen al incremento del "overtourism".

En el futuro, la elaboración de estudios de caso permitirá profundizar en la casuística de cada una de las ciudades analizadas y proporcionará la oportunidad de desarrollar nuevos indicadores que enriquecerán la metodología implementada en esta investigación y proporcionarán resultados más concretos a escala urbana.

Agradecimientos

Esta investigación, desarrollada por el Grupo de Investigación en Estudios Urbanos y del Turismo (URByTUR) del Departamento de Geografía de la UAM, se incardina dentro del proyecto competitivo "Cultura y Territorio en España. Procesos e impactos en las ciudades pequeñas y medias", (CSO2017-83603-C2-2-R), financiado por el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016.

Referencias bibliográficas

Barrado, D. e Hidalgo, C. 2019. Golden hordes or mere barbarians? Discourses on tourism, touristification, and tourismophobia in Madrid's Lavapiés neighborhood. *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, 83, 2825, 1-36.

Bonilla, J. y Bonilla, L. 2008. La capacidad de carga turística. Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 15: 123-150.

De la Calle, M. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, 83, 2825, 1-40.

Espinar, E. 2018. *Gentrificación y turistificación*. Trabajo Final de Grado dirigido por José David Egea, Facultad de Turismo de la Universitat de les Illes Balears.

European Parliament. 2018. *Research for TRAN Comitte-Overtourism: impact and possible policy responses*. Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Directorate-General for Internal Policies. PE 629.184. 255 págs.

García, Mª., Ivars-Baidal, J. y Mendoza de Miguel, S. 2019. Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2830, 1–38.

García, Mª. y De la Calle, M. 2012. Capacidad de carga en grandes recursos turísticos-culturales. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 32 (2): 253-274.

García, Mª. 2000. Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 20, 131-148.

Goodwin, H. 2017. *The challenge of overtourism*. Responsible tourism partnership, Working Paper 4. 19 págs.

Gutiérrez, J., García, J. C. y Henar, M. 2016 Big (Geo) Data en Ciencias Sociales: Retos y Oportunidades. *Revista de Estudios Andaluces (REA)*, 33 (1): 1-23.

Hidalgo, C. y Maene, O. 2017. The Nature of Spain's International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008-2016): A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending. *Economies*, 5 (3), 32, 1-15.

Huete, R. y Mantecón, A. 2018. El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (1), 9-19.

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. 2018. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10 (12): 1-15.

López, L., Otón, M. y Antelo, Á. 2019. ¿Existe overtourism en Santiago de Compostela? Contribuciones para un debate ya iniciado. *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, 83, 1-36, 2825, 1-48.

Dichter, A., y Guevara, G. 2017. *Coping with success: Managing overcrowding in tourism destinations*. World Travel and Tourism Council, London.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3): 511-564.

Milano, C. 2017. *Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales*. The OSTELEA School of Tourism & Hospitality.

Miriam, Z. 2019. Gentrificación y turismo urbano. ¿Cómo se articulan? *Ar@cne*, 230, 1-32.

OMT. 2018. *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. Executive Summary. UNWTO.

Palacios, A., Hidalgo, C y Narváez, C. 2020. Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes en ciudades medias y pequeñas, 647-660 (En prensa).

Romero, A., Blázquez-Salom, M., y Morell, M. 2018. Turismofobia como arma arrojadiza. *Ábaco. Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, 4 (98), 55-64.

Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M. y Fletcher, R. 2019. Not tourism-phobia but urban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83: 2834: 1-30.

Romero, Y., Cerezo, A., Navarro-Jurado, E., Romero, J. y Guevara-Plaza, A. 2019. Conflicts in the tourist city from the perspective of local social movements. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. 83, 2837, 1-35.

Seraphin, H., Sheeran, P. y Pilato, M. 2018. Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9: 374-376.

Smith, N. 1996. *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*. Routledge, Londres.

Sorrando, D. y Ardura, Á. 2016. *First we take Manhattan. La destrucción creativa de las ciudades*. Catarata, Madrid.

TourMis, 20/05/2020, https://www.tourmis.info/index_e.html.

Changes in the use of the Spanish littoral land (2008-2018). An announced saturation

María-Dolores PITARCH-GARRIDO and Carmen ZORNOZA-GALLEGO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Pitarch-Garrido, M.D. and Zornoza-Gallego, C., 2020. Changes in the use of the Spanish littoral land (2008-2018). An announced saturation. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 405-415. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

During the first part of the 21st century, the Spanish territory has experienced a considerable increase in the artificial surface in its various aspects: urbanization, commerce, services, communication routes, etc., which means loss of natural soil, landscape diversity and resources. The coastal spaces have been strongly affected by this process. In this paper we want to show the evolution of the changes in the land uses in the Spanish coast, both in the peninsula and in the islands, particularly in the first line (first 0 to10 kilometers). The urban structure (artificial land) before and after the economic crisis of 2008 helps to understand the situation of territorial saturation experienced by the coastal area in Spain, mainly due to tourism activity and the evolution of destinations coastlines both in terms of urbanization growth and the creation of leisure spaces complementary to traditional sun and beach tourism. The data from SIOSE have been used to build the cartography and achieve the analysis.
Keywords: *coastal spaces, coastal tourism, urban development, Spain, land use*

CAMBIOS EN EL USO DEL SUELO LITORAL EN ESPAÑA (2008-2018). UNA SATURACIÓN ANUNCIADA. Durante la primera parte del siglo XXI, el territorio español ha experimentado un considerable aumento de la superficie artificial en sus diversos aspectos: urbanización, comercio, servicios, vías de comunicación, etc., lo que supone una pérdida de suelo natural, de diversidad paisajística y de recursos. Los espacios costeros se han visto fuertemente afectados por este proceso. En este trabajo queremos mostrar la evolución de los cambios en los usos del suelo en el litoral español, tanto en la península como en las islas, especialmente en la primera línea (primeros 0 a10 kilómetros). La estructura urbana (suelo artificial) antes y después de la crisis económica de 2008 ayuda a comprender la situación de saturación territorial que experimenta la zona costera en España, principalmente debido a la actividad turística y a la evolución de los destinos costeros tanto en lo que se refiere al crecimiento de la urbanización como a la creación de espacios de ocio complementarios al turismo tradicional de sol y playa. Para construir la cartografía y realizar el análisis se ha utilizado SIOSE.
Palabras clave*: espacios litorales, turismo costero, desarrollo urbano, España, uso del suelo.*

Maria-Dolores PITARCH-GARRIDO, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, Universitat de València, Calle: Serpis, 29, 46022 - Valencia. Maria.pitarch@uv.es, Carmen ZORNOZA GALLEGO, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, Universitat de València, Calle: Serpis, 29, 46022 - Valencia. carmen.zornoza@uv.es.

Manuscript reception: 9-june-2020; revision accepted: 3-august-2020.

Introduction

The tourism model from a territorial point of view that has had and still has the greatest capacity of attraction is that which is developed in the coastal areas. The UNWTO considers that the coastal areas concentrate more than three quarters of the world's tourist offer, with the Mediterranean being the main destination with more than one hundred million visitors per year (UNWOT, 2005). The so-called "sun and beach" model is the main offer of countries such as Spain where the two main resources, the good climate and an extensive coastline, are especially relevant.

According to UNWOT (2019), "coastal tourism refers to land-based tourism activities such as swimming, surfing, sunbathing and other coastal leisure, recreation and sports activities which take place on the shore of a sea, lake or river. Proximity to the coast is also a condition for services and facilities that support coastal tourism" (pg. 46). This definition combines two elements: the activities carried out by the tourist and the type of territory or space where they take place. Given that it is the territory that supports tourist activity, among others, it is also the one that receives its impact, both positive and, above all, negative. Coastal areas are generally associated with mass tourism, linked in turn to overtourism, a problem that has occupied many pages in the conventional press and in scientific research over the last decades, particularly in the second decade of the 21st century, in the stage prior to the crisis associated with the Covid-19 pandemic. Even in the midst of the pandemic crisis, coastal destinations are proposing new ways to continue to host as many tourists as possible. In any case, over-tourism is a problem that has an impact on the territory, on local society, on the very tourism businesses that are saturated, and on tourists who perceive overcrowding as a loss of quality (Li *et al.,* 2017, Greenpeace, 2018).

There are different ways to approach the analysis of overtourism. Many proposals have been made to reduce the impact of the accumulation of tourists at certain times of the year, particularly in fragile environments such as the historic centres of some cities (see the example, repeated on many occasions, of Venice), in natural environments of great landscape value where the accumulation of people can aggravate their sustainability, and in coastal areas, which are particularly vulnerable at certain periods of the year, especially if we consider that these are territories that are strongly affected by the natural processes associated with climate change. According to UNWOT (2005), "almost all coastal destinations share the problems of control of the use and construction of the coast, the quality of sea water (or lakes), agglomerations in certain locations (beaches) in the high season, the creation of docks and piers, erosion, solid waste disposal on the beachfront, the identification and protection of species or fragile environments, and seasonal use. " (p. 274). The first of these problems, the use and construction of the coast, is of great relevance in that it has been a habitual practice of tourist municipalities as a formula for creating tourist offers, fundamentally for accommodation, identifying real estate growth with tourist development, finally generating saturated spaces of low environmental and landscape quality, in addition to the enormous difficulties associated with the management of these spaces, which are empty for part of the year.

One way of approaching the reality of tourist territories is through the quantification of tourists or accommodation places, although this may pose some problems (Simancas and Peñarrubia, 2019). In this communication we propose a complementary way of analysing their saturation: through changes in land use. In this sense, coastal areas tend to be those that are home to the greatest number of people, economic activities and communication infrastructures.

An analysis of changes in land use along the Spanish coast, including the archipelagos, is proposed on the basis of satellite images provided by the CORINE Land Cover (CLC) project, which was set up with the aim of obtaining a common land use database for the European Union. In the case of Spain, CORINE was the first database to cover the entire national territory. There are currently 5 publications: CLC 1990, CLC 2000, CLC 2006, CLC 2012 and CLC 2018, so that the territorial evolution covers 28 years, until a relatively recent date, which provides us with a very broad panorama that complements other sources of information to analyse the phenomenon of massification or over-tourism in the Spanish coastal land.

Methodology

It is essential to know the basic characteristics of CLC in order to understand the type of results and the validity of the conclusions drawn from this source. The reference scale is 1:100,000, which means that the precision associated with this scale is 20 meters, resulting from multiplying the scale factor by the limit of visual perception (100,000 x 0.2 mm = 20 meters).

In addition to this precision, it should be considered that the minimum polygon is set at 25 ha, so any area must have at least this area. This fact is very important for the study of developed areas, since there are a certain number of smaller areas that will not be represented.

The possibilities offered by CLC for the disaggregation of uses are wide, since it contains information on multiple typologies at different levels. The most general classification (1 digit) is divided into the following types:

1. Artificial surfaces
2. Agricultural areas
3. Forest and seminatural areas
4. Wetlands
5. Water bodies

Given that the object of study is basically the evolution of urbanization on the coast, the work is done by breaking down Class 1 to obtain greater precision in these uses, while the others (Classes 2, 3, 4 and 5) remain at 1 digit. Class 1 is broken down as follows:

1.1.1. Continuous urban fabric
1.1.2. Discontinuous urban fabric
1.2. Industrial, commercial and transport: Industrial and commercial units (121), Road, rail and associated land (122), Port areas (123), Airports (124).
1.3. Mining, dump and construction sites: Mineral extraction sites (131), Dump sites (132), Construction sites (133)
1.4.1: Green Urban Areas

1.4.2. Sports and leisure facilities

The breakdown into 3 digits responds to the object of the study, in which knowing whether the type of artificial fabric is continuous or discontinuous is fundamental for recognising the pattern of occupation, relating it to the impact of tourism in these areas.

As a note, it is necessary to point out that, in the case of Spanish territory, there is another land use database called "*Sistema de Información de Ocupación del Suelo en España (SIOSE)*", whose definition is greater than that of CORINE. The main reason why on this occasion it has been decided to dispense with it and base the analysis on CORINE is that the time range of the latter is much greater, allowing the tourist phenomenon to be observed with greater perspective.

Following the methodology presented by Zornoza (2013), several strips are established from the coast line in order to be able to study the different territorial dynamics. Four study strips (bands) were established: Strip 1 (0-500 m); Strip 2 (500-1,000 m); Strip 3 (1,000-5,000 m); Strip 4 (5,000-10,000 m).

Bands 1 and 2, which correspond to those closest to the coast line, are of particular interest. It corresponds to the most fragile part of the ecosystem because the pressure generated by the union of the coastal and maritime system is more pronounced. It is also here that the massive urban developments associated with sun and beach tourism are concentrated. This combination of factors means that the possible problems are clearly represented here. Specifically, the 0-500 m strip encompasses the maritime-terrestrial public domain, so beaches, promenades or dune systems are part of its definition. It is interesting to make two differentiated strips to observe their differences, if any.

Fringes 3 and 4, which form the area from 1 km to 10 km, are also part of the coastal system and are not as exposed to coastal processes as the previous ones. The aim of this analysis is to recognise the extent to which they are affected by urbanisation processes and to compare the different situations.

Although it is possible to carry out other types of complementary analyses, for example, for each of the tourist areas, by municipality, by province, etc. in this communication we are going to use the *Buffer* function of ARC-SIG to delimit the previously indicated strips and to analyse the phenomenon of the growth of urbanisation or artificialisation of land on the Spanish coast, in particular in the areas associated with sun and beach tourism.

Findings

Despite the fact that the coast is the most fragile natural area, it is also the most populated and active in the world and in Spain. Its high ecological value, both in aquatic and terrestrial areas, makes the impacts on this space especially relevant (Barragán, 1993). Conflicts derived from competition for land use, in which agriculture can hardly stop the push of urbanization, water use, especially in the Mediterranean, where it is a scarce good and whose need increases with the concentration of activities in this space, the alteration of the landscape in areas where its value is directly related to economic benefit, etc. have over the years led to a process of flight forward that has provided solutions that are always linked to greater growth. That means an increase in engineering works and an increase in the artificialisation of land, or punctual solutions, repeated over time in a kind of fight by human being against nature, which is inexplicably expensive and ineffective, such as the

enormous investments to regenerate beaches or the artificial extension of ports and promenades to gain space to the sea and continue to be productive spaces.

In Spain, according to the data analyzed, between 1990 and 2008, 1302.4 km^2 have been transformed into artificial soil in the 10 km coastal strip (Fig. 4). That is, this is in addition to what was previously artificialised. Most of this land has been transformed between 1990 and 2006, particularly in the first decade: between 1990 and 2000, 507.3 km^2 were transformed into artificial land, while between 2000 and 2006 this figure was 450.5 km^2. Between 2006 and 2018, the artificialization of the soil of the coastal strip amounted to 344.6 km^2, i.e. lower than in the previous stages, despite a longer period. The financial and real estate crisis of 2008 paralysed construction and put a brake on the artificialisation of the land throughout the country. In the case of the coast, between 2006 and 2012 the highest figure of artificial land corresponds to the category of land under construction, 91 km^2, which shows the constructive inertia of the previous stage, a figure that is reduced to less than a sixth, 15 km^2 in the period 2012-2018. Next, we will approach the evolution of the process of artificialization of the coast according to the different strips that we have considered.

The initial situation, 1990, shows us a coast (the first 10 kilometres) where forest and agricultural areas predominate, accounting for 52% and 38% of the land respectively. The artificial surface is 7% (Fig. 1), a figure which may seem low in comparison with the previous ones, but which already represents a certain coverage especially in terms of continuous and discontinuous urbanization, and to a lesser extent, industry and commerce, especially important in the first 5 km from the coast line (Fig. 2).

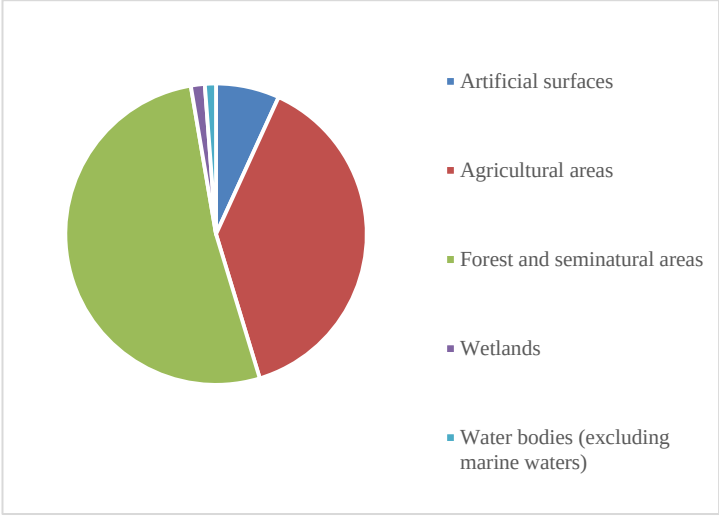


Fig. 1. Land structure according to CLC in 1990 in the 10 km band, from the coast line. Total Spain.
Fig. 1. *Estructura del suelo según CLC en 1990 en la franja de 10 km, desde la línea de costa. Total España.*

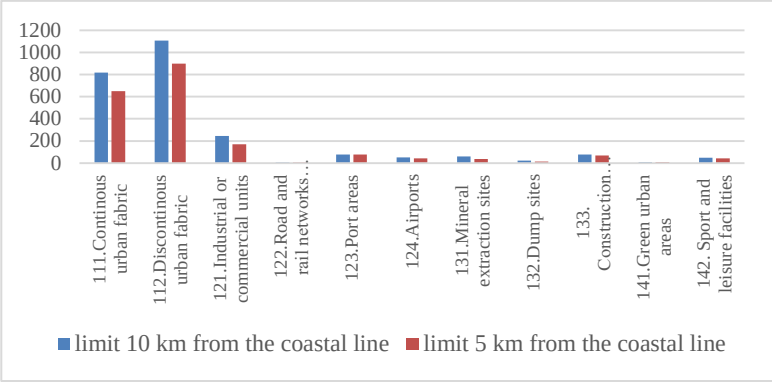


Fig. 2. Artificial soil structure according to CLC in 1990 in 2 strips from the coast in km^2. Total Spain.
Fig. 2. *Estructura del suelo artificial según CLC en 1990 en 2 franjas desde la costa en km^2. Total España.*

It is clear that the Spanish coast is an overpopulated area where almost half of the population and more than 70% of tourism is concentrated. This coastal area barely accounts for 9% of the country's total surface area, yet it is home to 37% of the country's artificial surface area, which is evidence of its economic dynamism, i.e. its strength, but also its weakness, due to the enormous pressure to which this territory is subject. For more information, in 1990, 7% of the 10 km strip from the coast was artificial, a figure that rises to 11% in 2018. For the 1 km strip, the figure is even more striking: in 1990, 18% was artificial, while in 2018 it was 25%, which shows an increasingly strong saturation of the coastal soil.

In order to specify the analysis, we are going to focus on the changes from 1990 to 2018 that involve a transformation towards artificial surface. We will analyse the general figures for the whole of Spain, without losing sight of the fact that the transformations observed respond to different processes and not all of them are directly linked to the growth of tourist areas. This general vision brings us closer to the whole, although in certain areas of the coast, of which we will point out some examples, it is evident, due to the characteristics of the artificialisation process and the prevailing economic model, that the transformations respond to public and private decisions to create tourist accommodation offers in their different modalities, but, above all, real estate business.

In general terms, the coastal strip (10 km) is characterised by a change towards discontinuous urbanisation (Fig. 2 and Table 1). In comparison, continuous urbanization is scarce and only noticeable in the first part of the period under consideration, and the sites under construction are very important in the period of maximum urbanization, before the 2008 crisis. Spaces transformed into industry, commerce and sports and leisure areas are also noteworthy in the first phase, decreasing, partly due to overcrowding, in the second part of the period considered.

If we consider only the changes to artificial use by stripes, that is, with the distance limits considered in this research, the result is relevant: the strip between 2 and 5 kilometres

is the one that undergoes most of the changes, followed by the strip between 5 and 10 kilometres (Fig. 3). In the 90s, coinciding with the real estate boom, the transformation in the first 500 m from the coast line is really important, it is even higher than the second strip, between 500 meters and 1 kilometer. In this years, discontinuous urban growth, commercial growth and continuous urban development stand out, while in the second (2000-2006), and third period (2006-2012) spaces under construction (construction sites) stand out, typical of that moment of growth in the urbanization process (Fig. 4).

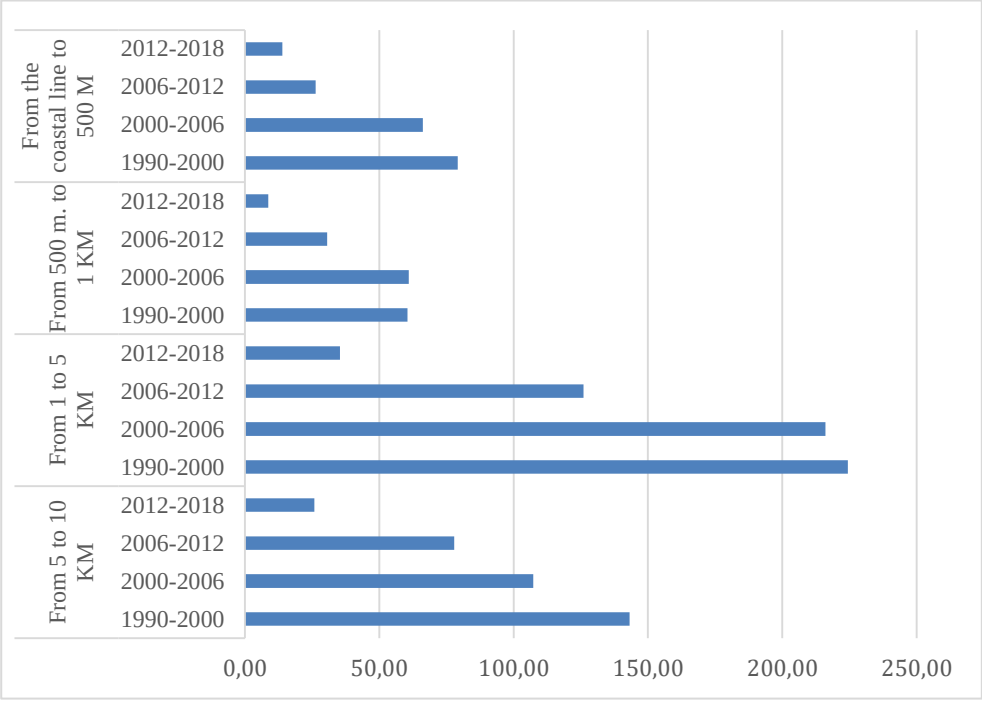


Fig. 3. Changes to artificial soil according to CLC in the first 10 km from the coast (in km^2). Total Spain.
Fig. 3. *Cambios a suelo artificial según CLC en diferentes franjas consideradas y periodos entre 1990 y 2018 (en km^2). Total España.*

The changes to artificial land are, as noted, an indication of economic activity, in particular real estate. In terms of tourism, we are mainly interested in the construction of housing and equipment related to improving access to the area. As an indicator of the relationship between land artificialisation, saturation and tourism, we propose two examples: Mallorca and Alicante. In both cases, the coast is the space where tourist activity is concentrated. In both cases the process of transformation towards artificialisation of the land in recent decades has also been of considerable magnitude (Figs. 5 and 6). We will calculate for these two provinces the changes in land use in the range of 0 to 10 km.

In the case of Alicante, the increase of artificial surface on the coast is 3% per year in the last 28 years. In the case of the Majorcan coast, the increase of artificialisation in the

		Corine Land Cover classes											
		111	**112**	**121**	**122**	**123**	**124**	**131**	**132**	**133**	**141**	**142**	**Total**
1990-2000	10 km	67,96	**178,81**	85,54	8,95	15,99	3,11	19,16	2,17	63,90	1,41	60,25	507,27
	5 km	52,84	**132,95**	54,57	4,48	15,99	2,55	9,67	0,80	45,61	1,10	43,56	364,11
	1 km	22,06	60,88	8,30	0,89	15,60	1,03	0,66	0,00	17,61	0,20	12,52	139,75
	500 m	11,71	35,68	3,74	0,14	14,99	0,55	0,19	0,00	7,56	0,03	4,64	79,24
2000-2006	10 km	28,90	**113,81**	54,67	11,33	6,17	9,89	11,78	1,70	**175,07**	2,23	34,93	450,47
	5 km	21,42	98,76	36,85	6,02	6,17	8,32	5,09	1,13	**130,60**	1,09	27,69	343,13
	1 km	10,04	50,42	6,45	0,42	6,17	2,05	0,21	0,00	43,15	0,49	7,75	127,13
	500 m	4,77	29,13	2,17	0,05	5,78	0,62	0,00	0,00	20,30	0,09	3,29	66,21
2006-2012	10 km	0,98	53,03	39,47	17,84	6,27	5,37	8,27	2,50	90,81	4,81	31,36	260,73
	5 km	0,87	41,43	25,10	11,76	6,27	3,34	4,56	1,46	61,22	4,17	22,71	182,89
	1 km	0,69	17,06	4,44	1,20	5,80	0,48	0,73	0,26	20,29	1,17	4,78	56,91
	500 m	0,46	7,57	2,19	0,19	5,59	0,27	0,29	0,00	8,44	0,22	1,07	26,27
2012-2018	10 km	0,45	15,90	17,17	15,29	7,06	0,21	4,50	1,05	15,22	0,86	6,20	83,92
	5 km	0,38	10,31	10,77	11,28	7,06	0,00	2,12	0,27	10,10	0,77	5,01	58,07
	1 km	0,12	2,77	3,68	4,26	6,64	0,00	0,12	0,00	2,62	0,22	2,25	22,68
	500 m	0,11	1,10	2,82	1,49	5,79	0,00	0,00	0,00	1,74	0,02	0,89	13,95

Table. 1. Distribution of land use changes on the Spanish coast 1990-2018, according to CLC typology in km^2. Only changes to artificial land are considered.111. Continous urban fabric, 112.Discontinous urban fabric, 121.Industrial or commercial units, 122.Road and rail networks and associated land, 123.Port areas, 124.Airports, 131.Mineral extraction sites, 132.Dump sites, 133. Construction sites, 141.Green urban areas and 142. Sport and leisure facilities

Tabla 1. *Distribución de los cambios de usos del suelo en el litoral español 1990-2018, según tipología de CLC en km^2. Se considera únicamente los cambios a suelo artificial.111. Tejido urbano continuo, 112. Tejido urbano discontinuo, 121. Unidades industriales o comerciales, 122. Redes de carreteras y ferrocarriles y terrenos asociados, 123. Zonas portuarias, 124.Aeropuertos, 131. Sitios de extracción de minerales, 132. Vertederos, 133. Zonas de construcción, 141. Zonas urbanas verdes y 142. Instalaciones deportivas y de ocio.*

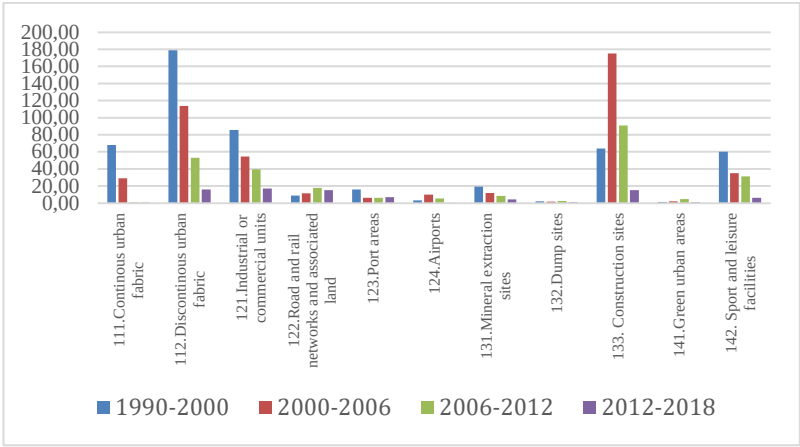


Fig. 4. Changes to artificial soil according to CLC in the first 10 km from the coast (in km^2). Total Spain.
Fig. 4. *Cambios a suelo artificial según CLC en los primeros 10 km desde la costa (en km^2). Total España.*

same period is 2.25% per year. In both cases, these are very high figures, and in both cases the artificial surface is created at the cost of significant losses of agricultural surface. With regard to the type of artificial surface, in both cases the discontinuous urban surface stands out extraordinarily, followed by the continuous urban surface, but at a considerable distance, with similar figures to the surface destined for industry, commerce and transport, especially in 2018 and in Alicante. On the coast of Majorca, the discontinuous urban area has increased 5.3% per year, well above the Spanish average. In the case of the Costa Blanca, in Alicante, this increase is 3.3% per year.

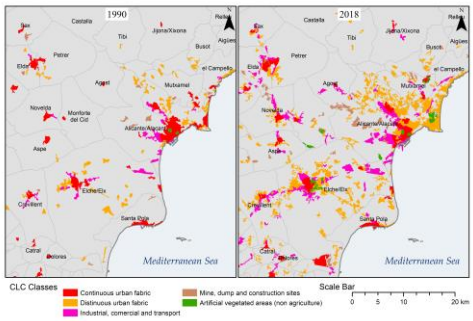


Fig. 5. *Changes to artificial soil according to CLC in the coast of the province of Alicante (1990 and 2018)*
Fig. 5. Cambios a suelo artificial según CLC en la costa de la provincia de Alicante (1990 y 2018)

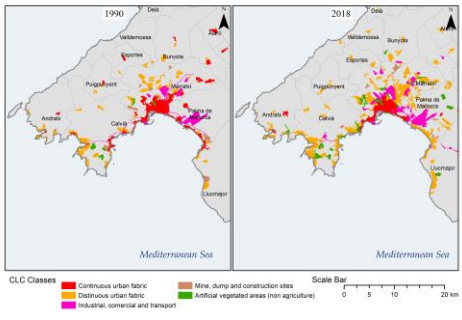


Fig. 6. *Changes to artificial soil according to CLC in the south-west coast of Mallorca (1990 and 2018)*
Fig. 6. Cambios a suelo artificial según CLC en la costa sudoccidental de Mallorca (1990 y 2018)

Conclusion

As indicated in the title of this communication, saturation of the coastline is neither a new nor an unforeseen phenomenon. On the contrary, there has been a process of artificialisation, accelerated between the late 1990s and the beginning of the 21st century, but which has not been reduced or reversed at any time or in any coastal territory. Tourism, or the excuse for it, has been one of the main architects of this transformation of the coastal space, and, therefore, of abusive urbanisation, in particular of the spaces most directly linked to the sea, that is, the first coastal strip, between 0 and 10 km, or what is more, between 0 and 1 km. With this first approach, we wanted to point out the magnitude of the phenomenon, as well as the need for a more protectionist planning. This phenomenon, which is not exclusive to Spain but common to the countries of the Mediterranean, shows the consequences that the generation of immediate benefits and the short-sighted visions of investors and governments have had in a particularly fragile space that is highly saturated by very diverse activities, to which tourism is added. The consequences of this process of saturation and artificialisation are unavoidable and impossible to reverse, which is why it will be necessary, looking ahead, to define the territorial model we want and to implement the necessary land planning actions. Throughout the years studied, it has been noted that, although there have been different visions according to the territories, it has not been possible to stop the process that seems to sweep away any attempt at soil conservation along the coastline. Although the crisis of 2018 meant a hundred percent slowdown, in the last period analyzed (2012-18), a certain recovery of the growth rate of urbanization is beginning to be seen.

More detailed studies will show the magnitude of this process at a regional and local level, as well as the existence of different growth models, which, linked to other data of a tourist nature, explain the evolution of the transformation and tourist processes in Spain.

Acknowledgments

This paper has been prepared within the framework of the project "Social sustainability, global connectivity and creative economy as development strategies in the metropolitan area of Valencia" (CSO2016-74888-C4-1-R), financed by the State Research Agency (AEI) and the European Regional Development Fund (ERDF) within the State Programme for Research, Development and Innovation geared towards the Challenges of Society, within the framework of the State Plan for Scientific and Technical Research and Innovation 2013-2016, 2016 call.

References

Barragán, J.M. 1993. *Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral*, Barcelona: Oikos-Tau.

Greenpeace. 2016. *A toda Costa, Análisis de la evolución y estado de conservación de los bienes y servicios que proporcionan las costas*, disponible en: https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2018/07/Informe-Ampliado.pdf

Li, L.; Zhang, J.; Nian, S.; Zhang, H. 2017. Tourists' perceptions of crowding, attractiveness, and satisfaction: A second-orderstructural model. *Asia Pacific Journal of Tourism Research.* 22, 1250–1260.

Simancas Cruz, M.; Peñarrubia Zaragoza, M.P. 2019. Analysis of the Accommodation Density in Coastal Tourism Areas of Insular Destinations from the Perspective of Overtourism. *Sustainability*, 11, 3031.

UNWOT 2019. *UNWOT Tourism Definitions,* https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284420858

UNWOT. 2005. *Indicadores de Sostenibilidad para los Destinos Turísticos. Guía Práctica*; UNWTO: Madrid, Spain.

Zornoza, C. 2012. *Crecimiento urbanístico en la zona costera de la Comunidad Valenciana (1987-2009). Análisis y perspectivas de futuro*. Valencia: IIDL/PUV, ISBN 9-84-370-9070-278.

El uso turístico de la vivienda en el medio rural catalán. El auge del alquiler turístico frente a otras fórmulas de alojamiento

Martí CORS-IGLESIAS, M. Belén GÓMEZ-MARTÍN y Xosé A. ARMESTO-LÓPEZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Cors-Iglesias, M., Gómez-Martín, B. y Armesto-López, X. 2020. El uso turístico de la vivienda en el medio rural catalán. El auge del alquiler turístico frente a otras fórmulas de alojamiento. *In:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 417-429. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La presente aportación trata de informar sobre la dimensión y el posicionamiento de la oferta de viviendas de uso turístico regladas (VUTs) en zonas rurales de Cataluña, analizando su evolución más reciente (2015-2018) y su distribución geográfica. Asimismo, el trabajo compara el posicionamiento de los VUTs con respecto al resto de alojamientos reglados, haciendo especial hincapié en los establecimientos de turismo rural. La investigación define como unidades de análisis los municipios rurales de Cataluña de 2000 o menos habitantes y el estudio utiliza un enfoque cuantitativo a partir del análisis, mediante estadística descriptiva y representación cartográfica, de datos procedentes de diferentes fuentes oficiales.
Palabras clave: *Vivienda de uso turístico, Municipio rural, Cataluña.*

THE TOURIST USE OF HOUSING IN CATALAN RURAL AREAS. THE GROWTH OF TOURIST RENTAL COMPARED TO OTHER ACCOMMODATION FORMULAS. This contribution tries to inform about the size and positioning of the offer of regulated tourist accommodation housing (VUTs) in rural areas of Catalonia, analyzing its most recent evolution (2015-2018) and its geographical distribution. Likewise, the work compares the positioning of the VUTs with respect to the rest of regulated accommodation, with a special emphasis on rural tourism establishments. The research defines the rural municipalities of Catalonia with 2000 or fewer inhabitants as units of analysis and the study uses a quantitative approach based on the analysis, using descriptive statistics and cartographic representation, of data from different official sources.
Key words: *Tourist accommodation housing, Rural municipality, Catalonia.*

Martí CORS-IGLESIAS, marti.cors@ub.edu; M. Belén GOMÉZ-MARTÍN, bgomez@ub.edu; Xosé A, ARMESTO-LÓPEZ, armesto@ub.edu, Departament de Geografia de la Universitat de Barcelona, Facultat de Geografia i Història, Carrer Montalegre 6, 08001 Barcelona.

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 7-agosto-2020.

Introducción

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación, internet y las redes sociales inciden directamente en la manera de producir y consumir bienes y servicios de todo tipo.

El turista 2.0 incorpora el uso de las plataformas digitales de intermediación para la adquisición y gestión de su viaje, a la vez que nuevos productores de bienes y servicios turísticos se incorporan al mercado gracias a las facilidades para la comercialización propiciadas por estas herramientas (Guttentag, 2015; Oskam y Boswijk, 2016; Reinhold y Dolnicar, 2018). Plataformas como *Airbnb*, *HomeAway*, *Flipkey*, *Knok o Housetrip*, especializadas en el alquiler de viviendas turísticas, canalizan gran parte del intercambio de plazas de alojamiento entre particulares, una práctica que de manera informal ya se venía desarrollando anteriormente entre familiares y amigos. En el caso de España, el fenómeno del alquiler vacacional hace décadas que existe -este tipo de viviendas siempre han formado parte del paisaje turístico del país, especialmente del de sol y playa-. Pero con la llegada de internet y la aparición del fenómeno *Airbnb*, afloran un importante número de viviendas vacacionales y crece rápidamente su oferta gracias a las nuevas herramientas de comercialización (Garau-Vadell *et al*., 2019; Russo y Quaglieri, 2014). Ante esta nueva realidad, las administraciones públicas se apresuran a regular dichas viviendas y, en definitiva, a poner orden dentro del sector. En Cataluña, la normativa que regula las viviendas de uso turístico se aprueba en el año 2012 -*Decreto 159/2012 de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico*-. Su regulación permite controlar una oferta en constante crecimiento, garantizar un mínimo de calidad en el servicio y aplicar unas medidas de carácter recaudatorio -impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos-, que deben revertir en el territorio y en el sector turístico.

El estudio de la difusión y localización espacial de las viviendas de uso turístico y su lógica funcional se ha focalizado principalmente en ámbitos urbanos específicos (Blanco-Romero *et al*., 2018, Coles *et al*., 2018; Gunter y Önder, 2017; Gutiérrez *et al*., 2017, García-Ayllón, 2018); y, en menor grado, se han abordado otras escalas territoriales como las que contemplan un país al completo (García-Ayllón, 2018; Domènech *et al*., 2019, Larpin *et al*., 2019) o un ámbito regional integrado por diferentes países (Adamiak, 2020). De este modo, los ámbitos rurales no han sido estudiados de manera específica, sino siempre en un contexto más amplio que integra también a los ámbitos urbanos y suburbanos, caracterizados por presentar un importante volumen de viviendas de uso turístico. Esta circunstancia ha invisibilizado las pautas de distribución espacial en zonas rurales, minimizando además la importancia funcional de los procesos que acontecen en relación al alquiler vacacional.

Los estudios que contemplan la distribución espacial del fenómeno a escala de país o región, señalan que los espacios rurales se han incorporado de forma tardía al fenómeno de la vivienda de uso turístico, siendo el volumen de este tipo de oferta comparativamente menor a la de las áreas urbanas. Sin embargo, el ritmo de crecimiento interanual es mayor en las áreas rurales, con dinámicas que se aceleran como consecuencia del estadio de madurez y/o colapso experimentado por esta forma de alojamiento en las áreas urbanas (Gómez-Martín *et al*., 2019, Larpin *et al*., 2019, Adamiak, 2020). Por otra parte, determinar cómo las zonas rurales se incorporan al fenómeno del alquiler turístico y desgranar su comportamiento es una tarea compleja ya que a) existen diferentes tipologías de espacios rurales con dinámicas territoriales muy contrastadas -territorios de alta montaña frente a territorios de montaña media, territorios de interior y de traspaís costero-; b) el turismo desarrollado en los territorios rurales presenta un carácter más difuso, a diferencia de los ámbitos urbanos; y c) en los espacios rurales se desarrollan modalidades turísticas muy

heterogéneas que derivan en modelos de desarrollo turístico muy contrastados -desde el turismo de masas intensivo vinculado a la nieve en zonas de alta montaña hasta el turismo más alternativo, como podría ser el agroturismo o el turismo de naturaleza, más respetuoso y sostenible con la tradición económica, el medio ambiente y la cultura del lugar-. Esta complejidad, junto a la tardía incorporación de los espacios rurales al fenómeno del alquiler turístico, podría justificar las escasas investigaciones realizadas hasta el momento. Algunos estudios concluyen que la distribución de las viviendas de uso turístico en los espacios rurales guarda relación con la presencia previa de alojamiento turístico convencional, la existencia de una gran bolsa de vivienda secundaria o de activos inmobiliarios subutilizados y una destacada presencia de demanda (Pawlicz y Kubicki, 2017). Sin embargo, estas pautas generales se ponen en entredicho cuando se realizan investigaciones de detalle sobre áreas rurales específicas. Así, Gómez-Martín *et al*. (2019) apuntan, para ámbitos de alta montaña del Pirineo occidental catalán vinculados al turismo de nieve, que el alquiler turístico aparece representado en el 96% de los municipios de la región, detectándose su presencia en municipios que hasta la llegada de esta forma de alojamiento turístico no tenían ningún tipo de oferta turística y se encontraban desvinculados de esta actividad económica y del boom inmobiliario por no disponer de estación de esquí ni estar bajo su área de influencia.

En España las viviendas de uso turístico tienden a localizarse en aquellas zonas donde la demanda potencial o cautiva es más elevada y la afluencia de turistas es mayor: centros urbanos de grandes ciudades y complejos vacacionales de costa. Según Adamiak *et al*. (2019), el mayor volumen de oferta se corresponde con aquellos municipios urbanos y costeros en los que existe una importante oferta de alojamiento convencional, un gran parque de viviendas secundarias y una destacada internacionalización de la demanda. Además, la elevada concentración espacial del alquiler turístico en determinados destinos turísticos urbanos y de costa ha sido objeto de interés mediático y académico (Blanco-Romero *et al*., 2018; García-Ayllón, 2018; Gutiérrez *et al*., 2017). Sin embargo, el fenómeno del alquiler vacacional se extiende más allá de las ciudades y está también muy presente en el medio rural (Adamiak *et al*., 2019; Gómez-Martín *et al*., 2019). Como sucede en otros países (Belotti, 2019; Frey *et al*., 2018; Larpin *et al*., 2019, Pawlicz y Kubicki, 2017), en España la oferta de viviendas de uso turístico en zonas rurales ha ido creciendo año tras año desde la crisis económica del 2008 y, a pesar de que en cifras absolutas la oferta de viviendas sea muy inferior a la de las zonas urbanos, son las zonas rurales las que están liderando el crecimiento en cifras relativas. Así, por ejemplo, *Airbnb* señala para España que el número de ofertantes en espacios rurales anunciados en su plataforma se ha incrementado en un 63% entre 2016 y 2017 y el número de viajeros alojados ha crecido en un 110% durante el mismo periodo (Airbnb, 2018).

Esta comunicación aborda la dimensión y el posicionamiento de la oferta de viviendas de uso turístico regladas en zonas rurales de Cataluña, observando los procesos territoriales de difusión y localización que se han producido a lo largo de estos últimos años, en comparación con otras ofertas de alojamiento similares como la de los establecimientos de turismo rural.

Metodología

La investigación define como unidades de análisis los municipios rurales de Cataluña delimitados por un criterio de tipo demográfico, considerando como tales a todos aquellos municipios de 2000 o menos habitantes. En total, 595 municipios a fecha 1 de enero de 2018, lo que representa el 62,8% de los municipios de la región. El estudio utiliza un enfoque cuantitativo a partir del análisis, mediante estadística descriptiva y representación cartográfica, de datos procedentes de diferentes fuentes oficiales que, trianguladas, se complementan entre sí para obtener información sobre la intensidad y concentración de los VUTs. De este modo, se han utilizado de la totalidad de municipios rurales de Cataluña datos cuantitativos de carácter turístico, urbanístico y económico-fiscal procedentes de los listados oficiales del Registro de Turismo de Cataluña, Agencia Tributaria de Cataluña, Instituto de Estadística de Cataluña e Instituto Nacional de Estadística.

Nuestro estudio contempla la oferta de viviendas de uso turístico regladas (VUTs de ahora en adelante) en los municipios rurales y, en consecuencia, trabaja con la totalidad de la oferta regularizada inscrita en los registros oficiales de Cataluña -Registre de Turisme de Catalunya-. Esto supone un hecho diferencial frente a la mayoría de estudios realizados en este campo ya que estos suelen basarse en datos de alquiler turístico que, o bien constan en las distintas plataformas del sector (Airbnb o HomeAway) y que son capturados mediante diferentes técnicas de web-scrapping, o bien son proporcionados por proveedores de información para alojamientos vacacionales como AirDNA. En estos dos últimos casos, la información incluye tanto el alquiler regularizado como el alquiler ilegal. Este hecho diferencial de nuestra investigación podría limitar la interpretación de la complejidad del fenómeno en cuanto a su dimensión y expansión y su comparación con otros estudios similares realizados hasta el momento en áreas rurales; sin embargo, la rigurosidad, estabilidad y fiabilidad de la información obtenida a través del registro oficial, avalan nuestra elección.

Resultados

A mediados de los años 2000, el alquiler vacacional irrumpe con fuerza en Cataluña. Desde el 2012, año en que se regula el alquiler turístico en Cataluña, el crecimiento de la oferta de VUTs ha sido exponencial: 24.123 establecimientos y 132.675 plazas en 2013, 47.242 establecimientos y 259.831 plazas en 2015 y casi 75.000 establecimientos y 412.000 plazas en 2018. En el momento presente, el 86,6% de los establecimientos se sitúan en municipios costeros y en la ciudad de Barcelona, coincidiendo con los destinos turísticos más importantes de la región. Pero más allá de Barcelona y la costa mediterránea, los VUTs se extienden por el resto del territorio. Si bien es cierto que los VUTs situados en los municipios rurales solo representan el 6,6% del total de su oferta, se deben tener en cuenta otros indicadores. En primer lugar, que entre los años 2015 y 2018 el crecimiento de los VUTs en cifras relativas fue más alto en los municipios rurales que en los municipios costeros: los municipios rurales duplicaron su oferta en tan solo tres años, pasando de los 2.361 establecimientos en 2015 a los 4.910 en 2018 (Tabla 1). Y en segundo lugar, que la tasa de función turística de los VUTs fue más alta en los municipios rurales que en el resto

de municipios urbanos no costeros e incluso que la propia ciudad de Barcelona, siendo la presión de estos establecimientos sobre el parque total de viviendas y su población mayor.

Por otra parte, el crecimiento de la oferta va acompañado de un intenso proceso de expansión a nivel territorial. Entre los años 2015 y 2018, el número total de municipios rurales con oferta VUT pasa de 328 a 446 y se convierte en la modalidad de alojamiento turístico presente en un mayor número de municipios rurales, concretamente en el 82,1% de los municipios. Las causas que explican el rápido crecimiento y expansión de los VUTs en zonas rurales son principalmente cuatro: a) el proceso de mercantilización turística de las viviendas no principales, que se ha acentuado con la era de las plataformas digitales; b) la necesidad de dar respuesta a las expectativas de un amplio sector de la demanda que se mueve en un contexto de mayor austeridad económica, que opta por fórmulas alternativas de alojamiento y que quiere una experiencia de viaje fundamentada en la autenticidad de lo local; c) la necesidad de corregir la falta de otros servicios de alojamiento turístico en zonas rurales; y d) la facilidad y rapidez en los procesos de creación y comunicación de este tipo de oferta mediante las plataformas de intermediación.

Tipo de municipios	**Evolución de la oferta de VUTs (2015-2018)**					**Tasa de función turística VUT, 2018**
	2015		**2018**		**Crecimiento (%)**	
	Establecim.	**Plazas**	**Establecim.**	**Plazas**		
Barcelona	9931	54621	9747	53609	-1,9	3,3
Municipios costeros	33040	181720	55031	302671	66,6	18,6
Municipios rurales	2361	12986	4910	27005	108,0	8,6
Resto de municipios	1910	10505	5065	27858	165,2	0,7
Catalunya	47242	259831	74753	411142	58,2	5,5

Tabla 1. Evolución de la oferta de VUTs (2015-2018) y tasa de función turística VUT en Cataluña según el tipo de municipio a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y datos del Instituto Nacional de Estadística.

Table 1. *Evolution of the supply of VUTs (2015-2018) and the tourist function rate in Catalonia by type of municipality based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from National Statistics Institute*.

Dentro del contexto geográfico del área de estudio -municipios rurales- la mayor o menor presencia de establecimientos tipo VUT en una zona rural concreta está directamente relacionada con el grado y tipo de desarrollo turístico de la zona. Cabe señalar que la oferta de establecimientos VUTs va al alza en la mayoría de municipios rurales de Cataluña, pero su crecimiento es más acentuado en aquellos municipios cercanos a la costa (traspaís litoral) y en los municipios de alta montaña de los Pirineos, especialmente los vinculados con el turismo de nieve (Tabla 2 y Figura 1). Los municipios rurales con una mayor oferta se sitúan en el noreste de Cataluña -traspaís de la Costa Brava (Empordà)- y en los principales destinos turísticos de nieve de los Pirineos (Cerdanya y Val d'Aran). En todos los casos se trata de territorios altamente dependientes del turismo y bajo la influencia directa del consumo masivo de unos determinados recursos –sol, playa y nieve-.

El fuerte ritmo de crecimiento de los VUTs implica que su peso relativo dentro del conjunto de la oferta de alojamiento turístico sea cada vez mayor. Así pues, en 2018 los VUTs representan el 26,4% de la oferta total de plazas disponibles en los municipios rura-

Localización de los municipios rurales	**Evolución de la oferta de VUT (2015-2018)**					**Tasa de función turística VUT, 2018**
	2015		**2018**		**Crecimiento (%)**	
	Establecim.	**Plazas**	**Establecim.**	**Plazas**		
Traspaís litoral	777	4274	1676	9218	115,7	7,3
Interior	280	1540	517	2843,5	84,6	2,5
Pirineos	618	3399	1248	6864	101,9	11,7
Pirineos -estación de esquí alpino-	686	3773	1469	8079,5	114,1	117,4
Municipios rurales	2361	12986	4910	27005	108,0	8,6

Tabla 2. Evolución de la oferta de VUTs (2015-2018) y tasa de función turística VUT en los municipios rurales de Cataluña según la zona de localización a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y datos del Instituto Nacional de Estadística.
Table 2. *Evolution of the supply of VUTs (2015-2018) and the VUT tourist function rate in the rural municipalities of Catalonia according to area of location based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from Nacional Statistics Institute.*

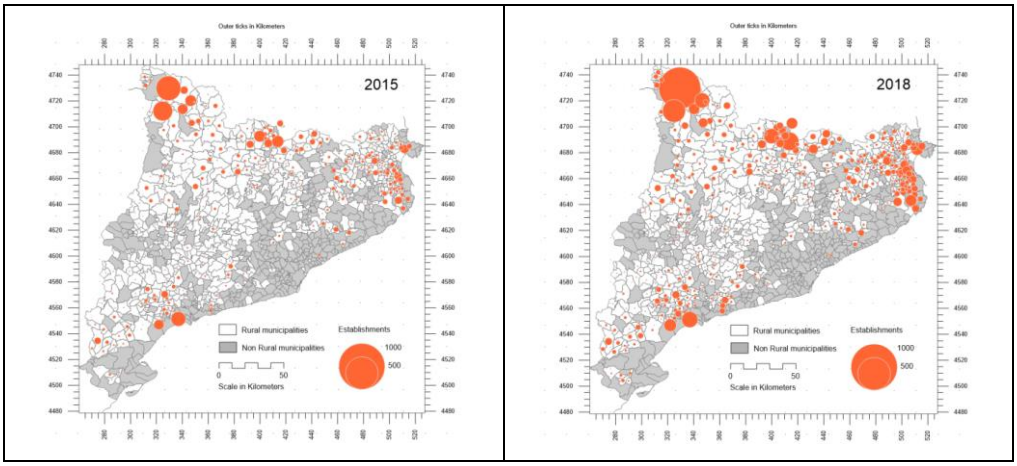


Fig. 1. Evolución de los VUTs en los municipios rurales de Cataluña, 2015-2018 a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya.
Fig. 1. *Evolution of VUTs in Catalonia's rural municipalities, 2015-2018 based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya.*

les. Un porcentaje que es mucho más elevado -alrededor del 40%- en los municipios rurales del traspaís litoral y los Pirineos con estaciones de esquí alpino. Además, los VUTs ya son el primer tipo de oferta de alojamiento en cuanto a número de plazas en el 35% de los municipios rurales. Este perfil de municipio rural se localiza principalmente en zonas cercanas a la costa, donde la dinámica turística del litoral mediterráneo incide directamente sobre el espacio rural más cercano -en este sentido, la elevada oferta de plazas VUTs responde a la estrategia de captar al visitante estacional de playa-; y también en zonas rurales del oeste de la región, donde el elevado porcentaje de viviendas no principales y la

falta de otros servicios de alojamiento refuerza el papel de los VUTs sobre el conjunto de la oferta de alojamiento del municipio (Fig. 2).

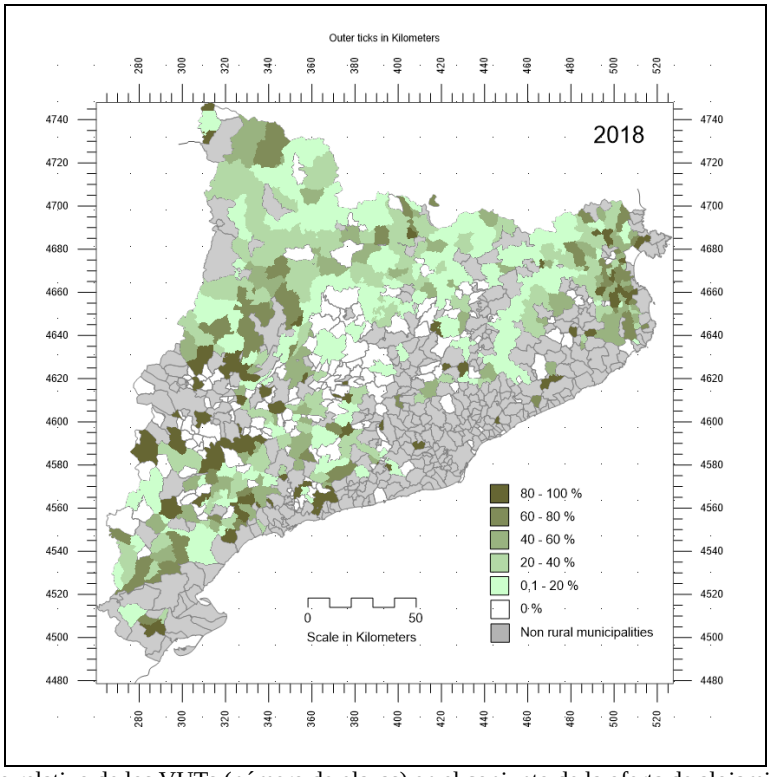


Fig. 2. Peso relativo de los VUTs (número de plazas) en el conjunto de la oferta de alojamiento en los municipios rurales de Cataluña, 2018, a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y datos del Instituto de Estadística de Catalunya.
Fig.2. *Relative weight of VUTs (number of beds) within the whole supply of accommodation in the rural municipalities of Catalonia, 2018, based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from Catalonia's Statistics Institute.*

El proceso de expansión territorial de las viviendas vacacionales conlleva que cada vez sean más los municipios rurales que puedan ofertar al visitante un servicio de alojamiento. Entre los años 2015 y 2018 aumenta considerablemente el número de municipios que sustentan el 100% de su oferta de alojamiento en los establecimientos tipo VUT (aproximadamente el 15% de los municipios en 2018). En la mayoría de los casos se trata de municipios del interior de Cataluña (provincia de Lleida), con una marcada vocación agraria y una escasa presencia de turistas. Son zonas rurales con un déficit estructural en cuanto a oferta de alojamiento y que los VUTs han resuelto en parte. En estas zonas rurales, los VUTs se erigen en la principal infraestructura turística de alojamiento y desarrollan funciones muy similares a la de los alojamientos de turismo rural. En cambio, en el centro y norte de Cataluña -zona de los Pirineos-, donde la presencia de otras categorías de

alojamiento turístico es mucho más significativa, el peso relativo de los VUTs dentro del conjunto de la oferta de alojamiento disminuye considerablemente. En los Pirineos, por ejemplo, el subsector del alojamiento turístico está muy diversificado y los hoteles, campings y establecimientos de turismo rural configuran asimismo un volumen significativo de plazas.

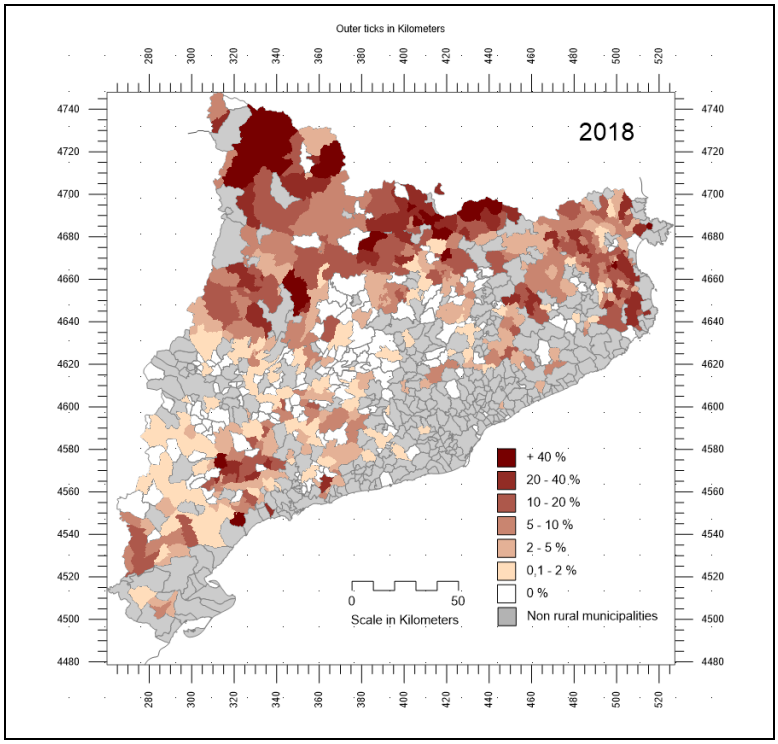


Fig. 3. Mapa de la tasa de función turística VUT en los municipios rurales de Cataluña, 2018, a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y datos del Instituto Nacional de Estadística.

Fig. 3. *The VUT tourist function rate in the rural municipalities of Catalonia, 2018, based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from National Statistics Institute.*

En cuanto a la relación entre las plazas de viviendas de uso turístico y la población residente, la tasa de función turística de los VUTs en municipios rurales es más alta en aquellos municipios de montaña, donde buena parte de su economía gira alrededor del turismo (Fig. 3). En la actualidad, en muchos municipios rurales de los Pirineos y de la zona interior de la Costa Brava la relación es de 200 camas VUT o más por cada 1.000 habitantes; y en aquellos municipios donde hay estaciones de esquí alpino los valores todavía son mucho más elevados, superando las 1.000 camas VUT por cada 1.000 habitantes de media. En los Pirineos, el fenómeno del alquiler vacacional de viviendas crece con mucha rapidez a partir de los años 2011-2012 y promociones enteras de

viviendas de nueva construcción se transforman en VUTs (Gómez-Martín et al., 2019). La transformación de los territorios rurales de alta montaña en espacios de ocio ha favorecido el crecimiento de la urbanización y en algunos municipios de los Pirineos el parque de viviendas vacacionales de alquiler está totalmente sobredimensionado. En cambio, en los municipios rurales de interior que no son de montaña la presión de la oferta VUT sobre la población residente es mucho menor, con unas tasas que se sitúan por debajo del 5%.

En relación a lo que sucede con otras ofertas similares de alojamiento como puedan ser, por ejemplo, los establecimientos de turismo rural, el avance y el peso de los VUTs frente a las casas rurales es cada vez mayor y más generalizado en los municipios rurales. Los datos corroboran cierta tendencia hacía el desplazamiento y/o reemplazo de los establecimientos de turismo rural por los VUTs y son cada vez más los municipios en los que los VUTs superan en número de plazas a los establecimientos de turismo rural. Frente al fuerte crecimiento de los VUTs a lo largo de estos últimos años, el número de establecimientos de turismo rural se mantiene más o menos estable, con unos incrementos porcentuales muy leves (Tabla 3). Por otra parte, el crecimiento tan rápido de municipios rurales con oferta VUT ha desbancado al turismo rural, que hasta el 2015 lideraba aún el sector del alojamiento en cuanto a nivel presencia en número de municipios. En un principio, y tras haberse superado los peores años de la crisis económica, hubiera podido esperarse un nuevo repunte de los establecimientos de turismo rural pero, sin embargo, y a tenor de los datos observados, todo parece indicar que parte de ese nuevo repunte se ha vehiculado a través de los VUTs.

Tipo de oferta de alojamiento	**nº de municipios**			**nº de establecimientos**			**nº de plazas**		
	2015	**2018**	**Crecim. (%)**	**2015**	**2018**	**Crecim. (%)**	**2015**	**2018**	**Crecim. (%)**
Vivienda de uso turístico (VUT)	326	445	36,5	2361	4910	108	12986	27005	108
Establecimiento de turismo rural (TR)	420	426	1,42	1755	1793	2,16	13612	14042	3,15

Tabla 3. Evolución de la oferta de VUTs y de turismo rural (2015-2018) en los municipios rurales de Cataluña a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y de los datos del Instituto de Estadística de Catalunya.

Table 3. *Evolution of the supply of VUTs and rural tourism (2015-2018) in the rural municipalities of Catalonia based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from Catalonia's Statistics Institute.*

De igual modo, el comportamiento de las dos ofertas no es homogéneo en todo el territorio y se observan dinámicas diferenciadas en función de la zona (Fig. 4). En los municipios rurales del traspaís litoral y de la alta montaña -zonas de turismo de nieve- el volumen de VUTs supera con creces al del turismo rural. En líneas generales, el auge generalizado de los VUTs en el traspaís litoral y los Pirineos implica superar en número de plazas a las ofertadas por las casas rurales, justo lo contrario de lo que sucedía en 2015. Tan solo en aquellos municipios rurales del interior de Catalunya en los que el turismo rural ya gozaba de una fuerte presencia e implantación en el territorio antes de la llegada del *boom* turístico de la vivienda vacacional, este continúa manteniéndose en posición de liderazgo pese a que la tendencia evolutiva sea similar al resto.

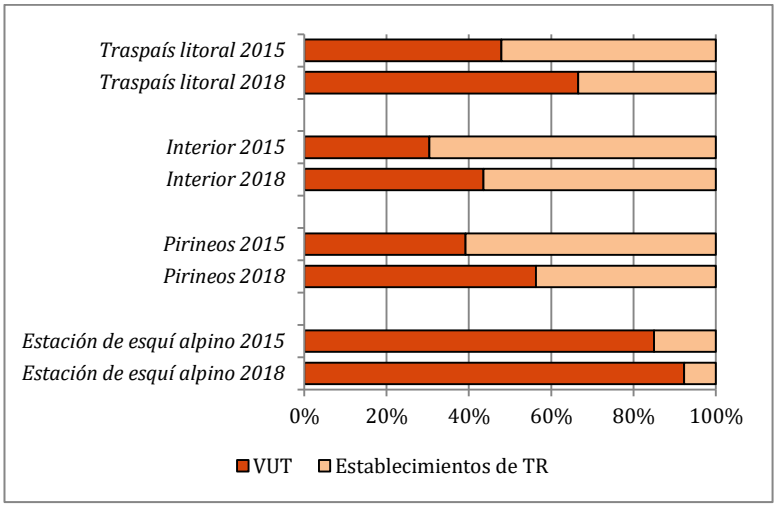


Fig. 4. Evolución porcentual de la oferta (nº de plazas) de VUTs y de turismo rural (2015-2018) en los municipios rurales de Cataluña según la zona de localización a partir del Registro de viviendas de uso turístico de la Generalitat de Catalunya y de los datos del Instituto de Estadística de Catalunya.
Fig. 4. *Evolution % of the supply (bed-places) of VUTs and rural tourism (2015-2018) in the rural municipalities of Catalonia according to area of location based on Registre d'Habitatges d'ús turístic de la Generalitat de Catalunya and data from Catalonia's Statistics Institute.*

Sin lugar a dudas, el fuerte crecimiento de los VUTs frente al estancamiento y/o desaceleración de los alojamientos de turismo rural ha configurado un nuevo mapa de la oferta turística en los municipios rurales, que más que un cambio substancial o estructural a nivel de oferta se trata básicamente de un cambio de tipo jurídico. En este sentido, la normativa más permisiva de los VUTs frente a la más restrictiva de los establecimientos de turismo rural ha favorecido dicho cambio. Si bien es cierto que en 2012 se flexibilizó ligeramente la normativa de los establecimientos de turismo rural, permitiendo que estos pudieran situarse en núcleos urbanos de hasta 2.000 habitantes -recodemos que hasta entonces solo podían hallarse en núcleos de menos de 1.000 habitantes-, y que en aquellas modalidades de alojamiento compartido el requisito mínimo de plazas bajase hasta las 2, el propietario rural se decanta por la vivienda de uso turístico a la hora de pedir la licencia para un nuevo alojamiento turístico.

Conclusión

A modo de conclusión, los datos corroboran que las viviendas de uso turístico han irrumpido con fuerza en el medio rural catalán; un proceso que ha sido favorecido por la existencia previa de un destacado número de viviendas de uso no principal. Los VUTs contribuyen a generalizar y a diversificar las estructuras de alojamiento turístico en zonas rurales, un hecho especialmente relevante para aquellos pequeños municipios rurales que con anterioridad carecían de plazas de alojamiento: disponer de un "contador" de pernoctación es básico para llevar a cabo cualquier proyecto de desarrollo turístico a nivel

local. Del mismo modo, este tipo de oferta tiende a democratizar y hacer más accesible la participación de los actores privados en el sistema turístico ya que los propietarios rurales ven con mayor facilidad la posibilidad de poner a disposición de los turistas sus viviendas. En este sentido, los clásicos establecimientos de turismo rural se ven afectados por la preferencia hacía las viviendas de uso turístico en los nuevos procesos de creación de oferta. También es cierto que en zonas rurales de alta montaña el parque de viviendas vacacionales de alquiler está totalmente sobredimensionado y que, en definitiva, las lógicas económicas del mercado turístico-inmobiliario -rentabilización monetaria de la vivienda- acaban condicionando la intensidad del fenómeno a nivel espacial.

La investigación determina además tres tipologías de municipios rurales en relación a la distribución espacial de la oferta de VUTs y su función en el contexto de desarrollo turístico de la región. El primer tipo incluye aquellos municipios rurales donde el volumen y el crecimiento de esta oferta es muy importante. Está integrado por municipios cercanos a la costa mediterránea (traspaís litoral) y áreas de alta montaña, ambos territorios altamente turistificados y con modelos de desarrollo masivo vinculados al sol y playa y al esquí. Los VUTs en estos municipios ayudan a configurar una corona alrededor de los principales destinos tradicionales de costa o montaña, favoreciendo la expansión de sus áreas de influencia. El segundo tipo incluye aquellos municipios rurales donde el volumen y el crecimiento de este tipo de oferta es importante pero de menor magnitud que la tipología precedente. Está integrado por municipios rurales del interior de Cataluña y de montaña no influenciada por el esquí; espacios ajenos a los principales polos turísticos de la región y vinculados con modelos de desarrollo no masivo -turismo rural-. El tercer tipo está integrado por municipios donde antes de la llegada de los VUTs no había ninguna oferta de alojamiento turístico. En la mayoría de casos se trata de municipios de interior con una marcada vocación agraria y, tradicionalmente, al margen de la actividad turística. Los VUT están posibilitando la introducción de esta actividad en estos territorios, contribuyendo a la diversificación de su actividad productiva.

Por último, los resultados de la investigación contribuyen a incrementar el conocimiento sobre los procesos territoriales de difusión y localización de la oferta de viviendas de uso turístico legales en los espacios rurales de una región y sus posibles repercusiones sobre otros alojamientos. Las conclusiones hacen referencia únicamente a la oferta reglada, a diferencia de la mayoría de investigaciones sobre el fenómeno *peer-to-peer* que trabajan conjuntamente con la oferta legal e ilegal. Los autores consideran que los patrones espaciales de difusión y localización no tienen por qué ser coincidentes entre ambos tipos de situación jurídica, por lo que consideran que abordarlos de forma individualizada permite ahondar en el conocimiento del fenómeno y abrir líneas de investigación futura.

Agradecimientos

Esta contribución ha sido realizada en el marco del proyecto de investigación del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los retos de la Sociedad del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España, con referencia CSO2017-88935-R y del *Grup de Recerca Consolidat* 2017-SGR-25 de la Generalitat de Catalunya.

Bibliografía

Adamiak, C. 2020. Peer-to-peer accommodation in destination life cycle: the case of Nordic countries. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-15.

Adamiak, C.; Szyda, B.; Dubownik, A. and García-Álvarez, D. 2019. Airbnb Offer in Spain-Spatial Analysis of the Pattern and Determinants of Its Distribution. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8(3), 155.

Airbnb. 2018. *Beyond cities: How Airbnb supports rural revitalization.* Airbnb.

Belotti, S. 2019. "Sharing" tourism as an opportunity for territorial regeneration: the case of Iseo Lake, Italy. *Hungarian Geographical Bulletin* , 68(1), 79-91.

Blanco-Romero, A.; Blázquez-Salom, M. and Cànoves, G. 2018. Barcelona, housing rent bubble in a tourist city. Social responses and local policies. *Sustainability*, 10(6), 2043.

Coles, P.A.; Egesdal, M.; Ellen, I.G.; Li, X. and Sundararajan, A. 2018. Airbnb usage across New York City neighborhoods: geographic patterns and regulatory implications. In: Davidson, N., Fink, M. and Infranca, J. (eds), *Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*. Cambridge University Press, Cambridge, 1–26.

Domènech, A.; Larpin, B.; Schegg, R. and Scaglione, M. 2019. Disentangling the geographical logic of Airbnb in Switzerland. *Erdkunde, 73*(4), 245-258.

Frey, A.; von Welck, M.; Trenz, M. and Veit, D. 2018. A stakeholders' perspective on the effects of the Sharing Economy in tourism and potential remedies. *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik*. Germany, 576-588.

Garau-Vadell, J.B.; Gutiérrez-Taño, D. and Díaz-Armas, R. 2019. Residents' support for P2P accommodation in mass tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 58(4), 549-565.

García-Ayllón, S. 2018. Urban Transformations as an Indicator of Unsustainability in the P2P Mass Tourism Phenomenon: The Airbnb Case in Spain through Three Case Studies. *Sustainability*, 10(8), 2933.

Gómez-Martín, M.B.; Armesto-López, X. y Cors-Iglesias, M. 2019. Nuevas formas de alojamiento turístico en áreas de montaña vinculadas al turismo de nieve: el caso de la vivienda de alquiler turístico en el Pirineo occidental catalán. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 81, 2549a, 1–33.

Gunter, U. and Önder, I. 2017. Determinants of Airbnb demand in Vienna and their implications for the traditional accommodation industry. *Tourism Economics*, 24(3), 270-293.

Gutiérrez, J.; García-Palomares, J.C.; Romanillos, G. and Salas-Olmedo, M.H. 2017. The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291.

Guttentag, D. 2015. Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Lambea, N. 2017. A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *Urban Research and Practice*, 10(1), 120-129.

Larpin, B.; Mabillard, J.; Scaglione, M.; Favre, P. and Schegg, R. 2019. An analysis of regional developments of Airbnb in Switzerland: Insights into growth patterns of a P2P platform. In: Pesonen, J. and Neidhardt, J. (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2019*. Springer, Switzerland, 92-103.

Oskam, J. and Boswijk, A. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.

Pawlicz, A. and Kubicki, R. 2017. Sharing economy development paths in non-urban areas. The case of hospitality product in polish national parks. *Ekonomia i Środowisko*, 4(63), 166-176.

Reinhold, S. and Dolnicar, S. 2018. Airbnb's business model. In: Dolnicar, S. (ed), *Peer-to-peer accommodation networks: Pushing the boundaries*. Goodfellow Publishers, Oxford, 27–38.

Russo, A.P. y Quaglieri, A. 2014. La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 18, 483, 20 de julio de 2014.

Yrigoy, I. 2019. Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*, 56(13), 2709-2726.

Las compañías chárter en España (2004-2019): ¿el fin de un modelo de negocio fordista?

David RAMOS-PÉREZ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Ramos-Pérez, D. 2020. Las compañías chárter en España (2004-2019): ¿el fin de un modelo de negocio fordista? *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 431-444. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La literatura académica pronostica desde inicios del siglo XXI la desaparición de las compañías chárter en las rutas de corto y medio alcance y su sustitución por operadores de bajo coste debido al declive de los paquetes turísticos. Esta aportación ofrece una aproximación cuantitativa a dicho proceso partiendo de un planteamiento metodológico que cuestiona la equivalencia habitualmente establecida entre el tráfico aéreo no regular y el tráfico de las compañías chárter. Los resultados obtenidos muestran un declive menos intenso de las aerolíneas chárter del que apuntan las cifras de tráfico no regular en aquellos aeropuertos españoles donde fueron dominantes antes de la liberalización, aunque con notables diferencias entre los mismos que atienden a diversos factores. Este declive de las compañías chárter es paralelo al auge de los paquetes turísticos observado durante los últimos años, lo que evidencia la creciente disociación entre ambos fruto de la mayor flexibilidad introducida por los turoperadores y de la creciente hibridación entre los modelos de negocio de las aerolíneas.
Palabras clave: *Transporte aéreo, liberalización, chárter, bajo coste, paquete turístico.*

CHARTER AIRLINES IN SPAIN (2004-2019): THE END OF A FORDIST BUSINESS MODEL? Since the beginning of the 21st century, academic literature has predicted the end of charter airlines on short- and medium-range routes and their replacement by low-cost operators due to the decline in package tours. This paper offers a quantitative approach to this process based on a methodological approach that questions the equivalence usually established between non-scheduled air traffic and charter traffic. Main results obtained show a less intense decline of charter airlines than showed by non-scheduled traffic figures in those Spanish airports where they were dominant before liberalization. However, notable differences between them arise due to different reasons. This decline in charter airlines is parallel to the boom in package tours observed over the last few years, evidencing the growing disconnection between both of them. Greater flexibility introduced by tour operators and the growing hybridization between the business models of the airlines after liberalization are main reasons explaining that dissociation.
Key words: *Air transport, liberalization, charter airlines, low cost, package holidays.*

David RAMOS-PÉREZ. Departamento de Geografía, Universidad de Salamanca, C/ Cervantes, s/n, 37002 Salamanca. a13004@usal.es

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

La desaparición de las compañías aéreas chárter en las rutas europeas de corto y medio alcance fue ampliamente pronosticada por la literatura académica desde inicios del siglo XXI. La liberalización del mercado comunitario y el declive de los paquetes turísticos facilitarían su sustitución por operadores de bajo coste, mejor adaptados a la flexibilidad requerida por las prácticas individualizadas del turismo postfordista. Aunque la reciente quiebra del turoperador Thomas Cook y de algunas compañías aéreas asociadas indicarían lo acertado de dichas previsiones, no debe olvidarse el auge experimentado por los paquetes turísticos durante los últimos años ni la pervivencia de aerolíneas especializadas en la canalización de turistas hacia los destinos del litoral mediterráneo.

Partiendo de esa aparente contradicción, la comunicación tiene como objetivo básico el estudio de la demanda canalizada por las compañías chárter (actualmente *leisure airlines*) que han operado entre España y los mercados emisores europeos entre 2004 y 2019. Con ello mejora la comprensión de la concurrencia entre estos operadores y las compañías de bajo coste, uno de los procesos derivados de la liberalización del mercado comunitario del que se tiene un menor conocimiento empírico. También pretende demostrar la existencia de un malentendido conceptual respecto al término chárter tras la liberalización del mercado, que ha derivado en una utilización equívoca de las variables tráfico regular y no regular que suministran las estadísticas oficiales de transporte aéreo y en una sistemática infrarrepresentación de las compañías chárter. La comunicación aclara esa confusión terminológica y plantea la existencia de una relación cada vez menos estrecha entre paquetes turísticos y compañías chárter. Posteriormente se procede a una evaluación de la cuota de mercado de estas compañías en los aeropuertos españoles donde habían sido dominantes antes de la liberalización, recurriendo a las estadísticas de AENA que permiten una desagregación del tráfico aéreo por compañías y aeropuertos para el periodo estudiado.

Los resultados obtenidos son un primer paso para caracterizar la secuencia temporal del proceso de sustitución de las compañías chárter por las de bajo coste en función del tipo de mercados emisores, la distancia a recorrer, el tamaño de la demanda existente y el grado de liberalización del mercado en la cuenca Mediterránea.

De compañías chárter a *leisure airlines*: algunas precisiones conceptuales

La eclosión de la movilidad aérea ligada a la práctica turística está claramente asociada en Europa al *Acuerdo multilateral relativo a derechos comerciales de los servicios aéreos no regulares europeos*, aprobado en París en 1956. En ese momento, el conocido como *Acuerdo de París*, firmado por 19 países[1] miembros de la Conferencia Europea de Aviación Civil (CEAC), permitió una cierta liberalización de la arquitectura para el funcionamiento de la aviación civil internacional definida por el Convenio de Chicago de 1944. Los acuerdos bilaterales de servicios aéreos fueron el mecanismo estipulado en dicho Convenio para el establecimiento de conexiones aéreas entre Estados, determinándose en los mismos

[1] Los países firmantes del *Acuerdo de París* fueron Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía y Grecia, aunque este último nunca llegó a ratificar formalmente el mismo.

varios aspectos relacionados con las rutas aéreas internacionales, desde los pares de ciudades entre los que podían ofrecerse los vuelos hasta la frecuencia y la capacidad máxima de asientos, pasando por el número de compañías que cada Estado podía autorizar o las tarifas a aplicar. Los vuelos operados de acuerdo a dichos parámetros, básicamente las conexiones aéreas entre las principales ciudades de los países afectados, recibieron la denominación de vuelos *regulares*. El resto de vuelos recibió la consideración de *no regulares*, aunque apenas fueron tratados en el Convenio (artículo 5), pues se consideró que su número sería escaso.

Por tanto, los enlaces entre los mercados emisores y los destinos turísticos que interesaban a las agencias de viajes y turoperadores de la época no podían ofrecerse sino a través de vuelos no regulares. Y aunque esos vuelos no regulares podían ser operados de manera más flexible que los regulares, necesitaban ser autorizados por los Estados involucrados. El *Acuerdo de París* eliminó la necesidad de dicha autorización, sustituyéndola por una notificación administrativa, siempre y cuando los vuelos previstos afectaran a países firmantes, fueran operados por aerolíneas de dichos países, tuvieran la condición de "vuelos internacionales por remuneración o alquiler, distintos de los servicios aéreos internacionales regulares" y se ajustaran a alguna de las seis actividades previstas en el artículo 2 del *Acuerdo*, entre las que se encontraba el "transporte de pasajeros entre regiones que no tengan enlace razonablemente directo mediante servicios aéreos regulares" (BOE, 1961). En esos vuelos no regulares estaba prohibida la venta directa de asientos, prerrogativa limitada los vuelos regulares de las rutas establecidas en los acuerdos bilaterales.

El *Acuerdo de París* propició el nacimiento de las compañías chárter europeas, es decir, de las aerolíneas especializadas en el alquiler de su capacidad a agencias de viajes y turoperadores, quienes conformaban *paquetes* en los que se ofrecía a los potenciales turistas transporte, alojamiento y manutención a precios reducidos en un determinado destino y por tiempo limitado. Ello dio lugar a un modelo de negocio que ha perdurado hasta la actualidad al posibilitar la aplicación de los principios del fordismo a la industria turística (Lyth, 2009), constituyendo la masificación de la cuenca Mediterránea un claro corolario. Lo que además permite comprender por qué estas compañías llegaron a canalizar a finales de los años setenta del siglo pasado más del 40% del tráfico aéreo internacional existente entre los países miembros de la CEAC (ECMT, 1980), llevando a una identificación casi completa entre un modelo de negocio (compañías chárter) y un tipo de servicio aéreo (no regular). Esa equiparación fue esencialmente válida hasta la entrada en vigor del tercer paquete de medidas liberalizadoras del transporte aéreo en el mercado comunitario en 1992, fecha a partir de la cual la distinción entre vuelos regulares y no regulares carece de cualquier trascendencia a la hora de programar un servicio aéreo internacional dentro de la UE.

Desde principios de siglo algunos autores han planteado numerosos interrogantes sobre el futuro de los operadores chárter (Buck y Lei, 2004; O'Connell y Bouquet, 2015; Williams, 2001). Apuntan que las compañías chárter no podrán resistir la presión competitiva de los operadores de bajo coste aparecidos tras la liberalización en las rutas de corta y media distancia, especialmente si la demanda de viajeros independientes crece a costa de aquellos que optan por paquetes turísticos. Más matizada es la posición de Doganis (2010) pues señala que las compañías chárter tendrán futuro en ciertas rutas de

media distancia, como las conexiones con un elevado volumen de tráfico de pasajeros entre las grandes ciudades emisoras europeas y los principales destinos turísticos del Mediterráneo o los enlaces estacionales con poco tráfico desde esos mercados emisores hacia pequeños destinos insulares y/o periféricos relativamente aislados.

Sin embargo, el análisis que sustenta estos planteamientos se centra casi exclusivamente en la evolución reciente del mercado emisor británico (Taylor, 2016) y además únicamente recurre a los datos de tráfico no regular para demostrar el declive de las compañías chárter en las rutas de corta y media distancia. Al mantener la identificación entre tráfico no regular y compañías chárter se obvia que la mayor parte de las operaciones de estas aerolíneas se computan como tráfico regular tras la liberalización comunitaria, ya que habitualmente comercializan directamente una parte de su oferta de asientos, lo cual introduce un sesgo notable a la hora de evaluar la cuota de mercado de tipo de compañías (Ramos-Pérez y Dobruszkes, 2019), tal y como se observar en un estudio reciente sobre el caso español (Castillo-Manzano *et al.*, 2017).

La tendencia a la individualización de los viajes es una realidad, impulsada no tanto por un cambio de hábitos y preferencias del turista como sostiene Urry (1990), sino sobre todo por la creciente *mcdonaldización* de la sociedad, que asegura desplazamientos turísticos previsibles, eficientes, calculados y controlados al margen de los paquetes (Ritzer y Liska, 1997). Pero no es menos cierto que los paquetes turísticos están lejos de haber desparecido, apreciándose incluso un claro crecimiento de los mismos desde 2009, tal y como se comprueba analizando mercados emisores maduros como el Reino Unido (Ramos-Pérez y Dobruszkes, 2019). Dichos paquetes ya no están exclusivamente asociados a un viaje en avión con una compañía chárter, porque tanto los operadores de bajo coste como los de red participan activamente en este negocio. Aun así continúan existiendo ciertas aerolíneas en Europa que transportan mayoritariamente pasajeros que han adquirido un paquete turístico y cuya red de conexiones está claramente influenciada por las necesidades de los contratos firmados con los turoperadores que adquieren su capacidad (Doganis, 2010).

Estas antiguas compañías chárter, a las que resulta cada vez más común denominar *leisure airlines* o *holiday airlines* (DLR, 2008), han experimentado ciertas transformaciones al objeto de hacer frente a las presiones competitivas apuntadas, configurando un modelo híbrido que combina elementos propios de las aerolíneas de bajo coste con otros heredados de su tradicional vinculación con los turoperadores (Papatheodorou y Lei, 2006). Así, aunque las aerolíneas centradas exclusivamente en la venta de su capacidad a los turoperadores aún existen y sus tráficos continúan considerándose no regulares, la mayoría de las antiguas compañías chárter ahora transportan en una proporción variable tanto pasajeros independientes como vinculados a paquetes de vacaciones de uno varios operadores. Un claro ejemplo es el de Condor, que en 2007 vendía el 40% de su capacidad a Thomas Cook, el turoperador al que pertenecía, mientras el 24% era adquirido por otros turoperadores y el 36% restante se vendía directamente al cliente (Doganis, 2010).

¿Cómo rastrear a las *leisure airlines* en las estadísticas oficiales de tráfico aéreo?

La caída del peso del tráfico no regular en los aeropuertos españoles a partir de 1994, un año después de la entrada en vigor del último paquete liberalizador del transporte aéreo comunitario, no se explica por una desaparición repentina de las compañías chárter o una transformación radical su modelo de negocio, especialmente cuando no se observa un desplome de dicho tráfico en términos absolutos (Fig. 1).

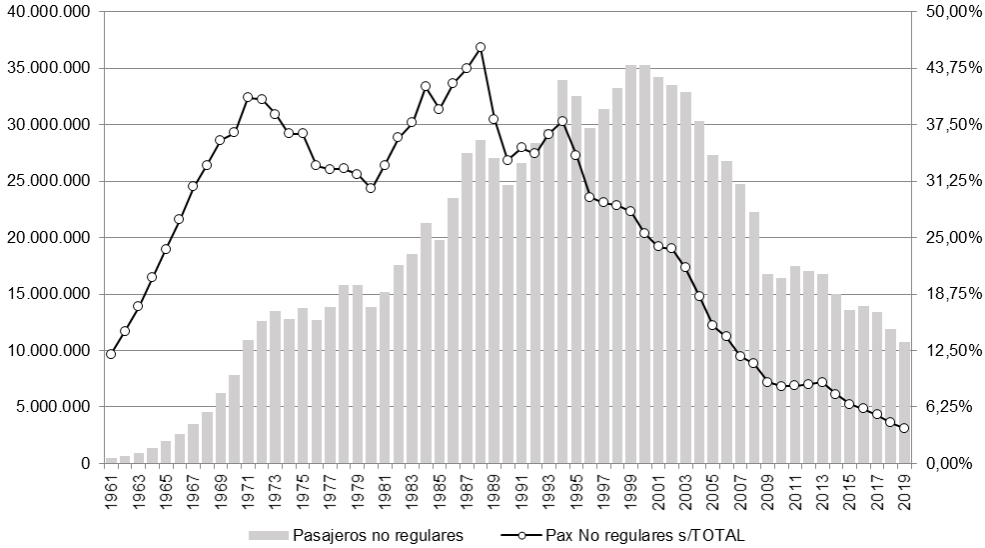


Fig. 1. Evolución del tráfico internacional no regular en los aeropuertos españoles (1961-2019). Elaborado a partir de las cifras oficiales de tráfico de la Dirección General de Aviación Civil.
Fig. 1. *Non-scheduled international traffic at Spanish Airports (1961-2019) based on data computed from Spanish Directorate for Civil Aviation.*

Al analizar las repentinas quiebras del tráfico no regular en algunos aeropuertos se observa como el ascenso del tráfico regular no puede relacionarse con la irrupción de nuevas aerolíneas, sino con un simple cambio en la categorización del tráfico de los operadores preexistentes. Lo que ocurrió entre 1994 y 1996 en los aeropuertos españoles es que los pasajeros transportados por la mayoría de las compañías chárter alemanas dejaron de ser considerados *no regulares* y pasaron a tener la condición de *regulares* en las estadísticas de AENA. Pero no sucedió lo mismo con las aerolíneas del Reino Unido, Bélgica, los Países Bajos o Suecia, cuyos pasajeros continuaron siendo etiquetados como *no regulares*. Aunque las compañías chárter alemanas ya vendían asientos al margen de los paquetes turísticos antes de la liberalización (*seat-only*), algunas aerolíneas de los países mencionados también procedían de forma similar, como Transavia. Ello evidencia que a partir de esas fechas la distinción entre servicios *regulares* y *no regulares* de las estadísticas oficiales no permite conocer la evolución seguida por las compañías chárter ni su peso real en el tráfico de los aeropuertos donde operan.

Eliminar el sesgo introducido por esta equiparación estadística implica conocer el volumen de tráfico canalizado por las compañías chárter a partir de la liberalización que ha sido clasificado como regular. La reconstrucción de las series a partir de los datos de tráfico desagregados por compañías es la única de forma de aproximarse a dicha cuestión. Solo así puede restarse el tráfico imputable a las compañías chárter de los servicios regulares para añadirlo a las cifras de los servicios no regulares, asumiendo que éstos se corresponden en los aeropuertos con los que vamos a trabajar con operaciones exclusivamente vinculadas a la comercialización de paquetes turísticos.

La sociedad mercantil de participación estatal AENA, heredera del homónimo ente público empresarial encargado de la gestión de los aeropuertos de interés general españoles desde el año 1991, elabora al menos desde 1996 estadísticas de tráfico de cada una de las terminales con un grado de desagregación poco habitual en el contexto europeo. Ello nos permite conocer el tráfico generado por cada aerolínea en los distintos aeropuertos de la red de AENA, pudiendo diferenciar asimismo entre servicios de tipo regular y no regular y movimientos de salida y de llegada. Para el periodo 2004-2019 AENA ofrece esta información a través de un portal estadístico en línea, aunque la extracción de los datos con la desagregación requerida es un proceso laborioso debido a la configuración de las herramientas de búsqueda de dicho portal, que no permiten la descarga masiva de datos. Por lo que respecta a fechas anteriores, pudimos acceder al Anuario Estadístico de AENA en formato Access de los años 1996 y 1998, siendo imposible hasta el momento contar con datos de 1997 así como del periodo 1999-2003.

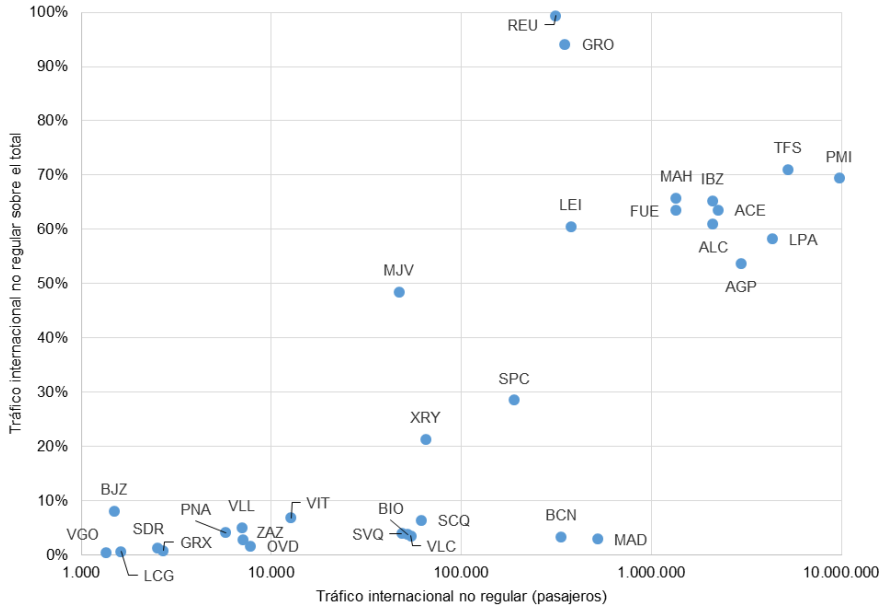


Fig. 2. Aeropuertos españoles especializados en tráfico internacional no regular en 1994. Elaborado a partir de las cifras oficiales de tráfico de la Dirección General de Aviación Civil.
Fig. 2. *Spanish airports focussed in non-scheduled international traffic in 1994. Based on data computed from Spanish Directorate for Civil Aviation.*

Seleccionamos para el estudio quince aeropuertos -a los que nos referiremos como *aeropuertos turísticos*- que en 1994, dos años después del tercer paquete liberalizador, continuaban especializados en el tráfico internacional no regular, tanto en términos absolutos como relativos. El cruce de las dos variables escogidas (número de pasajeros internacionales no regulares y porcentaje de esos pasajeros sobre el tráfico total del aeropuerto), permite identificar estas quince instalaciones, ubicadas en ambos archipiélagos y en la costa peninsular mediterránea (figura 2). Aunque en La Palma y Jerez el grado de especialización es menor respecto a los restantes trece aeropuertos, conviene recordar que los vuelos chárter internacionales solo habían comenzado en la isla canaria en 1987 y que en la instalación jerezana, aunque se registra tráfico no regular desde inicios de la década de los ochenta, las compañías chárter solo adquieren relevancia a partir de 1991.

La identificación concreta de las *leisure airlines* cuyo tráfico se ha computado como regular en esos quince aeropuertos es un proceso que parte del inventario de compañías chárter europeas elaborado en 1990 por el Institut du Transport Aérien (Belet y Colomb, 1991) y de la relación de aerolíneas incluidas en los *Estudios de Vuelos No Regulares* para cada temporada IATA preparados por Dirección General de Aviación Civil entre 1989 y 2000 (DGAC, 1989-1999). A partir de esa fecha se tienen en cuenta el ranking de compañías chárter confeccionado anualmente por la revista *Airline Business*, lo que permite rastrear las fusiones, quiebras y apariciones de estas aerolíneas hasta la fecha actual.

Aun así, somos conscientes de la dificultad que implica la identificación de una compañía con un modelo de negocio concreto en un contexto como el actual donde se aprecia una tendencia hacia la hibridación de los mismos (Daft y Albers, 2015). Ello pude cuestionar la representatividad de las compañías que hemos considerado *leisure airlines*. Por eso, nuestra selección también ha tenido en cuenta que las *leisure airlines* europeas son compañías cuyo tráfico debe centrarse en un conjunto de aeropuertos claramente asociados con al desarrollo de turismo de sol y playa de matriz fordista en la cuenca mediterránea ampliada[2]. Es decir, deben mostrar una especialización en unos tráficos que replican los característicos de las compañías chárter hasta 1992. Ello se constata con claridad en el caso español, donde las veinte compañías que reunieron el 96,4% del tráfico regular que hemos asociado a una *leisure airline* entre 2004 y 2019 en los quince aeropuertos seleccionados, concentraban en ellos casi de forma exclusiva su actividad en España (tabla 1). Air Berlin y Transavia constituyen las únicas excepciones como consecuencia de una hibridación más intensa que, en el primer caso condujo a la formación de una compañía de red integrada en una alianza global y en el segundo dio lugar a una fórmula más próxima a la de los operadores de bajo coste. Aun así, su pasado como compañías chárter y la estrecha vinculación mantenida con diferentes turoperadores alemanes y neerlandeses justifica su consideración como *leisure airlines*.

Simultáneamente a la identificación de las *leisure airlines* procedimos a clasificar el resto de operadores que participaban en el tráfico regular de estos aeropuertos de acuerdo con los diferentes modelos de negocio habitualmente reconocidos en la literatura académica (DLR, 2008): compañías de red (*Full Service Network Carriers*, FSNC), regionales y de bajo coste (*Low Cost Carriers*, LCC).

[2] Por tal entendemos el espacio comprendido entre los archipiélagos ibéricos del Atlántico (Azores, Madeira y Canarias) y las costas del mar Negro y el mar Rojo (Brito, 2009).

Compañía	País	Tráfico total España	Tráfico 15 aeropuertos	% 15 aeropuertos
Air Berlin	Alemania	126.094.554	92.414.532	73,3%
Condor	Alemania	50.429.583	49.597.564	98,4%
Jet2.com	Reino Unido	49.382.499	47.120.066	95,4%
Monarch Airlines	Reino Unido	40.595.706	38.004.429	93,6%
Transavia Holland	Países Bajos	30.927.658	21.443.571	69,3%
TUIfly	Alemania	24.176.219	23.864.527	98,7%
Niki	Austria	17.540.498	14.736.021	84,0%
TUI Airlines Belgium (Jetairfly)	Bélgica	14.093.359	13.765.621	97,7%
Thomas Cook Airlines	Reino Unido	13.098.591	13.096.666	99,9%
Hapag-Lloyd Express	Alemania	12.661.971	11.111.062	87,8%
Hapag-Lloyd	Alemania	12.233.933	11.749.365	96,0%
LTU	Alemania	5.494.909	5.060.132	92,1%
Globespan	Reino Unido	4.807.746	4.230.943	88,0%
Sterling Airlines	Dinamarca	4.437.831	3.625.451	81,7%
Germania	Alemania	3.818.768	3.804.954	99,6%
Thomson Airways	Reino Unido	2.996.855	2.521.104	84,1%
Edelweiss	Suiza	2.968.467	2.829.115	95,3%
Neos	Italia	2.425.319	2.323.698	95,8%
Thomas Cook Airlines Belgium	Bélgica	1.843.454	1.817.676	98,6%
TUI Airlines Nederland	Países Bajos	1.713.013	1.702.042	99,4%
TOTAL 20 compañías		**421.740.933**	**364.818.539**	**86,5%**

Tabla 1. Principales compañías *leisure* según tráfico internacional regular en los aeropuertos españoles (2004-2019). Elaborado a partir del servidor estadístico de AENA http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html
Table 1. *Main leisure airlines by scheduled international traffic at Spanish Airports (2004-2019). Based on data computed from AENA Statistics* http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html

Finalmente, también podría cuestionarse el hecho de asimilar el tráfico no regular de los aeropuertos seleccionados con el de las *leisure airlines*. Sin embargo, el análisis de la composición del tráfico internacional no regular en la totalidad de aeropuertos españoles durante el periodo 2004-2019 evidencia que está dominado por compañías con una estrategia operativa centrada en la canalización de los mismos flujos turísticos que caracterizaron a las antiguas compañías chárter. Aparecen así *leisure airlines* cuyo tráfico fue considerado no regular en algunos aeropuertos hasta una determinada fecha, como Transavia; algunas compañías británicas que, aun vendiendo directamente parte de sus asientos, son clasificadas por AENA como no regulares (TUI Airways, Thomas Cook Airlines); aerolíneas escandinavas independientes (Jet Time) o asociadas a los principales turoperadores europeos (Thomas Cook Scandinavia, TUI Fly Nordic) que continúan vinculando sus vuelos con la compra de un paquete turístico; compañías neerlandesas y

belgas en una situación similar a las anteriores (Jetairfly o TUI Nederland); o más recientemente, compañías de países de Europa Central y Oriental (Enter Air, Travel Service, Small Planet) con una estrategia de operador chárter turístico similar a la dominante antes de la liberalización, centrado en mercados emisores menos maduros como los de sus países de origen (Taylor, 2016), pero con una destacada presencia en otros mercados maduros, como Francia, donde practican una suerte de *dumping* social debido a sus reducidos costes salariales. Aparecen también las antiguas compañías de bandera escandinava (SAS) y finlandesa (Finnair), lo que pone de manifiesto la particularidad de algunos mercados emisores, donde estos operadores siempre han mantenido una estrecha relación con los operadores turísticos.

Las *leisure airlines* en España: declive sin colapso

Los pasajeros no regulares han constituido durante décadas una variable fundamental para entender la evolución del tráfico de los aeropuertos españoles. Las estadísticas disponibles muestran un crecimiento de dicho tráfico paralelo a la especialización turística de la economía española impulsada por la dictadura franquista (Pack, 2009), suponiendo en 1971 el 40,5% de los pasajeros en el conjunto de las instalaciones del país (Fig. 1). Tras la crisis económica de la segunda mitad de los setenta esas cifras se reducen para experimentar una nueva recuperación durante los ochenta, propiciando que en 1990 el tráfico no regular alcanzase el máximo valor de su contribución relativa al tráfico aéreo total de España, suponiendo el 46% del mismo. Estos pasajeros no regulares eran mayoritariamente turistas canalizados por los turoperadores y las compañías chárter hacia los destinos del litoral español donde se centraba el desarrollo turístico del país. De ahí que las quince instalaciones seleccionadas hayan concentrado entre 1961 y 2019 prácticamente el 94% del tráfico internacional no regular que transitó por la totalidad de los aeropuertos españoles durante ese periodo.

Aunque en términos absolutos el crecimiento del tráfico no regular se mantendrá hasta el año 1999, fecha en la que se registra su máximo histórico, no ocurre lo mismo en términos relativos, con una creciente pérdida de relevancia, claramente visible a partir de 1996. Esta tendencia general se reproduce en el conjunto de quince aeropuertos seleccionados, donde se observa una primera quiebra del tráfico no regular a partir de 1993, justo un año después de iniciada la liberalización del mercado comunitario. Esa caída del tráfico no regular se ha mantenido hasta el momento actual, de tal forma que en 2019 ya ni siquiera alcanzó el 4% del tráfico total que transitó por los aeropuertos españoles.

Al reconstruir las series para los quince aeropuertos seleccionados de acuerdo con los planteamientos expuestos en la metodología, segregando del tráfico regular el correspondiente a las *leisure airlines* y añadiéndolo al no regular, resulta que el peso de estas aerolíneas habría experimentado una caída menos intensa. De hecho, en 2019 continuarían asegurando más del 35% del tráfico internacional de esta muestra de aeropuertos, cifra que desciende al 10,6% si únicamente consideráramos los datos oficiales de tráfico no regular. Además, durante el periodo de crecimiento de la demanda turística que tuvo lugar en plena crisis económica y financiera, el tráfico canalizado por estas compañías experimentó un notable aumento en términos absolutos, contribuyendo a ralentizar su pérdida de cuota de mercado (figura 3).

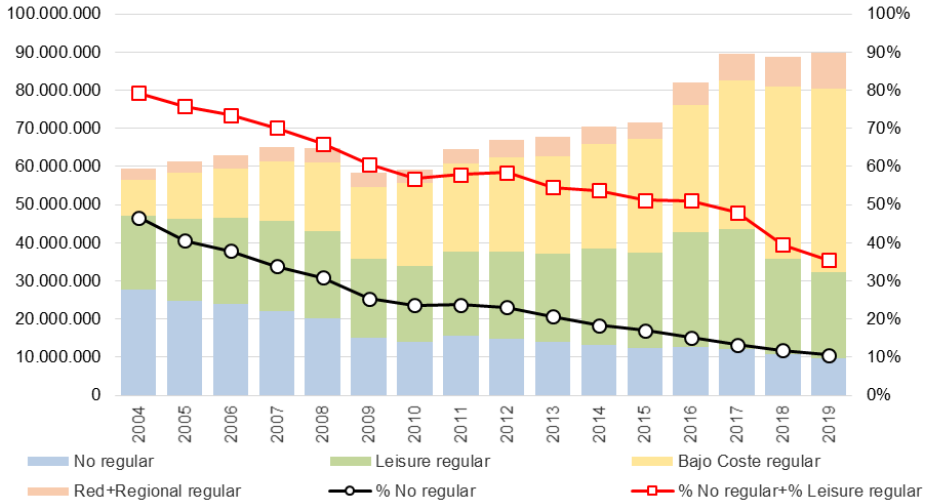


Fig. 3. Tráfico internacional en los aeropuertos turísticos seleccionados según modelo de negocio de las aerolíneas (2004-2019). Elaborado a partir del servidor estadístico de AENA http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html

Fig. 3. *International traffic in the Spanish Holiday airports selected according to airlines' business model (2004-2019). Based on data computed from AENA Statistics* http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html

Aunque existen claras diferencias entre aeropuertos, estas cifras globales matizan la idea relativamente difundida en el ámbito académico sobre la desaparición de las *leisure airlines*. Asimismo, también ponen de manifiesto que los operadores de bajo coste están aún lejos de haber alcanzado una hegemonía total en estos aeropuertos, lo que corrobora conclusiones similares obtenidas para aeropuertos de otros países donde se ha aplicado una metodología de análisis similar, como el de Faro en el Algarve portugués (Ramos-Pérez y Almeida, 2015). Finalmente, aunque no por ello menos relevante, también nos indica que el paquete turístico tradicional, cuya confección ha alcanzado una creciente flexibilidad gracias a la implantación de fórmulas como el *dynamic packaging*, ahora está lejos de ceñirse exclusivamente a las compañías chárter, involucrando una mayor diversidad de aerolíneas.

Respecto a las diferencias existentes entre aeropuertos, a partir de la lectura de la Fig. 4, donde cruzamos el tráfico internacional total con el peso que supone la suma del tráfico no regular y *leisure*, puede apuntarse una cierta correlación entre ambas variables si exceptuamos los casos de Girona y Murcia, ya que R^2 pasaría de 0,237 a 0,659. Es decir, las *compañías leisure* mantendrían una cuota de mercado superior en los aeropuertos con menor tráfico, mientras en las instalaciones que presentan un mayor volumen de pasajeros habrían sido desplazadas en mayor medida por las compañías de bajo coste. Esto confirmaría parcialmente la hipótesis de Doganis (2010) respecto a que estas compañías podrían mantener una posición relevante en destinos con una demanda reducida y estacional que puede ser cubierta con uno o dos vuelos semanales a lo sumo, ya que este tipo de oferta puede resultar compleja de integrar en la programación de las compañías de

bajo coste. Sin embargo, cabe esperar cambios al respecto durante los próximos años, porque especialmente Ryanair y en menor medida Easyjet tienden a expandirse incorporando rutas en las que ofrecen menos de un servicio diario (de Wit y Zuidberg, 2012).

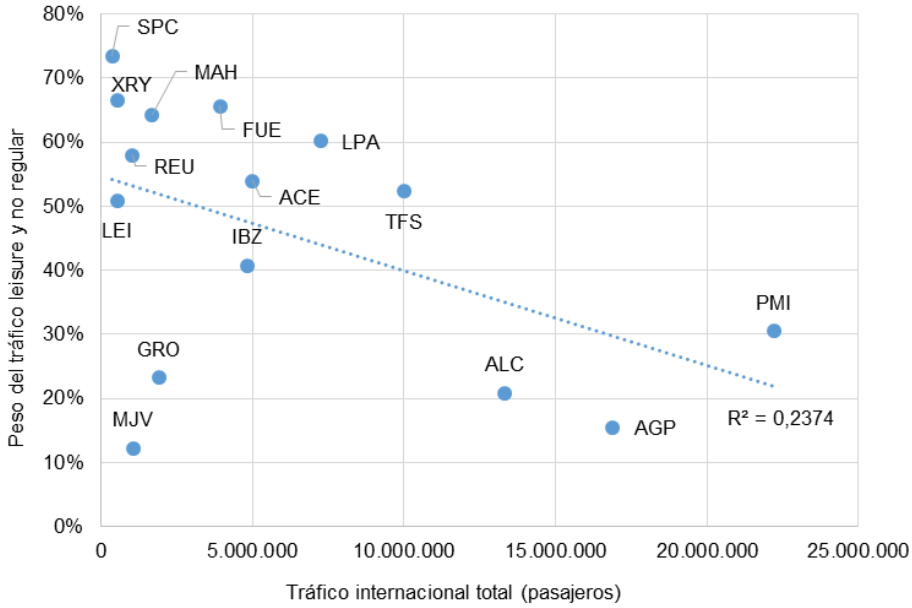


Fig. 4. Las compañías *leisure* en los aeropuertos turísticos en 2019. Elaborado a partir del servidor estadístico de AENA http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html
Fig. 4. *Leisure airlines in the Spanish Holidays airports in 2019. Based on data computed from AENA Statistics* http://www.aena.es/es/corporativa/estadisticas-trafico-aereo.html

Los casos de Tenerife Sur y Gran Canaria parecen contrariar esta lógica, aunque en ellos conviene no desdeñar la trascendencia de la distancia como factor explicativo, pues las conexiones desde los principales mercados emisores europeos implican más de cuatro horas de vuelo, lo que dificulta la gestión de flotas de las compañías de bajo coste, cuyo modelo de negocio se centra en trayectos más cortos donde se obtienen ventajas derivadas de un rotación más intensa de los aparatos (de Wit y Zuidberg, 2012). De hecho, Ryanair irrumpió en Gran Canaria a finales de 2009, dos años después de haberlo hecho en Mallorca y trascurridos siete años desde sus primeras operaciones en Girona. En cuanto a Girona y Murcia, constituyen casos particulares debido a la temprana e intensa implantación de Ryanair, lo que dificultó la pervivencia en ambos aeropuertos de las *leisure airlines*. En Girona, tras la progresiva reducción de la oferta de Ryanair iniciada en 2011 y acentuada en 2014, las compañías *leisure* han retornado progresivamente al aeropuerto, lo que explica esa cuota de mercado del 23% en 2019 cuando en 2013 apenas llegaba al 4%.

Conclusiones

La composición del tráfico de los aeropuertos que protagonizaron el desarrollo del turismo fordista en el litoral español muestra una diversidad y complejidad que se aleja de la excesiva simplificación con la que en ocasiones se ha abordado la cuestión. No puede concluirse, por tanto, que se haya operado una mera sustitución de las antiguas compañías chárter por los nuevos operadores de bajo coste. En los quince aeropuertos seleccionados conviven aerolíneas que operan de acuerdo a diferentes modelos de negocio, presentando una cuota de mercado variable en función de las características de cada instalación.

Las antiguas compañías chárter, reconvertidas en *leisure airlines*, aún están lejos de la desaparición, aun cuando se observe una significativa merma de 43,7 puntos porcentuales en su peso relativo desde 2004. Es pronto para determinar si esta tendencia culminará con el colapso de todos estos operadores, siguiendo la estela de lo ocurrido con Thomas Cook a finales de 2019. Cabe recordar además que las *leisure airlines* mostraron una fortaleza inusitada durante el periodo álgido de la crisis económica y financiera. Esta situación no es ajena al hecho de que el paquete turístico haya ganado atractivo en un contexto de mayor precariedad laboral e inestabilidad de rentas, al facilitar el control del presupuesto destinado a las vacaciones frente a las incertidumbres asociadas a la adquisición individualizada de desplazamiento, alojamiento y manutención. Y dado el probable recrudecimiento de ese escenario tras la pandemia del Covid-19, un aumento de la demanda de paquetes resulta factible a corto plazo.

En todo caso ello no significa que las *leisure airlines* sean las únicas beneficiadas de la mayor venta de paquetes, pues la relación casi exclusiva entre compañías chárter y paquetes turísticos que constituyó un verdadero binomio del turismo fordista es cada vez más laxa. Aún en los casos en los que las *leisures airlines* son completamente dependientes de los turoperadores, como en el mercado escandinavo, estos últimos trabajan con una diversidad de aerolíneas al objeto de facilitar la flexibilidad en el diseño de los paquetes. De ahí la creciente presencia de antiguas compañías de bandera en el tráfico de nuestra selección de aeropuertos, especialmente a partir de 2015.

Para generalizar estas conclusiones resulta necesario aplicar la metodología propuesta en otros aeropuertos de la cuenca Mediterránea. Sin embargo, las tendencias observadas en el caso español confirman la hipótesis formulada en un trabajo seminal de Lobbenberg (1995) recién iniciada la liberalización del mercado comunitario, donde señalaba que en las rutas anteriormente explotadas casi en exclusividad por las compañías chárter se estaba configurando un continuo de aerolíneas. Aparecían desde las chárter tradicionales que vendían la mayoría o la totalidad de su oferta a los turoperadores hasta las compañías de bandera públicas. Entre ambas, algunas aerolíneas que optaban por modelos mixtos, en los que se mezclaba en el mismo avión a pasajeros de paquetes turísticos con viajeros independientes. A ese continuo se han añadido los operadores de bajo coste, lo que ha incrementado la diversidad de aerolíneas implicadas en dichas rutas. En todo caso, no debe olvidarse que el proceso de hibridación y convergencia de modelos en marcha desde hace años ha propiciado que las diferencias existente entre unas aerolíneas y otras sean actualmente mucho menos evidentes que a finales del siglo pasado.

Agradecimientos

Esta investigación forma parte del proyecto "Saturación turística en destinos costeros españoles. Estrategias de decrecimiento turístico", financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (referencia RTI2018-094844-B-C31; periodo 2019-2022).

Bibliografía

BOE. 1961. Instrumento de ratificación del acuerdo multilateral relativo a derechos comerciales de los servicios aéreos no regulares europeos. *Boletín Oficial del Estado*, 117 de 17 de mayo, 7.419-7.421.

Belet, D. y Colomb, L. 1991. *European charter airlines: strategies for the 90s*. ITA, París.

Brito, S. P. 2009. *Território e Turismo no Algarve*. Edições Colibri, Lisboa.

Buck, S. y Lei, Z. 2004. Charter airlines: Have they a future? *Tourism and Hospitality Research*, 5(1), 72–78.

Castillo-Manzano, J., Castro-Nuño, M., López-Valpuesta, L. y Pedregal, D. 2017. Measuring the LCC effect on charter airlines in the Spanish airport system. *Journal of Air Transport Management*, 65, 110-117.

Daft, J. y Albers, S. (2015). An empirical analysis of airline business model convergence. *Journal of Air Transport Management*, 46, 3-11.

De Wit, J. y Zuidberg, J. 2012. The growth limits of the low cost carrier model. *Journal of Air Transport Management*, 21, 17-23.

DGAC (Dirección General de Aviación Civil). 1989-1999. *Estudio sobre vuelos no regulares* (temporadas de invierno y verano). Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Madrid.

DLR. 2008. *Airline Business Models*. Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Colonia.

Doganis, R. 2010. *Flying Off Course. Airline economics and marketing* (4a edición). Routledge, Londres.

ECMT. 1980. *Transport and the Activity of the Conference* (General Report on Activity, 26th Annual Report, 1979). París: European Conference of Ministers of Transport.

Lyth, P. J. 2009. Flying Visits. The Growth of British Air Package Tours, 1945-1975. En Segreto, L., Manera, L. y Pohl, M. (eds.) *Europe at the seaside. The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean*. Berghahn Books, Oxford, 11-31.

O'Connell, J. y Bouquet, A. 2015. Dynamic Packaging Spells the End of European Charter Airlines. *Journal of Vacational Marketing*, 21(2), 175-189.

Pack, S. 2009. *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Turner, Madrid.

Papatheodorou, A. y Lei, Z. 2006. Leisure travel in Europe and airline business models: A study of regional airports in Great Britain. *Journal of Air Transport Management*, 12 (1), 47-52.

Ramos-Pérez, D. y Almeida, C. 2015. Transporte aéreo y turismo en el Algarve (Portugal): más allá de la dualidad chárter-bajo coste. En Espinosa Seguí, A. (coord.), *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores*. Ediciones Universidad de Alicante y AGE, Alicante, 543-558.

Ramos-Pérez, D. y Dosbruszkes, F. 2019. The end of European charter airlines: Myths and realities. En Graham, A. y Dobruszkes, F. (ed.). *Air Transport : A Tourism Perspective*. Elsevier, Amsterdam, 143-162.

Ritzer, G. y Liska, A. 1997. McDisneyization and post-tourism: complementary perspectives on contemporary tourism. En: Rojek, C. and Urry, J. (Eds) *Touring Cultures: Modern Transformations in Leisure and Travel*. Routledge, London, 96-109.

Taylor, Z. 2016. Air charter leisure traffic and organised tourism in Poland: Are charters passé? *Moravian Geographical Reports*, 24(4): 15–25.

Urry, J. 1990. *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. Sage, Londres.

Williams, G. 2001. Will Europe's charter carriers be replaced by "no-frills" scheduled airlines? *Journal of Air Transport Management*, 7(5), 277-286.

Montañas de Trevinca: ¿*undertourism* en Galicia y *overtourism* en Sanabria?

Valerià PAÜL, Luis-Martín AGRELO y Juan M. TRILLO

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Paül, V., Agrelo, L. M. y Trillo, J. M. 2020. Montañas de Trevinca: ¿*undertourism* en Galicia y *overtourism* en Sanabria? *En:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 445-456. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El hegemónico paradigma de crecimiento ilimitado ha favorecido la proliferación de numerosos destinos en los que se produce overtourism. Como alternativa a esta tendencia, emergen lugares que reivindican sus bajos índices de visitantes, o undertourism, para ofrecer un turismo más relajado y respetuoso. El presente trabajo realiza un acercamiento a las Montañas de Trevinca como ejemplo de un territorio plural, en el que se manifiestan y dialogan ambos fenómenos. Mediante el análisis de entrevistas a actores locales, se interpretan los discursos asociados al overtourism y al undertourism. Finalmente, se plantean los inciertos escenarios que genera la coexistencia de dos modelos turísticos tan dispares en un mismo macizo montañoso.
Palabras clave: *undertourism, overtourism, turismo de montaña, patrimonialización, Pena Trevinca.*

TREVINCA MOUNTAINS: *UNDERTOURISM* IN GALICIA AND *OVERTOURISM* IN SANABRIA?. The hegemonic paradigm of unlimited growth has encouraged the proliferation of various destinations with overtourism. Alternatively, places with low visitor rates vindicate themselves as undertourism, as an opportunity to offer a more relaxed and respectful tourism. This contribution approaches Trevinca Mountains as a heterogeneous area where both dynamics are present in dialogue. Through analysing interviews carried out to local stakeholders, two different discourses associated with overtourism and undertourism are interpreted. Finally, uncertain scenarios because of the coexistence of these two different tourist models arise.
Key words: *undertourism, overtourism, mountain tourism, heritagisation, Pena Trevinca.*

Valerià PAÜL, Departamento de Xeografía, Universidade de Santiago de Compostela, Praza da Universidade 1, 15703, Santiago de Compostela, Galicia, v.paul.carril@usc.es; Luis-Martín AGRELO, martin.agrelo@usc.es; Juan M. TRILLO, juanmanuel.trillo@usc.es

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 5-agosto-2020.

Introducción

Se suele asociar la sobresaturación turística con un conjunto de archiconocidas ciudades europeas dotadas de un rico patrimonio cultural que mueven millones de visitantes cada año, pero el *overtourism* afecta ya, también, hasta las cumbres más altas del planeta (Doods y Butler, 2019a). Por ello, la emergencia de los destinos *undertourism* se puede entender como una reacción al *overtourism*, en lo que Urry (1995) ha definido como una mirada

romántica hacia lugares solitarios o poco frecuentados. No cabe duda de que siempre han existido territorios con nula o escasa presencia de turistas. Con todo, el *undertourism* introduce un matiz interesante, pues consiste en reivindicar un destino precisamente con baja frecuentación; esta categoría presenta, no obstante, un recorrido aún corto y su definición resulta todavía embrionaria. Esta situación debe persuadirnos de la necesidad de estudiar dicho fenómeno en la práctica, tarea que el presente trabajo asume plenamente.

Aquí proponemos analizar las Montañas de Trevinca (Galicia/Sanabria) bajo las lentes del *undertourism* y el *overtourism*. Para ello, revisamos en primer lugar la producción académica al respecto. La contextualización geográfica del área de estudio se formula en el siguiente apartado, antes de la metodología empleada en la investigación. A continuación, se ofrece una exposición de los resultados obtenidos. Finalmente, la discusión de estos frente a la teoría ocupa la última sección, que se cierra con las conclusiones. Cabe decir que en Paül *et al.* (2019) hemos realizado ya un análisis del turismo en el área; no obstante, se circunscribe al lado gallego y se centra en buscar los orígenes de la actividad turística bajo un enfoque teórico al efecto. Por lo tanto, este abordaje previo difiere del aquí propuesto.

Territorios/destinos en la intersección entre *overtourism* y *undertourism*

El crecimiento vertiginoso de los flujos de visitantes en los últimos años ha conducido a un importante desarrollo de los estudios críticos acerca de los impactos del turismo (Crang, 2004; Hall, 2013; Butler, 2019). Dentro de ellos ha ganado atención a lo largo del pasado lustro el llamado *overtourism*, un término de nuevo cuño, aunque empleado ya ampliamente tanto en la esfera académica como en la mediática (Koens *et al.*, 2018). Este protagonismo está relacionado con la agudización de los conflictos sociales y ambientales en algunos destinos masificados (Büscher y Fletcher, 2017). Como indican Doods y Butler (2019a), dicha masificación no ha surgido al mismo tiempo que el concepto de *overtourism*, de modo que la emergencia de este neologismo denota algo más que una creciente preocupación por la saturación de algunos focos turísticos. Así, su uso está cargado de valoraciones negativas hacia las formas de consumo turístico preponderantes desarrolladas al amparo de un modelo de planificación turística neoliberal en el que el crecimiento del número de visitantes era, en la práctica, el único objetivo, por mucha alusión a la "sustentabilidad" que se verbalizase (Dredge *et al.*, 2011; Saarinen *et al.*, 2017; Milano *et al.*, 2019).

Sin embargo, el *overtourism* no es ni mucho menos un término que genere consensos; en este sentido, parece haber servido en ocasiones para aplicar un sesgo anti-turismo a las investigaciones (Koens *et al*., 2018). Sea como fuere, debemos precisar que el concepto no prejuzga en sí la actividad turística, sino que privilegia la percepción que los actores locales o los visitantes tienen de su impacto (Butler, 2019), con lemas que se han hecho virales en las paredes de determinades ciudades tales como "*tourist go home*" o "*tourism kills*".

Las propuestas alternativas al *overtourism* se han articulado en torno a dos principales modelos. Por un lado, el denominado "turismo sostenible", en el que el objetivo pasa por compaginar intereses económicos, sociales y medioambientales a través de una gobernanza que permita el diálogo equilibrado entre actores afectados (Butler, 1999; Carbone y Yunis, 2005; Hall, 2011). No obstante, "el turismo está más lejos que nunca de alcanzar la sostenibilidad", a pesar de "30 años de atención investigadora" en ese ámbito (Saarinen *et al.*, 2017: 309). Por otro lado, los discursos del decrecimiento (Hall, 2009; Kallis, 2011); es

decir, de reducción planificada del número de turistas en los destinos masificados (Blanco-Romero, 2019). El paradigma decrecentista, que surge en Francia a comienzos del siglo XXI, se fundamenta en la "ruptura" con la noción de desarrollo hegemónica hoy en día, íntimamente relacionada con el crecimiento económico (Latouche, 2007: 53).

El *undertourism* está ligado con ambos discursos alternativos. De este modo, los destinos *undertourism* actuarían como válvulas de escape a una masificación galopante. El surgimiento de esta noción es reciente y no resulta extraño subrayar que se ha extendido como contrapunto al *overtourism* (Bušljeta, 2019). Así, territorios que apenas contabilizan visitantes se centran en cómo atraer (unos pocos) más turistas. Y no se trata necesariamente de áreas remotas o aisladas.

Milano *et al.* (2019: 19) destacan las contradicciones internas al modelo de turismo sostenible que debe ser entendido desde una "agenda urbana [o territorial, se podría decir para otros destinos] más amplia". Sin una gobernanza que contemple el turismo desde sus múltiples miradas y su dimensión territorial compleja, se puede producir la paradoja de trasladar sus impactos negativos de un lugar a otro. En este sentido, la percepción de ausencia o escaso impacto de actividades ligadas al turismo en un territorio dado ha llevado a multitud de actores locales de destinos *undertourism* a reclamar la intensificación de las campañas de promoción, el aumento de infraestructura o el apoyo público a la oferta (Butler, 2019). No han faltado voces críticas que señalan el riesgo de que con esto se trasladen los perjuicios de la masificación a contextos especialmente sensibles, como los espacios naturales protegidos.

La percepción del *undertourism* por parte de los visitantes de estos territorios resulta igualmente crucial. El éxito de la promoción de un territorio sin apenas personas radica en que se presente como una experiencia única y especial para el visitante, que le permita realizarse personalmente (Crang, 2004), en la línea de la mirada romántica introspectiva y contemplativa (Urry, 1995). También se puede apreciar una relación de los destinos del *undertourism* con la búsqueda de la soledad, que para Long y Averill (2003) moviliza un imaginario positivo hacia los lugares poco frecuentados. En una línea semejante se podría ubicar el *slow tourism*, una herramienta para reivindicar la pausa o la introspección en actividades cada día más masificadas, como el montañismo y el senderismo (Garbizu, 2016).

Finalmente, el discurso del decrecimiento ha tejido movimientos sociales en oposición al turismo en las ciudades del *overtourism* más agudizado (Büscher y Fletcher, 2017; Milano *et al.*, 2019). Su impacto se puede observar en la asunción parcial de estos postulados desde algunos gobiernos locales, al menos con medidas de contención del crecimiento. Asimismo, la industria ha encontrado en la continua creación de nuevos turismos "alternativos" la fórmula para no detener su avance (Murphy y Price, 2005). Estas nuevas formas de turismo se caracterizan por una multiplicación de la oferta en lugares poco frecuentados hasta el momento y la exportación de *overtourism* a nuevos territorios (Dodds y Butler, 2019b).

El binomio *overtourism*/*undertourism* no debe ser entendido como una clasificación de los destinos en términos excluyentes o irreconciliables. Las interconexiones son evidentes y, de hecho, en un mismo territorio pueden concurrir ambos fenómenos dependiendo de la percepción que tengan la población local y los visitantes (Butler, 2019). Tampoco se trata de una cuestión definible exclusivamente en términos cuantitativos, como por ejemplo el

número de visitantes, ya que la forma en la que un territorio responde a una determinada cantidad de turistas es variable.

Área de estudio: las Montañas de Trevinca

El pico de Pena Trevinca (2127 m) es el punto culminante de una región montañosa situada en el noroeste de la Península Ibérica, entre Galicia y Castilla y León. En la segunda, por tierras del antiguo Reino de León, existen comarcas de indudable personalidad y raigambre histórica como Sanabria (Senabria en leonés) o La Cabrera (Cabreira); nos centramos en la primera de ellas, así como en el territorio gallego directamente asociado a Pena Trevinca (los tres municipios que participan del espacio protegido homónimo, del que se hablará después). La configuración de estas montañas se puede definir como macizo montañoso, constituido por un conjunto de sierras dispuestas en forma de estrella que confluyen en una pequeña área de cotas superiores a los 2000 m. A efectos del presente trabajo, definimos el área de estudio tomando los ocho municipios que poseen una parte significativa de su superficie en los espacios protegidos del macizo.

El territorio presenta una densidad de población menor de 10 hab./km^2, hasta diez veces inferior a la de las comunidades autónomas en las que se emplaza. Este dato, bajo una lectura rápida, podría hacernos inferir que se trata de un lugar poco habitado debido a su abrupta configuración geomorfológica. Sin embargo, el paisaje del área de estudio muestra una presión antrópica elevada hasta la década de 1960-1970, ligada, sobre todo, a la secular actividad ganaderaa. Pero una acuciante emigración junto a un envejecimiento demográfico ha significado, en el conjunto del área de estudio, pasar de unos 30.000 habitantes en la década de 1950 a poco más de 8.000 en la actualidad. Destacan casos como el del municipio de A Veiga, que ha perdido el 90% de su población desde mediados del siglo XX.

Aunque existen figuras de espacios naturales en ambos lados, los respectivos grados de protección y modelos de gestión presentan diferencias. En Sanabria, destaca el Parque Natural del Lago de Sanabria y Sierras Segunde[i]ra y de Porto (32.302 ha). Este, más allá del papel que representa en el territorio a efectos de planificación y gestión territoriales, se ha configurado como un vector de desarrollo turístico desde su declaración en 1978. El gobierno regional ha decidido sucesivas ampliaciones de sus límites en 1990 y en 2017.

En el caso gallego, en los años 2000 se incluyó en la Red Natura 2000 un espacio denominado Pena Trevinca (24.894 ha). De este modo, la administración gallega no ha creado una figura al mismo nivel que la que disfruta el sector vecino; se trata, de hecho, de una declaración genérica producida en el marco del despliegue, demorado, de las directivas comunitarias en Galicia. Dicha inclusión ha supuesto la adscripción simultánea de este espacio protegido a dos figuras europeas: Zona de Especial Conservación (ZEC) y Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA). Hasta el momento no se ha producido un desarrollo efectivo en forma de instrumentos propios de planificación y gestión. En total, sumando ambos lados de la frontera, el área protegida por los espacios referidos abarca más de la mitad de los cerca de 1000 km^2 que comprenden los ocho municipios.

La infraestructura turística se localiza de forma muy desigual. Mientras el entorno del Lago de Sanabria concentra casi toda la oferta alojativa, el resto del territorio solo cuenta con algunos modestos y dispersos pequeños alojamientos salpicados por las múltiples aldeas de pequeño tamaño. Entre las tipologías de alojamientos identificadas, se aprecia

cierta especialización en el turismo rural (Figura 1), cuya distribución geográfica es la más homogénea entre todas las modalidades de establecimientos turísticos. Observamos, a su vez, una significativa concentración de la oferta de viviendas de uso turístico en Galende, Trefacio, San Justo y Cobreros, lo que indica características propias de un destino turístico en torno al lago. En Galende destacan también 2.520 plazas de cámping, que pueden ocasionar distorsión de los datos totales; sin embargo, incluso restando esta cifra, los datos arrojan una clara superioridad del sector de Sanabria en todas las modalidades alojativas. Por último, cabe mencionar que el municipio de Porto, protegido en su totalidad, no posee alojamientos turísticos (aunque exista infraestructura inutilizada, véase Paül *et al*., 2019).

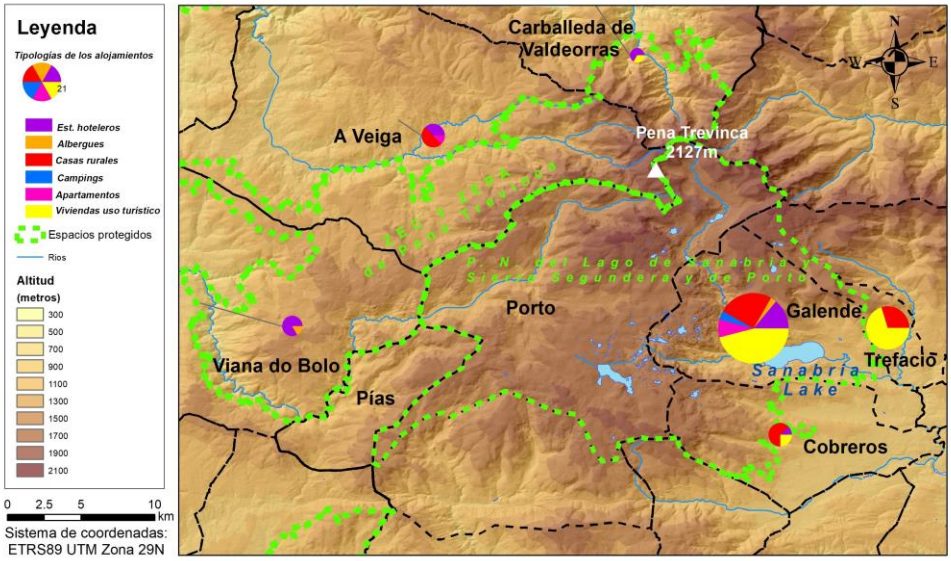


Fig. 1. Mapa del número de alojamientos turísticos por tipología y localización. (Fuentes: Instituto Galego de Estatística, Junta de Castilla y León y otras).
Fig. 1. *Map of tourism accommodations by typology and location (Sources: Instituto Galego de Estatística, Junta de Castilla y León and other).*

En definitiva, el sector sureste del macizo está enfocado en la actividad turística. Esta especialización del Lago de Sanabria se vincula con un producto que se ha posicionado como un destino estival alternativo a la costa, pero también, desde un punto de vista simbólico, como el mayor lago de origen glaciar de España. Esta idea de exclusividad, fuertemente connotada, se ha visto reforzada por la creación de un parque natural homónimo hace cuatro décadas. Mientras la inmensa mayoría de los visitantes de este macizo se quedan en ese pequeño sector lacustre, la escasísima infraestructura turística de las restantes zonas evidencia un claro desconocimiento general del destino Trevinca como montaña.

Métodos

En la línea de lo expuesto en el apartado teórico, para determinar si emergen *undertourism* y *overtourism* en el caso de estudio, debemos profundizar en las percepciones

de los actores turísticos involucrados (Bušljeta, 2019; Dodds y Butler, 2019b). Entendiendo que el binomio *undertourism/overtourism* conforma dos categorías construidas socialmente, cobra importancia analizar los discursos acerca del turismo y dilucidar hasta qué punto se incardinan en una u otra dirección. Para explorarlos hemos optado por las entrevistas semiestructuradas, que constituyen un método cualitativo de investigación social (Ruiz Olabuénaga, 1999). Su realización sin un guion rígido nace de la necesidad de ir más allá de los datos cuantitativos basados en muestras representativas. De este modo, los entrevisados pueden dar respuestas complejas a una serie de preguntas abiertas, de manera que expresen el "significado particular que a cada hecho atribuye su propio protagonista", asumiendo estos hechos "como piezas de un conjunto sistemático" (Ruiz Olabuénaga, 1999: 17).

Se han realizado 36 entrevistas a actores vinculados con Trevinca. En ellas se han abordado cuatro conjuntos de temas: la percepción de la zona, la identificación de actores, la evaluación del papel de la administración y la valoración acerca de la división del macizo entre distintos ámbitos administrativos. Al trabajo de campo, realizado en invierno-primavera de 2017, le ha seguido la transcripción de las entrevistas y su análisis mediante codificación abierta. La lista de códigos o "*codebook*" (Cope, 2010: 281) resultante ha permitido sintetizar la información obtenida, diferenciando para ello dos tipologías de códigos: *emic*, verbalizados por los participantes durante sus intervenciones, y *etic*, identificados por el investigador en el análisis a posteriori (Cope, 2010) (Figura 2). Cabe reconocer que para el presente trabajo se han sobreimpuesto dos categorías de forma previa a la codificación: *undertourism* y *overtourism*. En el apartado de resultados se esquematiza una interpretación de los códigos identificados, estructurados en función de ambos discursos.

Con el objetivo de mantener el anonimato de las personas participantes, a la hora de reproducir fragmentos de las entrevistas se les ha asignado un nombre ficticio, cambiando en varias ocasiones el género. En dichos extractos de las conversaciones, en cursiva, se respeta la lengua original, marcando en redondilla los elementos no normativos.

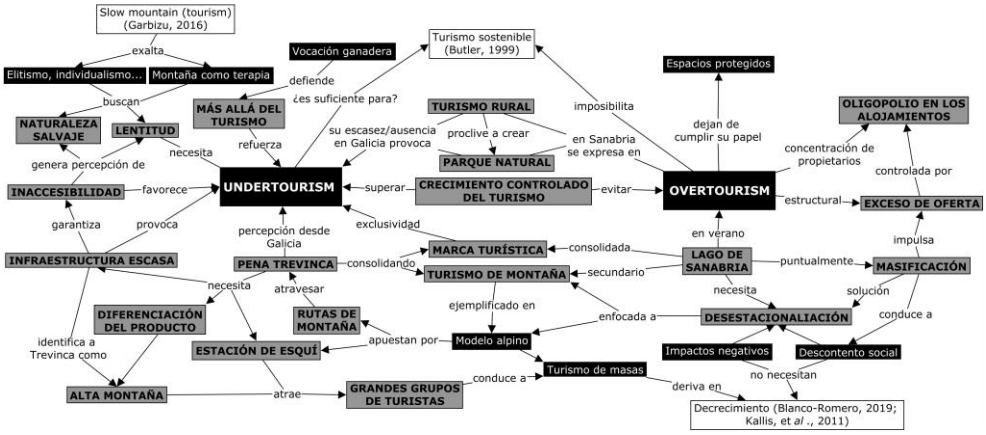


Fig. 2. Esquema de códigos verbalizados/*emic* (en gris) y analíticos/*etic* (en negro).
Fig. 2. *Map of verbalised/emic codes (in grey) and analitic/etic codes (in black).*

Resultados

Estructuramos este apartado en dos secciones. Por un lado, interpretamos un conjunto de narrativas, vinculadas al entorno del Lago de Sanabria, que apuntan a la saturación del destino y la necesidad de alternativas que lo hagan sostenible social y económicamente. Por otro, detectamos un discurso que percibe Trevinca como un destino poco visitado o incluso desconocido, que se invita a descubrir. Este último enfoque está asociado principalmente al sector gallego del macizo, aunque también a alguna de las localidades fronterizas que, aunque administrativamente formen parte de Sanabria, debido a su aislamiento respecto al lago participan más de las narrativas de la alta montaña gallega que de las del lado sanabrés. Los códigos asociados a estos dos discursos quedan sintetizados en la Fig. 2.

Trevinca como destino estival masificado ligado a un lago glaciar

La relevancia adquirida por la actividad turística y su papel en el desarrollo del territorio son un eje argumental que atraviesa los discursos relacionados con el Lago de Sanabria. El turismo ha devenido un monocultivo, ante la incomparecencia de otros sectores económicos.

> *"Creo que es el principal motor ahora mismo porque, si nos ponemos ahora a contar empresas ubicadas en esta zona, el gran porcentaje está ligado al sector turístico." [Paulo]*

Se transmite una masificación del sector circundante al lago glaciar bajo el impulso de la marca del parque natural, que privilegia ese lugar como emblema para la atracción de visitantes. Así, parece haberse consolidado en el mercado interior español como una de las escasas láminas de agua que permiten el baño durante el cálido verano de la meseta ibérica.

> *"[A] xente di: Parque Natural de Lago de Sanabria, e toda a xente se* dirige *ao lago. Pero é que Porto estamos detrás do Lago! E para vir a Porto son* cuatro personas, *ou* cuatro privilegiados *que saben que Porto tamén é do lago e chegan* hasta eiquí *[...]" [Noa]*
>
> *"[Sobre la gestión del sector sanabrés] Non sei se o están facendo ben, para min hai unha certa masificación, unha* venta *como moi indiscriminada, que ao mellor é moi normal, do Lago de Sanabria. E* bueno, *pois un montón de xente." [Filipe]*

Su fácil acceso es considerado un factor fundamental para el desarrollo del turismo. En este sentido, se apunta que a no mucha distancia del Lago de Sanabria se está construyendo una estación de tren de alta de velocidad, lo cual constituye un hecho único, que permite mejorar la conexión de este espacio con Madrid.

> *"[Sobre la llegada de más turistas a la zona] ¡Sí! Porque aparte ahora, con el tema del AVE... el eslogan "Zamora a una hora", y todas las campañas que se están haciendo, pues la verdad... de hecho la Reserva[1] va a ser la primera del mundo que tenga parada de AVE (en Sanabria)." [Tegra]*

Derivado de esa llegada masiva de turistas, se ha desarrollado una infraestructura de alojamientos y hostelería considerable:

> *"El turismo, que es de lo que se vive ahora [...] Hay mucha competencia, cada vez más. Es que es el núcleo, el único núcleo de actividad en la zona. Entonces, no es que haya descendido el turismo que viene a Sanabria, sino dentro de la zona, cada vez hay más bares, hostales, hoteles... y es todo un poco como competencia." [Xonxa]*

[1] El Parque Natural está incluido en la Reserva de la Biosfera Meseta Ibérica desde su creación en 2015.

La proliferación de establecimientos turísticos parece haberse concentrado en unas pocas manos. Detectamos una preocupación por las condiciones de trabajo en estas empresas:

"[H]ay personas que se van adueñando de un número de casas y al final digamos que van teniendo el control, el monopolio. […] Al final vas teniendo ahí la mayor parte de las casas, más o menos tienes el monopolio, les pagas poco a la gente y no pueden elegir porque más o menos todo es tuyo. […] El monopolio de subvenciones por información privilegiada, ese tipo de cosas." [Tomé]

Ante una estructura empresarial rígida, el reto verbalizado que encontramos compartido por una variedad de informantes es la desestacionalización y la desconcentración, lo que se considera garante para la continuidad del crecimiento del destino. Se da por sentado que la dependencia del turismo es total y que hay que elevar las rentas producidas por esa actividad, de manera que se puedan sostener los negocios el resto del año y ampliando el angular:

"Hombre, aquí como esto está destinado al turismo y tenemos el lago, algo que dinamizara de alguna manera la zona. Por ejemplo, en la parte alta del lago se habla […] de poner un funicular. […] [E]so dinamizaría mucho la zona, o sea sería un atractivo importante que daría vida a los pueblos incluso en el invierno." [Nuno]

"La desestacionalización se ha conseguido, se ha ido viendo la evolución antes de abrir el Centro del Lobo, pero creo que ese centro es un proyecto estrella para conseguir eso." [Millao]

"Porque o que montaron en Fuente Dé... hai un teleférico que subes *do* pueblo *de Fuente Dé, aí en Potes, e* subes *e déixate a 1800 m. [...] [E]n* cuatro *ou cinco horas fas Picos de [Europa], sabes?... e* estuven *unha hora facendo cola para montar, e era en* octubre*! […]* Eso *é diñeiro. [...] Temos que aprender un pouco." [Iago]*

Trevinca: destino (promocionándose como) undertourism

Más allá del entorno del Lago de Sanabria, la mayor parte de las Montañas de Trevinca se percibe como un territorio donde la actividad turística es muy reducida en términos cuantitativos. Los visitantes son pocos, pero movidos por motivaciones muy dispares.

"Eu creo que se un madrileño vai a *escoller un destino para turismo rural, de todo o norte peninsular, pode escoller Galicia, pero se a escolle, de toda Galicia, o último destino vai* a *ser Trevinca." [Xil]*

La razón aludida con más frecuencia para explicar esta baja afluencia es el desconocimiento del destino, incluso entre la población de la propia región en la que se sitúa.

"Pero aún le queda, porque todavía creo que hay muchísima gente que no sabe que la montaña más alta de Galicia es Trevinca, ni la sabe ubicar." [Catuxa]

También se señala que la escasa infraestructura turística existente impide que lleguen más personas. Se interpreta así que la demanda es dependiente de la oferta, por lo que hay quien considera fundamental ampliar y mejorar esta última.

"[A zona, moi bonita]... pero está bastante parada. Por ejemplo*, o tema turístico* i todo eso *non está nada explotado. Por* ejemplo*, eu faría algunha ruta de sendeirismo. Marcáronas e ao cabo dun ano ou dous anos desapareceron a maioría das marcas." [Brais]*

La estrategia más reciente de aquellas administraciones que se han involucrado en la gestión del espacio está centrada en colocar el nombre de Trevinca como marca en los circuitos del turismo de montaña.

"Estamos cheos de recursos e infraestruturas, pero aínda non a estamos xestionando ben [la marca], porque non estamos ofertando de xeito continuo, serio, o que temos [...] a nivel divulgativo, de actividades." [Brandán]

"Creo que a clave, o paso decisivo e inicial, debe ser pór en valor, ordenando todo o que temos que ensinar. A xente seguirá invertindo *e demandando, pero a clave é o produto en todo. [...] O marketing, a promoción dunha marca, dun territorio, englóbao todo." [Hadrián]*

Esta promoción transmite una imagen idílica del espacio. Se le atribuyen a Trevinca valores como la pureza, la soledad y la quietud, propiciados por el escaso impacto de las actividades económicas que se desarrollan en la zona.

"Es una zona de montaña del interior de Galicia y rural. Libre de contaminación lumínica, medioambientalmente bastante pura y poco degradada y con muchas peculiaridades y muy por descubrir, muy virgen." [Cristovo]

"Dedícome muito *a andar no monte [...] a min* relájame, *axúdame. Aparte que de novo* fice *deporte, logo* tuve *un tempo de quizais...* cuando estuven *na cidade deixei todo o tema de deporte, e* vi *que o necesitaba. [...] [S]on algo quizais, un pouco nervioso, e axúdame* muchísimo eso, *é unha terapia que eu recomendo." [Iago]*

Asimismo, detectamos una reivindicación de la dificultad para alcanzar las zonas más altas de las montañas. De hecho, se valora como positivo el hecho de que no exista una carretera que aproxime al pico.

"É un lugar apartado, sen estradas. Incomunicado para ben […] para min virxen *totalmente.* Virxen *de* estropeado *[…] é dicir, non hai absolutamente nada. [...] [P]ara min é como ver un xardín todos os días." [Elvia]*

Con toda la promoción en marcha, nos confiesan un riesgo de masificación potencial, que, significativamente, relatan estableciendo paralelismos con la situación en el Lago de Sanabria o en otras montañas más populares.

"[Sobre el modelo de turismo de montaña en Peñalara, Madrid] [E]stou en contra del *turismo de traer autobuses* del *IMSERSO aquí. Non. Creo que o modelo tiña que ser outro." [André]*

A su vez, emerge una reflexión que entiende la llegada masiva de turistas como una actividad que no generaría desarrollo para el territorio. Dicha masificación se relaciona con el consumo superficial de imágenes turísticas o la emergencia de las redes sociales.

"Non deixa nada eiquí. *A xente* deiquí *non saca nada. Creo que se debería, con certas cousas, limitar iso. Para que a xente* tuviera *que* pernoctar eiquí, *xantar aquí, facer actividades aquí... que quedaran aquí* cuartos. *Senón, ao final, marchamos todos. [André]*

Surgen también voces que creen que ya se ha alcanzado el número de establecimientos que el destino es capaz de sostener. Ganan así importancia otras actividades económicas que han sido olvidadas por la administración al centrarse, según creen, demasiado en el turismo:

"Unha casa de turismo rural nun concello, vale. Ou dúas ou tres, ou cuatro. *Doce ou trece ou quince para vivir, manda c... Non dá para vivir todo* Dios *por encher nas* navidades, *na semana santa e no* verao *[...]. Ponlle dúas, tres,* cuatro *ou cinco casas, que* xeneran*? Dez ou quince postos de traballo? Vive todo* Dios deso*?" [Bieito]*

Discusión y conclusiones

Para el entorno estricto del Lago de Sanabria, las entrevistadas aportan realidades tales como la dependencia de la economía local respecto al turismo, la elevada llegada de visitantes en verano o su "venta indiscriminada" [Filipe]; todo ello apunta al *overtourism*.

Incluso advierten especulación urbanística y distorsiones en el mercado laboral a causa de un oligopolio [Tomé]. De este modo, se identifican "activadores" del *overtourism* según Doods y Butler (2019b: 6): el "creciente número de turistas", la hegemonía de un "paradigma de crecimiento ilimitado", un "enfoque cortoplacista" y los "desequilibrios de poder entre los actores locales". Por otro lado, la explicitación de estas realidades por parte de las personas entrevistadas corrobora la opinión de Butler (2019) cuando sostiene que el *overtourism* se produce al existir consciencia social de sobresaturación del destino.

Büscher y Fletcher (2017), Blanco-Romero (2019) o Milano *et al.* (2019) sugieren que, ante el *overtourism* y, en general, en relación con una situación de sobresaturación turística, resulta esperable una alternativa decrecentista que cuestione de raíz el modelo turístico. En nuestro caso de estudio no hallamos, más allá de las voces críticas, un discurso propositivo articulado. Esta ausencia puede deberse al despoblamiento y el envejecimiento que padecen las Montañas de Trevinca. El tipo de organizaciones que sustentan el discurso decrecentista, propias del *overtourism* en espacios urbanos, dependen en gran medida de una comunidad cohesionada (Milano *et al.*, 2019), de la que carece el área analizada.

De hecho, en el territorio de estudio detectamos, precisamente, una voluntad de expandir el turismo desde el núcleo lacustre. Las sucesivas ampliaciones del parque natural y las propuestas de nuevas atracciones turísticas, en particular el funicular, constituyen evidencias en esta dirección y, por tanto, manifestaciones locales del patrón descentralizador del *overtourism* según Doods y Butler (2019b). Sin embargo, como reportan Milano *et al*. (2019), estas lógicas centrípetas no atajan el problema de sobresaturación, sino que, de hecho, lo difunden. En concreto, leemos en algunos actores el deseo de redirigir parte del flujo de turistas hacia localidades poco frecuentadas, aunque dicha ambición choque con las limitaciones de un parque natural y con la práctica inexistencia de infraestructura turística.

Por otro lado, esta voluntad de ampliación espacial del turismo masivo también se contrapone con el discurso de *undertourism* encontrado en otras partes del macizo. No consideramos que este sea monolítico, sino que se despliega en dos direcciones. La primera se centra en la promoción y la construcción de una marca que impacte en los medios [Hadrián]. La trayectoria de los dispositivos desplegados para lograr este posicionamiento como destino alternativo ya ha sido analizada por Paül et *al.* (2019); entre los más recientes, destaca el sello Starlight. Se enfatiza el escaso número de turistas actuales para atraer más visitantes y así asegurar una ocupación rentable a los establecimientos. Esto debería permitir generar beneficios económicos que se consideran compatibles con la conservación de la naturaleza en el seno del paradigma de turismo sostenible (Butler, 1999; Carbone y Yunis, 2005; Hall, 2011). Se trata de una tendencia que Conti *et al.* (2019) asocian a la búsqueda de originalidad y autenticidad del turismo de naturaleza, pero que conduce con frecuencia a un simple consumo masivo de imágenes turísticas, carente de conexión con el territorio. En fin, corroboramos para nuestro territorio de estudio las críticas al "turismo sostenible" expuestas por Dredge *et al.* (2011), Saarinen *et al.* (2017) o Milano *et al.* (2019).

La segunda dirección detectada para el *undertourism* resulta más coherente con el modelo decrecentista (Büscher y Fletcher, 2017; Blanco-Romero, 2019; Milano *et al.*, 2019). Hallamos este sentir en quienes mantienen que la modesta llegada de turistas debe producirse privilegiando el disfrute personal y la experiencia individual [Elvia]; estos

actores apuestan por poner el acento en la diferenciación y en la construcción de un destino respetando las múltiples miradas de quien lo habita y lo visita (Crang, 2004), en línea con la visión romántica de Urry (1995). Relacionado con esto, emerge la visión de la soledad en las rutas de montaña, que conforman una suerte de "terapia" [Iago], propuesta que Garbizu (2016) define como *slow mountain*. Estos actores que defienden Trevinca como destino de observación e introspección montañera no ven con buenos ojos la llegada de grandes grupos organizados, lo que encaja con el "turismo de élite" que identifica Bušljeta (2019: 262).

En definitiva, una aplicación inicial de los dos fenómenos teóricos estudiados al territorio de estudio puede llevar a inferir que el *overtourism* se produce en el lado sanabrés, mientras que el *undertourism* se circunscribe al gallego. Esta distribución se corresponde *grosso modo* con los efectos de la frontera autonómica, que supone modelos distintos de gestión y la práctica ausencia, al menos desde los años 1980, de un abordaje conjunto para las Montañas de Trevinca. Se trata de una situación esperable en la España de las autonomías, que adolece de una falta de cooperación interautonómica (Romero, 2012; Farinós, 2019).

De todos modos, una lectura más profunda prueba que el *overtourism* resulta muy limitado en términos territoriales. Por otro lado, hemos evidenciado que discursivamente se muestra expansivo, lo que a la postre puede variar su actual geometría. En fin, la reivindicación del *undertourism* puede desembocar en episodios de masificación a medio plazo debido a la atracción de visitantes que, irónicamente, buscan soledad e introspección. Se abre entonces el interrogante: ¿cómo controlar que el éxito de un destino *undertourism* no se convierta en *overtourism*? Tal vez el crecimiento ilimitado sea el verdadero objetivo de algunos de los actores que dicen defender una forma de turismo alternativo.

Agradecimientos

Esta investigación ha contado con la cofinanciación del "Programa de axudas á etapa predoutoral" de la Xunta de Galicia (Consellería de Educación, Universidade e Formación Profesional) en su convocatoria de 2019 (Expediente: ED481A-2019/217).

Referencias bibliográficas

Blanco-Romero, A. 2019. Decrecimiento turístico. En: Cañada, E. (ed.): *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*. Alba Sud, Barcelona, 66-70.

Büscher, B. y Fletcher, R. 2017. Destructive Creation: Capital Accumulation and the Structural Violence of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 25 (5), 651-667.

Bušljeta, A. 2019. (Un)sustainable (Rural) Tourism: A Case Study of Lika-Senj County. *Socijalna ekologija Zagreb*, 28 (3), 249-268.

Butler, R. W. 1999. Sustainable Tourism: A State-of-the-Art Review. *Tourism Geographies*, 1 (1), 7-25.

Butler, R. W. 2019. Overtourism and the Tourism Area Life Cycle. En: Dodds, R. y Butler, R. W. (eds.): *Overtourism: issues, realities and solutions*. De Gruyter, Berlín, 76-89.

Carbone, G. y Yunis, E. (eds.) 2005. *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. United Nations Environment Programme/World Tourism Organization, París/Madrid, 209 pp.

Cope, M. 2010. Coding Qualitative Data. En: Hay, I. (ed.): *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Oxford University Press, Oxford, 281-294.

Crang, M. 2004. Cultural Geographies of Tourism. En: Lew, A. A.; Hall, C. M. y Williams, A. M. (eds.): *A Companion to Tourism*. Blackwell, Londres, 74-84.

Dodds, R. y Butler, R.W. 2019a. The phenomena of overtourism: a review. *International Journal of Tourism Cities*, 5 (4), 519-528.

Dodds, R. y Butler, R. W. 2019b. The Enablers of Overtourism. En: Dodds, R. y Butler, R.W. (eds.): *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. De Gruyter, Berlín, 6-21.

Dredge, D., Jenkins, J. y Whitford, M., 2011. Tourism Planning and Policy: Historical Development and Contemporary Challenges. En: Dredge, D. y Jenkins, J. (eds.): *Stories of Practice*: Tourism Policy and Planning. Ashgate, Farnham/Burlington, 13-35.

Farinós, J. 2019. La cooperación horizontal de carácter territorial entre Comunidades Autónomas. Un reto para la política de ordenación del territorio y para el modelo de organización del Estado. En: Farinós, J.; Ojeda, J.F. y Trillo, J.M. (eds.): *España: Geografías para un Estado posmoderno*. AGE/Geocrítica, Madrid/Barcelona, 187-218.

Garbizu, J. 2016. *Slow Mountain. Monterapia 2*. Diéresis, Barcelona, 232 pp.

Hall, C.M. 2009. Degrowing Tourism: Decroissance, Sustainable Consumption and Steady-state Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1), 46-61.

Hall, C.M. 2011. Policy Learning and Policy Failure in Sustainable Tourism Governance: From First- and Second-order to Third-order Change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (4-5), 649-671.

Hall, C. M. 2013. Framing Tourism Geography: Notes from the Underground. *Annals of Tourism Research*, 43, 601-623.

Kallis, G. 2011. In Defence of Degrowth. *Ecological Economics*, 70 (5), 873-880.

Koens, K.; Postma, A. y Papp, B. 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10 (12), 4384.

Latouche, S. 2007) : *Petit traité de la décroissance sereine*. Mille et Une Nuits, París, 176 pp.

Long, C.R. y Averill, J.R. 2003. Solitude: An Exploration of Benefits of Being Alone. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 33 (1), 21-44.

Milano, C., Novelli, M., y Cheer, J. M. 2019. Overtourism and Degrowth: A Social Movements Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1-19.

Murphy, P.E. y Price, G.G. 2005. Tourism and Sustainable Development. En: Theobald, W.F. (ed.): *Global Tourism*. Routledge, Burlington, 561 pp.

Paül, V., Trillo, J.M., y Haslam McKenzie, F. 2019. The Invention of a Mountain Tourism Destination: An Exploration of Trevinca-A Veiga (Galicia, Spain). *Tourist Studies*, 19 (3), 313-335.

Romero, J. 2012. España inacabada: organización territorial del Estado, autonomía política y reconocimiento de la diversidad nacional. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 58 (1), 13-59.

Ruiz Olabuénaga, J. I. 1999. *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao, 341 pp.

Saarinen, J.; Rogerson, C. M. y Hall, C. M. 2017. Geographies of Tourism Development and Planning. *Tourism Geographies*, 19 (3), 307-317.

Urry, J. 1995. *Consuming Places*. Routledge, Londres, 264 pp.

“¡O hacemos el cambio o bajamos la persiana!” Estructuración territorial desde el turismo cultural en el Empordà

Inmaculada DÍAZ-SORIA y Asunción BLANCO-ROMERO

SHNB

SOCIETAT D’HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Díaz-Soria, I. y Blanco-Romero, A. 2020. “¡O hacemos el cambio o bajamos la persiana!” Estructuración territorial desde el turismo cultural en el Empordà. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 457-470. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El Empordà es un destino litoral maduro. Para diversificar, se promociona actualmente un turismo cultural que valoriza atractivos del territorio alternativos al sol y playa, esperando reducir las desigualdades existentes entre la costa y el *arrière-pays*. En este contexto, la celebración de festivales de música, que ha acompañado el desarrollo turístico del sol y playa desde los sesenta, constituye hoy una herramienta de diversificación generando atractivo tanto en poblaciones costeras como interiores. Este trabajo tiene como objetivo analizar el papel de los festivales como herramientas articuladoras del territorio desde un punto de vista holístico. Por ello, se analizan el grado de resiliencia territorial y del destino turístico, así como la sostenibilidad del clúster de festivales a través de una metodología mixta que combina el análisis de indicadores con el de entrevistas en profundidad a actores clave. De esta forma, se reflexiona sobre la evolución en el ciclo adaptativo del territorio, del destino y del producto a lo largo de la década y se constata que, mientras que en zonas de interior los festivales son, en efecto, percibidos como estructuradores territoriales y herramientas de cohesión social, en zonas turistificadas siguen funcionando como producto complementario al turismo de masas.
Palabras clave: *ciclo adaptativo, clúster, festivales, resiliencia, sostenibilidad.*

“WE CHANGE OR WE CLOSE THE BLINDS!”. CULTURAL TOURISM AS STRUCTURING ELEMENT IN EMPORDA REGION. Empordà is a mature coastal tourism destination. Cultural tourism is currently being promoted with the aim of diversifying, since it enhances alternative attractions to those on which the sun and beach tourism is based. It is thus expected to reduce existing inequalities between coastal and inland areas. In this context, the celebration of music festivals, developed simultaneously to the area’s tourism development since the 60s, appear today as a tourism diversification tool for both coastal and inland municipalities. This paper aims at analysing the role of music festivals as territorial structuring tools from a holistic approach. Therefore, the degree of resilience of the territory and the tourism destination, as well as the sustainability of the cluster of music festivals, are considered based on a methodology combining the analysis of quantitative and qualitative indicators with in-depth interviews to key informants. Consequently, we reflect on the evolution of the location of the territory, the destination and the product in the adaptive cycle during the last decade. According to our results, while inland festivals are perceived as territorial structuring and social cohesion tools, that is not the case in coastal and highly touristified areas, where they remain a complementary product to mass tourism.
Keywords: *adaptative cycle, cluster, festivals, resilience, sustainability.*

Inmaculada DIAZ-SORIA. EUTDH. Edifici Blanc Campus UAB Vila Universitaria, s/n, 08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona. inmaculada.diaz@uab.cat; Asunción BLANCO-ROMERO. Dep. de Geografía. Campus UAB. 08193. Cerdanyola del Vallès. Barcelona. Spain. asuncion.blanco@uab.cat

Recepción del manuscrito: 22-junio-2020; revisión aceptada: 22-julio-2020.

Introducción

El Empordà es un destino turístico maduro, el cual, desde hace unos años busca transformar su modelo y lograr pasar de estar basado en un turismo de sol y playa, concentrado en la costa y percibido por muchos actores del territorio como obsoleto, a un turismo cultural que dinamice zonas de interior y atraiga flujos de visitantes en un número "adecuado".

Además, esta zona fue escenario de los primeros festivales de música de verano en España. Estos eventos se han ido organizando paralelamente al desarrollo turístico en la zona, desde el primero que se celebró en 1958. Desde entonces, se han multiplicado y cada año se organizan más de una veintena solamente en la comarca del Alt Empordà. Tienen lugar tanto en poblaciones de costa como en el interior y, durante décadas, han ofrecido un complemento de oferta a los veraneantes de la Costa Brava. Actualmente, se entienden como potenciales productos estrella en una oferta de turismo cultural que contribuiría a este cambio de modelo. Este elemento vinculado a la reinvención de un producto y a sus consiguientes efectos vinculados a un reequilibrio territorial o, por lo menos, a una cierta estructuración más allá de los polos más turistificados convierten los festivales de música del Empordà en un caso de estudio interesante para este trabajo.

El objetivo de este texto es el de proponer una reflexión en torno al papel que juegan productos culturales y turísticos reinventados en procesos de desarrollo territorial en pro de una mayor resiliencia a través del desarrollo endógeno, de una mejor estructuración del territorio y una mayor cohesión social. En otras palabras, se pretende analizar el papel de los festivales de música como herramientas articuladoras de territorios más resilientes. Unos festivales que han estado sirviendo de comparsa de un desarrollo turístico masivo y que actualmente se entienden como piezas clave de una estrategia de diversificación turística que pueden contribuir a un mejor equilibrio entre sus espacios litorales en situación de *overtourism* y sus espacios de interior en situación de *undertourism*. En este sentido, las nociones de resiliencia y de clúster, así como la comprensión del ciclo adaptativo, son esenciales para este estudio.

La reflexión propuesta está basada en los resultados extraídos de dos investigaciones del grupo TUDISTAR, llevadas a cabo en dos momentos diferentes de la última década[1] y que permiten realizar un análisis de tipo longitudinal. En este trabajo nos centramos en la descripción de los resultados obtenidos a partir de los indicadores, que muestran el grado de resiliencia del territorio, del destino turístico y la sostenibilidad del clúster del producto y nos permiten situar estas tres escalas en el ciclo adaptativo en dos periodos diferentes de la última década. En un territorio como el Empordà, con una zona de costa masificada turísticamente y una zona interior menos dinámica económicamente y menos poblada,

[1] Este artículo se sustenta en dos proyecto de I+D+I. (Ver agradecimientos).

formulamos la hipótesis de que los festivales de música se reinventan como herramientas de diversificación bajo el paraguas del turismo cultural, considerado como más deseable y sostenible que el turismo de sol y playa, y contribuyen así al reequilibrio territorial.

Marco teórico

En un sistema capitalista, el desarrollo está fuertemente conectado con el crecimiento económico y los beneficios a corto plazo. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un enfoque post-desarrollista basado en la sostenibilidad ecológica y la equidad social, que aboga por una nueva cultura del bienestar y que se disocia de la acumulación de capital (Latouche, 2008). En este contexto, el turismo es una de las mayores industrias, con una actividad que causa impactos económicos, socioculturales y ambientales (Amat, 2013). Estos impactos dependen de factores interconectados dentro del destino: el estado de conservación, las características del medio ambiente local, las formas de turismo y la capacidad de las comunidades locales para administrar sus recursos. En este contexto, creemos que es esencial profundizar este análisis desde tres enfoques complementarios: la adecuación del modelo turístico como premisa para la acción; el nivel de resiliencia en las sociedades y territorios para llevar a cabo un desarrollo durable; y pensar en los productos turísticos como clústeres.

Entendemos que el desarrollo turístico de un destino debe centrarse en erradicar las desigualdades sociales y económicas mientras se hace un uso racional de los recursos naturales, patrimoniales, económicos y sociales del destino, asegurando así que las generaciones futuras aún puedan disfrutarlos (Sabaté, 2004; Vera *et al.*, 2011). Una de las condiciones necesarias para lograr el desarrollo adecuado es la capacidad de resiliencia, mientras que lo contrario también es válido: la resiliencia debe ser sostenible para ser duradera y efectiva.

Turismo y resiliencia territorial

La resiliencia ha generado un gran interés entre los investigadores de turismo que buscan comprender las capacidades para enfrentar crisis, interrupciones y cambios (Sancho y Vélez, 2009; Biggs, Hall y Stoeckl, 2011). El enfoque socio ecológico de la resiliencia territorial (Hudson, 2010; Wilding, 2011) establece nuevos escenarios para la estabilidad social, económica y ambiental (Walker, Holling y Carpenter, 2004). La resiliencia así entendida se basa en la conservación, ecosistemas equilibrados, calidad de vida, gobernanza territorial y acceso a recursos y servicios (Amat, 2013). Territorios desfavorecidos pueden convertirse en destinos turísticos resistentes al crear lugares atractivos para visitar mientras se trabaja en una imagen integral y una planificación estratégica. Este enfoque toma en consideración las estrategias, todos los interesados (Valls, 2004), la huella ecológica (Hudson, 2010), la autosuficiencia y el grado de vulnerabilidad a los impactos internos y externos. Los enfoques económicos (Méndez, 2012) se centran en el mercado, los ciclos económicos, el PIB, el empleo o la productividad, considerando que la resistencia de un territorio depende de estructuras, agentes y recursos heredados.

El crecimiento ilimitado es imposible en un planeta finito (Latouche, 2008; Rockström *et al.*, 2009), por lo que la resiliencia abarca enfoques económicos y socio ecológicos. El desarrollo sostenible no está conectado con el crecimiento sostenido y, de hecho, un cambio de dirección podría coexistir con el decrecimiento (Taibo, 2009; Blanco-Romero, 2019;

Fletcher *et al.*, 2019). La resiliencia en los estudios territoriales se suele usar para comprender dos tipos de procesos: respuestas territoriales a desastres ocasionales; y la capacidad de los territorios frente al declive para avanzar a una nueva etapa de desarrollo combinando características heredadas y nuevas. El desarrollo turístico pone mayor énfasis en la consolidación de las capacidades de los destinos ignorando sus vulnerabilidades (Chien-yu y Chin-cheng, 2016).

Lew (2012; 2013) identifica tres mecanismos para reducir los efectos de perturbaciones convirtiéndolos en oportunidades para el desarrollo futuro de un destino: 1) de ingeniería (Fünfgeld y McEvoy, 2012) que restaura el estado previo al impacto; 2) ecológico (Ranjan, 2012) que brinda oportunidades para aprender y prepararse para futuros impactos; y 3) transformador (Davidson, 2010; Martin, 2012) que resiste, transforma y se adapta mejor a las nuevas circunstancias a través de ciclos de adaptación ecológicos.

El enfoque transformacional (Tyrrell y Johnston, 2008; Luthe y Wyss, 2014) aboga por el ciclo ecológico adaptativo como modelo de resiliencia regional (Walker *et al.* 2004). En este enfoque, Holling y Gunderson (2002) identifican tres dimensiones para modelar las respuestas de los ecosistemas, las instituciones y las sociedades: 1) el potencial de cambio; 2) la conectividad (entre agentes, la rigidez o flexibilidad del sistema y la sensibilidad a las variaciones); y 3) la resiliencia (la vulnerabilidad del sistema a situaciones inesperadas). La resiliencia se concibe dinámica en el tiempo, expandiéndose y contrayéndose (Figura 1), siguiendo las cuatro fases destacadas por Holling y Gunderson (2002) en el ciclo adaptativo.

La resiliencia territorial en el turismo se entiende así como la capacidad de un destino para equilibrar y absorber los impactos y las crisis, teniendo en cuenta su situación anterior (recursos previos, organización, estructuras y adaptabilidad funcional). Cuanto mayor es la resistencia, menores son los cambios.

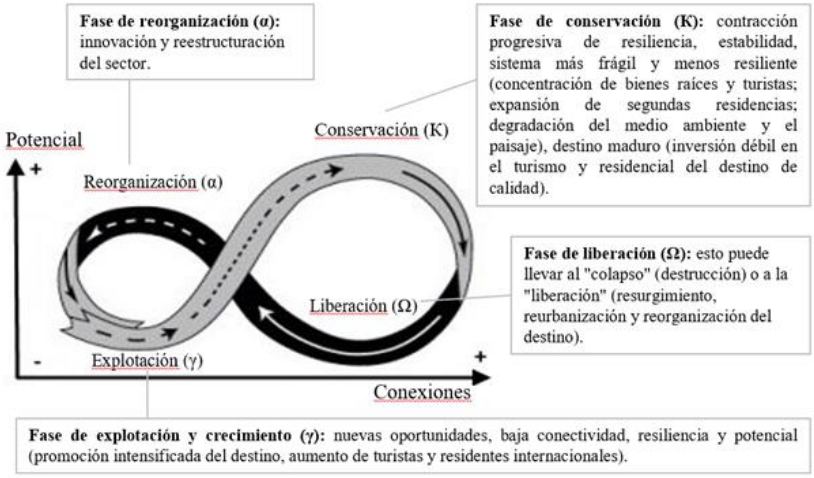


Fig. 1. Resiliencia y ciclo adaptativo del sistema turístico. Fuente: Elaboración propia basada en Holling and Gunderson (2002).

Fig. 1*. Resilience and adaptive cycle of the tourist system. Source: Own elaboration based on Holling and Gunderson (2002).*

Un destino turístico resistente puede pronosticar y anticipar crisis desarrollando nuevas habilidades y condiciones que permitirán que el destino se reinvente y se refuerce a sí mismo. Para que la resiliencia sea posible, los siguientes aspectos deben existir y reforzarse antes de la crisis: 1) capacidades para el desarrollo económico, sociocultural y ambiental; 2) conexiones en materia de cooperación, comunicación, competitividad, innovación y nuevas tecnologías; y 3) recursos disponibles, clústeres empresariales centrados en el turismo y la imagen de destino.

En este sentido, dentro del ámbito del turismo cultural, el análisis de la sostenibilidad y la resiliencia en los festivales, como un clúster propio, ofrece un buen ejemplo de aproximación.

Festivales de música como clúster de producto turístico cultural en un marco sostenible.

El turismo cultural a menudo se presenta como una alternativa sostenible a formas de turismo más depredadoras, como el turismo de sol y playa, ya que involucra a las comunidades locales (Cànoves, *et al.,* 2017) y contribuye a la preservación y valoración del patrimonio y las tradiciones. En este trabajo, el turismo cultural se analiza como herramienta para la sostenibilidad, con un enfoque concreto en los festivales de música como un clúster de producto dentro de él, entendiendo el concepto de clúster como un espacio geográfico donde un grupo de agentes interactúa de forma estable e interrelacionada alrededor de un producto determinado. Los clústeres son dinámicos, surgen, cambian, pueden desaparecer con el tiempo, contribuyen positivamente a procesos innovadores, facilitan las relaciones con instituciones, satisfacen las necesidades de los consumidores y canalizan el conocimiento y la información necesarios para el desarrollo tecnológico (Porter, 2000). Cuatro son sus características esenciales: proximidad, vinculación, interacciones y masa crítica. Un clúster turístico involucra a productores, distribuidores y facilitadores de viajes y consumidores (Novelli *et al.*, 2006; Nordin, 2003) y, en contextos específicos, se habla de micro clúster de turismo (Sáez, 2009).

Los festivales de música constituyen un buen ejemplo de eventos culturales que fácilmente se convierten en productos de turismo musical. Concentran un número diverso de agentes y, por lo tanto, pueden analizarse como un clúster. El paradigma de la sostenibilidad destaca la necesidad de que estos eventos refuercen su conexión con la comunidad anfitriona, su identidad y sus características territoriales (Duffy, 2020). Como experiencias socioculturales (Suntikul, 2018) que involucran visitantes (Gannon *et al.*, 2019; Zhang *et al.*, 2019), residentes (Rasoolimanesh *et al.*, 2017), organizadores (Frost y Laing, 2015) y otras partes interesadas (Adongo y Kim, 2018), la gobernanza se convierte en un reto (Gössling *et al.*, 2012). Los festivales pueden contribuir a aumentar el capital social destinos emergentes (Stevenson, 2016) donde el desarrollo turístico exacerba las desigualdades ya existentes dentro de la comunidad. Si embargo, su contribución a la resiliencia territorial (Mahon y Hyyryläinen, 2019) depende de su organización y disfrute por parte de los actores endógenos o exógenos (Gursoy *et al.* 2004), lo cual concuerda con los resultados obtenidos en nuestro estudio de caso, centrado en los festivales de música del Empordà y que se detalla a continuación.

Metodología

Este texto es el resultado de dos proyectos de investigación que analizan el territorio

ampurdanés durante la última década. El primero se realizó en 2011 basándose en una metodología cualitativa, mientras que el segundo se realizó en 2019 y se basa en una metodología mixta. Este trabajo longitudinal ha permitido entender la situación de la comarca en diferentes momentos de su historia reciente y observar la evolución del papel de los festivales de música en la construcción de territorios más equilibrados y resilientes.

Presentación del área de estudio

El Empordà es una zona muy bien comunicada a la que se puede llegar fácilmente desde Barcelona y desde el sur de Francia (Fig. 2) y se trata de un destino turístico consolidado desde los años 60 gracias a su clima y su situación litoral.

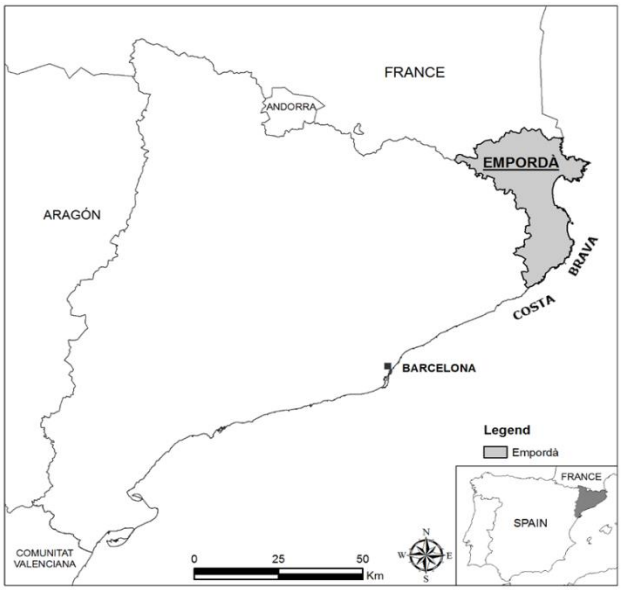


Fig. 2. Situación del Empordà en Catalunya y España. Fuente: Elaboración propia.
Fig. 2. *Location of Emporda in Catalonia and Spain. Source: Own elaboration.*

El primer festival de música de verano de España, el Festival de la Porta Ferrada, se celebró en Sant Feliu de Guíxols (Baix Empordà) en 1958. Le siguieron los de Cadaqués y Calonge en 1968, el de Begur en 1977 y Torroella de Montgrí en 1981. Es indudable la conexión entre festivales y veraneantes, así como el papel de los festivales como medio de promoción del patrimonio y de la cultura del Empordà.

Estos festivales tienen lugar tanto en municipios del interior como en la costa, aunque el turismo no se desarrolla de la misma forma en ambas zonas. Por ello, se presentan como una oportunidad para analizar el rol de un mismo producto en contextos diferentes dentro de un mismo territorio. Nuestra investigación se centró concretamente en el Alt Empordà. En 2019, se celebraron allí 22 festivales de música en 15 municipios diferentes, entre los cuales se encuentran los icónicos Festival de Peralada o la Schubertíada de Vilabertran. El número de festivales varía cada año, pero se celebran discontinuamente desde hace más de 50 años, por lo que se analizan como parte inherente del destino. En este contexto, nuestro objetivo es

comprender si los festivales de música pueden contribuir hoy día al reequilibrio territorial.

Métodos de investigación

Como se ha indicado anteriormente, este texto recoge las reflexiones extraídas de dos proyectos de investigación que han analizado la evolución del papel de los festivales de música en el destino y el territorio del Empordà en la última década. Estos dos proyectos se han basado en metodología cualitativa y mixta respectivamente.

Con el objetivo de obtener un conocimiento holístico del objeto de estudio, se calculó el grado de resiliencia territorial (Vecco y Srakar, 2017) y del destino del Alt Empordà, así como la sostenibilidad del clúster del producto festivales. La Tabla 1 muestra las categorías y fuentes de los 76 indicadores analizados. Las perspectivas cuantitativa y cualitativa se complementan entre sí, proporcionando información valiosa sobre el papel de los festivales de música en contextos de búsqueda de territorios menos desequilibrados y más resilientes.

Escala	**Fuentes**	**Categorías y número de indicadores**
Sostenibilidad del clúster en torno a festivales de música como producto turístico (13)	European Tourism Indicator System (ETIS 2013a; 2013b) y entrevistas realizadas	Gestión del destino (7), Flujo turístico (2) Impacto sociocultural (2), Impacto medioambiental (2)
Grado de resiliencia del destino (60)	Amat (2013), OMT (2004), Resilience Capacity Index (RCI), según Luthe y Wyss's (2014) adaptado y entrevistas	Flujos metabólicos (16), Dinámicas sociales (32), Medioambiente construido (12)
Grado de resiliencia territorial (3)	Índices de sensibilidad (Martin 2012)	Económico (1), Sociocultural (2), Medioambiental (informes, cualitativa)

Tabla 1. Indicadores, fuentes y categorías.
Table 1*. Indicators, sources and categories.*

Resultados

Los resultados obtenidos permiten reflexionar sobre las características del destino turístico y del territorio donde se desarrollan los festivales. Se sugieren ideas con respecto a las conexiones entre agentes y productos dentro de un clúster entorno a estos festivales. A continuación, se detallan los resultados obtenidos a partir del análisis realizado.

Indicadores territoriales, de destino y de clúster

En primer lugar, detallaremos los resultados relativos a la resiliencia del territorio analizado (Alt Empordà) y del destino turístico (Costa Brava), así como a la sostenibilidad del clúster (festivales de música). Para ello, se han calculado y analizado una serie de indicadores, aunque, por falta de espacio, repasaremos los más significativos con relación al objetivo de este texto.

En general, los resultados extraídos de los indicadores territoriales y del destino muestran que la situación económica de esta región todavía se está recuperando de la última crisis. La población está envejecida y su capacidad de compra sigue siendo baja. La economía y el empleo dependen del sector terciario, especialmente del turismo.

A escala territorial, se constata una evolución negativa en todos los indicadores analizados. La evolución más marcada es la de la sensibilidad de la tasa de paro que pasa de 1,20 en 2010

a 0,88 en 2018, lo cual se interpreta como una menor dependencia de la comarca respecto a las dinámicas regionales en esta cuestión al final de la década pasada en comparación con sus primeros años, los cuales estuvieron marcados por la crisis económica.

Los indicadores de destino han dado resultados de dos tipos: anuales y evolutivos. La tabla 2 muestra los resultados evolutivos más significativos para este artículo. Estos datos muestran un mayor aumento de la población turística equivalente (PTE) y de la ocupación de cámpings en la primera mitad de la década que en la segunda.

En primer lugar, esto revela una recuperación importante del turismo en 2014 respecto a 2010, es decir, al final de la crisis respecto a años anteriores, así como una relativa estabilización del turismo hasta 2018. En segundo lugar, se constata que, durante los años de crisis, muchos viajeros ajustaron su presupuesto vacacional prefiriendo alojamientos más económicos. La diversidad de oferta de alojamiento de la zona permite al viajero adaptarse en función del contexto socioeconómico. Otro de los datos destacados es una importante disminución del consumo de agua en la primera mitad de la década, hasta -6,54% en 2014 respecto a 2010, seguido de un fuerte aumento (8,43%) en la segunda mitad, lo cual puede explicarse por una mayor conciencia del consumo durante los años de crisis económica respecto a años posteriores.

Categoría del indicador	**Indicadores de destino**	**2010-2014**	**2014-2018**
Flujos metabólicos	Evolución PTE	27,20	5,01
Dinámicas sociales	Evolución de la tasa de ocupación de campings	33,10	2,10
Entorno construido	Evolución del consumo de agua	-6,54	8,43

Tabla 2. Indicadores de evolución del destino. 2010-2014 y 2014-2018.
Table 2*. Indicators of destination evolution. 2010-2014 and 2014-2018.*

En cuanto a la sostenibilidad del clúster de festivales, nos centraremos para esta comunicación en comentar el indicador que mejor nos permite reflexionar sobre el tema del coloquio. La ratio de concentración de festivales de música en las tres ciudades con más oferta de festivales en el grupo es de 40,74. Castelló d'Empúries, Figueres y l'Escala fueron escenario de 11 de los 22 festivales celebrados en el Alt Empordà en 2019. Muchos festivales se organizan en escenarios situados en más de un municipio, por lo que este dato, más allá de mostrar la concentración de la organización de festivales en pocos municipios, muestra aquellos municipios que cuentan con escenarios ocupados por diferentes festivales. Estos tres municipios, dos litorales y uno de interior (la capital de la comarca), cuentan, pues, con características atractivas para la celebración de conciertos (patrimonio, accesibilidad, público, tradición cultural). Seguidamente, Cadaqués, Peralada, Roses y Vilabertrán son escenario de dos festivales cada uno. Entre estos municipios, dos están situados en la costa y están muy desarrollados turísticamente (Roses y Cadaqués) y otros dos están situados en el interior, a proximidad uno de otro, pero diferentes entre sí en términos de desarrollo turístico. Mientras que Peralada cuenta con un castillo y un gran hotel que propone oferta turística variada todo el año (festival, golf, estancias deportivas, eventos), Vilabertrán no tiene infraestructura turística, pero es conocida internacionalmente gracias a su Schubertíada.

A partir de las entrevistas realizadas a diferentes agentes, se constata que la complicidad y el trabajo en red se encuentran en el centro de las relaciones entre los agentes identificados en este grupo. La Fig. 3 muestra la naturaleza e intensidad de estas relaciones.

Tras analizar la evolución de los festivales de música en esta zona entre 2011 y 2019, se concluye que los festivales ya no se conciben como eventos aislados que generan beneficio y visibilidad solamente para el municipio en el que se celebran. Ahora se presentan como herramientas estructuradoras del territorio, generadoras de cohesión social y espacios de oportunidad para crear vínculos entre actores.

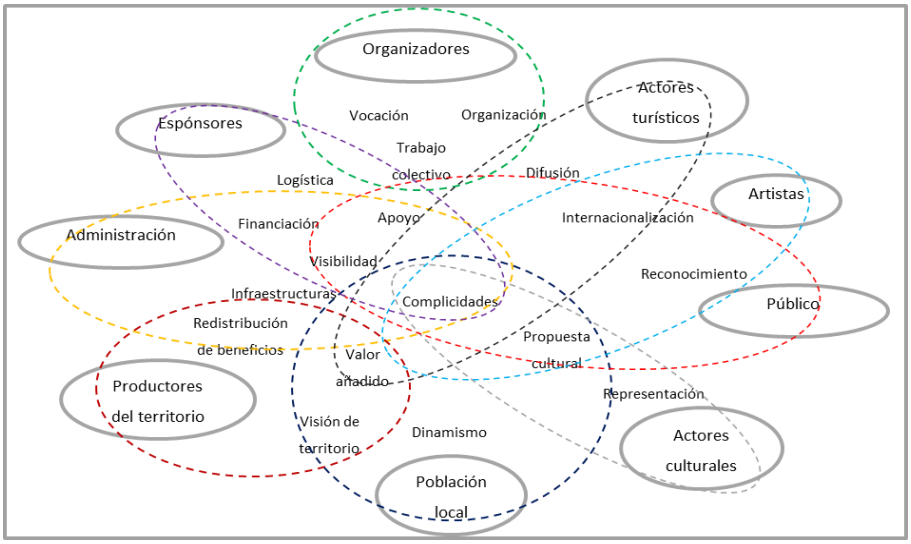


Fig. 3. Clúster de festivales de música del Alt Empordà. Fuente: Elaboración propia.
Fig. 3. *Alt Emporda's cluster of music festivals. Source: Own elaboration*.

Los festivales se conceptualizan como oportunidades para crear productos de calidad dentro de la oferta de turismo cultural. Estos productos son a menudo combinados de forma que favorecen la redistribución de beneficios entre el máximo número de actores posible en el territorio. Para un territorio con las características del Alt Empordà, los festivales son percibidos como recursos culturales que contribuyen al actual modelo turístico en evolución hacia un turismo menos masivo y más "adecuado".

Festivales de música y el ciclo adaptativo de los destinos turísticos

Los resultados anteriormente descritos nos permitirán situar ahora el caso de estudio dentro del ciclo adaptativo (Gunderson y Holling, 2002) en diferentes períodos. En este estudio se analizan tres escalas diferentes: territorio, destino y clúster.

El cálculo del grado de resiliencia territorial sitúa al territorio, en la fase de liberación en 2010-2014 (hacia el colapso, aunque con recursos potencialmente interesantes para una posterior etapa de reorganización) y en las primeras etapas de la fase de explotación en 2014-

2018 (economía en lenta recuperación y resultados ligeramente positivos en varios indicadores socioeconómicos).

Los resultados relativos al destino lo sitúan en las últimas etapas de la fase de conservación en 2010-2014 (numerosos y diversos recursos, altamente dependiente del turismo y vulnerable a los desastres naturales y a los efectos del cambio climático) y en las últimas etapas de la fase de conservación en 2014-2018 (dependiente del turismo, aunque percepción de un modelo obsoleto, menor conciencia ambiental).

Finalmente, el producto festivales de música del Empordà se sitúa en las primeras etapas de la fase de lanzamiento en 2011 (consolidados, principalmente de financiación pública, con injerencia política y poca innovación tecnológica, alta vinculación entre festivales y turismo, oferta saturada y de calidad desigual, ya percibidos como oportunidades para la diversificación) y en la fase de reorganización en 2019 (niveles aceptables de resiliencia con una conexión más fuerte con los territorios, las sociedades y las economías locales, aunque con capacidad de mejora en materia ambiental).

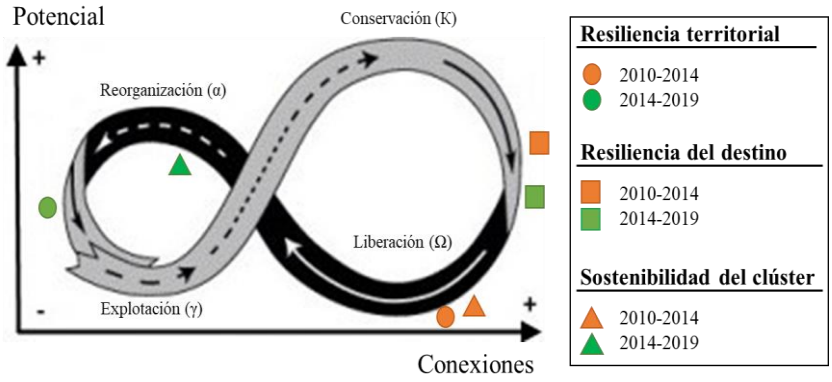


Fig. 4. Situación del caso de estudio en el ciclo adaptativo. Fuente: Elaboración propia basada en Holling and Gunderson (2002).

Fig. 4. *Situation of the case study at the adaptive cycle. Source: Own elaboration based on Holling and Gunderson (2002).*

En general, los resultados del periodo 2014-2019 muestran mayores niveles de resiliencia a todos los niveles que los del periodo 2010-2014 (Figura 4). La Costa Brava como destino apenas ha cambiado su posición en el ciclo. Se trata de un destino maduro intentando diversificarse. Incluso si los actores tienen una mayor conciencia del estancamiento del modelo turístico predominante y están dispuestos a contribuir en la mejora del destino para que éste sea más resiliente, éste es bastante rígido y aprobar y poner en prácticas estrategias toma tiempo. El grado de resiliencia del territorio (Alt Empordà y destino Costa Brava) y la sostenibilidad del clúster (festivales) sí han progresado en el ciclo.

Tras haber analizado la resiliencia del territorio y del destino y la evolución del clúster de festivales a lo largo de los últimos diez años, el apartado final acabará de situar las principales ideas con relación al papel de los festivales como herramientas de estructuración territorial.

Conclusiones

Los festivales de música son considerados aquí como eventos resultantes de iniciativas endógenas que se utilizan como herramientas para la estructuración territorial (González, 2010; Mahon y Hyyryläinen, 2019). De acuerdo con nuestra hipótesis inicial según la cual los festivales de música se reinventan como herramientas de diversificación en una oferta de turismo cultural considerada más deseable y sostenible y contribuyen al reequilibrio territorial, nuestros resultados demuestran que estos eventos pueden tener efectos estructuradores en el territorio, aunque con algunos matices.

En 2011, en un destino maduro como es el Empordà, los festivales parecían funcionar separadamente, sin objetivos comunes ni agentes conectados en el seno de un clúster. Algunos organizadores formaban ya parte de redes internacionales de festivales, aunque pocos trabajaban con otros festivales de la misma zona. Las relaciones entre agentes existían básicamente con productores locales y empresas y dependían de la voluntad individual de cada uno. En 2019, sin embargo, la Administración contribuye a organizar estas relaciones, promoviendo nuevas formas de gobernanza desde una perspectiva integrada (Song *et al.*, 2015), redistribuyendo los beneficios y cultivando complicidades.

La conexión de los organizadores con el territorio conlleva beneficios palpables para las economías locales, desde la elección de proveedores locales hasta la mayor participación de las comunidades y la construcción de relaciones permanentes con otros productos y eventos (Vera *et al.*, 2011; Amat, 2013), contribuyendo a estructurar el territorio. Este fenómeno tiene mayor impacto en los territorios de interior. Aunque el festival dure unos días o semanas al año, las interrelaciones entre actores existen en el marco del clúster más allá de las fechas del evento. Para las empresas y entidades locales, así como para la Administración, los festivales de música interesan como herramientas de márketing, de visibilización del territorio y de networking entre sectores. Como se ha comentado, las interrelaciones en el clúster de festivales se redefinieron entendiendo el destino como un conjunto, y se entiende actualmente que el éxito de uno de los miembros beneficia al conjunto del clúster. En este contexto, la complicidad es la clave. Desde esta perspectiva, los festivales de música se entienden como herramientas para el desarrollo local con fuertes conexiones con el territorio y coherentes con los principios de sostenibilidad.

Sin embargo, se debe matizar que este efecto estructurador positivo vinculado a la sostenibilidad no se da de la misma manera en las áreas turistificadas. Festivales de música (y turismo cultural en general) son percibidos como alternativas de calidad al turismo de masas y, por ello, durante la última década se han desplegado estrategias de promoción del patrimonio, la historia y la identidad ampurdanesas con la idea de transformar el modelo turístico. Estas estrategias no han tenido el éxito esperado y el turismo en esta zona sigue estando basado esencialmente en el sol y playa y concentrándose en un periodo del año. El turismo cultural se ha vuelto un mero complemento de esta oferta, distribuyendo los flujos más allá de la costa, pero en ningún caso reduciéndolos. En otras palabras, se da más bien una diversificación espacial de la oferta que una reducción de la masificación, el turismo de masas no ha sido aún reemplazado por una oferta destinada a alcanzar un número "adecuado" de visitantes conectados con el territorio.

Podemos concluir que los festivales de música en su situación actual y considerándolos como productos existentes en el conjunto del territorio (tanto en zonas turísticas como en

zonas sin ningún tipo de servicio turístico) contribuyen a reforzar el grado de resiliencia del destino ya que funcionan como elementos de anclaje de las economías y de las comunidades locales más allá del turismo. Sin embargo, que los festivales encajen con una oferta de turismo "adecuado" no quita aún que puedan seguir formando parte de una oferta de turismo masivo de la cual el turismo cultural es una propuesta más para unos veraneantes que no dejan la playa, pero consumen cultura al salir de ella.

En el momento de escribir estas conclusiones, encontramos reforzadas la validez y necesidad de estas propuestas. La crisis sanitaria causada por la COVID-19 ha creado una situación mundial sin precedentes que afecta de manera destacada al sector turístico. Por primera vez en la historia, la industria turística se ha detenido de la noche a la mañana en todo el mundo. En este contexto de incertidumbre pueden existir muchos escenarios para el futuro, aunque un esfuerzo utópico por reconsiderar las prácticas tradicionales y resolver las numerosas disfunciones que persisten en el sector turístico sería deseable. Centrarse en el turismo interior y de proximidad como clústeres integrados que faciliten un desarrollo endógeno sostenible sería un enfoque interesante para tal visión, asegurando la aún muy necesaria resiliencia.

Agradecimientos

Este artículo se basa en dos proyectos de I+D+I, financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y FEDER: "Territorios interiores, identidad y turismo: Procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparativo de los casos de Catalunya, Galicia y Murcia" (CSO2009-11793) y "Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos" (CSO2016-74861-R).

Bibliografía

Amat, X. 2013. *La resiliencia del territorio alicantino*. Tesis doctoral. Alicante: Universidad de Alicante.

Biggs D., Hall M. y Stoeckl, N. 2011. The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011 (1): 1-21.

Blanco-Romero, A. (2019). Tourism degrowth. In Cañada, E. (ed.). *Tourism in the geopolitics of the Mediterranean*. Barcelona: Alba Sud. Contrast Reports Serie, no. 9. ISBN: 978-84-09-15498-2.

Cànoves, G., Blanco-Romero, A., Prat, J.M., Villarino, M. (eds.) 2017. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales.* Valencia, PUV.

Chien-yu, T. y Chin-cheng, N. 2016. Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community. *Tourism Geographies*, 18:1, 80-105, DOI: 10.1080/14616688.2015.1116600

Davidson, D. J. 2010. The applicability of the concept of resilience to social systems: Some sources of optimism and nagging doubts. *Society and Natural Resources*, 23: 1135-1149.

Duffy, M. 2020. Festival and Spectacle. In Kobayashi, A. (ed.). *International Encyclopedia of Human Geography* (Second Edition). Amsterdam, Oxford, Cambridge: Elsevier, pp. 73-81.

Fletcher, R., Murray, I., Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2019. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*. 1745-1763. 10.1080/09669582.2019.1679822.

Frost, W. y Laing, J. 2015. Avoiding burnout: the succession planning, governance and resourcing of rural tourism festivals. *Journal of Sustainable Tourism*, 23, pp. 8-9.

Fünfgeld, H. y McEvoy, D. 2012. Resilience as a useful concept for climate change? *Planning Theory y Practice*, 13 (2): 324-328.

Gannon, M., Taheri, B. y Olya, H. 2019. Festival quality, self-connection, and bragging. *Annals of Tourism Research*, 76, pp. 239-252.

Gössling, S., Hall, C.M., Ekström, F., Engeset, A.B. y Aall, C. 2012. Transition management: a tool for implementing sustainable tourism scenarios? *Journal of Sustainable Tourism*, 20, nº 6, pp. 899-916.

Gursoy, D., Kyungmi, K. y Uysal, M. 2004. Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 24, pp. 171- 181.

Holling, C.S. y Gunderson, L.H. 2002. Resilience and adaptive cycles, en Gunderson, L. y Holling, C.S. (eds.). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*, pp. 25-62. Washington, DC: Island Press.

Hudson, R. 2010. Resilient regions in an uncertain world: wishful thinking or a practical reality? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3: 11-25.

Latouche, S. 2008. *La apuesta por el decrecimiento. ¿Cómo salir del imaginario dominante?* Icaria, Barcelona.

Lew, A. 2012. *Sustainability, Life Cycles and resilience*. Conference. Nanjing (China): Nanjing University, 13th November.

Lew, A. 2013. Scale, Change and Resilience in Community Tourism Planning. *Tourism Geographies*, 16(1): 14-22.

Luthe, T. y Wyss, R. 2014. Assessing and planning resilience in tourism. *Tourism Management*, 44: 161-163.

Mahon, M. y Hyyryläinen, T. 2019. Rural Arts Festivals as Contributors to Rural Development and Resilience. *Sociologia Ruralis*, 59: 612-635.

Martin, R. 2012. Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks. *Journal of Economic Geography*, 12: 1-32.

Méndez, R. 2012. Ciudades y metáforas: sobre el concepto de resiliencia urbana. *Ciudad y territorio: Estudios territoriales*, XLIV, 172: 215-231.

Nordin, S. 2003. *Tourism clustering and innovation: path to economic growth and development.* European tourism research institute. MID. Sweden University. Ostersund. Available: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:352389/FULLTEXT01.pdf

Novelli, M., Schmitz, B., Spencer, T. 2006. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*. 27 (6): 1141-1152.

Porter, M.E. 2000. Location, Competition and economic Development: local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, Vol.14, Nº1, pp.15-34.

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M. y Barghi, R. 2017. Effects of Motivation, Knowledge and Perceived Power on Residents' Perceptions: Application of Weber's Theory in World Heritage Site Destinations. International Journal of Tourism Research, 19, pp. 68- 79.

Ranjan, R. 2012. Natural resource sustainability versus livelihood resilience: Mode of groundwater exploitation strategies in developing regions. *Journal of Water Resources Planning and Management*, 138(5): 512-522.

Rockström, J., Steffen, W. y Noone, K. 2009. A safe operating space for humanity. *Nature*, 461: 472-475.

Sabaté, J. 2004. De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje. *Urbano*, 10: 42-49.

Sáez, A. 2009. Los micro-clústeres turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico* 12, nº 24, pp. 57-68.

Sancho, A. y Vélez, Y. 2009. La resiliencia como metodología para enfrentarse a las crisis del sector turístico. In: D. López y J.I. Pulido (eds.): XIV AECIT Congress: Retos para el turismo español. Cambio de paradigma, pp. 39-50. Gijón: Editorial Universitaria Ramón Areces.

Song, Z., Xing, L. y Chathoth, P.K. 2015. The effects of festival impacts on support intentions based on residents' ratings of festival performance and satisfaction: a new integrative approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2): 316-337.

Stevenson, N. 2016. Local festivals, social capital and sustainable destination development: experiences in East London. *Journal of Sustainable Tourism*, 24, nº 7, pp. 990-1006.

Suntikul, W. 2018. Cultural sustainability and fluidity in Bhutan's traditional festivals. *Journal of Sustainable Tourism*, 26, nº 12, pp. 2102-2116.

Taibo, C. 2009. *En defensa del decrecimiento. Sobre capitalismo, crisis y barbarie*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Tyrrell, T.J. y Johnston, R.J. 2008. Tourism sustainability, resiliency and dynamics: Towards a more comprehensive perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 8(1): 14-24.

Valls, J.F. 2004. Gestión de destinos turísticos sostenibles. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Vecco, M. y Srakar, A. 2017. Blue notes: Slovenian jazz festivals and their contribution to the economic resilience of the host cities. *European Planning Studies*, 25(1): 107-126.

Vera, J.F., López Palomeque, F., Marchena, M. y Anton, S. 2011. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos.* Valencia: Tirant Lo Blanch.

Walker, B., Holling, C.S. y Carpenter, S.R. 2004. *Resilience, Adaptability and Transformability in Social-ecological Systems.* www.ecologyandsociety.org/vol9/iss2/art5/

Wilding, N. 2011. *Exploring community resilience in times of rapid change*. Dunfermline: Carnegie UK Trust.

Zhang, C.X., Fong, L.H.N. y Li, S. 2019. Co-creation experience and place attachment: Festival evaluation. *International Journal of Hospitality Management*, 81: 193-204.

Turismo de interior en España, del *overtourism* al *undertourism*

Gemma CÀNOVES VALIENTE, Asunción BLANCO-ROMERO y Inmaculada DÍAZ-SORIA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Cànoves Valiente, G., Blanco-Romero, A. y Díaz-Soria, I. 2020. Turismo de interior en España, del *overtourism* al *undertourism In:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, C., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 471-482. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El análisis del turismo en España muestra las dos caras de una misma moneda, la dicotomía entre costa e interior. Ante destinos con experiencias de *overtourism,* los espacios de interior intentan fomentar el turismo como estrategia de dinamización y freno a la despoblación. El presente trabajo muestra los resultados cuantitativos de las últimas investigaciones del grupo TUDISTAR, aplicadas a 12 casos de estudio y centrada en diversos indicadores, para la obtención de una radiografía de territorios y productos turísticos en diferentes etapas de su desarrollo. La investigación contempla la teoría de los micro-clústeres surgidos entorno a productos turísticos innovadores como fomento del desarrollo local y la capacidad de resiliencia territorial. Gracias a la aplicación del ciclo adaptativo de la resiliencia es posible situar los resultados de los casos analizados. Ello indica que aun teniendo un amplio potencial turístico en las zonas interiores, se requiere de una buena planificación regional, para llegar a inducir la capacidad de la actividad turística como dinamizador local, endógeno y a pequeña escala. Los clústeres turísticos de interior pueden repercutir positivamente en la economía local y ayudar a frenar la despoblación, principalmente en momentos de imprescindible resiliencia del turismo de proximidad. En definitiva, favorecer una actividad turística motor de equilibrio territorial ante la polarización de una *periferia-litoral overturistificada* y un interior *periférico-marginal underturistificado*.
Palabras clave: *España, turismo de interior, clúster, resiliencia, ciclo adaptativo*

INLAND TOURISM IN SPAIN, FROM OVERTOURISM TO UNDERTOURISM. Two sides of the same coin appear while analysing tourism in Spain: the dichotomy between coastal and inland areas. Some coastal destinations have overtourism experiences while inland areas aim at promoting tourism as a dynamization strategy that would slow down depopulation. The current work gathers the main quantitative results of the latest researches of TUDISTAR group. It focuses on 12 cases and develops different indicators with the goal of obtaining an accurate image of different territories and tourism products at different stages of their development. The theory of micro-clusters created around innovative tourism products to promote local development and improve territorial resilience is central and the position of each case in its own resilience adaptive cycle has been analysed. The results show that even having a large tourism potential, good regional planning is required to induce the capacity of the tourism activity as a local, endogenous and small-scale catalyst. Inland tourism clusters can have a positive impact on local economies and help curb depopulation, mainly in times of essential resilience and proximity tourism. In short, this study avocates for a tourism offer that promotes territorial balance to face the polarization between an overturistified periphery-coastline and an underturistified peripheral-marginal inland.
Key words: *Adaptive Cycle, Cluster, Inland Tourism, Resilience, Spain.*

Gemma CÀNOVES VALIENTE, Dep. de Geografía. Campus UAB. 08193. Cerdanyola del Vallès. Barcelona. Spain. gemma.canoves@uab.cat; Asunción BLANCO-ROMERO. Dep. de Geografía. Campus UAB. 08193. Cerdanyola del Vallès. Barcelona. Spain. asuncion.blanco@uab.cat; Inmaculada DIAZ-SORIA. EUTDH. Edifici Blanc Campus UAB Vila Universitaria, s/n, 08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona. inmaculada.diaz@uab.cat

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

España fue el destino de 83,7 millones de turistas en 2019 (INE, 2019), convirtiéndose así en el segundo país del ranking mundial detrás de Francia. Este turismo no se reparte uniformemente por el territorio español, sino que se concentra en las costas y las grandes ciudades, mientras que los territorios de interior, fuera de las grandes aglomeraciones, quedan al margen. El grupo de investigación TUDISTAR se interesa desde hace años por el desarrollo turístico de estos territorios. Este texto resume los resultados de las investigaciones del grupo en los últimos cinco años sobre la evolución del turismo de interior en España. Se analizan las dinámicas territoriales que se están produciendo en ellos, con una creciente despoblación y que han apostado en muchos casos por el turismo cultural y patrimonial como vía de desarrollo, contribuyendo a la dinamización de unos espacios críticos para la soberanía alimentaria y como espacio común (Gómez-Pellón, 2018). Se analizan las repercusiones sociales y económicas de esta apuesta gracias a una metodología mixta, donde se triangulan entrevistas en profundidad a agentes cualificados de los diversos clústeres turísticos y territoriales con una serie de indicadores que contemplan las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y que nos han permitido situar a los territorios y los productos turísticos analizados en su ciclo adaptativo. Se compararon doce casos del territorio español, para cada uno de los cuales se seleccionó un producto turístico en base a su capacidad de potenciar y valorizar los recursos culturales, patrimoniales y naturales de su territorio.

En ocasiones parece que el turismo en las áreas interiores no altere el territorio ni la vida de la comunidad. Sin embargo, con el paso del tiempo, turismo y turistas provocan un efecto que, dependiendo de su gestión, puede ser depredador, o bien multiplicador y dinamizador de estos espacios, generando actividades complementarias y nuevos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos. En ocasiones, las Administraciones Públicas, en su afán por desarrollar el turismo como una actividad para la promoción económica y social de estos territorios, realizan una promoción excesiva que acaba repercutiendo negativamente en éstos. Los resultados de investigaciones anteriores (Cànoves *et al*., 2014) nos han mostrado que la combinación idónea para los espacios interiores es la de valorizar turísticamente sus recursos culturales, patrimoniales y naturales, pero considerando siempre los resultados bajo una visión local, desde la capacidad de dinamización endógena y a pequeña escala del turismo. Este pequeño dinamismo, nada comparable al de los grandes complejos litorales, parece sin embargo tener unas repercusiones positivas para la población local y puede ayudar a frenar la despoblación e incluso dinamizar la economía local. La potenciación del patrimonio en los espacios interiores ha mostrado una gran capacidad de resiliencia ante las situaciones de crisis, como la de 2008, y se mostrará

previsiblemente de nuevo para estos espacios en la actual crisis provocada por la COVID-19.

Se trata de espacios de baja densidad turística, atractivos para un turismo de proximidad, el cual gana adeptos en un contexto en el que los desplazamientos se ven limitados a zonas próximas de la comunidad de origen del visitante. Este escenario revitaliza las actividades de proximidad, el ocio de espacios naturales y la cultura local, dinámicas a menudo vinculadas con los territorios de interior.

Marco teórico y estado de la cuestión

Este estudio parte de la premisa de que en los territorios de interior están emergiendo nuevos clústeres alrededor de productos turísticos innovadores que ayudan al desarrollo local. Delimitamos así en este punto los conceptos de destino turístico, competitividad, clúster y resiliencia territorial.

Partimos de la idea que un destino turístico es un sistema formado por un conjunto de elementos de carácter físico y estático, como sus recursos, atractivos turísticos e infraestructuras de apoyo, y otros de carácter dinámico y relacional, como sus actores y conexiones (Muñoz, 2012). Entre las aportaciones más significativas realizadas sobre la conceptualización y modelización de los destinos destacaremos a Pearce (2012), quien los analiza como clústeres, redes, sistemas y constructos sociales, o quien propone los "Sistemas Locales de Innovaciones Turísticas" (SLIT), en los cuales el territorio se considera una construcción colectiva dentro de la cual se generan interacciones entre los distintos agentes turísticos. En ellos surge el emprendimiento turístico (Power *et al.*, 2017) o "bricolaje empresarial" de las microempresas y micro-clústeres turísticos, y lo que teorías emergentes denominan el "bricolaje espacial", donde las microempresas rurales combinan y usan los recursos para crear valor en entornos con recursos limitados (Davidsson, Baker y Senyard, 2017; Clough *et al.*, 2019), tratando el contexto geográfico como un recurso en sí mismo (Korsgaard *et al.*, 2018).

El modelo propuesto por Leiper (1979), adoptado por diversos autores (Hall, 2000; Cooper *et al.*, 2008), proponía un enfoque espacial del sistema, formado por turistas, agentes turísticos y espacios utilizados, todos ellos condicionados por el macroentorno humano, político, sociocultural, económico y medioambiental. Los agentes turísticos están cambiando su estrategia teniendo en cuenta las nuevas necesidades de la demanda, los impactos medioambientales, socioculturales y económicos que generan los visitantes y la propia resiliencia del territorio, con el objetivo de singularizar su oferta, revalorizar el papel del espacio y desarrollar redes de cooperación (García Hernández, 2014; Horrach, 2014). La demanda está influenciada por infinidad de factores, pero, actualmente, debido a la COVID-19, el factor seguridad, el destino seguro y no masificado, será previsiblemente decisivo.

En los últimos años, los territorios de interior en España han orientado sus estrategias a posicionar los destinos en base a sus recursos naturales, patrimoniales y culturales. Dicha estrategia favorece la valorización y la protección del paisaje (Díez, 2013) en el marco de la sostenibilidad social y medioambiental (Ivars, 2001). El desarrollo turístico trae incorporada la búsqueda de competitividad, de productos y oportunidades que formen una experiencia global del territorio visitado (Murphy, 2000), la capacidad de ofrecer valor

añadido en productos y destinos, manteniendo la posición respecto a los competidores (Hassan, 2000), o de adaptarse ante situaciones cambiantes del entorno (Pedreño y Ramón, 2009).

Hemos adoptado para este estudio el concepto de clúster turístico, entendido como un espacio geográfico en el que interactúa un grupo de agentes alrededor del producto. No como una unidad estática, sino que, a lo largo del tiempo, surge, se transforma, evoluciona, crece o incluso desaparece. El estudio de la evolución dinámica de los clústeres y de las fases de su ciclo de vida ha sido tratado generalmente desde una perspectiva industrial (Cruz y Teixeira, 2010). Desde la economía geográfica (Crespo, 2011; Boschma y Fornahl, 2011) se conceptualiza el clúster como un todo, profundizando en los aspectos económicos y/o territoriales. Diferentes autores afirman que la evolución del clúster depende de las estrategias desarrolladas, la dinámica relacional de los agentes, la capacidad de formación y transformación de las empresas y el contexto territorial (Belussi y Sedita, 2009; Hervás-Oliver, 2014), mientras que otros la analizan en base a la cooperación entre los actores (Weidenfeld *et al.,* 2011) o bajo el foco de la innovación (Parra y Santana, 2011). En nuestro caso, el clúster ha de ser entendido también como capacidad de emprendimiento de los agentes turísticos (Power *et al.,* 2017; Fu *et al.,* 2019) y perspectiva basada en oportunidades (Yachin, 2019).

Las etapas del ciclo de vida de un clúster varían según los autores (Van Klink y De Langen, 2001; Lorenzen, 2005; Menzel y Fornahl, 2010), pero todos coinciden en que las fases fundamentales son: inicio, crecimiento, madurez y declive. Así, al principio de su desarrollo, el clúster suele estar formado por pequeños establecimientos poco relacionados entre sí. Después, la mayor cooperación entre ellos, el aumento de las relaciones con los otros agentes presentes en el territorio y la propia competitividad ayudan a su consolidación, hasta que se llega a formar un conjunto maduro de clúster.

En los espacios de turismo de interior hablamos de un modelo de micro-clúster turístico, que tiene como objetivo sostener económicamente comunidades que se han visto afectadas por un declive socioeconómico y presentan escasas posibilidades de crecimiento a largo plazo. El micro-clúster ayuda a posicionar competitivamente el destino a través de la especialización en nichos de mercado. Pero para que un micro-clúster funcione es necesario aglutinar un conjunto de actividades complementarias y que la comunidad local se implique decididamente en las actividades turísticas (Sáez, 2009).

Paralelamente, en nuestro estudio adoptamos el concepto de resiliencia territorial, entendido como la capacidad de los destinos turísticos para absorber los impactos y crisis, y recuperarse en base a sus recursos, la adaptabilidad de su estructura y su flexibilidad. De esta manera, un destino turístico resiliente es aquél que es capaz de prever y anticiparse a las crisis, creando nuevas estrategias y condiciones que le permitan salir reforzado y reinventado de la situación de crisis (Sancho y Gutiérrez, 2010; Vélez, 2010). La gestión de la resiliencia requiere la colaboración entre diversos actores de los territorios, el gobierno local, los residentes y los turistas con el fin de conseguir destinos turísticos cohesionados. Por tanto, un bajo nivel de resiliencia convierte a los destinos en vulnerables y expuestos a cualquier tipo de crisis. La adaptación a los ciclos evolutivos refleja la recuperación y reorientaciones que deben realizar los destinos para sobrevivir a las adversidades (Chien-yu y Chin-cheng, 2016).

Finalmente, el presente estudio se sustenta en el ciclo adaptativo de la resiliencia de Holling y Gunderson (2002), que aplicamos a doce territorios y productos. Analizamos cómo en los territorios de interior están emergiendo unos clústeres alrededor de los nuevos productos turísticos que ayudan con mayor o menor intensidad al desarrollo local. Para que este turismo sea sostenible, es necesario disponer de un sistema de indicadores operativos, evolutivos, fáciles de medir, interrelacionados y que ayuden a obtener una visión global de su evolución y de su sostenibilidad (Gallego *et al*., 2013). Los casos analizados, así como los indicadores, serán presentados en los siguientes apartados.

Metodología

La metodología mixta utilizada en el marco general de los estudios realizados en los últimos 10 años se ha basado en triangular los resultados de carácter cualitativo y cuantitativo. En un primer periodo, los proyectos desarrollados se centraron en la obtención de resultados cualitativos mediante la realización y análisis de entrevistas en profundidad a informantes cualificados presentes en cada territorio (Cànoves *et al.,* 2014). En el presente trabajo nos centramos en los resultados obtenidos posteriormente, a través de la metodología cuantitativa, que se centró en establecer unos umbrales a partir de los cuales una actividad se puede considerar sostenible, a través de indicadores comunes a todas las áreas de estudio. La principal dificultad fue la diversidad de territorios, actores e intereses que confluyen en una actividad tan transversal como es el turismo. En este sentido, los indicadores son una herramienta fundamental. Simplifican el análisis de datos cuantitativos, permiten la monitorización para evaluar variables, las comparaciones temporales y territoriales, son comprensibles y facilitan la toma de decisiones permitiendo evaluar fenómenos transversales. En este caso, han sido las herramientas utilizadas para analizar el grado de resiliencia del territorio y del destino turístico, así como de la sostenibilidad del clúster formado alrededor de un producto en una determinada comarca de interior (Cànoves *et al.*, 2017).

En el caso del análisis del clúster, se seleccionaron inicialmente 38 indicadores a partir de los propuestos por el ETIS (European Tourism Indicator System) (ETIS 2013a; 2013b). Los 38 indicadores seleccionados se han distribuido en cuatro categorías (Tabla 1).

Para calcular la resiliencia del destino, se seleccionaron 100 indicadores a partir de los propuestos por Amat (2013), la OMT (2004) y el Resilience Capacity Index (RCI), bajo un enfoque mixto socio-ecológico y medioambiental adaptado al turismo, siguiendo a Luthe y Wyss (2014), agrupados igualmente en cuatro categorías.

De los cien indicadores iniciales, se seleccionaron finalmente 16: 10 del ámbito económico, 4 del ámbito sociocultural y 2 medioambientales.

Por último, para conocer el grado de resiliencia territorial de cada una de las comarcas seleccionadas, se utilizó el índice de sensibilidad territorial (βr) propuesto por Martin (2012) y se seleccionaron cuatro, representativos de los ámbitos económico, sociocultural y medioambiental.

Análisis del clúster *Categorías (ETIS)*	**Resiliencia del destino** *Categorías (OMT, RCI y otros)*	**Resiliencia territorial** *Índice de sensibilidad territorial (βr) (Martin)*
Gestión del destino	Flujos metabólicos	Ámbito económico
Flujo turístico	Dinámicas sociales	Ámbito sociocultural
Impacto sociocultural	Redes de gobernanza	Ámbito medioambiental
Impacto medioambiental	Medioambiente	

Tabla 1. Selección de indicadores analizados. Elaboración propia.
Table 1. *Selection of analyzed indicators.*

Los doce casos analizados en el último trabajo se localizan en seis Comunidades Autónomas diferentes en el Estado español (Tabla 2). Su selección se justifica por sus interesantes recursos naturales y patrimoniales, base potencial de su oferta turística, y por el diferente grado de desarrollo y de resiliencia de los territorios en los que se encuentran, frente a situaciones de crisis social y económica. Entendemos que el clúster turístico puede contribuir al desarrollo local de las comarcas seleccionadas.

Comarca	**Provincia y CCAA**	**Producto**
Sierra Sur	Jaén (Andalucia)	Turismo de las estrellas/astroturismo
Comarca del Jiloca	Teruel (Aragón)	Patrimonio bélico de la Guerra Civil
Vitigudino	Salamanca (Castilla y León)	Turismo arqueológico/arqueoturismo
Alt Penedès	Barcelona (Cataluña)	Turismo del vino/enoturismo
Anoia	Barcelona (Cataluña)	"Geocaching"
Berguedà	Barcelona (Cataluña)	Turismo industrial
Bages	Barcelona (Cataluña)	Turismo religioso
Cerdanya	Girona y Lleida (Cataluña)	"Après-esquí" y esquí nocturno
Osona	Barcelona (Cataluña)	Ecoturismo del trigo
Ripollès	Girona (Cataluña)	Turismo de deportes de aventura
Alto Vinalopó	Alicante (C. Valenciana)	Fiestas de Moros y Cristianos
Ribeira Sacra	Ourense y Lugo (Galicia)	Turismo de naturaleza

Tabla 2. Territorios y productos analizados. Elaboración propia
Table 2. *Territoris and products.*

Resultados/Discusión

Los resultados obtenidos muestran que cada una de estas comarcas se encuentra en una etapa diferente de su ciclo adaptativo. En Cataluña, la comarca de Osona (Barcelona) es la que presenta mejor nivel de resiliencia territorial de todos los casos. Se sitúa en la fase de conservación, con un alto potencial y amplias conexiones. Alt Penedès, Anoia, Bages,

Cerdanya y Ripollès se encuentran en la misma fase, aunque con una resiliencia territorial ligeramente inferior, con alto potencial y conexiones crecientes.

Las comarcas que están experimentando un proceso de crecimiento son el Berguedà y el Alto Vinalopó. Una vez superada la fase de renovación y reorganización tras sus respectivas crisis económicas y demográficas de principios de la década, presentan una alta resiliencia, un bajo potencial y reducidas conexiones.

A su vez, la comarca de Vitigudino, la Ribeira Sacra y la Sierra Sur de Jaén son tres áreas que se encuentran en las primeras etapas del ciclo evolutivo del territorio, en un claro proceso de renovación, con una resiliencia baja, pero con un alto potencial turístico. Finalmente, la comarca de Jiloca en Jaén se encuentra en la fase de reorganización con un bajo potencial turístico.

El posicionamiento de estas comarcas según su ciclo adaptativo como destinos turísticos (Fig. 1) muestra que la Cerdaña es el destino que actualmente presenta una mayor resiliencia, con un alto potencial turístico y amplias conexiones, lo que la sitúa en la fase de conservación. A su vez, Alt Penedès, Bages, Berguedà, Ripollès y Alto Vinalopó se encuentran en la etapa final de la fase de crecimiento, con una buena resiliencia y aumentando su potencial y sus conexiones. Por su parte, las comarcas de la Ribeira Sacra y Anoia están en la fase de crecimiento, con una buena resiliencia y un potencial y unas conexiones todavía bajas, pero en fase de crecimiento. Finalmente, Osona, Sur de Jaén, Vitigudino y Jiloca aún se encuentran en la etapa final de la fase de redefinición y reorganización del destino, con una baja resiliencia y un alto potencial turístico.

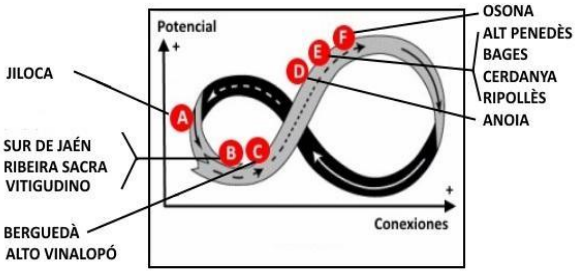


Fig. 1. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia como destino turístico de las comarcas analizadas. Elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002).
Fig. 1. *Position of the studied regions in the adaptive sycle regarding its degree of resilience as a tourism destination. Own elaboration based on Holling & Gunderson (2002).*

Con relación a la sostenibilidad de los doce clústeres seleccionados, los resultados son muy dispares. Desde una perspectiva únicamente económica destaca el "après-esquí" y el esquí nocturno de la Cerdanya que, aunque presenta aún una alta estacionalidad, ha sabido diversificar entre la temporada de invierno y verano. Por otra parte, los productos del geocaching (Anoia), el patrimonio bélico (Jiloca), el ecoturismo del trigo (Osona), los deportes de aventura (Ripollès), el astroturismo (Sierra Sur de Jaén) y el arqueoturismo (Vitigudino) presentan un desarrollo incipiente, una baja sostenibilidad y una escasa consolidación turística con un déficit de alojamientos, infraestructuras y servicios. Su valor radica en los novedosos productos turísticos que presentan sus territorios. En una posición

de sostenibilidad intermedia se sitúan los productos del enoturismo (Alt Penedès), las festividades de Moros y Cristianos (Alto Vinalopó), el turismo religioso (Bages) y el turismo de naturaleza (Ribeira Sacra) que forman un clúster más denso y colaborativo en territorios identificados como destinos de interior.

Desde una perspectiva sociocultural, la base de estos productos es el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural del territorio y su sostenibilidad es alta. Desde una perspectiva medioambiental, la mayoría de los productos presentan también una alta sostenibilidad. Sólo dos productos se presentan como poco sostenibles desde esta perspectiva: el turismo religioso en el Bages y el "après-esquí" y esquí nocturno de la Cerdanya. El primero representa una masiva concentración de visitas en Montserrat, mientras que el segundo se caracteriza por una alta concentración de practicantes, un elevado consumo de agua para generar nieve artificial, de electricidad para la maquinaria y las pistas nocturnas y de territorio forestal para la realización de la actividad. Se trataría de características tradicionales de un turismo masificado con altos niveles de mercantilización territorial y de recursos, que debería incentivar la resiliencia del producto para equilibrar dichos indicadores socioterritoriales con los niveles de sostenibilidad del propio clúster.

En resumen, los resultados muestran (Fig. 2) que los clústeres que presentan una mayor sostenibilidad global son el enoturismo (Alt Penedès), el turismo de naturaleza (Ribeira Sacra) y las fiestas de Moros y Cristianos (Alto Vinalopó). En una posición menor se encuentran el turismo religioso (Bages), el arqueoturismo (Vitigudino), el turismo industrial (Bages), el astroturismo (Sierra Sur de Jaén), el ecoturismo del trigo (Osona), el turismo del patrimonio bélico (Jiloca) y el "geocaching" (Anoia). Finalmente, los clústeres con una sostenibilidad más baja son el turismo de los deportes de aventura (Ripollès), económicamente muy débil, y el "après-esquí" y el esquí nocturno de la Cerdanya, con alto impacto medioambiental y escasa relevancia sociocultural.

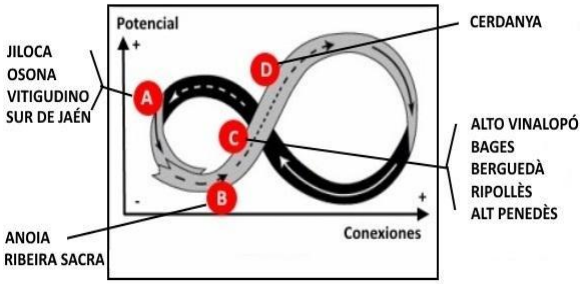


Fig. 3. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la sostenibilidad del clúster de las comarcas analizadas. Elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002).
Fig. 3. *Position of the studied regions in the adaptive sycle regarding the cluster's degree of sustainability as a tourism destination. Own elaboration based on Holling & Gunderson (2002).*

De este modo, la teoría del ciclo adaptativo nos ayuda a interpretar la evolución de los sistemas turísticos al sufrir una perturbación en diferentes momentos del ciclo de vida tanto del producto como del territorio donde se localiza. En momentos de crisis como el actual, las fases de crecimiento y de desarrollo toman especial relevancia para realizar transformaciones que permitan su sostenibilidad, teniendo en cuenta que las diferentes

etapas del ciclo adaptativo no son aisladas, sino que empiezan y terminan en un momento determinado, están integradas y son discontinuas en el tiempo. Por tanto, el ciclo de renovación adaptativa nos muestra, por un lado, que las fuerzas desestabilizadoras son un factor importante para mantener la diversidad, la resiliencia y la oportunidad, y por ello son necesarias para la innovación. Y por otro lado, las fuerzas estabilizadoras son también imprescindibles para mantener la productividad y el crecimiento una vez reorganizado el sistema.

Por otra parte, gracias a la teoría de desarrollo de los micro-clústeres es posible explicar cómo los resultados obtenidos se enraízan en la reinterpretación que los agentes implicados hacen de los recursos existentes en un territorio, las características únicas del destino y la participación de la comunidad. La transferencia de recursos entre diversos agentes se convierte así en un actor adicional, donde se asume el interés y la responsabilidad compartida por dichos recursos (Clough *et al*., 2019) y el desarrollo sostenible gracias a la planificación a largo plazo por parte de los pequeños empresarios locales (Moshe y Ioannides, 2020). Su pequeña escala permite que los clústeres de turismo de interior utilicen los recursos locales de manera sostenible favoreciendo las sinergias con el resto de los agentes, recursos y territorios, creando una variedad de proyectos que responden de manera directa a las oportunidades (Davidsson *et al.*, 2017). Como afirma Moshe y Ioannides (2020:1018), "se trata de encontrar diferentes formas de usar y apreciar los recursos que ya existen y adoptar una visión diferente sobre el crecimiento", favoreciendo el papel de los micro-clústeres turísticos en la promoción del desarrollo sostenible y la canalización de los procesos de resiliencia dentro del ciclo adaptativo.

En el actual contexto de crisis sanitaria mundial, en que se recomienda un uso restringido de los recursos turísticos y se limitan los desplazamientos, el turismo de proximidad (Jeuring y Diaz-Soria, 2017) emerge como una solución de emergencia para el sector turístico (Diaz-Soria, 2019). "Domesticar" el turismo (Blanco-Romero y Blázquez-Salom, 2020) y los modos de consumo son estrategias reivindicadas desde el activismo (Brochard y Dumont, 2019) desde hace años. La apuesta por éste ha sido finalmente resultado de la crisis repentina del sector y, ante la incertidumbre de los escenarios a corto plazo, parece que ésta seguirá siendo una opción de viaje preferente.

Productos como los que se han analizado en este trabajo (geocatching, astroturismo, turismo de naturaleza, etc.) son potencialmente interesantes para desarrollar un turismo de proximidad porque permiten experimentar un lugar desde la vivencia favoreciendo el redescubrimiento de lugares próximos y en ocasiones familiares desde una nueva mirada (Condevaux *et al.*, 2019; Diaz-Soria, 2017). Ante la necesidad de incrementar el nivel de resiliencia de territorios y destinos, de reducir desigualdades territoriales potenciando los espacios de interior y sus recursos y ante la existencia y disponibilidad de recursos atractivos para esta oferta en territorios de interior, el turismo de proximidad se presenta como una oportunidad de consolidación en estos espacios. Sin embargo, esta estrategia implica riesgos, como es el de desarrollarse sin planificación ni límites, poniendo potencialmente en peligro la sostenibilidad económica, social y medioambiental del territorio, masificando espacios hasta ahora tranquilos, precarizando empleos y banalizando lugares. En este sentido, es necesario analizar el ciclo adaptativo de diferentes destinos para evitar repetir errores y potenciar las buenas prácticas.

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos podemos constatar cómo cada destino manifiesta su distinta capacidad de resiliencia. Estas diferencias están relacionadas con sus características internas, su gobernanza, su capital social, su capacidad de gestión local, su cohesión interna y su dinámica relacional, entre otros aspectos, presentes en lo que se podría considerar como los clústeres de desarrollo.

Asimismo, los doce productos turísticos analizados también presentan distintas capacidades de diversificación ante las nuevas demandas económicas y sociales de los espacios rurales. Para su desarrollo utilizan estrategias diversas, teniendo en cuenta que se encuentran en unos territorios que son objeto de una valoración creciente basada en una multifuncionalidad y donde su propia identidad imprime al territorio valor diferencial. Así, es necesario que el desarrollo de los clústeres turísticos sea sostenible no sólo económicamente, sino también a nivel sociocultural y medioambiental. En muchas ocasiones esta sostenibilidad necesita el soporte de todos los agentes involucrados, creando clústeres cooperativos alrededor de un determinado producto y complementándose mutuamente con el objetivo de conseguir una mejor competitividad del destino. Sin embargo, no sólo el clúster debe ser sostenible, sino que se debe saber gestionar la resiliencia y la capacidad de transformación e innovación del destino.

A partir de estos resultados y los estudios en elaboración actualmente, es posible señalar que el desarrollo turístico a escala local debe atender a las potencialidades de su territorio. Los territorios de interior pueden favorecer su dinamización a partir de la valorización turística de sus recursos naturales y/o patrimoniales, sus paisajes, sus actores, sus identidades y sus relaciones, canalizándolos hacia el desarrollo de nuevos productos acordes con las motivaciones de unos turistas exigentes que demandan nuevas experiencias. En este sentido, los indicadores de sostenibilidad utilizados se han mostrado útiles para identificar los clústeres turísticos y para analizar los impactos de fenómenos globales en ámbitos locales. El turismo, en sinergia con otras actividades, se puede convertir en una herramienta para la creación de empleo, frenar la despoblación y dinamizar la economía local en estos territorios, contribuyendo a su resiliencia territorial y como destino. Para ello es necesario vincular el desarrollo del producto turístico de manera directa a los recursos naturales y patrimoniales, la capacidad de la sociedad local, su cultural e identidad, las infraestructuras, la accesibilidad, la seguridad del destino y la gobernanza local.

Agradecimientos

Este artículo se basa en dos proyectos de I+D+I, financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y FEDER: “Territorios interiores, identidad y turismo: Procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparativo de los casos de Catalunya, Galicia y Murcia” (CSO2009-11793) y “Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos” (CSO2016-74861-R).

Bibliografía

Belussi, F. y Sedita, S. 2009.Life cycle vs. multiple path dependency in industrial districts. *European Planning Studies*, 17: 505-528.

Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2020. Domesticar el turismo. La proximidad en la desescalada. *Alba Sud.* http://www.albasud.org/noticia/1216/domesticar-el-turismo-la-proximidad-en-la-desescalada

Boschma, R. y Fornahl, D. 2011. Clúster evolution and a roadmap for future research. *Regional Studies*, 45: 1295-1298.

Brochard, A. y Dumont, L. 2019. Nous avons besoin de vivre toute l'année. Entretien croisé sur les luttes contre la touristification. *Jef Klak https://www.jefklak.org/nous-avons-besoin-de-vivre-toute-lannee/*

Cànoves, G.; Villarino, M.; Blanco, A., De Uña, E. y Espejo, C. 2014. *Turismo de interior: renovarse o morir*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia.

Cànoves, G., Blanco-Romero, A., Prat, J.M. y Villarino, M. (eds.) 2017. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales.* Valencia, PUV.

Chien-yu, T. y Chin-cheng, N. 2016. Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community. *Tourism Geographies*, 18:1, 80-105, DOI: 10.1080/14616688.2015.1116600

Clough, D. R., Fang, T. P., Vissa, B., y Wu, A. 2019. Turning lead into gold: How do entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? *Academy of Management Annals*, 13(1), 240–271. doi:10.5465/annals.2016.0132

Condevaux, A., Gravari-Barbas, M. y Guinand, S. 2019. *Lieux ordinaires, avant et après le tourisme*. Éditions du Puca, París.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. y Wanhill, S. 2008. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pearson.

Crespo, J. 2011. How emergence conditions of technological clústeres affect their viability? Theoretical perspectives on clúster life cycles. *European Planning Studies*, 19: 2025-2046.

Cruz, S. y Teixeira, A. 2010. The evolution of the clúster literature: shedding light on the regional studies. Regional science debate. *Regional Studies*, 44(9): 1263-1288.

Davidsson, P., Baker, T., y Senyard, J. M. 2017. A measure of entrepreneurial bricolage behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 114–135.

Diaz-Soria, I. 2017. Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination, *Tourism Geographies*, 19:1, 96-117, DOI: 10.1080/14616688.2016.1214976

Diaz-Soria, I., 2019. Transformer les lieux ordinaires en lieux touristiques, une étape vers la transition écologique? Le cas des visites guidées à Barcelone (Espagne). En: Carrère, G., Dumat, C. y Zélem, M.C. (dir.), *Dans la fabrique des transitions écologiques*. L'Harmattan, París, 177-201.

Díez, D. 2013. La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*, 1 (1): 69-92.

Fu, H., Okumus, F., Wu, K., y K€oseoglu, M. A. 2019. The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1–12.

Gallego, I.; Alarcón, P. y Tineo, A.B. 2013. Sistema de indicadores para la gestión de un destino turístico. *Estudios Turísticos*, 196: 9-31.

García Hernández, M. 2014. Nuevos lugares y nuevos productos turísticos, en: López Palomeque, F. y Cànoves, G. (eds.). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 333-359.

Gómez-Pellón, E. 2018. *Rural worlds, social sustainability and local landscapes in the globalisation era. Case studies in Southern Europe*. Cizur Menor, Editorial Aranzadi, 315 p.

Hall, C.M. 2000. *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice Hall.

Hassan, S.S. 2000. Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38: 239-245.

Hervás-Oliver, J.L. 2014. Clúster evolution: a capabilities based framework. Comunicación presentada en la *Geography of Innovation Conference*. Utrecht (Holanda), 24 de enero.

Holling, C.S. y Gunderson, L.H. 2002. Resilience and adaptive cycles, en Gunderson, L. y Holling, C.S. (eds.). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*, pp. 25-62. Washington, DC: Island Press.

Horrach, B. 2014. Destinos turísticos, entre la renovación y la reinvención. Repensar los destinos turísticos maduros. El caso del litoral de Mallorca. *In:* López Palomeque, F. y Cànoves, G. (eds.). Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos. Valencia: Tirant Humanidades, 189-200.

Ivars, J.A. 2001. *La planificación turística en los espacios regionales en España*. Tesis Doctoral. Alicante: Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante.

Jeuring, J y Diaz-Soria, I. 2017. Introduction: proximity and intraregional aspects of tourism. *Tourism Geographies*, 19:1, 4-8, DOI: 10.1080/14616688.2016.1233290

Korsgaard, S., Mueller, S. y Welter, F. 2018. It's right nearby: how entrepreneurs use spatial bricolage to overcome resource constraints. *Academy of Management Proceedings*, 2018(1), 14361. doi:10.5465/AMBPP.2018. 14361abstract

Leiper, N. 1979. The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 390-407.

Lorenzen, M. 2005. Why clústeres do change? *European Urban and Regional Studies*, 12: 203-208.

Luthe, T. y Wyss, R. 2014. Assessing and planning resilience in tourism. *Tourism Management*, 44: 161-163.

Menzel, M.P. y Fornahl, D. 2010. Clúster life cycles: dimensions and rationales of clúster development. *Industrial and Corporate Change*, 19: 205-238.

Moshe Yachin, J y Ioannides, D. 2020. "Making do" in rural tourism: the resourcing behaviour of tourism micro-firms, *Journal of Sustainable Tourism*, 28:7, 1003-1021.

Muñoz, A.I. 2012. Análisis relacional de sistemas turísticos. Un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística. *Tourism & Management Studies*, 8: 55-64.

Murphy, P. 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21 (1): 43-52.

Parra, E. y Santana, A. 2011. Innovación en modelos organizativos: Un análisis a través de los Clúster de Turismo Españoles. *Papeles de Economía*, 128:254 - 265.

Pearce, D.G. 2012. *Frameworks for Tourism Research*. Wallingford: CABI.

Pedreño, A. y Ramón, A. 2009. El turismo: globalización, competitividad y sostenibilidad, en Velarde, J. (ed.). *El futuro de la economía española*. Colección Mediterráneo, nº 16. Alicante: Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante y Fundación Cajamar.

Power, S., Di Domenico, M., y Miller, G. 2017. The nature of ethical entrepreneurship in tourism. *Annals of Tourism Research*, 65, 36–48. doi:10.1016/j.annals.2017.05.001

Sáez, A. 2009. Los micro-clústeres turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico* 12, nº 24, pp. 57-68.

Sancho, A. y Gutiérrez, C. 2010. Crisis del sector turístico? Una actitud resiliente hacia la sostenibilidad. Comunicación presentada en el *4º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo (Uruguay), 22-24 de septiembre.

Van Klink, A. y De Langen, P. 2001. Cycles in industrial clústeres: the case of the shipbuilding industry in the Northern Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92: 449-463.

Vélez, L. 2010. *Una apuesta metodológica para valorar la resiliencia turística en tiempos de crisis*. Proyecto Fin de Máster. Facultat d'Economia. Universitat de València.

Weidenfeld, A., Butler, R. y Williams, A.M. 2011. The role of clústering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*, 14(:7): 595-629.

Yachin, J. M. 2019. The entrepreneur–opportunity nexus: Discovering the forces that promote product innovations in rural micro-tourism firms. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 47–65. doi:10.1080/15022250.2017.1383936

Gentrificación comercial del espacio público: las terrazas del centro histórico de Palma

María JIMÉNEZ-BRAVO MORALES

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Jiménez-Bravo, M. 2020. Gentrificación comercial del espacio público: las terrazas del centro histórico de Palma. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 483-494. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Se examina la organización y utilización del espacio libre público del centro de la ciudad de Palma, en el contexto de saturación turística previo a la pandemia de la COVID-19. En un contexto de aproximación desde las políticas neoliberales, y los estudios sobre gentrificación comercial y turistización (desde el punto de vista de las teorías de la geografía crítica), se analiza cómo a partir de un escenario económico dependiente del sector terciario, se promueve la concesión privativa de la vía pública para la instalación de terrazas. Para ello se realiza un análisis de normativa municipal sobre la vía pública del 2018 y del 2013 y de la evolución de las terrazas en el centro de Palma de 2014 a 2018. Por último, se sondea la opinión de los grupos de interés implicados en la gestión del uso de la vía pública. El estudio concluye en que se mercantiliza la vía pública, como sucede con otros espacios de la vida cotidiana, con visos de cambio radical tras la crisis sanitaria de la pandemia.
Palabras clave: *gentrificación comercial, turistificación, espacio público, privatización y mercantilización.*

COMMERCIAL GENTRIFICATION OF PUBLIC SPACE: THE TERRACES OF THE HISTORIC CENTER OF PALMA. The organization and use of public space in the city center of Palma is examined, in the context of tourist saturation before to the COVID-19 pandemic. This is, in a context of approximation from neoliberal policies, and studies on commercial gentrification and touristization (from the point of view of critical geography thories), it is analyzed how, from an economic scenario dependent on the tertiary sector, the privative concession of the public road for the installation of terraces is promoted. For this, an analysis of municipal regulations on public roads in 2018 and 2013 and the evolution of the terraces in the center of Palma from 2014 to 2018 is realized. Finally, the opinion of the interest groups involved in the management of public use of public roads is presented. The study concludes that the public highway is commercialized, as it happens with other spaces of daily life, with signs of radical change after the health crisis of the pandemic.
Key words*: comercial gentrification, turistification, public space, privatization and commodification.*

María JIMÉNEZ-BRAVO MORALES, Universitat de les Illes Balears, Ctra. Valldemossa, maria_jibramo@hotmail.com

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 10-agosto-2020.

Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar los cambios de uso del espacio público, en términos de su ocupación para la instalación de terrazas, estudiando el caso de la ciudad de

Palma durante el proceso de intensificación de la turistificación. Este proceso ayuda al uso privativo del espacio público, contribuyendo a la gentrificación que agrava las desigualdades sociales (Rosselló, 2019). El término gentrificación define como la población de clase media-baja se ve desplazada por una nueva población de clase más acaudalada. La gentrificación se da en espacios codiciados, normalmente localizadas en el centro de las ciudades y con alta rentabilidad económica de la inversión en su entorno construido, como es el caso de Palma y su explotación turística. La turistificación, entendida como el proceso de mercantilización de un número creciente de espacios, bienes y servicios para promover el negocio turístico, acentúa la gentrificación en Palma. La gentrificación segrega espacialmente por razón de nivel de renta y capacidad de compra, debido a que zonifica la urbe, creando así desigualdades sociales. Por ello, se han escogido los espacios públicos ya que estos son lugares de convivencia social y participación ciudadana. El hecho de permitir su uso privativo implica que para usar y permanecer en ese lugar se debe realizar un desembolso económico.

La privatización de esos espacios viene generalmente dada por el negocio hostelero y es que el hecho de ver una terraza en medio de una plaza es un escenario que no sorprende a nadie ya en la actualidad. Es importante entender que el hecho de turistificar una ciudad no es sinónimo de crecimiento económico o acceso a un entorno laboral digno o decente. Por una parte, una ciudad turistificada es una ciudad globalizada (Bojórquez *et al.*, 2019), una ciudad de souvenirs. Una ciudad turistificada es un producto que se puede encontrar en cualquier parte del mundo. En el caso de Palma, el turismo de masas de sol y playa genera lugares turistificados, acaparados por la oferta de alojamiento en régimen de todo incluido, chiringuitos, souvenirs, franquicias –como las cadenas de comida rápida–, discotecas, etc. Son lugares turistificados que se calcan globalmente, desde S'Arenal hasta Acapulco. En este sentido, cabe reflexionar si perdiendo la identidad propia no se pierden oportunidades de singularidades que atraigan un turismo más respetuoso y sostenible.

Antecedentes

Han sido muchos los estudios sobre gentrificación en el municipio de Palma, pero la gran mayoría son estudios sobre la vivienda, el precio del alquiler o la especulación en los barrios degradados más próximos al centro inmediato debido a la turistificación de la ciudad.

La creciente proliferación de plataformas web para alquilar viviendas o habitaciones, ha generado un nuevo proceso de acciones sociales dentro de la ciudad, ya que estos nuevos inquilinos residen en barrios residenciales, pero solo recrean acciones de consumo y no de producción. Este hecho afecta de lleno tanto en el cambio de uso de las viviendas y el precio de los alquileres, como en la accesibilidad de los propios residentes a poder afrontar los nuevos precios (Yrigoy, 2016) y genera en sí mismo un proceso que perpetúa y acentúa la polarización ante las clases sociales y su nivel adquisitivo.

En definitiva, el término "gentrificación" es el traslado de un grupo social de un lugar por la apropiación de otro grupo social de ese mismo lugar, esto sucede por muchos motivos y de diversas formas. Estos cambios vienen generados por las políticas que se llevan a cabo en el territorio y por los intereses económicos que hay detrás. Por eso es

importante entender el escenario económico y las políticas sociales, para poder comprender los procesos que se pueden generar a razón de estas.

El presente estudio persigue el objetivo general de estudiar la proliferación de terrazas en el espacio público como uno de los elementos que favorecen a la gentrificación comercial. Más en concreto, propone cartografiar la evolución de la ocupación del espacio público en el centro de Palma, especialmente a través de la expansión del uso turístico y recreativo mediante la implantación de terrazas. Y, en segundo lugar, evaluar la percepción y opinión de la ciudadanía sobre el espacio público y sobre la nueva normativa de vía pública de 2018 en Palma.

Metodología

La revisión del estado de la cuestión se centrará en los conceptos de vía pública y de gentrificación, con el objeto de evaluar los antecedentes de su vinculación, en el contexto de las políticas urbanas neoliberales. Seguidamente y aproximándose más al caso de estudio se han buscado estudios sobre la gentrificación en Palma, sus procesos y efectos sobre la trama urbana y la actividad social.

La presentación de los resultados nos introduce en el análisis de la evolución de la normativa municipal sobre ocupación de la vía pública, liberalizadora el 2013 (Ordenanza municipal de la vía pública. BOIB. Ayuntamiento de Palma, 11 de mayo del 2013) y más restrictiva el 2018 (Ordenanza municipal de la vía pública. BOIB. Ayuntamiento de Palma, 4 de septiembre del 2018).

El análisis cartográfico de la ocupación de la vía pública para la instalación de terrazas se basa en las bases de datos del Ayuntamiento de Palma, desde el año 2014 hasta el 2018. Gracias a las bases de datos otorgadas por el Ayuntamiento en forma de tablas, se ha podido realizar diferentes análisis. En estas se incluían la ubicación y el nombre del local, datos útiles para su vuelco en GoogleEarth y así disponer de las terrazas geolocalizadas mediante puntos. Así se traspasan estos datos a ArcGis para obtener las terrazas ubicadas en los Espacios Libres Públicos (ELP). Hay que mencionar que faltarán algunas terrazas en los mapas resultantes por el hecho de que el Ayuntamiento hace concesiones de tres meses y los pagos se realizan en tres, seis o doce meses. Así pues, las terrazas que justamente se encuentren entre la finalización de esa concesión y el inicio de la siguiente no será posible representarlas (siendo un error mínimo). Las bases de datos obtenidas incluyen los m^2 de los que dispone cada terraza, posibilitando estudiar cuánto espacio público se ocupa. Como base del estudio se ha generado una cartografía de los usos del suelo para identificar los Espacios Libres Públicos (ELP), el viario y las aceras. Para la realización del mapa de ELP, se exportó el mapa de usos del suelo del portal web MUIB en alta resolución en formato geotiff. Se importó georreferenciado y se clasifcaron los diferentes usos del suelo del centro de Palma, para acotar la zona de estudio.

Por otra parte, para conocer la experiencia de los diferentes colectivos sociales se ha utilizado el método de investigación cualitativa de la Grounded Theory (Charmaz y Belgrave, 2015), que no se basa en parámetros de significación estadística, sino en la representatividad de las narrativas de los discursos. Así, los actores sociales han sido seleccionados conforme a su preponderancia, buscando expresamente la participación de quienes pudieran estar en desacuerdo, entre ellos y/o con nuestras presunciones y

resultados previos. Con estos objetivos, se ha creado una entrevista corta de seis preguntas, de la que se pretende extraer una serie de nociones sobre el modelo de ciudad y sus procesos. Esta entrevista se basa en el estudio del uso de la vía pública en el centro urbano de Palma (especificando siempre a los encuestados que se está hablando de esta localización).

La Grounded Theory es una metodología general con pautas sistemáticas para la recolección de información. Su propio nombre "Teoría fundamentada" indica que su utilización es mediante el desarrollo de teorías de análisis de dato empíricos. El proceso analítico consiste en desarrollar, verificar e integrar en categorías teóricas a lo largo de la indagación (Charmaz, 2015). Se propone que el hecho de la recopilación de datos y su análisis se haga de forma simultánea, en el proceso de estudios cualitativos (Charmaz, 2015).

Para sintetizar las opiniones obtenidas se crea una matriz en la que se mostrarán las ideas principales de cada entrevista realizada. Dicha matriz se explicará de forma teórica debido a que por su formato y capacidad excede los límites de esta presentación.

Se partió de la idea de entrevistar a representantes del PP (ya que fue el precursor de la normativa de 2013) y comprarla con el partido político de Podem y PSOE-PSIB (precursores de la normativa de 2018). A partir de ahí se desarrolló disponer también de la opinión de otros partidos políticos como por ejemplo MÉS (ya que también participó en la normativa del 2018). Por otra parte, hay otra matriz que se centra en las entrevistas realizadas a otros grupos de la sociedad. Primero encontramos al grupo técnico del Ayuntamiento de Palma, como colaborador de estas ordenanzas. También se entrevista a los profesores de la Universidad de las Islas Baleares del grado de Geografía como expertos en los procesos sociales y urbanos. Los grupos de ARCA, PIMEN y *Ciutat per qui l'habita*, se consideran grupos sociales inmersos en este conflicto social y con diferentes puntos de vista que ofrecer al estudio. Por último, Climent Picornell proporcionó información en curso de la plataforma ciudadana Palma XXI sobre Sa Llotja, que es un barrio afectado por esta terciarización. Por todo ello se considera que estos grupos aportan al trabajo múltiples percepciones beneficiosas para su análisis.

Marco teórico

Algunos estudios han abordado ya la cuestión de la turistización de la ciudad e incluso la incidencia de las terrazas (Fernández y Santos, 2018). Esta aproximación propone enmarcar el estudio en el análisis de las políticas urbanas neoliberales, especialmente respecto al espacio público y su relación con los procesos de gentrificación.

Si se trata de definir el espacio público se debe tener claro que este no es el espacio residual entre calles y edificios (Borja, 2000), tampoco se considera que sea un espacio vacío o especializado. Para que sean espacios públicos ciudadanos se necesita algo más. Han sido muchos urbanistas y sociólogos que han intentado encontrar un significado común para este término. De hecho, se puede decir que encontramos dos interpretaciones de cómo este espacio se crea y su significado. Por un lado, se han elaborado muchos análisis sobre el espacio de uso público con suposiciones del final de este mismo frente a la mercantilización. Davis (2003), ha desarrollado varias investigaciones sobre el impacto social de la transformación del espacio urbano, conformado a que los intereses económicos

políticos tienden a excluir los barrios con minorías étnicas de los planes y programas de desarrollo urbano, así como también lo aparta de las políticas de bienestar social. Empieza explicando cómo los espacios públicos son clave por su plurifuncionalidad de usos, puesto que no solo se desarrollan por sí mismos, sino que, con una perspectiva más histórica, estos espacios han estado siempre en una continua expansión.

El espacio público es el ámbito en el cual suceden procesos de cohesión social, solidaridad, creación de identidad, cultura y memoria colectiva (Borja, 2000). Pero sin perder de vista que las estructuras sociales se basan en una jerarquía de poder, las cuales desarrollan dominación y resistencia al mismo tiempo (como lucha y antítesis). Teniendo esta idea de base, se puede decir que en sí mismo el espacio se encuentra establecido en torno a un sistema jerárquico de dominación en diferentes aspectos (edad, género, clase, etnicidad, orientación sexual e ideologías). Y es que cada agente social se ha encargado de producir sus propios intereses: 1) el Estado y las administraciones públicas y los técnicos y encargados de ordenarlo y planificarlo, por una parte; 2) por la otra parte se encontrarían los movimientos sociales que reivindican servicios y equipaciones (defendiendo diferentes modelos de ciudad); 3) este espacio se constituye igualmente por élites económicas, políticas y religiosas, las cuales proclaman y reivindican su poder, imponiendo sus intereses y valores; 4) también encontraríamos la iniciativa privada con sus propios intereses mercantiles y de lucro; 5) para finalizar, habría un gran cajón de sastre donde se podría ver una gran heterogeneidad de individuos de distintos grupos sociales: mayores, jóvenes, inmigrantes, mujeres, pobres y ricos. Así mismo todos los grupos minoritarios y excluidos también crean este espacio, puesto que dan respuesta, se rebelan y resisten al abuso de poder.

En la actualidad el espacio público se ha querido convertir en un lugar pacificador y de orden urbano, encaminado a encubrir los conflictos ciudadanos y dar una imagen de metrópoli de todos y para todos, de ciudad vistosa y con encanto. Idea de la que se apoderan algunos grupos para venderla aun más turísticamente (Monreal, 2016). En definitiva, se puede decir que este concepto puede ser utilizado por la planificación urbana y las diferentes administraciones como un recurso ideológico, pero que también es un elemento muy fuerte de lucha y resistencia de la ciudadanía.

Para una política capitalista neoliberal el espacio público es peligroso de cierta forma, puesto que la libertad la da el espacio público. Para una ciudad neoliberal, este espacio, no es un espacio protegido ni protector, es el residuo entre los edificios y las vías. El cual está ocupado por las "clases peligrosas" de la sociedad (Borja, 2000). Pero el espacio público no es el responsable de generar peligros, ni problemas, simplemente es el lugar donde se evidencian hechos como la injusticia social, política y económica. Su debilidad no hace nada más que aumentar el miedo de algunos y la marginación otros.

Es importante analizar las nuevas dinámicas urbanas y elaborar respuestas a los problemas que se presentan en el espacio público y de la relación entre su configuración y la actividad de la ciudadanía, para poder obtener un escenario igualitario en el que esté permitido ejercer un conjunto de derechos y deberes cívicos, sociales y políticos. Esta tarea es cuanto menos difícil, teniendo en cuenta que vivimos dentro de un marco político de dominio neoliberal en el que se pretende maximizar el beneficio privado en todos sus ámbitos.

Las llamadas políticas neoliberales de la gentrificación reconocen la gobernanza neoliberal del Estado para conseguir el éxito de la reinversión capitalista. Y es que hoy en día ya se tiene como norma general del desarrollo urbano el aprovechamiento del marco neoliberal por la recuperación de los negocios a la ciudad, la clase media y las fuerzas del mercado en general (Peck, 2006). Dichas políticas se toman de ejemplo en la concepción público-privada destinada a la regeneración urbana, la recuperación de las antiguas zonas industriales o renovación de los barrios históricos, para satisfacer al consumidor de clase mediana-alta (Zukin, 1998).

En todos estos casos y acorde a esta perspectiva, es el Estado el encargado de, no solo organizar activamente la desposesión de los hogares con menos recursos, sino que también es el responsable de llevar a cabo una estrategia poderosa que permita eliminar cualquier rastro sobre su acción bajo la ideología "revanchista" (Smith, 1996), confeccionada con el único objetivo de reconquistar el centro urbano con clases medias. Así pues, los principales parámetros que se tienen que tomar en consideración son: la reinversión del capital, la nueva entrada de población con un mayor nivel adquisitivo o cultural, los diferentes cambios en el paisaje metropolitano y el desplazamiento, ya sea directo o indirecto, de la población con menos recursos. Y es que el Estado y las múltiples formas de la Administración Pública actúan como agentes del mercado (Smith, 2002), aplicando políticas neoliberales urbanas que han hecho posible la introducción de extensivos procesos de "acumulación por desposesión" (Harvey, 2010) y que tienen como propósito restablecer el control de clase sobre los espacios centrales y estratégicos del centro urbano.

Por otra parte, el concepto de gentrificación se define como la transformación de un lugar de clase trabajadora, especialmente en el centro de la ciudad, en una zona de clase media, ya sea por un uso residencial o comercial. Normalmente este proceso se da en barrios en los que primeramente se ha invertido en infraestructuras y seguidamente su renovación puede resultar muy beneficiosa para sectores que no tienen por qué ser públicos (puesto que normalmente la primera inversión en infraestructuras es pública).

Son muchos los autores que afirman que el impacto del neoliberalismo en las ciudades origina un urbanismo que incrementa los rasgos de segregación espacial y desigualdad económica presentes en las ciudades más "nuevas", las cuales se inspiraron en los valores de la Carta de Atenas (Harvey, 2013). Esta desigualdad y empobrecimiento además de ser uno de los resultados del paro y la precariedad laboral, también es un efecto de unas políticas públicas alejadas de las necesidades de la mayoría de la ciudadanía y encaminadas a la privatización (y a la desaparición de los servicios públicos). Donde la necesidad de consumo de los residentes está garantizada por un mercado, no por el Estado; así, solo tendrán acceso a estas ofertas, aquellos con el suficiente poder adquisitivo para pagarlas, quedando el resto de población privados de dichos necesitados (Monreal, 2016).

Una de las consecuencias del modelo de crecimiento urbano actual es el incremento de dinámicas que llevan la transformación del espacio público a una mercancía, es decir, en un mecanismo clave en el proceso de acumulación. El desarrollo de políticas urbanas e iniciativas privadas implica que lo público se convierta en algo residual, haciendo que el goce de la ciudad sólo sea para aquellos que dispongan de un poder adquisitivo lo suficientemente alto, haciendo también lo posible por invisibilizar los conflictos sociales resultantes.

Palma es una buena muestra de la turistización, con un diseño adaptado a dar la bienvenida al turista, desde que entran por el puerto para que recorran todas sus calles y disfruten de sus múltiples terrazas. Los cruceros, por ejemplo, traen turistas en oleadas, que ocupan el espacio público y las terrazas, generando opiniones muy dispares. La Autoridad Portuaria de Balears ya advirtió de un aumento del 2.21% respecto al año anterior entre los meses de abril y finales de octubre de 2019. Este hecho ha supuesto un 30% más de tráfico en la ciudad, solo en el mes de julio (Ports de Balears, 2018).

Así pues, el turismo es un factor clave en nuestra sociedad y vida urbana. ¿Pero este turismo que entra en grandes masas al centro de la ciudad aporta realmente un beneficio a la mayoría de las terrazas de la ciudad de Palma? ¿O solo invade ese espacio público de los lugares emblemáticos dejando sin espacios de convivencia a los residenciales por el beneficio de unos pocos?

Resultados

Que la ciudad cada vez absorba más población y turismo también tiene consecuencias y es que los problemas que no están bien gestionados en la normativa y en su aplicación se agravan cuando a mayor población, mayor es el conflicto de convivencia. Uno de estos problemas sociales es la desigualdad que genera la concesión privada del espacio público, es decir cuando se instala una terraza en un parque e indirectamente para poder estar en esa plaza debes consumir algo sí o sí para disfrutar del hecho de sentarte al aire libre. Esto genera que algunos lugares (no solo problemas por el ruido o la basura) sino también distinción y desigualdad a la hora de ver quien se puede permitir el hecho de pasear por el Passeig des Born yendo de compras y quién no. Se intuye que este fenómeno hace que un simple café varie de precio en cada zona del centro de Palma. Analizaarlo evidenciaría de forma clara que partes están más elitizadas hacía el turismo o las clases medias-altas, y que zonas son más residenciales de clase obrera.

Palma se ha ido configurando como un producto de la mercantilización de la ciudad, se trata de un proceso que ha ido convirtiendo a la ciudad en un negocio en sí mismo. Sacando la mayor productividad de cada centímetro de urbe. Este hecho ha generado que no solo se vea afectado el mercado inmobiliario de la isla, o las aglomeraciones en la playa, sino que también afecta a los ELP, ocupados por la oferta de ocio con las terrazas.

En la actualidad cada vez se presenta una ciudad más dividida por barrios, no hay una ciudad heterogénea que presente los mismos patrones en todos los barrios acogiendo a diferentes poblaciones y usos del espacio. Sino que se encuentran “distritos” dentro de la misma urbe según la oferta que tengan. El estudio de 264 concesiones de terrazas en la vía pública del centro de la ciudad demuestra que ocupan más de un 15% del ELP por cada plaza. En cambio, en los barrios del ensanche, sí que se pueden encontrar actividades sociales y de comunidad (ya sea niños jugando, mayores paseando o mercados los sábados), en la mayoría de ELP.

La ocupación privativa de estos espacios de convivencia en el centro de la ciudad implica romper la creación de identidad, contribuyendo a hacer ciudandanía más individualista, que se centre en el placer propio y no en la recreación comunal (Ramírez, 2002). Y es que, aunque no haya un aumento significativo de las terrazas, sí que lo ha

habido de consumidores de estas, del aumento de precios para disfrutar de ellas y de procesos de cambio de la clientela que concurre a ellas.

En definitiva, siguiendo el objetivo general, se considera la proliferación de terrazas en el espacio público como uno de los elementos que favorecen la gentrificación comercial. Atendiendo a la definición de este concepto, se concluye que este hecho no es el único causante de la gentrificación comercial pero sí que la refuerza. Y es que, aunque no se ha visto un aumento considerable en el número de terrazas (Fig. 1), sí que existe un aumento considerable en el número de turistas que llega a la isla y el número de metros cuadrados que ocupan las terrazas en la vía pública (además de los precios en estas). En el centro de Palma se contabilizan más de 306.000 m^2 de ELP de los cuales 6.360 m^2 están ocupados por terrazas (es decir, un 2% de la vía pública son terrazas). Estas se concentran sobretodo en el Passeig des Born, Plaça Major y Plaça Espanya. Además, el estudio de la percepción y opinión de la ciudadanía sobre el espacio público y sobre la nueva normativa de 2018 en Palma, muestra las diferentes problemáticas que supone la ocupación privativa de la vía pública para la convivencia y la falta de aplicación de la ordenanza (o incluso la falta de restricción).

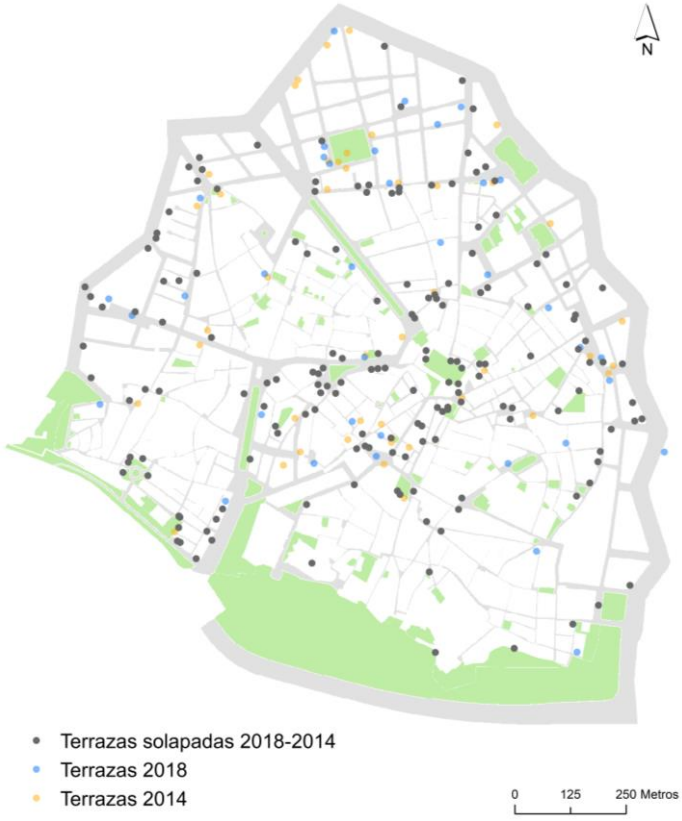


Fig. 1. Mapa de localización de las terrazas en los años 2014 y 2018. Centro de Palma.
Fig. 1. *Location map of the terraces in 2014 and 2018. Palma Center.*

La nueva ordenanza de 2018 pretende la reducción de concesiones privadas y la eliminación de las microocupaciones, además de la regulación de los tendales y la estética de las terrazas. Aunque las opiniones recogidas demuestran el profundo conflicto que produce la concesión y regulación de las terrazas en cuanto al bienestar del vecindario y de los colectivos sociales. Como se puede ver en el caso de la barriada de Sa Llotja, este hecho es un tema actual que aun inquieta a los vecinos a pesar de la nueva normativa, lo cual nos indica que no es solo un problema de organización sino también de gestión. Además, los resultados de las entrevistas demuestran que los diferentes grupos sociales como ARCA o Ciutat per qui l'habita están profundamente indignados por la excesiva permisividad de las medidas tomadas en la normativa de 2018. Mientras que los grupos sociales como PIMEN u otros partidos políticos como el PP también muestren descontento por encontrar esas medidas demasiado restrictivas. En definitiva, si los problemas sociales no se solucionan significa que las medidas no son las necesarias.

La concesión privativa del espacio público no es más que la evolución de la actividad de las políticas urbanas neoliberales, mercantilizando para sacar el máximo provecho (Sequera, 2013). Y es un hecho que, dentro de la oferta y la demanda, se elegirá al público que tenga un mayor nivel adquisitivo para el consumo de este espacio.

El análisis espacial concluye con la idea de que este proceso de concesión privada del espacio público mediante las terrazas forma parte de las teorías de gentrificación comercial de los autores antes mencionados. Así lo demuestran las recogidas de firmas vecinales para reclamar la restricción de llegada de cruceros al puerto de Palma, las múltiples quejas por partes de las asociaciones vecinales y sociales que mediante instancias reclaman una mayor restricción en cuanto a los usos turísticos y de ocio, o el simple hecho de tener problemas de tránsito y circulación por calles peatonales por culpa de las terrazas (marginando a sectores como las personas con problemas de movilidad).

La Tabla 1 muestra las respuestas de representantes los principales grupos de interés a preguntas sobre la nueva ordenanza municipal sobre la ocupación de la vía pública, de 2018, algo más restrictiva que la anterior. Dentro de la disparidad, muestran acuerdo en que las terrazas son un factor clave tanto en la construcción de una sociedad cohesionada (con sentimiento de identidad) y como factor dinamizador de la economía. Por ello deben regularse deforma adecuada especialmente el centro de la ciudad y el casco antiguo, pero gestionando toda la ciudad (sin marginar ningún barrio). Esta normativa debe ofrecer garantías de funcionamiento además de cumplimiento, ya que la mayor parte de los conflictos se generan al inclumplir la propia ley. Por otro lado, la mayor contradicción que existe entre las opiniones es en base a quien es el sector beneficiado y quien el perjudicado. Aunque por ambos lados encontramos tanto a residentes como a turistas, debido a que una mala gestión genera una mala convivencia y oferta.

Discusión y conclusiones

La ciudad necesita de medidas que defiendan y aseguren la igualdad y convivencia de sus ciudadanos, la normativa de 2018 no era una buena medida, sino una manera de calmar los ánimos y es que en la práctica a penas se han visto grandes cambios. Y los grupos entrevistados (o los vecinos de barrios como Sa Llotja) siguen viviendo las antiguas problemáticas.

Matriz de síntesis de las entrevistas sobre la nueva normativa de Vía Pública de 2018		
Políticas progresistas	**PSIB- PSOE**	Su opinión es favorable, pero apuntan una necesidad de vigilancia y garantía de su cumplimiento. Debe centrarse en el centro urbano y las zonas más degradadas, ya que las terrazas son un motor economico importante, además de espacios de convivencia y sociedad. Aunque su uso sea potencialmente turístico, los residentes son beneficiados y perjudicados. Las terrazas pueden generar conflictos de ruido y suciedad, además de una sobreocupación del espacio público.
	PODEM	
	MÉS	
Políticas liberales	**PP**	Mantienen una opinión desfavorable sobre la nueva normativa, defendiendo la modificación de la anterior. Creen importante actuar tanto en el centro como en la periferia de la ciudad. Consideran que las terrazas dinamizan la sociedad y la economía, beneficiando tanto a residentes como a turistas. Opinan que solo habrá perjudicados si se incumple la propia ley.
Técnicos y expertos	**Ayuntamiento** **Universidad**	A favor de la norma, pero discrepan de priorizar la actividad económica y la mercantilización. Defienden que la normativa debería ser más restrictiva en el centro urbano. Las terrazas se consideran un arma de doble filo, dinamizan la economía, pero al mismo tiempo mercantilizan la ciudad. El beneficio se concentra en los dueños de los negocios y por otra parte perjudica tanto a turistas como a residentes. El principal conflicto es la competencia social por el espacio.
Movimientos sociales	**ARCA**	Su opinión es favorable, pero con quejas: es incompleta, sin aplicación real y sin casi consenso. Debería ser mucho más restrictiva en todos los aspectos, ya que las terrazas pueden dinamizar la sociedad, pero también aportan trabajos de baja calidad. La privatización que generan del espacio público solo beneficia a empresarios y restauradores, desprestigia la ciudad, favorece la competencia por el espacio y los conflictos vecinales. Los mayores perjudicados son los propios residentes.
	Ciutat per qui l'habita	
	Sa Llotja	
Colectivos empresariales	**PIMEN**	Mantiene una opinión desfavorable a la nueva normativa considerand que la antigua normativa ya era suficiente. Consideran que su aplicación debería buscar la proporcionalidad en el conjunto de la ciudad, porque a su entender las terrazas generan sentimiento de sociedad y riqueza económica. Aunque su uso sea principalmente turístico el beneficio es para toda la sociedad. Los conflictos generados se deben a la falta de control.

Tabla 1. Presentación sintética de las entrenvistas realizadas.
Table 1. *Synthetic presentation of the interviews realized.*

Ahora bien, con la pandemia global del COVID-19 determina un nuevo escenario, por el paso de la saturación al subturismo y por el interés por el uso de terrazas para prevenir los contagios. El hecho de reabrir terrazas, cerrar calles para abrir nuevas terrazas o incluso agrandar las ya existentes, puede sonar mal de primeras después de todo lo explicado sobre la necesidad de este espacio público no privativo (Bojórquez 2019). Pero en este nuevo escenario no hablamos de un turismo que acapare este espacio (*overtourism*) sino de una

inexistencia del turismo (*undertourism*). Por ello las terrazas se abren paso ahora de una forma no sólo de recuperarse de la crisis económica, sino de la crisis anímica y económica de la población, que ha perdido este espacio de convivencia durante la pandemia (Fernández y Santos, 2018).

La gentrificación comercial en el centro de Palma cambiará también en relación con las terrazas y el uso privativo del espacio público. La normativa del 2018 se ha flexibilizado ya, permitiendo la ocupación de plazas de aparcamiento para la instalación de terrazas frente a los locales de restauración (algunos de los cuales no disponían de ninguna concesión).

Agradecimientos

Esta investigación contribuye al proyecto "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I + D + I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Referencias bibliográficas

Ordenanza municipal de la vía pública. BOIB. Ayuntamiento de Palma, 4 de septiembre de 2018.

Ordenanza municipal de la vía pública. BOIB. Ayuntamiento de Palma, 11 de mayo del 2013.

Barceló, B. 2000. Història del turisme a Mallorca. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 50: 1-25.

Bojórquez Luque, J.; Ángeles Villa, M. y Gámez, A.E. 2019. El derecho a la ciudad y rescate del espacio público en zonas urbanas turistizadas. Una reflexión para Los Cabos, Baja California Sur (México). Aposta. Revista de Ciencias Sociales, 80: 109-128.

Borja, J. 2000. *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: http://www.esdi-online.com/repositori/public/dossiers/DIDAC_wdw7ydy1.pdf.

Charmaz, K. y Belgarve, L.L. 2015. *Grounded Theory. The Blackwell Encyclopedia of Sociology.* Londres: John Wiley & Sons.

Cordero, L. 2017. Gentrificación comercial. Espacios escenificados y el modelo de los mercados gourmet. *Revista de Urbanismo*, Nº 37, 1-12.

Davis, M. 2003. *Ciudad de Cuarzo. Arqueología del futuro en Los Ángeles.* Madrid: Lengua de Trapo.

Fernández, A. y Santos, E. 2018. La difícil convivencia entre el paisaje urbano y turismo: clasificación de conflictos y propuestas de regulación a partir del análisis comparativo de normativas locales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 78*, 180-211.

Harvey, D. 2010. *A Companion to Marx's Capital.* London: Verso.

Harvey, D. 2013. *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana.* Madrid: Akal.

Monreal, P. 2016. Ciudades neoliberales: ¿el fin del espacio público? Una visión desde la Antropología urbana. *Quaderns-e*, 98-112.

Peck, J. 2006. Liberating the City: Between New York and New Orleans. . *Urban Geography 27.8*, 681-713.

Ports de Balears 2018. Memoria anual. Autoritat portuària de Balears. Editorial: MIC.

Ramírez, P. 2002. *El espacio público: ciudad y ciudadanía. De los conceptos a los prblemas de la via local.* México.

Roselló, B. 2019. Veïnat en perril d'extinció (vecindario en peligro de extinción): la turistización en Ciutat Vella, Valencia. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Sequera, J. 2013. *Las políticas de Gentrificación en la ciudad neoliberal.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Smith, N. 1996. *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*. London: Routledge.

Smith, N. 2002. *New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy*.

Vives Miró, S. 2011. Producing a "Successful City": Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City- The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*. Vol 2011, 1-14.

Wilson, D. 2004. Towards a contingent urban neoliberalism. *Urban Geography*, 771-783.

Yrigoy, I. 2016. The impact of Airbnb in the urban arena: towards a tourism-led gentrification? The cas-study of Palma old quarter (Mallorca, Spain). *XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE*, 281-290.

Zukin, S. 1998. Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption. *Urban Studies 35 (5-6)*, 825-839.

El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo turístico

Paula RÓDENAS

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Ródenas, P. 2020. El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo turístico. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 495-505. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La entrada en vigor en julio de 2005 de la legislación del matrimonio homosexual y la posibilidad de adoptar por parte de un matrimonio gay, significó la consolidación de España como un gran destino europeo para el segmento turístico LGTB (Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales). Así, lugares como Barcelona, Sitges, Chueca, Maspalomas, la playa de El Inglés, Benidorm, Torremolinos o Ibiza, se han convertido en uno de los destinos más bien valorados por los turistas LGTB contribuyendo, a su vez, a los impactos conocidos como *overtourism* que se están desarrollando en dichos destinos. En este artículo se analizan los principales destinos LGTB en España, indicando aquellos destinos emergentes para este tipo de turista y haciendo especial mención de la particular relación existente entre turismo LGTB y la isla de Mallorca la cual se ha analizado cualitativamente a raíz de entrevistas semiestructuradas. Los resultados relatan la necesidad de un trabajo completo previo a la promoción y desarrollo del turismo LGTB, superando una visión puramente económica del mismo que se fomente en la normalización de la diversidad sexual y de género.
Palabras clave: *comunidad/colectivo LGTB, turismo, segmento turístico.*

LGTB TOURISM AS A NEW FORM OF TOURISM DEVELOPMENT. The entry into force in July 2005 of the gay marriage legislation and the possibility of adoption by a gay marriage, meant the consolidation of Spain as a great European destination for the LGBT tourism segment (Lesbians, Gays, Transsexuals and Bisexuals). Thus, places like Barcelona, Sitges, Chueca, Maspalomas, playa de El Inglés, Benidorm, Torremolinos or Ibiza, have become one of the destinations most highly valued by LGBT tourists, contributing in the *overtourism* processes that are taking place in these destinations. This article analyzes the main LGBT destinations in Spain, indicating those emerging destinations for this type of tourist and making special mention of the particular relationship between LGBT tourism and the island of Mallorca, which has been analyzed qualitatively following semi-structured interviews. The results relate the need for a complete job in relation to the promotion and development of LGBT tourism, overcoming a purely economic vision of it that is promoted in the normalization of sexual and gender diversity.
Key words: *LGTB community/collective, tourism, tourist segment.*

Paula RÓDENAS, Universitat de les Illes Balears. Carretera de Valldemossa, km 7.5, 07122 Palma, Illes Balears. 1b.rodenas.serra.paula@gmail.com

Recepción del manuscrito: 8-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

En los últimos años, han proliferado los artículos periodísticos dirigidos al impacto y las repercusiones económicas que supone el turismo LGTB a nivel mundial. Un turismo que según la Organización Mundial del Turismo mueve más del 3% del volumen de turistas a nivel mundial y representa un 15% del gasto turístico total, y que, sin embargo, carece de estudios de investigación que analicen las claves para entenderlo.

Por otro lado, los destinos turísticos más tradicionales empiezan a buscar una forma de diversificar su oferta y así ofrecer diferentes productos para abarcar el máximo número de clientes posibles. En este contexto, el segmento LGTB supone una oportunidad de mercado muy atractiva que se ve reflejada en el surgimiento de una oferta *gay-friendly* y en una promoción turística destacable a diversos niveles, logrando conformar el conocido como *dinero rosa* el cual rápidamente se está estableciendo como uno de los elementos clave para entender el mercado turístico actual.

Asimismo, los principales destinos LGTB en mayor medida coinciden con destinos turísticos maduros que, por una razón determinada u otra, han ido incluyendo al segmento LGTB como una pieza clave en su oferta. Dicha particularidad ha propiciado que el turista LGTB forme parte de algunos de los impactos conocidos como *overtourism* que se están observando en la actualidad.

Este artículo hace una aproximación a un segmento turístico que si bien pasa prácticamente desapercibido, se está configurando como un factor vital para el desarrollo económico, la competitividad de los destinos turísticos y la inclusión social, sin obviar que puede llegar a formar parte del impacto que genera el *overtourism*. Para ello, se analizan los principales destinos turísticos LGTB en España, además de incidir en aquellos destinos emergentes en los que se están llevando a cabo varios esfuerzos para atraer a este tipo de turista, como también se hace mención a la particular relación existente entre turismo LGTB y la isla de Mallorca. De este propósito se desprenden los objetivos marcados para esta comunicación: distinguir las características de la comunidad y del segmento turístico LGTB para entender sus motivaciones y aspiraciones; definir el contexto del turismo LGTB a escala nacional, dar a conocer las particularidades del turismo LGTB en la isla de Mallorca; y mapear sus patrones de distribución espacial, aspirando a definir los elementos que contribuyen a la concentración de su producción social de espacio turístico, las características de su oferta y los agentes que en ella intervienen.

El turismo LGTB

Recientemente han ido aumentando las prácticas del turismo que rompen con los cánones establecidos. En este sentido, surge el turismo LGTB como una práctica turística en la sociedad actual y como expresión específica de dicho colectivo.

Entendiendo el turismo LGTB como un factor vital para el desarrollo económico, la competitividad de los destinos turísticos y la inclusión social, es evidente pensar que habrán surgido numerosos estudios que expliquen el comportamiento y los deseos de este perfil de turista. No obstante, la mayor parte de la información se reduce a artículos periodísticos y, en el ámbito académico internacional, existen escasos estudios que analicen la relevancia

actual y potencial de este mercado. Por ello, cabe mencionar el marcado carácter innovador de esta comunicación.

Caracterización del segmento turístico LGTB

El turismo LGTB es visto como un segmento poderoso y rentable con una particular sensibilidad a las fluctuaciones políticas, económicas, culturales y legales (Araña *et al.*, s.f.). Asimismo, la industria del turismo LGTB se encuentra en una situación dicotómica ya que, si bien es necesario buscar este colectivo como consumidor muy valioso, su elevada visibilidad en un entorno generalmente heterogéneo puede llegar a producir fricciones (Khan, 2013).

Las claves que nos ayudarán a entender este segmento turístico desde la perspectiva de mercado son las siguientes (Melián *et al.*, 2011):

- DINK: *Double Income, No Kids*. Los homosexuales optan por los núcleos urbanos y no suelen comprar una vivienda o hipotecarse ya que prefieren vivir de alquiler (Moner *et al.*, 2006). A su vez, el hecho de no tener hijos y las condiciones sociales desfavorables, producen que el dinero de las parejas gay sea destinado a gastos hedonistas –como los viajes- o al ahorro (Rivera, 2016). De esta manera, la condición de DINKS lleva a considerar al turista LGTB como un desestacionalizador turístico ya que, al no tener hijos, no se encuentran atados a las tradicionales épocas vacacionales y sus viajes no dependen de los ritmos sociales impuestos. Ello permite un mayor número de desplazamientos y una mayor libertad en escoger los períodos vacacionales (Otero, *et al.*, 2014).
- SINK: *Single Income, No Kids*. Dentro de este grupo de mercado se engloba a las personas solteras que no viven en pareja y tampoco tienen hijos; grupo con remarcada importancia en los últimos años sobre todo en Europa. En este caso, se resalta el hecho de que se trata de individuos con un nivel de compromiso mayor y una mayor capacidad de gasto (Ballesteros, 2017).
- PINK: Consumo rosa, conspicuo y de exhibicionismo social. En los últimos años se ha empezado a hablar del dinero rosa, lo que remarca la importancia económica del gran nicho de mercado que representan los homosexuales (Moner *et al.*, 2006). Tanto es así que se ha generado un *Pink Market* (mercado rosa) que se está convirtiendo en el objetivo de las compañías de negocios on-line.

Cabe indicar que su relevancia trasciende al nivel económico ya que se trata de un segmento turístico que mueve más del 10% del volumen mundial de turistas, con más de 700 millones de personas, y con un gasto total del sector de un 15’96%. Además, su ritmo de crecimiento es del 10’3% anual, frente al 3’8% del turismo en general (Prat, 2015).

Perfil del turista LGTB

En primer lugar, hay que saber que nos encontramos frente a un colectivo heterogéneo, por lo que siempre va a existir una diversidad de intereses y, en consecuencia, una pluralidad de perfiles notoria (Ballesteros, 2017). Aunque se estima que suponen entre un 5 y un 10 % del total de turistas del destino, su comportamiento es transversal y, por ende, se incluyen en otros segmentos vacacionales (como el de deporte, el de familias, etc.) (Melián *et al.*, 2011).

Generalmente, se considera que el turista LGTB posee un nivel cultural medio-alto y se estima que gran parte de estos posee una titulación universitaria (Moner *et al.*, 2006). De esta manera, se trata de profesionales activos en el mercado laboral y, por lo tanto, es fácil asociarlos a un nivel adquisitivo medio-alto y con unos ingresos por encima de la media.

El turista LGTB reporta un gasto diario en destino de 177 euros por día, más del triple que el resto de turistas (Melián *et al.*, 2011). Aun así, existe una proporción pequeña de turistas LGTB que tienden a un gasto elevado o de lujo. Verdaderamente, la mayor parte de este segmento se ubica en un precio medio, seguido de cerca por la opción de adecuarse a un presupuesto más económico (Ballesteros, 2017). Este último factor puede deberse al hecho que realizan más vacaciones anuales y con una mayor estancia media, en torno a los diez días (Melián *et al.*, 2011).

Por lo que se refiere a destinos, los turistas LGTB prefieren los de sol y playa o los destinos urbanos, más concretamente los conocidos como *city-breaks* (Moner *et al.*, 2007).

Turismo LGTB y overtourism

Cuando hablamos de *overtourism* nos referimos al impacto que se produce en aquellos lugares turísticos donde se registra un turismo masivo que repercute de manera negativa tanto en la experiencia del visitantes como en los residentes de esa zona (Milano, 2018).

Algunas de las causas del *overtourism* son (Milano, 2017): la privatización del espacio público, la congestión del espacio público, el aumento de los precios de la vivienda y la pérdida del poder adquisitivo por parte de los residentes en destino. Recientemente, no han tardado en surgir reacciones de cada vez más colectivos locales que se enfrenten al turismo masivo. Un ejemplo que sobresale es el caso de las Islas Baleares y en concreto los problemas de desposesión de vivienda que están sucediendo en el centro histórico de Palma (Vives-Miró y Rullán, 2017).

En este sentido, el desarrollo y promoción del turismo LGTB pueden agravar la sobresaturación que ya sufren los destinos turísticos. En el caso de la isla de Mallorca, colectivos como *Ciutat per qui l'habita* ya han impulsado acciones para visibilizar los impactos nocivos del turismo en la ciudad de Palma, llegando a considerarlo un problema social.

De esta manera, si se hace un mal planteamiento en cuanto a la promoción del turismo LGTB, se estaría incentivando agravar las consecuencias de la congestión existentes en la actualidad de las que destacan (OMT, 2004: 9): menoscabo del disfrute del visitante, daños en los valores del destino, consecuencias negativas en los programas de conservación, disminución de las oportunidades de los visitantes de gastar dinero en el lugar, generación de estrés en la comunidad local debido a la competencia por los servicios locales, incremento de la contaminación, aprovechamiento al límite de la capacidad de infraestructura local y disminución de la eficacia de los servicios turísticos.

Metodología

El tipo de información que se precisa para este artículo es difícil de recoger a través de métodos cuantitativos ya que se trata de un fenómeno social. Por lo tanto, para poder llevar a cabo esta comunicación se opta por los métodos cualitativos como la mejor estrategia posible.

El desarrollo de la investigación se ha llevado a cabo en dos escalas de análisis: España y Mallorca. Para el desarrollo de la escala España se ha utilizado la bibliografía existente sobre el tema. En un segundo orden, haciendo hincapié en la parte más innovadora que analiza el turismo LGTB en la isla de Mallorca, se ha usado la entrevista semiestructurada por tener un mayor grado de flexibilidad debido a que parte de preguntas planeadas que se van adaptando a los entrevistados (Díaz-Bravo *et al.*, 2013).

Llegados a este punto, cabe indicar que aunque se trate de entrevistas diferentes adaptadas a las particularidades y conocimientos de cada entrevistado, siempre se buscarán puntos en común mediante algunas preguntas homogéneas que puedan dar lugar a un análisis que incida en temas concretos como por ejemplo la elaboración de un contexto general, la observación de los puntos de conflicto actuales o las posibles alternativas para el futuro del turismo LGTB.

De esta manera, se pretende hacer un análisis amplio de la situación del turismo LGTB en Mallorca. Para ello, se propone dividir las entrevistas a realizar en tres sectores para poder obtener tres ópticas o percepciones diferentes sobre una misma problemática: qué es lo que se lleva a cabo en el ámbito local, cómo se observa dicho fenómeno desde la Academia y qué opinión tienen los diversos colectivos sociales.

En este punto, la existencia de cierta reticencia a hablar sobre la problemática que nos ocupa por parte de los organismos públicos y de la principal asociación hotelera supone un obstáculo a la hora de recabar datos de calidad informativa. Con ello, la previsión inicial que se hizo para los posibles entrevistados -ocho entrevistas en total-, se ha visto reducida a un total de cuatro; tres investigadores y/o docentes universitarios, y la principal asociación LGTB de Baleares: BenAmics. Por este motivo, los resultados que aquí se presentan son preliminares.

Resultados

El turismo LGTB en España

Sin duda, España es uno de los destinos preferidos por los turistas LGTB lo que a su vez genera un impacto económico destacable. Según un estudio publicado por CromosomaX en colaboración con agentes privados especializados en la oferta para este sector, el turismo gay en España aumentó un 28% en 2016, alcanzando los 9.000 millones de facturación. Los principales mercados emisores de turistas LGTB son Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, y los principales destinos son Barcelona, Gran Canaria, Sitges, Ibiza, Benidorm y Torremolinos (The Blueroom Project, 2017: 12).

Por otro lado, un hecho histórico que convirtió a España como un destino turístico principal para el colectivo LGTB fue la entrada en vigor en Julio de 2005 de la legislación del matrimonio homosexual y la posibilidad de adoptar por parte de un matrimonio gay. Ello implicó varias cuestiones (Moner *et al.*, 2007): la legitimación del hecho homosexual –lo que reubicó a los homosexuales como ciudadanos de primera al compartir los mismos derechos que los heterosexuales-, la posibilidad de que aumentase el grado de aceptación de la sociedad española, la apertura del mercado relacionado con las bodas homosexuales y la oportunidad para que España se consolide como un gran destino europeo para el segmento turístico LGTB.

Para entender la importancia de este segmento en España, es necesario tomar como referencia los destinos turísticos más representativos a escala nacional [Ver figura 1].

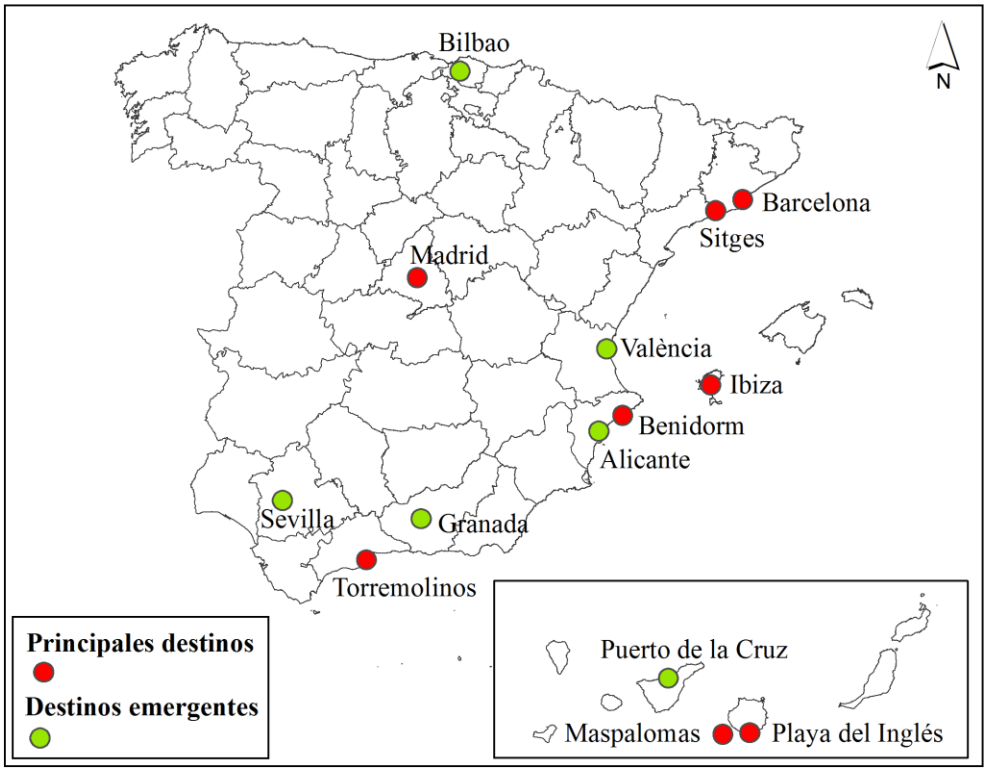


Fig. 1. Mapa de localización de los destinos turísticos LGTB en España. En rojo, los principales destinos. En verde, los destinos emergentes. Fuente: elaboración propia.
Fig. 1. *Sampling locations of LGBT tourist destinations in Spain. In red, the main destinations. In green, the emergent destinations. Source: own elaboration.*

Se observa que los principales destinos de los turistas LGTB son destinos turísticos maduros, con una larga experiencia turística. En este caso, se puede hacer una división de los mismos. Por un lado, tenemos los destinos ubicados en el litoral español, que delatan una predilección del turista LGTB por un lugar de sol y playa. Por otro lado, destacan los ya mencionados *city-breaks* como son Madrid y Barcelona, caracterizados por una oferta de ocio dirigida en exclusiva al turista LGTB. En ambas tipologías hay un factor común que es la variedad de oferta nocturna y de ambiente.

La demanda del turista LGTB presenta unas características distintas que van ligadas a sus necesidades específicas de las que destacan: las necesidades de seguridad, las de tipo fisiológico, las sociales y las de autoestima (Moner *et al.*, 2006). Tienen un papel muy importante las necesidades fisiológicas y, de entre ellas, la más destacable es el sexo. Las vacaciones en destinos considerados LGTB ofrecen la oportunidad de encontrar en un mismo espacio a un gran número de personas pertenecientes a dicho colectivo por lo que es más probable el encuentro de una pareja o de una relación esporádica (Moner *et al.*, 2006). Por ello, en las ciudades o destinos donde existen lugares de ambiente han proliferado los lugares de

cruising. Este hecho es más notable en la isla de Gran Canaria, donde en las dunas de Maspalomas es sabido que se realizan encuentros de este tipo.

Seguidamente, la seguridad es clave para el mercado turístico LGTB puesto que para este segmento puede resultar un factor decisivo el grado de aceptación social sobre su orientación sexual en el destino turístico. Por lo tanto, es observable que el cliente LGTB busca un destino donde se garantice que su identidad sexual no supondrá un conflicto durante su viaje (Moner *et al.*, 2006). En este sentido, lugares como Chueca en Madrid o el *gayxample* de Barcelona, suponen un estupendo destino, dado que son las primeras ciudades que se abrieron abiertamente a dicha comunidad. Sucede lo mismo con Torremolinos, que incluso durante la dictadura logró establecer un pequeño reducto de ambiente para el colectivo LGTB.

Referente a las necesidades sociales, la identidad sexual de este perfil de turista precisa de ser validada por las personas de su entorno (Hugues, 1997). Por ello, una de las primeras intenciones del turista LGTB es la de encontrarse con más personas del mismo colectivo (Moner *et al.*, 2006). Asimismo, lo que verdaderamente es relevante en la identidad de la comunidad LGTB es que en los espacios de dicho colectivo, gays, lesbianas, transexuales y bisexuales pueden sentirse parte de una comunidad, pueden abrir su sexualidad y sentirse seguros de prejuicios y discriminación (Ródenas, 2016). Por esa razón, las necesidades sociales son un factor clave para comprender la demanda del mercado turístico LGTB. De esta manera, se puede entender la relevancia de destinos como Ibiza donde existe toda una oferta dirigida en exclusiva a este público.

Finalmente, por lo que respecta a la necesidad de autoestima, se observa que el turista LGTB busca el reconocimiento por parte de los demás para así aumentar su confianza. De esta manera, este colectivo va reclamando cada vez más su presencia en el espacio heterosexual y se hace visible con los *Gay pride* o carnavales, donde además reclaman sus derechos y se pretende visualizar la existencia de otras identidades sexuales distintas a la heterosexual. Aquí destacan el festival Circuit de Barcelona, el Madrid Orgullo o el carnaval de Sitges. A su vez, estas celebraciones han conseguido generar grandes flujos turísticos no sólo a nivel nacional sino también a nivel internacional (Moner *et al.*, 2006).

En un segundo orden, teniendo en cuenta las preferencias y necesidades específicas del turista LGTB, se encuentran los destinos emergentes donde se están desarrollando diversas iniciativas para incentivar la llegada del nuevo segmento. Este es el caso de ciudades como Alicante, la cual ha desarrollado un mapa LGTBI para poder posicionar turísticamente a los negocios LGTB así como también playas como Urbanova o el Cabo de las Huertas. Sucede lo mismo con València, que ha apostado por llevar a cabo su propio festival LGTB.

Es destacable la relevancia que va adquiriendo Andalucía en este ámbito. Como ya se ha mencionado, Torremolinos es considerada la capital del turismo gay de la Costa del Sol. Pero también cabe destacar otros dos destinos emergentes. Por un lado, Granada ha ido creando toda una oferta *gay-friendy* que se ha recogido exclusivamente en la página oficial de turismo de su Ayuntamiento y que está dirigida a convertir la ciudad en un lugar cómodo y amistoso para el turista LGTB (Noguera, 2016). Asimismo, Granada presume de tener la única agencia mayorista de viajes en España para turismo LGTB. Por otro lado, Sevilla ha experimentado un crecimiento importante en el sector en los últimos años. En esta ciudad, las instituciones públicas y el sector empresarial se han puesto en marcha paralelamente para llevar a cabo proyectos dirigidos al colectivo LGTB (Noguera, 2016).

En las Islas Canarias, no hay duda de que Gran Canaria es la isla más relevante por lo que se refiere al turismo LGTB. Aun así, recientemente Puerto de la Cruz en la isla de Tenerife ha ido conformando su propia oferta de ambiente basada esencialmente en el ocio nocturno.

Por último, es destacable mencionar los esfuerzos que se están llevando a cabo en ciudades como Bilbao que ha llamado la atención de la cadena Axel Hotels (cadena dirigida al colectivo LGTB) y que abrirá un nuevo establecimiento en la ciudad en 2020.

El turismo LGTB en Mallorca

Una vez desarrolladas las entrevistas semiestructuradas, se ha tratado y agrupado la información obtenida por temas. De esta manera, se pretende hacer una aproximación a la situación actual del turismo LGTB en la isla de Mallorca, intentando entender los obstáculos con los que se encuentra, las particularidades que tiene y los posibles rumbos que podría tomar en los próximos años.

Cuando se pregunta si Mallorca está preparada para la llegada del turista LGTB la respuesta es clara: sí. Eso debe entenderse a distintas escalas: social, aunque de cada vez hay una mayor libertad sexual, identitaria y de género podría generarse un cierto rechazo por las partes más conservadoras de la sociedad; institucional, no se prevé un conflicto político pero tampoco una apuesta clara por la promoción del turismo LGTB; económico, existe un potencial inmenso al integrarlo en el modelo turístico actual; y hotelero, la forma en que se gestionan los alojamientos hoteleros debería cambiar para incluir las necesidades de este nuevo perfil de cliente. En lo que todos coinciden es en la necesidad de un trabajo a nivel interno que dé paso a una correcta implementación del turismo LGTB en la isla de Mallorca.

Asimismo, la primera diferenciación que se debe tratar más allá de aquellos espacios que son turísticos y aquellos que no, es la que supone el ámbito urbano y el ámbito rural. Al ser dos mundos con unas particularidades muy diferentes, la percepción que se pueda tener del turismo LGTB también se aleja notablemente. Por un lado, vemos que en la ciudad de Palma se ha podido palpar un mayor avance –similar al de otras ciudades- marcado por un elemento clave: el anonimato; lo que permite vivir de manera más fácil, sin sentirse juzgado. Por otro lado, en las zonas rurales aún hoy en día la diversidad sexual y de género sigue siendo una cuestión bastante hostil, hecho que se acrecienta cuando se habla de pueblos pequeños o de municipios con poca población que no se han visto afectados por el turismo.

Atendiendo a las particularidades del turista LGTB se ha observado el turismo LGTB como el factor clave para acabar con la estacionalidad de la isla. Esta premisa se ha llevado a debate con los entrevistados del ámbito académico los cuales han tenido opiniones diversas respecto al tema. Por un lado, hay que tener en cuenta que podemos chocar con limitaciones de carácter territorial, ambiental y social que tienen que ver con cualquier tipo de turismo y que la desestacionalización lo agrava. Por otro lado, teniendo en cuenta los problemas futuros que pueda tener la industria turística en Mallorca, este segmento podría configurarse como un as en la manga que está por desarrollar y que seguramente se accione cuando haya otros problemas. Así, el turista LGTB más que ayudar con la estacionalidad, que cada vez es menor, podría ayudar a resolver otro tipo de problemas como que los flujos de demanda vayan a otros destinos o que se agoten.

Llegados a este punto, se pregunta a los entrevistados por las ventajas competitivas de la isla que puedan ser claves para la atracción del turista LGTB. Se menciona el clima y el paisaje, la gran capacidad de alojamiento y el hecho de que se trata de un destino consolidado.

Cabe destacar que estos tres factores se podrían indicar de igual manera a la hora de hablar de muchas otras tipologías turísticas. Entonces, quizás se debería replantear el modelo turístico actual. Al hablar de la isla como un paraíso, se atrae a muchos turistas que la están saturando de manera notoria, generando *overtourism*. De esta manera, todos los potenciales que se tienen hasta la fecha se estarían perdiendo por el hecho de atraer ciertos segmentos turísticos en cantidades extraordinarias.

Seguidamente, se analizan qué materias son las pendientes para un desarrollo turístico en el que encaje correctamente el segmento LGTB. Aquí se habla de un factor clave: la seguridad. Aunque la percepción del ámbito académico es la de que Mallorca es un destino seguro para el turista LGTB, en el ámbito social aún se espera un avance significativo. Teniendo presentes los datos publicados, el Ministerio del Interior indica que las Islas Baleares es una de las Comunidades Autónomas donde más incidentes por delitos de odio se producen hacia el colectivo LGTB o por orientación sexual e identidad de género. Asimismo, no se trata únicamente de una seguridad a nivel social, sino que también se precisa de una seguridad a nivel normativo. Aun teniendo una Ley autonómica pionera (2016) que busque garantizar los derechos de la comunidad LGTB, si no se dota de una partida presupuestaria para desplegar sus proyectos, no se va a poder llegar a una acción efectiva de la misma.

En otro orden, hay que hablar de normalización y educación. La aceptación vendrá de la mano de una educación basada en la diversidad, que dé pie a la normalización de cualquier orientación e identidad sexual. A su vez, hace falta un compromiso real por parte de la administración pública y que las empresas y el sector hotelero estén realmente comprometidos con la causa. Ello pasará por una demostración y una involucración a nivel interno. Una vez se hayan conseguido estos pasos, se podrá ofrecer Mallorca como destino turístico para el colectivo LGTB.

Una conclusión a la que llegan todos los entrevistados es que no se quiere un futuro en referencia al turismo LGTB como el modelo implantado en Ibiza. Teniendo en cuenta la escasa promoción que se le da actualmente, no se prevé llegar a nada más especializado de lo que hay ahora en cuanto al turista LGTB. Aun así, si la sociedad avanza hacia la normalización puede ser que haya una evolución al mejorar la sensación de adaptación aunque no haya una intención política clara al respecto. Asimismo, el turismo LGTB se puede ver favorecido en las Islas Baleares precisamente por la elitización del espacio y no tanto por una elección turística. Es decir, no se trataría de una evolución interna sino que iría determinada por factores externos de nivel europeo.

Discusión y conclusiones

En primer lugar, y como se ha mencionado anteriormente, hay que incidir en que al no poder desarrollarse todas las entrevistas que se tenían previstas inicialmente, los resultados obtenidos son preliminares.

Una vez indicadas las características de la comunidad LGTB, definido el contexto del turismo LGTB en España y analizadas las particularidades de este segmento turístico en Mallorca, se han observado varios puntos que generan un debate entre los mismos entrevistados y que, trasladados dichos temas a la vida cuotidiana pueden conformarse como elementos de discusión social muy interesantes.

En primer lugar, se precisa de un replanteamiento epistemológico. Actualmente, hablar de turismo LGTB es hablar de turismo gay, poniendo el foco de atención en hombres gay con una posición social y económica bienestante, dejando de lado el hecho que se está tratando una comunidad diversa, constituida a su vez por diferentes segmentos los cuales tienen unas particularidades y necesidades dispares.

En segundo lugar, se debe pensar en la importancia de la posición política y del sector hotelero en relación a la promoción o trato del segmento turístico LGTB. En este punto, hay que remarcar que, entendiendo la situación de partida y el contexto en el que se encuentra Mallorca, antes de hablar de turismo LGTB y promocionarlo, se deben llevar a cabo muchas actuaciones de base. Es decir, no se puede impulsar la llegada de un turista tan vulnerable como el LGTB si no se puede garantizar su seguridad y bienestar. En este sentido, es interesante hablar de retroalimentación, de una balanza que debe ser equilibrada. Si se apuesta por la promoción para el cliente LGTB, debe saber que va a recibir un beneficio de un colectivo al que deberá devolver y nutrir de alguna manera.

En cuarto lugar, llegamos a un punto muy interesante de debate: ¿es necesaria la especialización? Es sugerente la dicotomía que se genera entre especialización y normalización. Por un lado, se observa la normalización como la clave para provocar un cambio sustancial en el segmento LGTB ya que lleva consigo una concienciación de la sociedad. La especialización, en cambio, se entiende como una manera de señalar con el dedo a lo diferente y a lo que precisa de servicios y zonas especiales que, a su vez, pueden llegar a conformar una segregación socioespacial. Consecuentemente, la clave está en no tratarlo como un segmento diferenciado sino en integrarlo en el modelo turístico actual.

En quinto lugar, hay que hablar de elitización. Normalmente, la promoción turística se basa en cuánto puede pagar un potencial cliente. Al ser el sector LGTB de inicio un sector bien posicionado a nivel económico, podemos caer en la elitización de la actividad turística dirigida a este perfil de turista. Por el contrario, hay corrientes dentro del movimiento que piden un reformulamiento urgente y que se niegan a permitir que se considere a todo el colectivo como un conjunto homogéneo con una mayor capacidad de gasto.

Seguidamente, se observa que aunque en un primer momento se posicionó el turismo LGTB como el desestacionalizador perfecto, las condiciones actuales parecen prever que no. Primeramente porque configurarlo como tal supondría una cierta especialización que, como se ha dicho líneas arriba, es precisamente lo que se debería evitar. Seguidamente porque se podría chocar con limitaciones de carácter territorial, social y ambiental. De esta manera, sería más correcto pensar en el turismo LGTB como un posible as en la manga frente a las situaciones de crisis.

Finalmente, si ya hemos visto qué es lo que se ha hecho hasta el momento y los puntos de reflexión, ahora deberíamos preguntar qué falta por hacer. La respuesta es sencilla: todo. Ello tiene su parte positiva y su parte negativa. Por un lado, la isla de Mallorca es un lienzo en blanco sobre el que actuar de manera correcta y ejemplar en el trato y promoción del turismo LGTB. Para ello, se precisa de un enorme trabajo de base en materia de igualdad y garantía de los derechos fundamentales básicos, además de un trabajo a nivel interno empresarial que esté realmente comprometido con el turista LGTB.

Referencias bibliográficas

Araña, J., Melián, A. y Moreno, S. S.f, Bayesian modelling average to identify tourism segments. Publicación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Ballesteros, N. 2017. *LGTB como segmento turístico*. Trabajo inédito. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. 2013. La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2 (7): 162-167.

Hughes, H. 1997. Holidays and homosexual identity. *Tourism Management*, 18 (1): 3-7.

Khan, R. 2013. *Travel motivations of gay and lesbian tourists: a qualitative inquiry*. Tesis Doctoral. University of Delaware Repository.

Melián, A., Moreno, S., y Araña, J. E. 2011. Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism Management*, 32 (5) 1027-1037.

Milano C. 2017. Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales. *The Ostelea School of Tourism & Hospitality*, Barcelona.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3): 551-564.

Moner, C., Royo, M., y Ruiz, M. E. 2006. El mercado turístico homosexual: Un estudio para Cataluña. *Estudios turísticos*, (167): 103-129.

Moner, C., Royo, M., y Ruiz, M. E. 2007. Oferta y demanda en el mercado turístico homosexual: una propuesta de estrategias de intercambio para la mejora del marketing en el segmento. *Cuadernos de Turismo*, (20): 171-197.

Noguera, J. 2016. Turismo gay: Análisis de una modalidad turística emergente en la ciudad de Sevilla. *IX Jornadas de Investigación en Turismo: El turismo y la Experiencia del cliente*, Sevilla, 1, 351-378.

OMT. 2004. *Gestión para la saturación turística en sitios de interés natural y cultural: Guía práctica*. Madrid, 133 pp.

Otero, A. B., Alén, M. E., y Domínguez, T. 2014. Turismo LGTB. Una aproximación al caso de Galicia. *Revista Galega de Economía*, 23 (1): 79-98.

Prat, J. M. 2015. Las motivaciones de los turistas LGBT en la elección de la ciudad de Barcelona. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3): 601-621.

Rivera, M. 2016. *La orientación sexual como criterio de segmentación de mercados*. Trabajo inédito. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.

Ródenas, P. 2016. *El col·lectiu LGTB i l'espai urbà de Palma*. Trabajo inédito. Repositori Universitat de les Illes Balears.

The Blueroom Project y TBP consulting. 2017. Panorama Turístico Español "Las nuevas pautas del viajero". Madrid, 33 pp.

Vives-Miró, S. y Rullán, O. 2017. Desposesión de vivienda por turistización? Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca). *Revista de Geografía Norte Grande*, (67): 53-71.

Análisis de la evolución de la línea de costa, frecuentación y superficie de playa en la isla de Menorca (2001-2015) (Islas Baleares)

José Ángel MARTÍN-PRIETO, David CARRERAS MARTÍ y Guillem X. PONS

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Martín-Prieto, J.A., Carreras, D. y Pons, G.X. 2020. Análisis de la evolución de la línea de costa, frecuentación y superficie de playa en la isla de Menorca (2001-2015) (Islas Baleares). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 507-518. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Se ha analizado la relación entre erosión de la línea de costa, superficie de playa y la frecuentación en un total de 30 playas de la isla de Menorca entre los años 2001 y 2015. En las playas erosivas, la línea de costa retrocede una media de -4,3 m y una superficie de -232 m^2, la mayoría de ellas clasificadas tipología B, el 60 % (en ANEI, altos índices de frecuentación, accesibilidad rodada cercana y sin servicios), por lo que esta tipología no es determinante en la evolución de la superficie de playa. Sin embargo, coinciden con las playas más frecuentadas y que superan la capacidad de carga por encima del 100 %. Las playas acrecionarias avanzan 4 m y su superficie crece 1.559 m^2, siendo la mayoría tipo A, el 66 % (áreas urbanas o turísticas, con servicios de playa, accesibilidad rodada a pie de playa). Por lo que respecta a la superficie de playa, a mayor superficie, menor capacidad de carga y menor presión sobre estos espacios, independientemente de su clasificación tipológica en A o B. Por el contrario, las de menor superficie reciben una mayor capacidad de carga, algunas de ellas con saturación condicionada por una excesiva publicitación de estos espacios.

Palabras clave: *Menorca, Capacidad de carga, frecuentación, erosión.*

ANALYSIS OF THE OF THE COASTLINE EVOLUTION, FREQUENTATION AND BEACH SURFACE ON THE ISLAND OF MENORCA (2001-2015) (BALEARIC ISLANDS). The relationship between erosion of the coastline, beach area and frequentation in a total of 30 beaches on the island of Menorca between 2001 and 2015 has been analyzed. In erosive beaches, the coastline falls an average of -4.3 m and -232 m^2, most of them classified typology B, 60% (in ANEI, high frequencies, close accessibility and without services), so this typology is not decisive in the evolution of the beach surface. However, they coincide with the most frequented beaches and that exceed the carrying capacity of over 100%. The accretionary beaches advance 4 m and their surface grows 1,559 m^2, being the majority type A, 66% (urban or tourist areas, with beach services, accessibility to the beach). Regarding the beach surface, the greater the surface, the lower the load capacity and the less pressure on these spaces, regardless of their typological classification in A or B. On the contrary, those with a smaller surface receive a greater load capacity, some of them with saturation conditioned by excessive advertising of these spaces.

Key words: *Menorca, beach carriyng capacity, frecuentation, beach erosion.*

José Ángel MARTÍN PRIETO y Guillem X. PONS, Grup de recerca BIOGEOMED, Universitat de les Illes Balears; David CARRERAS MARTÍ Observatori Socioambiental de Menorca (OBSAM), DCM i GXP, Institut Menorquí d'Estudis (IME), email contacte: guillemx.pons@uib.es.

Recepción del manuscrito: 4-junio-2020; revisión aceptada: 31-julio-2020.

Introducción

La imagen turística de la isla de Menorca está asociada en gran medida a la abundancia de playas y calas vírgenes que se distribuyen a lo largo del litoral (Fig. 1). Éste constituye el principal recurso turístico de la isla, que se plasma como un espacio que trata de satisfacer las expectativas del turista. La oferta turística, además de la demanda local, han acabado por banalizar este recurso natural, transformando la naturalidad de las playas a merced de las necesidades coyunturales, subjetivas y corto-placistas de la demanda del mercado (Roig-Munar *et al.*, 2017).

El problema surge cuando sobre alguno de estos espacios se produce sobrefrecuentación, concentrada en temporada alta, por lo que la presión que se ejerce es muy elevada, generando impactos ambientales y sociales (generación de residuos, fragmentación de hábitats, erosión, etc.).

Desde el punto de vista de protección del medio, la Ley de Espacios Naturales (LEN) 1/91 (y sus posteriores modificaciones legislativas), con el desarrollo de la figura de las Áreas Naturales de Especial Interés (ANEI), protegió el 43% del territorio y eliminó la presión urbanística en el 23% del litoral (Fig. 1). Posteriormente, a inicios de la década de 2000, con el fin de realizar una gestión más adecuada, desde el Servicio de Playas del Consell Insular de Menorca, se realizó una clasificación de playas para la aplicación de medidas de gestión diferenciadas en función de la conservación y/o los valores naturales de cada una de ellas (Juaneda y Roig, 2002, Roig-Munar, 2003). Esta clasificación distinguía tres tipos de playas:

Tipo A: situadas en áreas urbanas o turísticas, con servicios de playa y accesibilidad rodada a pie de playa,

Tipo B: situadas en ANEI, con altos índices de frecuentación, accesibilidad rodada relativamente cercana y sin servicios,

Tipo C: situadas en ANEI, con bajos índices de frecuentación y con accesibilidad exclusivamente peatonal.

Por ello y para mejorar su gestión, se hace necesario conjugar toda la información disponible. En este sentido, la disponibilidad de bases de datos referentes a la evolución histórica de la línea de costa, la evolución de la superficie de playa y la frecuentación de usuarios constituyen herramientas muy importantes para conocer como se ha desarrollado a lo largo de este periodo de estudio, que comprende desde el año 2001 al 2015, el impacto de los usuarios para un total de 30 playas de la isla.

Aparte de la evolución de la población de derecho, se introduce otro indicador para medir la población de la isla: indicador de Presión Humana Diaria (PHD). Según la definición del OBSAM (www.obsam.cat), este indicador contabiliza todas las personas que hay en Menorca y hace un seguimiento diario, sumando y restando de la población total las personas que entran y salen diariamente por los puertos y el aeropuerto de Menorca. El

PHD nos da información sobre cuál es el número real de personas que hay en la isla en un momento determinado. Este máximo de personas se produjo en 2015 con 202.743. Sin embargo, durante los últimos 4 años los valores máximos anuales del PHD presentan valores similares, siempre por encima de 200.000 personas, con un incremento continuado desde 2009 (Florit *et al.*, 2016). Aunque la PHD muestre una estabilización de la población máxima en torno a las 200.000 personas en los últimos años, el número total de turistas que llegan a la isla de Menorca durante todo un año experimenta un crecimiento año tras año desde 2010 con 944.799 turistas hasta alcanzar 1.178.729 en el año 2015. Por tanto, tenemos un incremento en el número de usuarios desde el inicio del siglo hasta el 2013, año en el que se estabilizan los números. En cuanto a la evolución de la población de Menorca, durante el periodo de estudio de este trabajo, ésta ha aumentado desde algo más de 75 mil en 2001 a los 92.348 habitantes en 2015 (Florit *et al.*, 2016), es decir, un aumento de un 18,5 %, con un incremento continuado hasta 2013 con 95.183 habitantes. A partir de este año la curva comienza a descender hasta el año 2015.

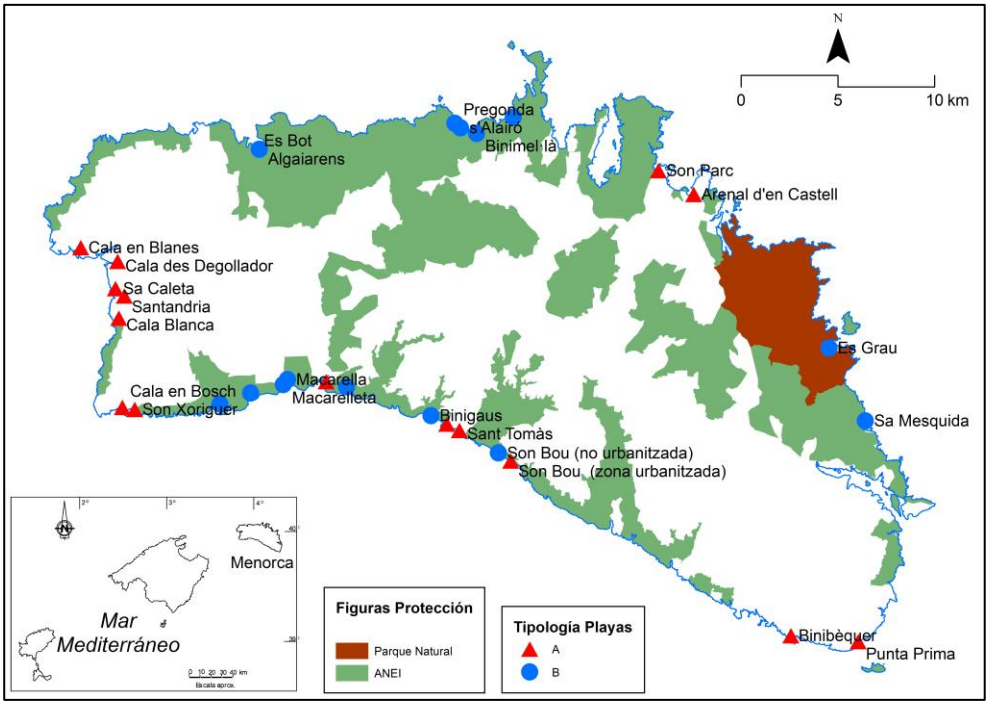


Fig. 1. Localización de las playas objeto de estudio y figuras de protección medioambiental.
Fig. 1. *Location of the beaches under study and environmental protection figures.*

Otro dato que aporta información sobre la mobilidad lo consituye la Intensidad Media Diaria (IMD). Este indicador, muestra la evolución de la intensidad del tráfico a partir de la media de vehículos diarios que pasan por las principales estaciones de aforo de la isla (Florit *et al.*, 2016). El IMD muestra un crecimiento constante desde 2001 a 2007 con

10.846 vehículos, para disminuir ligeramente hasta el año 2015, con datos similares a 2001 con 10.030 vehículos.

Antecedentes

Se ha analizado la evolución de la línea de costa de 52 playas de Menorca para un periodo de tiempo comprendido entre 1956 y 2015 (Martín *et al.*, 2020). El resultado global fue de un retroceso medio (NSM) de -4,8 m para el conjunto de toda la isla, a un promedio de -0,09 m/a. De éste estudio, se han extraído las 30 playas que se analizan en este trabajo, cuyo retroceso medio de la línea de costa es de -1 m (Fig. 1 y Tabla 1).

En cuanto a estudios sobre capacidad de carga, se han realizado varios trabajos desde el inicio de los 2000 en los que su análisis se considera una buena herramienta de gestión del litoral (Roig-Munar, 2002). Posteriormente, Roig-Munar y Martín-Prieto (2002) y Roig-Munar (2003) analizan la capacidad de carga física y la capacidad de carga perceptual en los ANEIs Me-3 y Me-14 de la costa septentrional y meridional respectivamente. En ambos trabajos ya se observa una sobrefrecuentación de las cinco playas que se ubican en el ANEI Me-14 que da lugar a la degradación de estos espacios. También se pone de manifiesto como la publicitación de estos espacios parece estar relacionada con la sobrefrecuentación. Finalmente, Roig-Munar *et al.* (2020) analizan la capacidad de carga de un total de 16 playas entre los años 2000 y 2017 incidiendo en que los patrones de uso y frecuentación son una herramienta útil en la gestión y planificación del litoral. También reafirma, al igual que en 2002, que la publicitación de estos espacios juega un papel importante.

El objetivo de este trabajo se centra en determinar si existe alguna relación entre el número de usuarios y la evolución tanto de la línea de costa como de la superficie de un total de 30 playas seleccionadas, distribuidas a lo largo de todo el litoral de Menorca, el 50% de las cuales está clasificada como tipología A y el otro 50% como tipología B (Fig. 1 y Tabla 1)

Se trataría de demostrar, por tanto, si los procesos de erosión/acreción de las playas y su disminución/incremento de superfice están ligados a la frecuentación y a la capacidad de carga física de cada una de las playas escogidas.

Metodología

En este apartado analizaremos por un lado el método seguido para el cálculo de los procesos de erosión-acreción, el cálculo de la superfície de playa y finalmente como se han obtenido los datos de capacidad de carga.

Para medir sistemáticamente las variaciones de la línea de costa a lo largo de un período suficientemente largo de tiempo, se ha establecido una metodología desarrollada a través de un Sistema de Información Geográfica (SIG) a partir de la utilización de las ortofotos obtenidas del IDE Menorca (*Infraestructura de Dades Espacials de Menorca*, www.cartografia.cime.es), correspondientes a los años 2001, 2002, 2006, 2007, 2008, 2012 y 2015. Una vez digitalizadas las diferentes líneas de costa, éstas se han analizado con la ayuda de la herramienta *Digital Shoreline Analysis System* (Thieler *et al.*, 2009), que permite el cálculo de la tasa de cambio de la costa en función de la distancia entre dos líneas y el tiempo transcurrido. De este modo, la herramienta ofrece varias estadísticas

fundamentales que para este trabajo se ha utilizado el *Net Shoreline Movement* (NSM), que muestra la distancia en metros entre las líneas de costa más antigua y más reciente.

El cálculo de la superficie de las playas se ha realizado mediante un SIG a partir de las ortofotos señaladas del párrafo anterior, junto con el trabajo de campo. Del conjunto de la superficie constituida por arena se toma aquella apta para colocar una toalla, denominada superficie de reposo, la cual se define como la superficie de playa no ocupada por vegetación sin morfologías dunares, excluyendo zonas húmedas o desembocaduras de torrente, descontando la zona de tránsito o de acceso habitual a la playa y la zona de bateo del mar en la primera línea litoral (Pérez *et al*., 2018). En cambio, se incluyen las zonas adyacentes ocupadas por pinos, donde la gente se acostumbra a colocar en sombra, siempre y cuando sea sobre arena. Es importante tener presente que las playas no son sistemas estáticos y que su superficie puede sufrir cambios importantes dentro de un mismo año o a lo largo de los años, en función de los temporales, torrentadas o aspectos relacionados con la gestión.

Para el cálculo de la capacidad de carga se ha utilizado el concepto de capacidad de carga física, que se define como el número máximo de usuarios que un determinado espacio puede soportar indefinidamente, sin provocar impactos negativos significativos, es decir, que la superficie disponible de playa por persona es inferior a la considerada como óptima para cada tipo de playa. Estos valores de referencia son de 5 m^2/pers. para las playas de tipología A y de 15 m^2/pers. para las playas de tipología B. Para el recuento de usuarios se utilizan los datos ofrecidos por el *Observatori Socioambiental de Menorca* (OBSAM, www.obsam.cat) a partir de los recuentos de usuarios a pie de playa. Esta metodología es seguida de manera continuada desde el año 2000 establecida por el OBSAM y el *Servei de Neteja de Platges del Consell Insular de Menorca* (Carreras *et al.,* 2018). Los conteos se hacen dos días (un día entre semana y un día de fin de semana) durante el mes de agosto a las 11h, 14h y 17h, buscando las semanas de máxima presencia de turistas en la isla, utilizando siempre el valor máximo detectado.

Finalmente se realiza un Análisis Exploratorio de Datos aplicando las técnicas de agrupación o análisis clúster. Se procedió, en primer lugar, a estandarizar los datos de superfície de playa, capacidad de carga y recuento máximo de personas para los años 2001, 2002, 2006, 2008 y 2015, se estimaron los datos perdidos y posteriorment se aplicaron medidas de similitud (distancia euclídea) y formación de grupos jerárquicos por el método de aglomeración de Ward. El AC tiene por objeto formar grupos o clústers homogéneos en función de las similitudes o similaridades entre ellos.

Resultados

El elevado número de visitantes en época estival, superando la capacidad de carga física, es una de las causas que facilitan los procesos erosivos en los sistemas playa-duna (Martín-Prieto *et al.,* 2018). La superación del límite físico, así como la falta de control, facilita el trasiego de usuarios sobre la duna delantera y el sector dunar interior, favoreciendo la erosión del conjunto del sistema. En la tabla 1 se presentan los datos referentes a los cálculos realizados para cada playa basados en los recuentos máximos para cada año muestreado, junto a los valores de NSM y la tipología de cada playa.

Se puede observar en las de tipología de playas A, con un promedio del conjunto de un retroceso de la lína de costa de -1,6 m, como 8 de ellas presentan retroceso de la línea de costa, sin embargo las playas que superan el 100 % de su capacidad de carga son 5, para un total de 9 ocasiones. La superfície media de esta tipología es de 9.031 m^2. Las playas de tipología B, 15 de ellas presentan retroceso de la línea de costa, para un valor medio de NSN es de -0,5 m. El total de playas de esta tipología que supera el 100 % su capacidad de carga es de 10, para un total de 35 observaciones. Especialmente destacan Cala d'Algaiarens, Cala en Turqueta, Macarella, Macarelleta, Platja de Cavalleria y Platja de s'Alairó (Pregonda) que lo superan en todos los años aforados. La superfície media de esta tipología es de 6.443 m^2, un tercio inferior que las playas de tipología A (Tabla 1)

Playa	Tipología	NSM	Sup. Media	Rec. mx. 2001	Superf. mx. 2001	% ocupación 2001	Rec. mx. 2002	Superf. mx. 2002	% ocupación 2002	Rec. mx. 2006	Superf. mx. 2006	% ocupación 2006	Rec. mx. 2008	Superf. mx. 2008	% ocupación 2008	Rec. mx. 2015	Superf. mx. 2015	% ocupación 2015
Arenal de son Saura	A	0.6	12531	865	20.2	25%	1,625	9.8	51%	923	15.5	32%	1,470	8.7	57%	-	-	-
Arenal d'en Castell	A	-1.1	12441	2,410	6.3	80%	-	-	-	1,419	10.6	47%	1,328	11.1	45%	1483	11.9	50%
Cala Binibequer	A	-8.4	2930	555	7.8	64%	686	4.3	117%	693	4.6	108%	692	5.6	89%	-	-	-
Cala Blanca	A	-14.4	1683	365	6.6	75%	280	8.3	60%	377	5.6	89%	400	4.4	113%	-	-	-
Cala de Santandria	A	1.6	1597	185	7.9	63%	340	4.3	116%	130	16.0	31%	310	6.9	72%	-	-	-
Cala en Blanes	A	-2.6	1054	256	5.3	94%	210	5.6	-	260	4.8	104%	300	3.7	136%	-	-	-
Cala en Bosch	A	0.5	5130	550	10.9	46%	350	17.1	29%	390	16.7	30%	1,121	5.3	94%	-	-	-
Son Bou (urb.)	A	3.5	29998	3,129	10.5	48%	2,429	13.6	37%	2,493	16.8	30%	2,432	16.5	30%	-	-	-
Platja de Binicodrell	A	3.4	4061	917	2.0	253%	510	9.7	52%	900	7.2	70%	-	-	-	571	10.2	53%
Platja de Punta Prima	A	-5.2	6557	972	9.5	53%	952	8.6	58%	854	8.0	62%	866	8.7	58%	615	12.6	40%
Platja de Sant Tomàs	A	-0.1	11656	1,350	10.1	50%	1,085	11.8	42%	1,300	11.6	43%	-	-	-	950	14.5	35%
Platja de so na Parets	A	2.7	3893	600	7.0	71%	-	-	-	1,350	3.9	129%	1,258	4.5	111%	-	-	-
Platja Gran	A	-6.2	910	-	-	-	-	-	-	226	5.9	85%	140	9.1	55%	-	-	-
Cala Galdana	A	6.9	14665	2,800	5.6	89%	2,970	5.4	93%	1,800	11.1	45%	-	-	-	-	-	-
Sa Caleta	A	-5.2	1009	210	6.2	81%	-	-	-	169	6.7	74%	-	-	-	-	-	-
Media		**-1.6**	**9031**	**1083**	**8.3**	**77.9**	**1040**	**8.9**	**65.5**	**886**	**9.7**	**65.3**	**938**	**7.7**	**78.3**	**905**	**12.3**	**44.6**
Llevant de son Saura	B	-6.2	9031	1,497	6.0	250%	661	15.5	97%	592	20.2	74%	643	19.0	79%			
Cala d'Algaiarens	B	-4.1	5337	450	14.3	105%	550	12.7	118%	634	8.1	185%	655	11.4	131%	-	-	-
Cala en Turqueta	B	1.6	1949	503	4.4	337%	570	3.6	421%	320	6.7	224%	526	4.9	306%	288	9.4	159%
Cala Macarella	B	-6.7	4476	539	11.4	132%	648	7.6	197%	610	9.0	167%	615	8.9	169%	1416	4.5	436%
Cala Macarelleta	B	-1.1	925	155	7.6	198%	320	3.2	471%	230	5.4	277%	288	4.0	375%	421	2.8	654%
Cala Mesquida	B	-1.9	7137	396	23.7	63%	355	25.4	59%	336	28.3	53%	-	-	-	385	19.7	76%
Cala Mitjana	B	-4.5	3298	319	13.6	110%	-	-	-	515	9.1	165%	568	7.7	194%	-	-	-
Cala Pregonda	B	-0.3	4916	233	22.2	68%	210	28.7	52%	289	20.8	72%	198	31.0	48%	-	-	-
Son Bou (no urb.)	B	2.0	23572	832	30.4	49%	646	39.8	38%	565	59.3	25%	665	47.0	32%	-	-	-
Platja de Binigaus	B	1.8	10109	768	6.8	221%	723	13.8	109%	1,280	13.3	113%	934	16.7	90%	753	17.9	88%
Platja de Binimela	B	-1.8	5649	356	19.7	76%	220	33.3	45%	125	49.0	31%	215	31.6	48%	-	-	-
Platja de Cavalleria	B	-2.2	6961	649	8.0	188%	520	11.6	130%	796	7.5	199%	520	11.8	127%	-	-	-
Platja de s'Alairo	B	-0.1	1884	178	10.3	146%	288	5.7	261%	490	6.3	237%	198	13.1	115%	-	-	-
Platja des Bot	B	-6.5	4449	130	41.5	36%	127	34.4	44%	235	24.3	62%	374	17.7	85%	-	-	-
Platja des Grau	B	22.0	6951	430	14.9	101%	490	15.8	95%	418	16.2	92%	-	-	-	-	-	-
Media		**-0.5**	**6443**	**496**	**15.6**	**138.7**	**452**	**17.9**	**152.6**	**496**	**18.9**	**131.8**	**492**	**17.3**	**138.3**	**653**	**10.9**	**282.7**

Tabla 1. Datos de NSM (m), en amarillo erosión; recuento máximo de usuarios, superfície máxima (m^2/usuario) y el porcentaje de ocupación, en rojo las playas que superan el 100 % (Fuente: OBSAM).

Table 1. *NSM data (m), in yellow erosion; maximum user count, maximum area (m^2/user) and percentage of occupation, in red the beaches that exceed 100 % (Source: OBSAM).*

En la Tabla 2 se pueden apreciar los datos medios para playas erosivas y acrecionarias. Las primeras tienen un retroceso de -4.3 m (NSM) y una pérdida de superfície de -232 m^2. Esta agrupación está formada por playas pertenecientes al clúster 4 (el 61 %, mientras que el 33 % corresponden al 2), playas en su mayoría clasificadas como tipología B (el 61 %) (Fig. 2). Por su parte, las playas acrecionarias avanza su línea de costa 4 m (NSM) y una

superfície de 1.559 m^2.Ésta agrupación está formada casi al 50 % por playas de los clústeres 1 y 2 y por playas clasificadas como tipología A en su mayoría (el 66 %). Hay que destacar la diferencia de superficie entre ambas (5.235 frente a 12.691 m^2) y la capacidad de carga de superfície por persona, que es tres veces superior en las playas acrecionarias (584 frente a 1.970 m^2).

	NSM (m)	Sup. Media (m)	Diferencia (m^2) 2001-2015	CC/Sup/Pers.	Dif. CC/Sup/Pers. (m^2) 2001-2015	Rec. máx. Usuarios 2001	% variació de CC 2001	Rec. Máx. Usuarios 2002	% variació de CC 2002	Rec. Máx. Usuarios 2006	% variació de CC 2006	Rec. Máx. Usuarios 2008	% de variació de CC 2008	Rec. Máx. Usuarios 2015	% variació de CC 2015
Erosivas	-4.3	**5325**	-232	**584**	-37	506	**105**	474	**123**	485	**116**	445	**121**	757	**248**
Acrecionarias	4.0	**12691**	1559	**1970**	155	1166	**120**	1065	**100**	999	**70**	1116	**90**	774	**90**

Tabla 2. Valores medios para playas erosivas y acrecionarias (Fuente: OBSAM).
Table 2. *Average values for erosive and accretionary beaches (Source: OBSAM).*

En cuanto a la variación de la capacidad de carga por años, las playas erosivas superaron la media del 100 % todos los años. Por contra, las acrecionarias tan solo lo superan en 2001, alcanzando el 100 % en 2002, siendo inferior el resto de años. Señalar finalmente, que el recuento máximo de usuarios aumenta entre 2001 y 2015 (pasa de 506 a 757), mientras que disminuye en las acrecionarias, de 1.116 a 774 usuarios.

Análisis espacial

Se realiza una clusterización aglomerativa jerárquica de las 30 playas utilizando el tipo de Distancia Euclídea a través del Método de Ward. A partir de este método se obtiene un dendrograma (Fig. 2) que agrupa las distintas observaciones en cuatro grupos o clústers.

El clúster 1 está compuesto por 5 playas que se caracterizan por ser las que mayor superfície tienen (con una superfície media de 17.969 m^2), donde la capacidad de carga es baja o muy baja, siendo su media de 2.840 usuarios. Dos de estas playas son erosivas, pero la línea de costa avanza hacia el mar hasta 1.7 m. Todas son tipología A, excepto la playa de Son Bou no urbanizada. La media del conjunto, no supera el 50 % de la capacidad de carga, con una superfície disponible por usuario que oscila entre los 13 y 22 m^2 de 2015 y 2006 respectivamente.

El clúster 3 lo forma una playa, playa de Son Bou urbanizada, que se puede considerar como una anomalía. Es la playa con mayor superficie de la isla con 36.000 m^2 y una capacidad de carga de 7.200 usuarios.

El clustér 2 está formado por 11 unidades con una superfície media de 3.905 m^2 y una capacidad de carga media de 680 usuarios. Un total de 7 playas superan el 100 % de su capacidad de carga, en número entre uno y dos ocasiones. Todas excepto la Platja des Grau son de tipología A. El retroceso medio de la línea de costa (NSM) es de -1,7 m (a pesar de que la Platja ds Grau crece hasta 22 m en este periodo 2001-2015), donde se encuentran las playas que más retrocede la línea de costa como Cala Blanca (-14,4 m) y Cala Binibèquer con -8.4 m. La principal característica (excepto es Grau) es que la media de todas las playas supera el 100 % de su capacidad de carga, es decir, en este caso los 5 m^2 por persona (el 90 % son playas de tipología A). La capacidad de carga superficie/persona es de 680 usuarios.

El clúster 4 está formado por un total de 13 unidades, todas clasificadas como tipología B, con una superfície media de 6.104 m^2. Esta agrupación destaca porque en ella se encuentran las playas (el 70 %) donde la capacidad de carga ha sido superada en mayor número de ocasiones. También destaca este clúster porque concentra aquellas playas más frecuentadas, superando incluso el 400 % de su capacidad de carga, como es el caso de Macarelleta o Cala en Turqueta. La otra playa que presenta elevados índices de frecuentación es Macarella y la Platja de Cavallería. El retroceso medio de la línea de costa de esta agrupación es de -2,5 m, ligeramente superior al clúster 2. La capacidad de carga superficie/persona es de 407. Todas las playas presentan retroceso de la línea de costa excepto dos, la Platja de Binigaus y Cala en Turqueta. La superfície máxima por usuario se encuentra en el límite de su capacidad (que para la tipología B es de 15 m^2), oscilando entre los 10.9 a los 16.3 m^2 de 2015 y 2002 respectivamente.

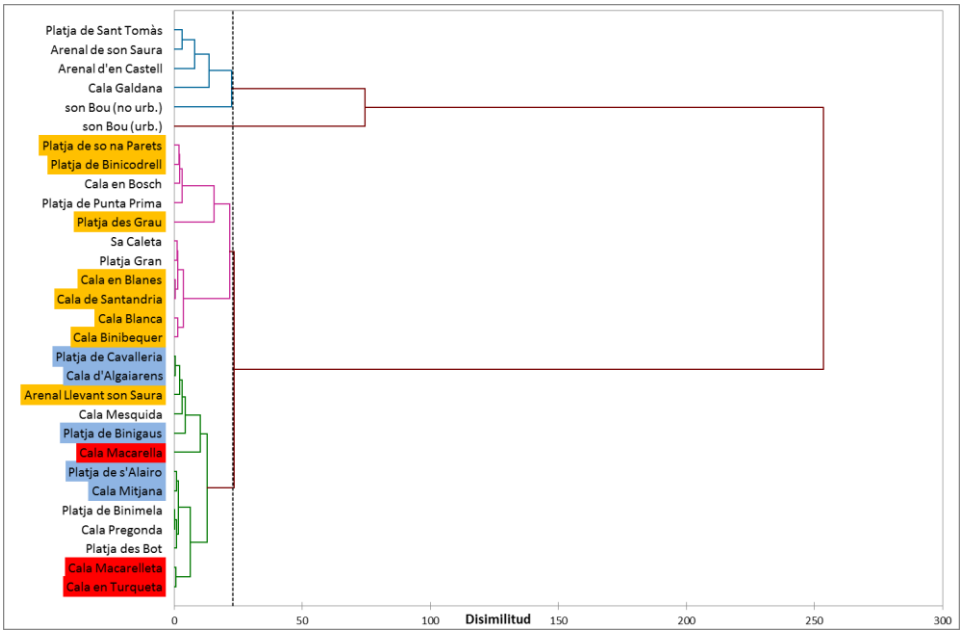


Fig. 2. Dendrograma de Ward mediante coincidencia de agrupamientos. En color naranja playas donde la CC ha sido superada 1-2 ocasiones; en azul playas donde la CC ha sido superada 3-4 ocasiones y rojo playas donde la CC ha sido superada 5 ocasiones.
Fig. 2. *Ward's dendrogram by grouping match. Orange beaches where the CC has been overcome 1-2 times; in blue beaches where the CC has been overcome 3-4 times and in red beaches where the CC has been overcome 5 times.*

En la Fig. 3 se puede observar la relación existente entre erosión-acreción (NMS) y la diferencia de superfície de playa disponible entre los años 2001 y 2015. El 60 % de las observaciones son erosivas (en color rojo), que coincide con aquelles playas donde la capacidad de carga en este periodo de tiempo ha sido superada al menos en dos ocasiones (señaladas con fondo amarillo), excepto la playa de so na Parets (Son Xoriguer) y Cala en

Turqueta. Ésta última, una de las playas más visitadas de la isla (junto a Cala Macarella, Macarelleta, Algaiarens, las Platges de Cavalleria y s'Alairó (Pregonda), señaladas con fondo rojo), representa una anomalía ya que tanto la línea de costa como su superfície crecieron positivamente en este periodo, al contrario que las playas señaladas arriba, que disminuyeron su superficie. En cuanto a las playas des Grau y de Binigaus, las consideramos como anomalías con respecto al conjunto por sus valores extremos, tanto de NSM como de incremento de superficie.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos, se aprecia cierta relación en la hipótesis de partida en la que se trataba de determinar si los procesos de erosión/acreción de las playas y su disminución/incremento de superficie están ligados a la frecuentación y a la capacidad de carga física de un total de 30 playas de la isla de Menorca. Es decir, a priori, a mayores tasas erosivas la superfície de la playa disminuye, por lo que la superfície destinada a reposo también debería disminuir.

En general cabe señalar que la tendencia en el número de usuarios desde el año 2006 ha aumentado y que hay una predisposición a concentrase en unas determinadas playas.

A partir de los resultados obtenidos (Fig. 2 y Tablas 1 y 2) se pone de manifiesto que las playas de tipología B (situadas en ANEI, altos índices de frecuentación, accesibilidad rodada relativamente cercana y sin servicios, cuya superfície de confort es de 15 m^2/usurio), con un retroceso medio de la línea de costa de -0,5 m, tres veces inferior a las playas de tipología A (situadas en áreas urbanas o turísticas, con servicios de playa y accesibilidad rodada a pie de playa, cuya superfície de confort es de 5 m^2/usuario) presentan mayores índices de frecuentación y por tanto soportan una mayor capacidad de carga.

Uno de los factores que explican esta situación es la superfície de playa. Así, a mayor superfície, menores índices de capacidad de carga y a la inversa, es decir, menor superfície y mayores índices de capacidad de carga, tal como se pone de manifiesto en el clúster 3 de la Fig. 2. En esta agrupación se encuentran las playas más sobrefrecuentadas de la isla, Macarella, Macarelleta y Cala en Turqueta, que superan con creces el 100 % (Tabla 1) y en menor medida las playas de Algaiarens, Cavalleria y s'Alairó. El caso de Cala en Turqueta, la superfície de playa aumenta, al igual que su línea de costa crece, lo que en cierta medida difiere de los datos de Macarella y Macarelleta.

Los motivos que incentivan a los turistas a visitar Menorca son fundamentalmente sol y playa en el 51 % de los casos, según una encuesta realizada en 2016 (Pérez *et al*., 2018), junto a tranquilidad y paisaje (Florit *et al*., 2016). La explicación sobre la relación publicitación-visitación resulta convincente, especialmente para las tres primeras. Este hecho se puso de manifiesto en un trabajo elaborado por Pérez-López y Roig-Munar en 2013, donde destacan que las 8 playas más visitadas de la isla, estaban entre las 10 más publicitadas (el 80 % playas de tipología B).

Estos datos coinciden con los resultados de la Tabla 1, donde las playas B superan en todos los años analizados el 100 %, con un rango entre 131,8 y 282,3 %; al contrario que en las tipo A, donde la cifra más elevada es de el 78,3 % en 2008. Son datos que coinciden con

los aparcamientos, donde en las playas más frecuentadas, estaban ya completos entre las 09.00 y las 11.00 h (Florit *et al.*, 2016).

La consecuencia de esta sobrefrecuentación en las playas tipo B es que a partir de una cierta densidad los usuarios buscan lugares fuera de la zona de reposo de la playa, invadiendo los entornos adyacentes y llegando a deteriorar los ecosistemas cercanos como puedan ser zonas dunares y boscosas, donde ya se han podido constatar impactos erosivos.

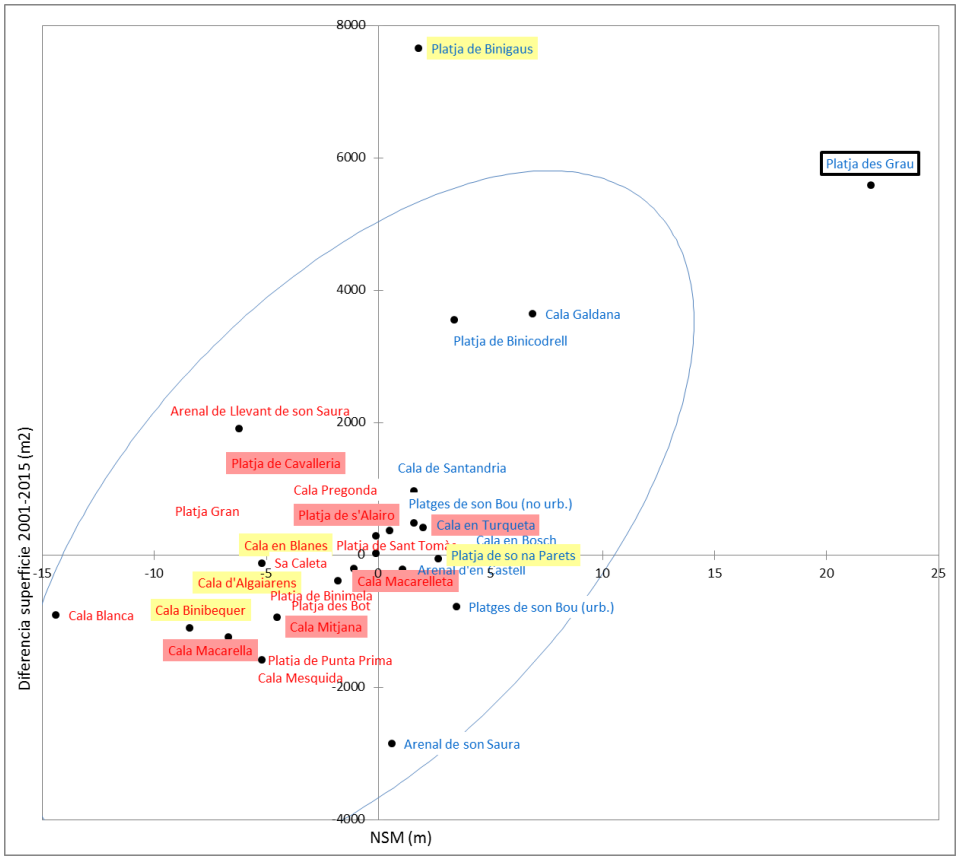


Fig. 3. Gráfico de dispersión comparando NSM y la diferencia de superfície de playa entre 2001 y 2015. En color naranja playas donde la CC ha sido superada en más de dos ocasiones. Observaciones en azul corresponde a playas acrecionarias. Observaciones en rojo corresponde a playas erosivas.
Fig. 3. *Scatter plot comparing NSM and the difference in beach surface between 2001 and 2015. Orange beaches where the CC has been exceeded on more than two occasions. Observations in blue correspond to accretionary beaches. Observations in red correspond to erosive beaches.*

En playas de mayor superficie, aunque la erosión reduce la superficie total disponible por usuario, el área utilizada no se ve afectada ya que la franja de playa utilizada será desplazada hacia tierra siguiendo el retroceso de la línea de costa.

En términos de planificación turística, este proceso de sobrefrecuentación y disminución de la superfície de reposo por usuario, es importante conocerlo y anticiparse para evitar el descontento de ls usuarios.

Conclusiones

Las playas y calas de de Menorca constituyen uno de los principales reclamos turísticos de la isla. Es por ello que la sobre frecuentación de alguno de estos espacios da lugar a una sensación de masificación y saturación, lo que lleva a algunos usuarios a invadir entornos vecinos como dunas, sistema dunar, etc., deteriorando estos ecosistemas.

No obstante, la capacidad de carga presenta valores tolerables, encontrándose dentro del límite recomendado de m^2/usuario, excepto en algunas playas donde es superado ampliamente.

A partir del estudio de la evolución histórica de la línea de costa entre los años 2001 y 2015, la evolución de la superfície de playa y el análisis de la capacidad de carga de un total de 30 playas, se ha analizado cual es el grado de relación entre esas tres variables. Entre las conclusiones de este trabajo señalar que el retroceso de la línea de costa no es determinante en la evolución de la superficie de playa, pero existe una relación entre ambas. Por lo que respecta a la superfície de playa, a mayor superfície, menor capacidad de carga y menor presión sobre estos espacios. Así, las playas con mayor superfície, independientemente de su clasificación tipológica en A o B, son las que menor capacidad de carga sufren y menor frecuentación. Por el contrario, las de menor superfície reciben una mayor capacidad de carga. A esto se ha de añadir una publicitación importante de algunos espacios litorales que dan lugar a sobrefrecuentación y saturación.

Por tanto y como conclusión final, el conocimiento de la capacidad de carga de las playas y calas de Menorca debe ser una herramienta para el gestor para evitar problemas mayores.

Agradecimientos

Este trabajo es una contribución al proyecto de investigación financiado con fondos FEDER del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y Agencia Estatal de Investigación titulado: “Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies” (RTI2018-094844-B-C31), https://overtourism-degrowth.uib.eu/.

Bibliografía

Carreras, L., Galarza, N. Blanco, A. y de Pablo, F. 2018. *Servei d’informadores de la Reserva de Biosfera de Menorca. Any 2018. Informe tècnic 02/2018*. Departament de Medi Ambient Reserva de Biosfera-Consell Insular de Menorca. Observatori Socioambiental de Menorca-Institut Menorquí d’Estudis. Maó, 167 pags.

Florit, A; Canals, A. y Carreras, D. 2016. *Estudi de l'afluència de persones a les platges de Menorca (2000-2016)*. Observatori Socioambiental de Menorca (OBSAM). Institut Menorquí d'Estudis. Maó, 139 pags.

Juaneda, J. y Roig, F. X. 2002. El pla de neteja integral de l'illa de Menorca com a eina de gestió ambiental. En *Geografía y Territorio, el papel del geografo a escala local*. págs. 43-48. Bàzquez, M. y Cors, M. (eds.). Universitat Illes Balears, Palma de Mallorca.

Martín-Prieto J.A.; Carreras, D.; Pons, G.X. y Almaraz, A., 2020. Shoreline historical evolution (1956-2015) of beaches of enorca (Balearic Islands). In: Malvárez, G. and Navas, F. (eds.), Global Coastal Issues of 2020. *Journal of Coastal Research, SI,* 95, 563-567.

Martín-Prieto, J.A., Roig-Munar, F.X., Rodríguez-Perea, A., Pons, G.X., Mir-Gual, M. y Gelabert, B. 2018. Análisis de la evolución histórica de la línea de costa de la playa de Es Trenc (S. de Mallorca): causas y consecuencias. *GeoFocus* 21: 187-214.

Pérez, M., Pons, M., Gallofré, A. y Carreras, D. 2018. *Sistema d'Indicadors Turístics de Menorca 2018*. Observatori Socioambiental de Menorca, Institut Menorquí d'Estudis. 406 pp.

Pérez-López, M. y Roig-Munar. F.X. 2013. Análisis de la relación entre la publicitación, la visitación y la ocupación de los sistemas litorales arenosos de Menorca (Islas Baleares). In: Antonio Rodríguez-Perea, A., Pons, G.X., Roig-Munar, F.X., Martín-Prieto, J.Á., Mir-Gual, M. y Cabrera, J.A. (edits.). *La gestión integrada de playas y dunas: experiencias en Lationoamérica y Europa*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 19: 393-401.

Roig-Munar, F. X. 2002. Anàlisis de la capacitat de càrrega de les platges situades a l'Àrea Natural d'Especial Interès Me-3 de l'illa de Menorca. *Geografía y Territorio, el papel del geógrafo en la escala local*. Ed. Blázquez, M. et al, 279-285.

Roig-Munar, F. X. 2003. Análisis de la relación entre capacidad de carga física y capacidad de carga perceptual en playas naturales de la isla de Menorca. *Investigaciones Geográficas*, 31: 107-118.

Roig-Munar, F. X. y Martín-Prieto, J.A. 2002. Valoración de la capacidad de carga física y perceptual en playas situadas en espacios naturales protegidos. La Geografía y la Gestión del Turismo. *Actas VIII Coloquio de Geografía del Turismo, ocio y recreación*. Universidad de Santiago de Compostela, 343-351.

Roig-Munar, F. X., Martín-Prieto, J. A., Rodríguez-Perea, A y Balaguer, P. 2017. Gestión litoral en Menorca: un modelo basado en criterios geomorfológicos. *In:* Gómez-Pujol, L. y Pons, G.X. (eds.). *Geomorfología litoral de Menorca: dinámica, evolución y prácticas de gestión*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 25: 191-212.

Roig-Munar, F.X., Pintó, J., García-Lozano, C., Martín-Prieto, J.A. y Rodríguez.Perea, A. 2020. Análisis de los patrones de uso y frecuentación (2000-2017) en las playas de la isla de Menorca (Islas Baleares). *Cuadernos Geográficos* 59 (1): 171-195.

Thieler, E. R., Himmelstoss, E.A., Zichichi, J. L., y Ergul, A. 2009. *Digital Shoreline Analysis System (DSAS) version 4.0. An ArcGIS extension for calculating shoreline change*. U.S. Geological Survey Open-File Report 2008-1278.

Obsevatori Sociambiental de Menorca (OBSAM). www.obsam.cat

Overtourism urbano y cambios demográficos

José Ramón VALERO-ESCANDELL y Francisco GARCÍA-TORTOSA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

Valero-Escandell, J.R. y García-Tortosa, F. 2020. *Overtourism* urbano y cambios demográficos. *In:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism* vs *undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 519-530. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Los lugares centrales de muchas ciudades se caracterizan hoy por el excesivo peso que el turismo ha adquirido en ellos, con repercusiones variadas sobre la población allí residente. Se trata de espacios complejos en los que no sólo actúa el turismo, la identidad local o los intereses de sus habitantes, sino también espacios vivos con complejas transformaciones no siempre coincidentes: gentrificación, envejecimiento, inmigración extranjera... Este artículo, centrado esencialmente en el análisis demográfico de estos territorios, pretende caracterizarlos básicamente a través del estudio de la población de los centros históricos de algunas ciudades españolas, diferenciarlos entre sí y con el resto de la ciudad y destacar algunas modificaciones recientes en los mismos.
Palabras clave: *centros históricos, gentrificación, turismo excesivo, análisis demográfico.*

URBAN OVERTOURISM AND DEMOGRAPHIC CHANGES. The central areas of many cities are characterized today by the excessive weight that tourism has acquired in them, with varied repercussions on the population residing there. These are complex spaces in which not only tourism, local identity or the interests of its inhabitants act, but also living spaces with complex transformations that are not always coincident: gentrification, aging, foreign immigration... This article, essentially focused on the demographic analysis of these territories aims to characterize them basically through the study of the population of the historical centers of some Spanish cities, in order to differentiate them from the rest of the city and other different urban areas while highlighting recent changes affecting them. overtourism and demographic changes
Key words: *historical centers, gentrification, overtourism, demographic analysis*

José Ramón VALERO-ESCANDELL, Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante, jose.valero@ua.es; Francisco GARCÍA-TORTOSA, Servicio de Informática de la Universidad de Alicante, fg.tortosa@ua.es

Recepción del manuscrito: 6-junio-2020; revisión aceptada: 7-agosto-2020.

Introducción

Los centros urbanos afectados por el turismo masivo son territorios muy complejos, en los que el turismo no ha sido el único protagonista de la transformación socioespacial y a veces ni siquiera constituye el elemento más determinante del cambio. Así, por ejemplo, en el Raval barcelonés, muy influido por la llegada masiva de inmigrantes extracomunitarios a finales del siglo XX, o en el madrileño Chueca, ligado al asentamiento de colectivos homosexuales. La complejidad de la transformación de estos lugares, variable incluso en función de cada calle, está ligada a varios factores esenciales, que no siempre se desarrollan

con dinámicas convergentes, sino a veces marcadamente contradictorias; así, en algunos lugares ha existido una marcada competencia entre el asentamiento de inmigrantes extranjeros, casi siempre iniciado algunos años antes, y la presencia masiva de turistas, porque la impronta que se pretende dejar en el paisaje urbano es marcadamente diferente. Además de la creciente actividad turística, simbolizada en la proliferación de las viviendas de uso turístico (en adelante, VUTs) y sustentada en la generalización de los vuelos *low cost*, y del asentamiento masivo de inmigrantes (Valero, 2008), para comprender estos territorios del *overtourism* también son importantes otros varios: la degradación funcional y hasta visual sufrida en algunos de ellos, al menos hasta hace pocas décadas; los procesos de gentrificación urbana, que atañe a clases medias, pero sólo a aquellas ligadas a algunas profesiones o mentalidades; la reducción de las familias que hasta hace pocas décadas estuvieron arraigadas en esos barrios, por traslados intraurbanos de las nuevas generaciones y el natural envejecimiento de sus progenitores.

Resulta prácticamente imposible comprender el impacto del turismo masivo en estos lugares sin analizar la situación concreta de la población allí residente. Pensemos que en otros espacios masificados y aún más transformados por el turismo, Benidorm o Lloret, por ejemplo, no se vivieron los fenómenos sociales que se observan en algunos distritos centrales de múltiples ciudades españolas y europeas. Las características diferenciales de los centros tradicionales urbanos arraigan en su evolución histórica y las funciones allí dominantes durante, al menos, el último siglo, pero también en procesos sociales y económicos recientes, turísticos pero también demográficos.

Esta comunicación no analiza la masificación turística en espacios urbanos en sí misma, es decir, en las características esencialmente ligadas al hecho turístico y ni siquiera lo hace, al menos directamente, a partir de las transformaciones espaciales originadas por el *overtourism*. Se centra específicamente en la población allí residente, en esos vecinos que deben compartir el espacio con unos turistas efímeros por definición, en los que seguirán allí habitualmente mientras los visitantes se relevan con rapidez; en esos residentes que ven cómo el turismo les va cambiando la vida y las costumbres. Ni siquiera deseamos detenernos en las respuestas activas de algunos colectivos ante algo que algunos consideran invasión de su espacio y otros un maná. Sólo pretendemos caracterizarlos demográficamente y mostrar la evolución reciente del colectivo "estable" en estos espacios, la otra cara de la moneda del *overtourism* urbano, tal vez menos abordada en los estudios turísticos pero imprescindible para entender el fenómeno y para planificar cualquier actuación al respecto.

Por desgracia, son escasos los datos que todavía disponemos sobre residentes en espacios intramunicipales: algunos vinculados al padrón, desde 2004, y otros experimentales centrados en la renta de los hogares y disponibles por ahora desde 2015 a 2017. Sólo con ellos, analizando la evolución reciente de la población de estas secciones censales, ya es posible entender cómo han ido evolucionando los residentes mientras se multiplicaba el impacto del turismo en sus barrios. Parece probable que, en poco tiempo, tal vez con el nuevo Censo de Población del INE de 2021 si el covid lo permite, dispondremos de muchos más datos que nos ayuden a caracterizar mucho más al colectivo residente.

Una visión marcadamente poliédrica

Hoy, muchos investigadores se interesan por estos centros históricos europeos, en especial a partir de que en algunos se hayan producido protestas y manifestaciones contra la turistificación masiva de los mismos. Esos procesos, ligados a un *overtourism* que ya no se ajusta a temporadas y a rincones concretos, producto de una presencia combinada de turistas y residentes, amenaza la identidad local (Koens *et al.,* 2018: 4-5), en lugares simbólicos para esas ciudades. Son numerosos los estudios que han analizado las consecuencias negativas de este proceso (Alcalde, 2018; Goodwin, 2017…), especialmente en Barcelona, donde el rechazo a ciertos tipos de turismo ha alcanzado momentos de cierta intensidad. En síntesis (Milano 2018: 554) afectan al precio de la vivienda y su alquiler, congestionan el espacio público, transforman el tejido comercial del barrio para ajustarse al turismo, implican impactos ambientales y sociales diversos… Sobre La Barceloneta, Crespí y Mascarilla (2018: 4-13) valoran cómo ha afectado al sentido de comunidad de sus vecinos, con denuncias, resentimiento, cambios en hábitos y costumbres... Parte de la opinión pública achaca a la turistificación urbana —potenciada por compañías aéreas de bajo coste y plataformas supuestamente colaborativas— la pérdida de población de los centros urbanos. No es así: comenzó con el capitalismo industrial, cuando muchos hijos de los vecinos de estos barrios se desplazaron a barrios nuevos, planificados para las nuevas necesidades. Lugares emblemáticos, como El Raval o Lavapiés, han vivido varios procesos de sustitución vecinal, de acoger el éxodo rural a la inmigración masiva (Valero, 2008), pero la proliferación de VUTs incide en las posibilidades residenciales, salvo en lugares con alto porcentaje de viviendas vacías previas.

Otros autores lo asocian al proceso de gentrificación en grandes ciudades capitalistas —de Manhattan a los docks de Londres—, en espacios cercanos al centro funcional y a enlaces de transporte. Son procesos de renovación barrial, ligados a capas sociales de mayor nivel adquisitivo, más cosmopolitas. En España los han tratado numerosos investigadores, que hablan de factores como menor convivencia vecinal o reducción del comercio tradicional (Ruano *et al.,* 2019: 11), pérdida de servicios básicos como escuela pública y sanidad, o exclusión, a veces con presiones, de los viejos vecinos por parte de nuevos residentes (Crespí y Mascarilla, 2018: 4). Se ha llegado a citar el embellecimiento del barrio, "*las bellas artes de la gentrificación*" (Salvini, 2017: 1068), la *hipsterización* del vecindario o las formas de habitar ciudad (Barrado e Hidalgo, 2019: 21).

A veces olvidamos que la estructura demográfica interna de esos barrios ya padecía un fuerte envejecimiento desde varias décadas atrás. Un análisis detallado del censo de 2001, un periodo de cambio en el que se instalaban inmigrados jóvenes junto al vecindario tradicional envejecido, avisa de este factor, complementario pero no menor. Bastantes residentes habitaban viviendas de renta antigua y, al morir, no fueron sustituidos sino que las viviendas desaparecieron del mercado de alquiler (Crespí y Mascarilla, 2018: 13). Otros vecinos no pudieron afrontar arrendamientos cada vez más duros y cambiaron de zona, sobre todo familias con hijos, dependientes de un solo ingreso, más que gentes sin responsabilidades familiares; con ello, la estructura demográfica de los barrios se fue transformando (Valero, 2019: 223). Son, en resumen, territorios heterogéneos, con actividades diversas, dificultades para mantener los tradicionales sentimientos de pertinencia y deterioro morfológico o social.

Al tratar de caracterizar básicamente a la población de estos barrios afectados por una turistificación creciente, que ya afecta en nuestro país a numerosas ciudades, intentaremos alejarnos de una visión estereotipada del problema: no son sólo barrios asediados por una invasión de turistas, que arrasan cualquier rescoldo de vida popular de esos lugares. En La Barceloneta, (Alamilla, 2016, p.10), los oriundos del barrio percibían más los beneficios del turismo que los vecinos no nacidos en el barrio; en el centro de Málaga (Almeida *et al.*, 2019: 25) la más proclive al turista era la población tradicional que había residido allí toda la vida; en el Distrito Centro de Madrid, a lo largo de los tres últimos años, sólo hubo 69 quejas de turismo frente a 3.610 relativas a transporte y movilidad (Ruano *et al.*, 2019: 21). La situación es compleja. Un análisis demográfico nos puede indicar pistas acerca de los procesos vividos recientemente.

Una metodología con fuentes diversas

Este análisis demográfico està enfocado a cuatro barrios tradicionales afectados por la turistificación intensa y las VUTs. Son los dos barrios históricos centrales Madrid (el Centro) y Barcelona (la Ciutat Vella), nuestros espacios donde se vive con mayor intensidad el *overtourism* urbano. Además el Albaicín granadino y la Parte Vieja donostiarra, con fuerte tradición turística, muy diferentes entre sí; estos no alcanzan siquiera la población de los barrios internos de Madrid Centro o Ciutat Vella. Buscamos abarcar diferentes realidades en nuestro país. Se han seleccionado con los datos más recientes sobre distribución de alojamientos de Airbnb en insideairbnb.com, como han hecho ya sobre Madrid Martínez-Caldentey *et al.* (2020: 5) y otros en varias ciudades. En Madrid, la concentración en el Distrito Centro es altísima y cuatro de sus seis barrios —Embajadores, Universidad, Palacio y Sol— superan por sí sólos a cualquier otro distrito madrileño. En Barcelona, la distribución de las VUTs está mucho más repartida y la oferta en Ciutat Vella es algo inferior al Eixample, aunque, por población, extensión y morfología, la presión es allí mucho mayor. También San Sebastián concentra la mayor oferta de Euskadi, aunque la fuente no discrimina la localización interna, por lo que se recurrió al estudio de De la Calle *et al*. (2017:1558). Sin esta información para Granada, el conocimiento personal de la ciudad y el estudio de Rodríguez Medela *et al.* (2018: 335) nos decidió a seleccionarla como referente sureño.

Elegidos los lugares, y sabiendo que algunos estudios han analizado aspectos demográficos en lugares afectados por el turismo excesivo, desde el clásico de Van der Borg (1995: 80-88) sobre Venecia a los recientes de Ruano *et al.* (2019) sobre el centro de Madrid y Almeida *et al.* (2019) sobre Málaga, intentamos hacer de la caracterización demográfica de estos distritos la piedra angular de nuestro estudio.

El *Censo de Población* de 2011 fue descartado, porque el *overtourism* no alcanzaba el nivel actual y por ser realizado mediante muestreo, descendiendo su fiabilidad conforme profundizamos en escala, y esta debía ser inframunicipal. La *Estadística del Padrón Continuo* está más actualizada —existen datos (todavía provisionales) del 1 de enero— pero los items son muchos menos, casi elementales, aunque informan sobre secciones censales, facilitando el análisis espacial detallado, comparar las ciudades, sus distritos y secciones censales, que frecuentemente no alcanzan el millar de habitantes. Además, desde hace poco tiempo disponemos de indicadores demográficos de carácter experimental, como

el *Atlas de Distribución de la Renta de los Hogares*, del INE, con detallada información sobre las rentas de los hogares y también alguna característica suplementaria de los mismos.

Restaba fijar las características demográficas sobre las que centrar la investigación, limitadas por la escasez de datos disponibles a escala inframunicipal. Además, para responder a los problemas citados era necesario comprobar sí estos barrios estaban afectados por la despoblación de manera diferente al del conjunto de sus ciudades, si vivían procesos de envejecimiento acusado o periodos de revitalización, si eran asentamientos preferentes de la inmigración laboral o estaban inmersos en procesos de gentrificación notable y si sus características estructurales eran diferentes a las predominantes en sus ciudades. Quedaban otros aspectos interesantes sin abordar, pero la extensión limitada de la comunicación obliga a dejarlos en el tintero. Los datos publicados permitían un analizar minucioso pero vigilando los posibles cambios en la estructura seccional de los distritos, porque a veces se reagrupan varias secciones en una, cuando el número de sus habitantes se ha reducido significativamente. En algún caso, como en Barcelona, la remodelación de las secciones del centro histórico fue radical en 2010, aunque se siguió diferenciando con claridad cada uno de los cuatro barrios (Raval, Gòtic, Barceloneta y Ribera-Santa Caterina-Sant Pere). En ocasiones son posibles incongruencias o anomalías en su seno; así sucedió, hasta 2010, con la sección 1.68 de Barcelona, en el Barri Gòtic, que llegó a contar con 12.605 residentes teóricos en 2007, solamente explicable a partir de que alguna entidad asistencial/solidaria inscribiera allí a inmigrantes o indigentes necesitados de algún tipo de atención; eso limitó el análisis demográfico del barrio durante años.

Unos espacios demográficamente singulares

Ante la imposibilidad de mostrar datos de cada sección en los lugares elegidos, se recurrió a elaborar la Tabla 1, que nos informa entre 2004, primer año en que el Padrón ofrece información inframunicipal, y 2019, último con información definitiva hasta el momento, de cada uno de los distritos y de las ciudades en que se ubican. Se incluye la evolución del número de residentes, la edad media de los mismos, los porcentajes de población extranjera y los extranjeros procedentes de un subgrupo de origen europeo occidental.

Una población en retroceso

La Tabla 1 no ofrece dudas respecto al notable descenso de la población en los distritos históricos de las cuatro ciudades aquí analizadas. Salvo Granada, todas las ciudades han han incrementado su población a lo largo de los quince años estudiados, por la llegada de inmigración joven hasta el comienzo de la Gran Recesión de nuestro siglo y, después, por una cierta recentralización reciente. Sin embargo, sus barrios históricos han padecido un descenso continuo de sus habitantes, aunque en el último quinquenio se ha producido un cierto repunte en Barcelona y una tendencia a la estabilización en Madrid. Al contrario, el Albaicín y la Parte Vieja donostiarra han profundizado su tendencia negativa, en buena medida porque la turistificación masiva asociada a las plataformas colaborativas ha sido más reciente —alejadas como se encuentran de los grandes aeropuertos de enlace— y

también porque el proceso de envejecimiento y sustitución de población no ha sido tan precoz como en Barcelona o Madrid.

Esta tendencia a la despoblación de los centros históricos es espacialmente muy selectiva. En la Fig. 1, el plano nos permite un análisis pormenorizado de la situación en las dos grandes capitales: en ambos casos, los centros históricos están entre los distritos con mayor pérdida de población —y lo mismo podríamos observar en el caso de Granada y San Sebastián—, pero la situación es bien distinta en su interior: existen secciones en las que se ha producido un crecimiento notable en la última década –tal vez demasiado: podemos estar ante algún dato extremadamente discutible, ligado a las circunstancias del empadronamiento—, aunque parece clara la tendencia descendente en la mayoría de las secciones censales. Hay diferencias internas notables; en Madrid, el barrio de Justicia, que incluye la zona de Chueca, símbolo del colectivo homosexual, apenas ha perdido población, indicando una tendencia a la gentrificación; al contrario, el de Sol, el del descenso más acentuado, está considerado un referente de la centralidad extrema en la capital y, con ello, un espacio claramente saturado de VUTs. En Barcelona, la zona multicultural del Raval resiste mejor que muchas calles de Santa Caterina o la Ribera.

CIUDAD **Distrito**	Evolución del número de habitantes, 2004-2019 (2004=100)				Evolución de la edad media de la población			
	2004	2009	2014	2019	2004	2009	2014	2019
MADRID	100	105.0	102.1	105.4	41.4	41.5	42.6	43.6
Centro	100	99.1	93.0	93.4	41.8	41.5	42.4	43.5
BARCELONA	100	102.7	101.5	103.7	42.8	42.9	43.5	44.1
Ciutat Vella	100	99.8	93.6	96.1	40.7	39.8	40.5	40.9
GRANADA	100	98.3	99.7	97.6	40.4	41.5	42.8	44.2
Albaicín	100	91.3	89.9	82.1	42.6	43.1	44.2	46.2
SAN SEBASTIÁN	100	101.5	101.9	102.6	42.6	43.8	44.6	45.9
Parte Vieja	100	96.3	94.6	91.4	46.4	47.3	47.2	47.7
	Porcentaje de extranjeros sobre la población total				Porcentaje del Grupo A sobre la población extranjera (*)			
	2004	2009	2014	2019	2004	2009	2014	2019
MADRID	12.5	17.4	13.2	14.1	(**)	6.8	8.2	9.3
Centro	25.0	27.8	22.6	22.9	(**)	14.7	19.1	21.9
BARCELONA	11.9	17.5	17.0	19.6	(**)	17.5	18.9	20.3
Ciutat Vella	37.6	42.5	43.1	48.3	(**)	18.5	20.5	22.2
GRANADA	3.7	6.1	6.9	7.0	(**)	11.4	9.2	8.6
Albaicín	9.6	13.6	14.6	13.7	(**)	28.9	25.8	24.9
SAN SEBASTIÁN	3.5	6.5	6.7	7.7	(**)	13.7	13.5	12.4
Parte Vieja	6.4	9.3	11.1	12.2	(**)	16.4	18.6	17.7

(*) Grupo A: Población residente con nacionalidad alemana, francesa, italiana o británica
(**) No se facilitan los datos de los residentes italianos).
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE: *Estadística del Padrón Continuo*

Tabla 1. Ciudades, distritos y barrios seleccionados: evolución de algunas magnitudes demográficas, 2004-2009

Table 1. *Selected cities, districts and neighborhoods: evolution of some demographic magnitudes, 2004-2009.*

Una mayor resistencia al envejecimiento

Creemos esencial conocer hasta qué punto los distritos históricos de las cuatro ciudades están o no afectados por un proceso acentuado de envejecimiento. Se podría haber analizado el componente joven y anciano de cada lugar, pero era suficiente recurrir al cálculo de las edades medias de las distintas secciones y distritos, como en la Tabla 1. En cada distrito y ciudad analizados se produjo una clara tendencia al envejecimiento a lo largo de los quince últimos años. Es fácil de comprender: las bajísimas tasas de natalidad y fecundidad —ya se habla de desnatalidad, por ejemplo en Puyol, 2001 o De Luca, 2018 —, unido a una altísima esperanza de vida, a la reducción de la intensidad inmigratoria e incluso a un retorno más o menos intenso en algunos colectivos nacionales especialmente durante la Gran Recesión, en torno a 2009-2012, fueron una especie de tormenta perfecta para el envejecimiento del conjunto del país.

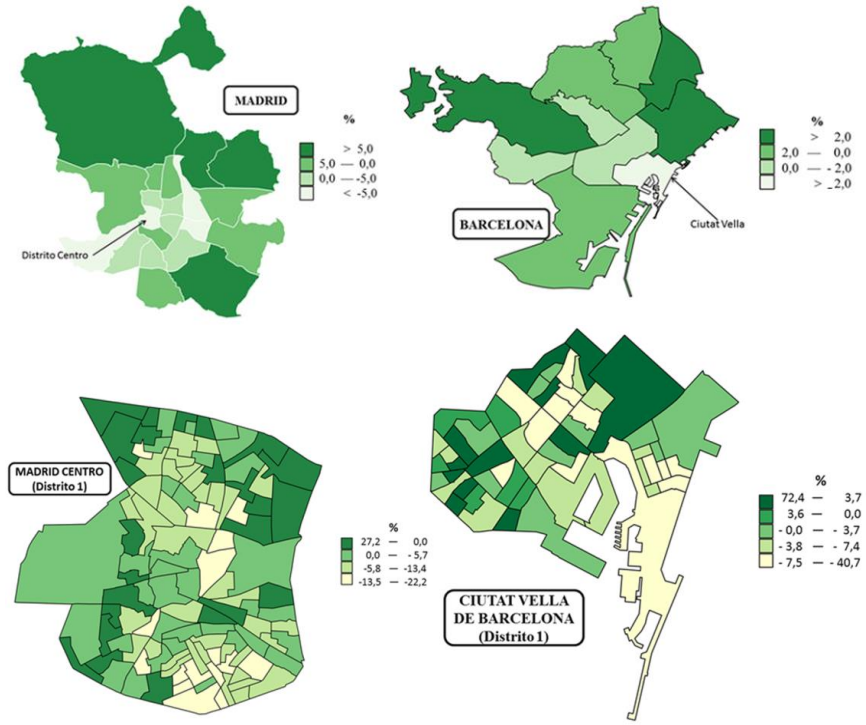


Fig. 1. Madrid y Barcelona: incremento de la población por distritos censales (mapa superior) y en sus Distritos 1 (inferior) entre 2009 y 2019. Fuente: INE: Estadísticas del padrón continuo (elaboración propia).

Fig. 1. *Madrid and Barcelona: population increase by census districts (upper maps) and in their Districts 1 (upper maps) between 2009 and 2019. Source: INE: Continuous Register Statistics, (own elaboration).*

Comparando ciudad y distrito, en 2004, Madrid Centro tenía una edad media superior a la del conjunto de la ciudad y en 2019 era ligeramente inferior. En Barcelona, donde a lo

largo del siglo XXI Ciutat Vella ha sido un espacio joven respecto a la ciudad, el envejecimiento ha sido mínimo y hoy su media de edad es más de 3 años inferior a la del conjunto. En San Sebastián, la Parte Vieja ha estado siempre más envejecida que el conjunto del municipio –de hecho es la comunidad de mayor edad en todo el estudio— pero las diferencias se han acortado rápidamente. En Granada, el Albaicín envejece con gran rapidez (3,6 años de media entre 2004 y 2019), pero menos que la ciudad (3,8 años).

Por barrios (Fig. 2), en Madrid la mayor resistencia al envejecimiento se da especialmente en Embajadores, que incluye la zona multicultural de Lavapiés, mientras en Barcelona aparecen dos zonas en una fase de cierto rejuvenecimiento: el Raval, con el colectivo más joven de todos los analizados en el estudio, y la zona de Ribera, Santa Caterina y Sant Pere, ambas con un alto porcentaje de población inmigrada hace ya bastantes años, pues al comienzo del siglo en el alumnado de alguno de sus colegios ya predominaban los hijos de inmigrantes africanos y/o asiáticos.

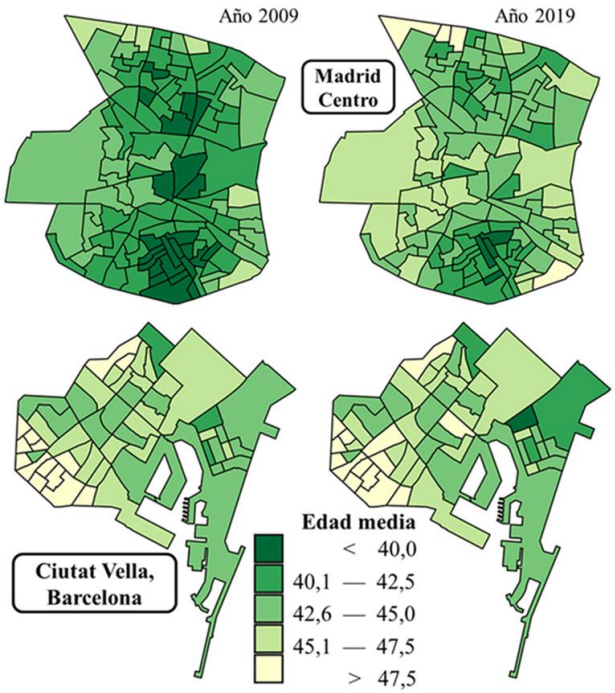


Fig. 2. Distritos 1 de Madrid y Barcelona: Evolución de la edad media de la población por secciones censales entre 2009 y 2019. Fuente: INE: Estadísticas del padrón continuo (elaboración propia).
Fig. 2. *Districts 1 in Madrid and Barcelona: Evolution of the average age of the population by census sections between 2009 and 2019. Source: INE: Continuous Register Statistics, (own elaboration).*

En los centros de Madrid y Barcelona encontramos hoy secciones censales que no alcanzan una media de 40 años de edad, significativamente en el Raval más alejado de las

Ramblas y en alguna zona en torno a Lavapiés: a escala planetaria sería zonas envejecidas, pero en la España actual constituyen un buen ejemplo de dinamismo demográfico.

El colectivo extranjero: un rasgo de estos lugares

La nueva inmigración extranjera modificó en los años noventa buena parte del paisaje y el paisanaje de los barrios de los centros históricos de Madrid y Barcelona, en las calles menos deseadas por negocios poderosos como los bancos y los principales comercios, dejando una impronta étnica que les hace relativamente resilientes a otros procesos globalizadores –la inmigración también lo es— como el *overtourism* o la gentrificación. Los centros históricos analizados cuentan con un porcentaje de población extranjera muy elevado, entre el 48,3% de la Ciutat Vella barcelonesa y el 12.2% de la Parte Vieja donostiarra, siempre significativamente mayor que en el conjunto municipal; son, pues, espacios atrayentes para la población extranjera, por su centralidad, por la pasada baratura de algunos pisos y por la tendencia a agruparse en torno a su propia comunidad de origen.

La situación es diferente en cada caso; la Parte Vieja casi ha doblado su porcentaje de extranjeros, mientras en Madrid existe una cierta disminución (en 2009 suponían más de un tercio del total de habitantes del Centro), aunque no sólo se explica por el efecto de turistificación y gentrificación, ni siquiera por el retorno a sus países, sino por aspectos burocráticos como el acceso a la doble nacionalidad, mucho más accesible a los latinos, predominantes entre los extranjeros del centro de Madrid. En Ciutat Vella, donde la inmigración era hace 10 años más intensa que en Madrid Centro, el porcentaje se incrementa todavía. En el Albaicín parece haberse atenuado en los últimos años, mientras en la Parte Vieja de San Sebastián, donde el origen de los extranjeros es mayoritariamente muy diferente al del resto, sigue creciendo pero más lentamente.

La tendencia a la gentrificación: análisis diferentes

Muchos autores inciden en la gentrificación residencial y el turismo masivo para explicar los cambios en estos espacios centrales e identitarios. Hemos analizado la gentrificación con los datos de renta —sólo disponibles desde 2015 o 2016, pero con un alto nivel de desagregación espacial— y la estructura demográfica de su población inmigrada.

Utilizando el *Atlas de Distribución de la Renta de los Hogares*, la renta media por hogar disponible en los centros históricos analizados es inferior a la del conjunto de su ciudad, tanto donde la renta es elevada, como San Sebastián, Madrid y, en menor medida, Barcelona, como en Granada, de renta muy inferior. Globalmente considerados, resulta cuanto menos precipitado hablar de espacios gentrificados cuando son más pobres que la media de su ciudad. Sin embargo, como vamos a ver, la realidad no es tan simple. Por secciones, dado el carácter variopinto de estos lugares centrales, las diferencias son extremas aunque distintas en cada ciudad. En Ciutat Vella todas las secciones tienen una renta media por hogar inferior a la del conjunto de la ciudad, es un entorno de pobreza relativa desde el punto de vista residencial, pero la sección 1.52, cerca del Eixample casi dobla a la 1.11, en El Raval menos céntrico. En Madrid, la situación aún es más acentuada, con una sección, la 1.34, en Lavapiés, con una renta en torno al tercio de la de la 1.87, relativamente cercana a la zona de negocios de la Castellana.

Para contrastar, hemos analizado (Fig. 3) un colectivo de inmigrantes procedentes de cuatro países de Europa Occidental —alemanes, franceses, italianos y británicos— , en general, bien diferente en empleo y estructuras demográficas a las familias trabajadoras procedentes de Asia, África y Latinoamérica, y sobre los que poseemos información concreta hace tiempo y es fácil seguir su trayectoria. La concentración de estos europeos en los barrios históricos es mayor que en el conjunto de la ciudad, especialmente en el caso de Madrid, donde se han multiplicado casi por cuatro a lo largo del periodo. Incluso en Barcelona, donde Ciutat Vella suele asociarse a la inmigración extracomunitaria, su número crece. En Granada o San Sebastián la situación es más compleja. Este colectivo, en parte jóvenes urbanitas ligados a los cambios de la sociedad global, estaría indicando una cierta tendencia a la gentrificación, al menos en cuanto a los residentes extranjeros.

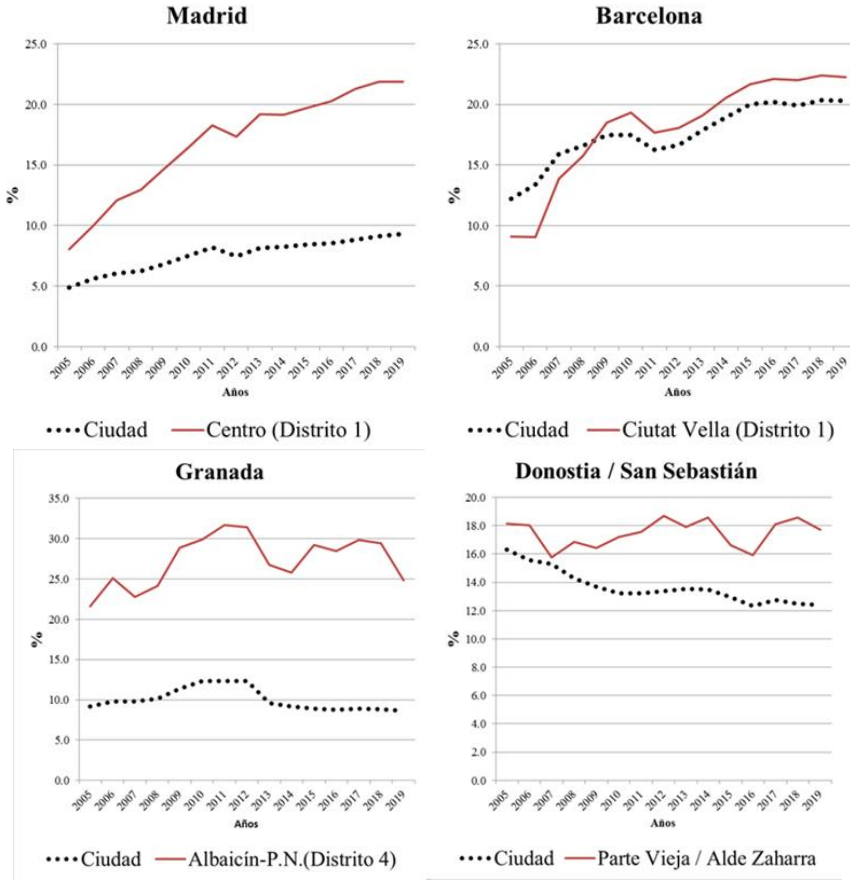


Fig. 3. Población extranjera de las ciudades y distritos seleccionados, 2005-2019: porcentaje de los extranjeros que son de nacionalidad alemana, francesa, italiana o británica. INE: Estadísticas del padrón continuo (elaboración propia).

Fig. 3. *Foreign population of selected cities and districts, 2005-2019: percentage of foreigners who are of German, French, Italian or British nationality. Source: INE: Continuous Register Statistics, (own elaboration).*

Unos territorios para gente independiente

El *Atlas de Renta* no sólo ofrece datos fiscales, también otros indicadores demográficos. Si no recurrimos a la renta de los hogares sino a la de las personas, la situación de los centros históricos resulta más favorable: en el Centro de Madrid, el Albaicín y la Parte Vieja, en 2017, la renta media personal supera la media de la ciudad. Sólo en Ciutat Vella, donde buena parte de los residentes extranjeros conviven en familias numerosas, la situación es aún más desfavorable. De esta disparidad se deduce una estructura familiar bien diferente: el tamaño medio de los hogares de estos centros históricos es inferior al de su ciudad. En 2017, ni el centro de Madrid ni el Albaicín alcanzaba las 2 personas por hogar y eran los distritos de menor tamaño medio de toda la ciudad. En Donostia y Barcelona, las diferencias eran menos apreciables.

Para este menor tamaño medio es esencial el elevadísimo porcentaje de hogares unipersonales en estos distritos. En 2017, los hogares unipersonales –ligados tanto a los jóvenes urbanitas como a los ancianos que residen todavía en su casa de toda la vida— oscilaban entre el 51,4% en el Albaicín y el 38,9% en la Parte Vieja donostiarra. En todos los casos, seguían incrementándose. Salvo en San Sebastián –donde el céntrico Erdialdea cuenta con un porcentaje de personas solas aún mayor—, los centros históricos eran el distrito urbano con mayor peso de los hogares unipersonales. El carácter singular de estos espacios de la turistificación masiva también afecta a las formas de convivencia personal.

Conclusiones

El carácter al mismo tiempo singular y complejo de los centros históricos seleccionados, acompañado o no de otros cambios sociales relevantes, también ha quedado patente al analizar características demográficas básicas. Los distritos de Madrid-Centro, Ciutat Vella, Albaicín y Parte Vieja comparten muchos rasgos comunes y tienden a diferenciarse respecto a su propia ciudad, a la que paradójicamente representan, simbolizan e identifican. Todos muestran a una reducción notable de su población residente, como resultado combinado de factores múltiples: desaparición física de muchas familiar autóctonas, cuyos hijos abandonaron esos entornos; tendencia a la transformación de viviendas residenciales en VUTs, oleadas revitalizadoras de la inmigración laboral o la gentrificación reciente. Inmersos en la tendencia al envejecimiento del país, se observa ahora una cierta resistencia a ello, más intensa que en su ciudad. Con los matices que se quiera, son territorios vinculados a la inmigración extranjera, con intensidad diversa en función de la atracción migratoria de su área regional. La tendencia a la gentrificación, muy asentada en el relato globalizador, debe asumirse de manera matizada y compleja, pese a que junto a la turistificación pueda ser la mayor fuerza transformadora de esos espacios. Finalmente, si un rasgo caracterizador aparece con una mayor nitidez y explica por qué la llegada del turismo masivo no ha arrasado con todo el entramado social, es porque es un territorio de hogares unipersonales, de residentes ajenos a un grupo familiar –entendido este en un sentido tradicional—, que necesitan el contacto exterior, la conectividad, la presencia social más intensa. Cualquier transformación radical puede trastocar este frágil equilibrio.

Bibliografía

Alamilla Cantó, C. 2016. Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España. *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, 11(1): 1-11.

Alcalde, J. *et al.*, 2018. De la turismofobia a la convivencia turística. El caso de Barcelona. Estudio comparativo con Amsterdam y Berlin. *Ara: revista de investigación en turismo*, 8 (2): 25-34.

Almeida García, F., Cortés Macías, R. y Balbuena Vázquez, A. 2019. Tourismphobia in historic centres: the case of Malaga. *BAGE*, 83: 1-32.

Barrado-Timón, D.A. y Hidalgo-Giralt, C. 2019. Golden hordes or mere barbarians? Discourses on tourism, touristification, nd tourismophobia in Madrid's Lavapiés neighborhood. *BAGE*, 83, 1-36.

Crespí-Vallbona, M. y Mascarilla-Miró, O. 2018. La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona), *EURE*, 133, 22p.

De la Calle Vaquero, M., García Hernández, M. y Yubero Bernabé, C. 2017. Las dinámicas del sector del alojamiento en la ciudad de Donostia-San Sebastián: implicaciones turísticas y urbanas, XXV *Congreso de la AGE. Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global*. Madrid 1553-1562.

De Luca Barrusse, V. 2018. Le complexe de la dénatalité. L'argument démographique dans le débat sur la prévention des naissances en France (1956-1967), *Population*, 73 (1): 9-34.

Goodwin, H. 2017. The Challenge of Overtourism, *Responsible Tourism Partnership Working Paper*, nº 4, 19 p.

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. 2018. Is Overtourism Over used? Understanding the Impact of Tourism in a City Context, S*ustainability*, 10, 4384, 1-15.

Martínez-Caldentey, M.A., Murray, I. y Blázquez-Salom, M. En la ciudad de Madrid todos los caminos conducen a Airbnb, *Revista de Investigaciones Turísticas*, 19: 1-27.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido, Pasos, 16 (3),551-564.

Rodríguez Medela, J. Sáncez Cota, A. Salguero Montaño, O. y García García E. 2018 Gentrificación y turistificación en los barrios, 'turismofobia en la tele' y hegemonía de la marca Granada, en Milano, C. y Mansilla, J.A., Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos, Pol·len edicions, Barcelona, 327-361.

Puyol Antolín, R. 2001, Las claves de la España del siglo XX. *In:* Morales Moya, A. (dir) *La modernización social*, v.6, 21-38.

Ruano de la Fuente, J.M., Iglesias Jiménez, E. y Polo Villar, C. 2019. El Madrid vivido: los problemas urbanos desde la perspectiva de la ciudadanía en el contexto del turismo de masas. *BAGE*, 83, 2826, 1-38.

Salvini, F. 2017. Space Invaders in Barcelona: Political Society and Institutional Invention Beyond Representation, *Antipode*, 50 (4) 1057-1075.

Valero Escandell, J.R. 2008, La inmigración en los centros históricos de las ciudades en Valero, J.R. (coord.) *La inmigración en los centros históricos*, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2008, 45-73.

Valero Escandell, J.R. 2019. Turismofobia e tipi di alloggio. *In:* Lavarini, R. y Montara, A. (coord.) *L'accoglienza turística per un futuro sostenibile*, Lumi Edizioni, Milano, 217-238.

Van der Borg, J. 1995 El turismo y las ciudades artísticas: el caso de Venecia. *Estudios Turísticos*, 126: 79-90.

Destinations versus living environments: the clash over concurrent claims among different interest groups in cities

Andreas KAGERMEIER and Eva ERDMENGER

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Kagermeier, A. and Erdmenger, E. 2020. Destinations versus living environments: the clash over concurrent claims among different interest groups in cities. *In:* Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 531-540. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

In recent years, overtourism has become a major issue, especially in some well-known cities. After all, besides being destinations for urban tourists, cities also provide a living environment for the residents of those cities. Based on findings from German cities, this article places special emphasis on the question of the extent to which it is possible to identify and develop proactive, comprehensive approaches to integrating residents' sentiments about tourism and its growth. Findings generated in focus group interviews conducted in Munich showed that there was little interest or willingness among the population to express minor irritations and feelings of unease or discomfort. The local population only expresses its problems and complaints once a certain threshold is crossed. By the time the local population has voiced its concerns about perceived visitor pressures and the negative effects of tourism, it is too late to implement pre-emptive approaches. For this reason, it is crucial to develop early-warning, low-threshold approaches which ensure that the local population's sentiments are heard before they become in the subject of local government discourse – often transformed into the hostile rejection of tourists. At the same time, it may also be necessary to integrate local residents into decision-making processes to dampen "overtourism perception syndrome".

Keywords: *overtourism, urban tourism, destination governance, civic participation, Munich.*

Andreas KAGERMEIER, Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier, Universitätsring 15, D-54296 Trier, andreas@kagermeier.de; Eva ERDMENGER, Freizeit- und Tourismusgeographie, Universität Trier, Universitätsring 15, D-54296 Trier, erdmenger@uni-trier.de

Manuscript reception: 26-may-2020; revision accepted: 7-august-2020.

Introduction

In recent years, overtourism has become a major issue in some areas (McKinsey & Company 2017, Postma and Schmücker 2017, UNWTO 2018), especially in cities known for urban tourism. Barcelona, Dubrovnik and Venice (Gonzales, 2018, Brenner, 2019) are three urban destinations which represent the "tip of the iceberg". These three destinations saw not only the most intense manifestation of citizen protest against the number of visitors (which residents have perceived to be far too high), but also some of the most intense me-

dia coverage (Christ, 2017). Besides being destinations for urban tourists, cities also serve as an environment for those who live there.

Residents' leisure activities and visitors' activities may create synergies, since members of both groups make use of similar recreation services. In gentrified residential areas in particular, recreation services directed primarily at the "hipster" urban population attract "new urban tourists". However, tourist demand may result in the establishment of additional retail outlets, eateries or cultural opportunities; while these enrich residents' options, the local population may consider these additions to be a nuisance, penetrating their living environment. Moreover, if the presence of visitors as such begins to be perceived as disturbing, local populations begin to develop a deep scepticism about these growing numbers, manifested in slogans like "*Tourists go home!"* or "*Your tourism kills my neighbourhood!"* (Christ, 2017).

The conflicts between visitors and residents can be interpreted by referring to two different – and somewhat antagonistic – perspectives from which a spatial context is seen: Visitors' use of an urban environment follows an economic perspective that conceptualises this space as "a destination". A destination is marketed as an economic product with the intention of creating revenue and jobs. In contrast, residents primarily view their "habitat" from a sociocultural angle. From the residents' perspective, this spatial entity (which might be a region, a city, or even just a neighbourhood) is seen as their living space – i.e. their living environment.

The aim of this contribution is to reflect on the two different rationales surrounding "destinations" and "living environments". Our main intention is to analyse the options and possibilities of reconciling those two partially antagonistic approaches and thus reducing the conflict between residents and visitors. One of the crucial questions is which approaches might be effective in encouraging a balanced setting where the interests of both guests and residents are equally met. Based on findings in German cities, this article places special emphasis on the question of the extent to which it is possible to identify and develop these types of proactive, comprehensive approaches to better integrate residents' opinions.

Destinations as marketable products versus their perception as living environments

For decades, the dominating focus in the tourism industry as well as in tourism science on travel areas has been dominated by mere economic perspectives. This means that the targets of tourist visits were regarded mainly as products to be marketed. As the famous definition of a "destination" by Bieger & Beritelli (2013, 54) puts it:

> *"A geographic space (town, region, hamlet) that the respective guest (or guest segment) selects as a stopping place. It contains all the facilities necessary for a stay, i.e. for accommodation, meals and entertainment/activities. It is the competitive unit of incoming tourism that has to be managed as a strategic business unit"* (Translated from German by the authors).

Bieger & Beritelli (2013) regarded destinations as spatial entities that could be marketed to potential visitors or guests as a product. The condition that has to be satisfied to become a product is that potential guests regard this spatial entity as supplying what they desire in a stay. As such, it is the perceptions of potential visitors that dominate in the conception of a destination. In the definition of a destination, the perception of the local population is ignored.

On the other hand, residents see their city or neighbourhood not as a commodifiable product, but as their own living environment. They tend to be quite sensitive to any changes in their surroundings. As early as the 1970s, the phenomenon of inhabitants tending to

oppose change was described as the NIMBY (Not In My Back Yard) phenomenon (Badger, 2018). Whether it concerns new building projects, infrastructure projects, industrial development or even wind power plants, almost any change in familiar and long-established settings is likely to provoke protests. Even if negative impacts and effects usually (and unsurprisingly) form the core of such disputes, the discussion is frequently quite emotional, and hinges on perceived effects. Sometimes the objective impacts and effects are exaggerated, and protests might be triggered by a general feeling of unease (Borell and Westermark, 2018). To a certain extent, it can even be assumed that the fact that an accustomed and familiar setting is set to change would induce insecurity and counter-actions quite independent of any real effects. This means that dealing with the effects of changes in a spatial setting is not only about providing facts and arguments, but also to a great extent about managing the psychological concerns and sensitivities of individuals in a given community.

In rural areas, local demand is often too low to ensure supply of leisure-related services. Only an additional demand from visitors can make the supply of cultural amenities, outdoor leisure activities, gastronomy or even public transport profitable. In rural destinations, therefore, the local population benefits from additional demand, which ensures that cultural events, swimming pools and public transport options can be supplied (Gronau and Kagermeier 2015: 241). On the other hand, in metropolitan areas, local demand is already sufficient to ensure a variety of leisure activities This means that the additional demand from visitors is not usually perceived; in turn, this additional demand is not communicated as an added value for residents – which the UN's World Tourism Organization (UNWTO) has suggested as a possible management strategy against overtourism (UNWTO 2018: 49). In light of the huge numbers of locals who frequent restaurants, historic sites and cultural events, additional demand from tourists might even be seen as competitive. Visitors may thus be perceived as an additional demand factor that constrains the use of leisure opportunities by residents.

At the same time, the relative importance of leisure and tourism in the regional economy is usually less important in metropolitan areas. In light of the multitude of other economic activities, the tourism sector has less impact on the labour market and value creation at the regional level. This means that, in urban settings, the local population is less likely to perceive tourism activities as relevant for regional revenue. In rural areas, tourism is often one of the most important economic activities, and thus the local population is more aware of its economic relevance. This might be one of the reasons why oppositional tendencies vis-à-vis tourism are more often found in urban destinations.

Apart from traditional cultural-oriented visitors, recent years have seen a higher than average increase in party tourists. Younger visitors in particular are attracted by the bars and clubs of larger cities. Fostered by the availability of low-cost flights since the liberalisation of air travel, the accessibility of many European cities has increased dramatically since the 1990s (Goodwin, 2017: 5). The negative impacts of "stag" and "hen" parties, with young men and women revelling loudly late in the evening or even early in the morning in the streets of inner-city residential neighbourhoods and leaving waste from their late-night carousing is one of the aspects that creates hostile attitudes among local residents (Nibbrig *et al.,* 2015, McGuire, 2018).

Visitor behaviour as a starting point for management approaches

In light of the negative impact of tourism behaviour – especially during their night-time activities – the UNWTO proposed a management strategy to reduce those negative impacts by targeting visitors directly (UNWTO 2018: 49). Communicating and engaging visitors is a way to sensitise them to the negative impact their behaviour has on the local population.

Persuasion measures focusing on (potential) visitors of destinations are nothing new. To sensitise visitors to destinations in the Global South, a German NGO, the "Studienkreis für Tourismus und Entwicklung" (Study Group for Tourism and Development; 2020) publishes so-called "Sympathie-Magazines" and provides them to individual travellers as well as to tour operators. The idea behind the NGO's publications is that giving visitors a better understanding of the culture in the destination might lead to more responsible and respectful behaviour. However, there has not been any representative and comprehensive evaluations, they have only a very limited reach, and they are noticed only by a few travellers.

In 2015, pantomime artists were deployed as a "soft" tool to attempt to reduce the nuisance of party tourism in Berlin and the noise originating from late-night outdoor activities (BerlinOnline Stadtportal 2015a, 2015b). They approached patrons of outdoor restaurants and bars, using pantomime gestures to plead with them to keep the noise down. But this innovative approach had only a limited effect. After a few months, the pilot project was abandoned due to its lack of effectiveness (Fink, 2015).

These two examples might indicate that is not easy to address visitors and bring them to understand the effects of their behaviour. As has already been concluded many times concerning the environmental impacts of tourism behaviour – such as the role of air travel in climate change (Kagermeier 2020, p. 180 et seq.) or CSR-oriented approaches (Kagermeier, 2016) – the willingness of tourists to integrate altruistic motives into their travel behaviour seems quite limited. The main interest of tourists is their personal travel experience and personal pleasure (Schmücker *et al.*, 2019: 8), and the gap between attitudes and behaviours has been already identified many times in more ecologically oriented studies (Schmücker *et al.*, 2019: 13). Appeals to voluntary approaches to addressing tourists seems – in light of the limited effects in other fields – based more on wishful thinking than on sound perspectives. To reconcile the interests of visitors and residents, other concepts and approaches have to be elaborated and developed.

In search of the social carrying capacity

So if it is not possible to place much hope in visitors adapting their behaviour (as well as their travel patterns) to avoid aggravating the local population, the local population itself comes into the focus of the analysis. If the aim is to reconcile the needs of visitors with the interests of residents, the limits of residents' tolerance and acceptance become crucial. However, the tricky point is that there are no unique, easily measurable limits on what residents would be ready to tolerate from "disruptive" visitors. One often-mentioned indicator for possible impacts of tourism on residents is "tourism intensity." Tourism intensity is calculated by the number of overnight stays (per year) divided by the number of inhabitants.

The three most important urban tourism destinations in Germany – Berlin, Munich and Hamburg – have about the same tourism intensity: around 10 overnight stays per inhabitant (Kagermeier and Erdmenger, 2019: 69). However, for about the last ten years, journalists

and scholars have noted a rather hostile perception of tourists in Berlin (Spiegel Online 2011), with intense media coverage on the negative impacts of tourism (Nibbrig *et al.*, 2015, Sommer and Helbrecht, 2017). In Hamburg, there are also initial indications that the limit of social acceptance among residents has been reached (Lanz 2018). In Munich, there is still a mostly positive view on the rising number of tourists, as reflected in local media (Hoben, 2018) and in the annual reports of the city council (Landeshauptstadt München 2018). Previous survey research we conducted in 2018 showed that none of the inhabitants in interviews said the number of visitors is "much too much" (Kagermeier and Erdmenger, 2019: 76). This means that the absolute tourism intensity does not really seem to be an appropriate tool to measure the pressure perceived by the local population.

Visitor structure as an influencing factor

Comparing the visitor characteristics of Berlin, Munich and Hamburg shows that Berlin is to a greater extent oriented towards younger tourists in search of nightlife. Munich and Hamburg focus much more on traditional culturally oriented urban tourists. As such, the type of tourists – with their different "disturbance potential" – that predominate in a given destination is likely to play a role when it comes to acceptance among local residents. The situation in Amsterdam, for example, also suggests that the predominance of party-oriented visitors leads to a lower level of acceptance. In Amsterdam, the actual tourism intensity is only slightly higher than in the three biggest destinations in Germany (Kagermeier and Erdmenger 2019: 69). But the city's focus on specific nightlife-oriented target groups has led to protest from inhabitants and limitations on the party tourism sector (Slegers, 2017; Kirchner, 2018; McGuire, 2018; Spiegel Online, 2018).

Visitor growth rate as an influencing factor

Apart from the visitor structure, the growth rate of visitor figures seems to play an important role as well. In 2018 and 2019 some qualitative face-to-face expert interview have been conducted in Munich with several representatives of the local DMO, the political parties, the chamber of commerce and the city marketing organisation "City Partner" as well as members of citizens' initiatives and researchers at the university in Munich. The representative of the city marketing organisation expressed the assumption that local residents had become accustomed to the presence of visitors in their town and thus to a certain extent had "learned" to cope with it (c.f. Kagermeier and Erdmenger, 2019: 86 for the original quotation in German). On the other hand, the visitor growth rate in Berlin has been much more dynamic due to Berlin's historic situation in the second half of the 20th century. In the 25 years after reunification, the number of overnight visitors quadrupled between 1992 and 2017 (Statistisches Bundesamt 2018, 1_2). This has been perceived by the local population as a somewhat disruptive development. Over the same period, the number of arrivals in Germany as a whole only doubled (Statistisches Bundesamt, 2020, 1_2). Like most major German cities, Munich witnessed a disproportionate increase as well. But at about 160% (München Tourismus 2018), the growth in Munich has been more organic than in Berlin. The idea that the growth rate might have an influence on the perception of tourism by the local residents is corroborated by the fact that one of the key hotspots in the overtourism discussion – Barcelona – had in the last 25 years a growth rate equivalent to that of Berlin (Gebhardt, 2017: 233).

Perceptions of the housing market and privacy as influencing factors

Over the last ten years, staying at private homes has become widespread, especially in major cities. Under the rubric of the "sharing economy", the creation of internet-based platforms has facilitated and fostered renting out individual homes to visitors. Sharing a private home with visitors is by no means a new phenomenon, and estimates have indicated that – even before the era of AirBnB – the so-called "VFR" segment (Visiting Friends and Relatives) in major cities had almost the same volume as overnight stays in commercial accommodation (Stors and Kagermeier, 2015: 91). AirBnB has become the most common platform for sharing accommodation in private residences. Even if the motives for renting out private apartments to visitors have been quite heterogeneous and the majority of AirBnB hosts rent out their homes during periods they do not need it themselves – according to the notion of "idle capacity" in the sharing economy concept (Botsman and Rogers, 2011: 83, Stors and Kagermeier, 2017: 199), the original idea has been hijacked and to a certain extent abused by semi-commercial activities. As short-term rent-outs are more profitable – especially in major cities – a significant portion of AirBnB offers are apartments which have been diverted from the regular housing market. This has especially been the case in residential neighbourhoods around the historical areas of the city, which were already under pressure from gentrification processes (Stors and Kagermeier, 2017: 198 et seq.). This transformation of previously long-term rental apartments to AirBnB apartments has led to protests among residents.

Focus-group interviews we conducted in 2019 in Munich revealed that, in addition to the direct effects on the rental and purchase prices of real estate, irritation about visitors arises simply from the fact that they are entering residents' immediate surroundings by staying in private homes. It is not only the objective impact on the housing market, but the subjective perception of residents who become uncomfortable at the prospect of confronting strangers in their building. Encountering unknown visitors in the stairwells or having people partying in the flat next door is considered an intrusion into their own private sphere.

Acceptance of intense tourism among local people is also affected by the presence of visitors in private buildings. This can be interpreted as cutting off a vital coping mechanism to deal with visitor pressure by avoiding places where tourists usually tend to gather. The focus-group interviews showed – as did interviews with tourism professionals in 2018 (Kagermeier and Erdmenger, 2019: 87) – that it is essential for inhabitants to have some private refuge where they can avoid incessant contact with tourists. The residents interviewed in Munich were not particularly bothered about encountering tourists in public spaces in the city centre and at tourism hotspots – as long as they had the possibility to avoid contact by just staying clear of places where tourists tend to congregate.

Challenges to reconciling the interests of residents with those of visitors

Over the last few decades, the focus of DMOs and tourism policy in general has been primarily oriented to the needs and interest of potential visitors. In light of the unease among residents in the many cities that are targets of increasing tourism demand, and of manifold protests against the perceived negative effects of rising tourism numbers, the overtourism discussion might signify the need for a paradigmatic change in approaches to tourism policy. Residents' needs must be given the same attention as visitors' interests have been given in recent decades. As this article has argued, changing the behaviour and the travel pattern of

tourists does not seem to be a feasible approach; therefore, scholars and policymakers must find other ways of reconciling the – often divergent – interests of visitors and residents.

Of course, in those cases like Venice or Dubrovnik where the sheer number of visitors exceeds the physical carrying capacity, or in cases like Barcelona and Amsterdam where heated protests have already been taking place, a strategy to limit and reduce the number of tourists is necessary. But the focus of this article has been more on cities that have been exposed to a certain amount of pressure, but where neither the physical nor the social carrying capacity has yet been exceeded. Since tourism is an important economic factor in many cities and regions, simply capping and reducing tourism demand is probably not feasible. That means the crucial question is how to reconcile diverging interests and thus reach an economically and socially sustainable level of tourism.

Since neither individual tourists nor the tourism industry in general seem seriously focused on the social carrying capacity in destinations, it is up to municipal and regional DMOs to identify, take into account, and respect the interests of the local population as their proper constituency, just as they have been advocates for tourism interests in the past. This indeed means that the role of DMOs will become much more complicated and comprehensive. Moreover, it is anything but easy to integrate the local population, as multiple experiences from participative approaches in other NIMBY situations have shown. As long as the local population is not deeply, directly concerned or affected, residents' willingness and readiness to participate in the civil society discourse is not usually very widespread. Protests often only arise when residents are directly affected and a certain tipping point has been reached. As long as the situation is still bearable, there are usually only a few early warning signs.

Findings generated in focus-group interviews conducted in Munich have showed that there was little interest or willingness among the population to express minor irritation, or feelings of unease or discomfort. The local population would only express its problems and complaints once a certain threshold was crossed. Once the local population voiced its concerns about perceived visitor pressures and the negative effects of tourism, it was too late to implement pre-emptive approaches.

Early warning, low-threshold approaches must therefore be developed to ensure that the local population's sentiments are heard before they become the subject of local governance discourse – often transformed into the hostile rejection of tourists. Two ways of interaction with residents seem to be necessary: 1) identification of residents' (subjective) perceptions and attitudes and 2) open and frequent communication with residents.

Keeping a finger on the pulse of residents

As part of the qualitative research in Munich a focus group meeting with five citizens from different quarters had been arranged in September 2019 (unfortunately due to COVID-19 until now no further meetings could take place). The focus group discussion meeting took two hours and was recorded for video as well as for audio. It was then transcribed and coded with MAXQDA. It showed that the DMO and the municipality could not be certain that residents would willingly participate in formal settings of public participation as long as they find the situation still bearable. This means that it is necessary to find and apply other methods of assessing residents' state of mind concerning tourism's impacts in their city. First, it is necessary to conduct systematic quantitative surveys among the local population about their perceptions of tourists and possible points of contention arising from tourism. As our previous research with

the case study of Munich has shown, such surveys might serve as an initial early-warning tool (Kagermeier and Erdmenger, 2019) that would help local policymakers to identify possible future conflicts. However, simple quantitative surveys seem to fall far short of detecting and discovering evolving potential conflicts. As a result, it seems that more comprehensive activities will be necessary to keep in touch with attitudes among local civic society. Participation from representatives of DMOs or city councils at meetings of local NGOs, civic associations and interest groups might be one way to keep a finger on the pulse of these organisations' discourses and thus identify the first grumbles of displeasure at an early stage. Systematic monitoring of letters to the editor in local newspapers or online platforms could be another way to identify emerging unease at an early stage before it transforms into widespread protest.

Up until now, advance warnings have never been systematically documented and analysed – or even really taken into account, for that matter. To prevent "overtourism perception syndrome", such early warning signs have to be taken seriously, and local decision-makers need to take according measures to reduce residents' frustrations – sometimes even at the expense of visitors' interests. At the same time, it should also be possible to communicate information about specific hideaways for the local population to ensure that they have opportunities to retreat from tourism and that they have coping methods for high visitor frequency.

Trying to foster a holistic community discourse

Staying in touch with residents simultaneously offers local officials the opportunity to advocate for tourism activities. As it has been shown, the social carrying capacity is not a fixed threshold, but instead depends on the tolerance on the part of the local community.

But again, it is not simple to address the local population with the intention of fostering positive opinions about tourism in a city. The UNWTO's proposal to focus on the positive economic effects of tourism activities (UNWTO 2018: 49) seems to be too short-sighted and excessively reliant on purely "rational" aspects. Local residents in Berlin protested against tourism even when they were aware of its important role for the labour market and the local economy. The subjective feeling of being displaced or uncomfortable in one's own neighbourhood exceeds any cognitive knowledge of positive economic effects (VisitBerlin 2017: 10). If a DMO attempts to proactively communicate with the local population in an effort to increase residents' acceptance of the challenge of intensive tourism frequency, it will have to find more subtle themes for communication. As examples from Munich suggest, a more sophisticated, indirect way may be to focus on local pride and residents' identification with the city. Fostering identification with locals' "home town" could be seen as an indirect way of fostering social capital as well (Erdmenger, 2019). This in turn would entail integrating tourism acceptance into a comprehensive and holistic communication discourse, with reference to the well-being and social climate in a town or a region as a whole.

As this article has made clear, it is crucial to search for ways to reconcile the interests and needs of residents with the promotion of tourism activities as an important economic aspect of local and regional economies. However, this would entail a comprehensive, paradigmatic change in the roles that local and regional DMOs have played up to this point. Moreover, there are no simple ways to take into account the needs of residents. Systematic monitoring of residents' attitudes, a willingness to take their concerns seriously, the development of intelligent ways of interaction and communication with residents, and most of all the acceptance that economic perspectives are subordinate to residents' self-definition of their well-being are

all huge challenges for destination governance stakeholders and tourism research. This brief article may be nothing but a first rumination about which direction future actions and research activities should be heading towards.

References

Badger, E. 2018. The Bipartisan Cry of 'Not in My Backyard'. *The New York Times*. 21 August 2018, 05/05/2020, https://www.nytimes.com/2018/08/21/upshot/home-ownership-nimby-bipartisan.html.

Benner, M. 2019. From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 63, 05/05/2020, https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92213/.

BerlinOnline Stadtportal 2015a. *Pantomime gegen Lärm startet im Mai. Der hippe Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg will mit Pantomime-Künstlern die Partytouristen zu mehr Ruhe mahnen*. 05/05/2020, https://www.berlin.de/tourismus/nachrichten/3817125-1721038-pantomime-gegen-laerm-startet-im-mai.html.

BerlinOnline Stadtportal 2015b. *Pantomime-Projekt für mehr Ruhe startet in Kreuzberg*. 05/05/2020, https://www.berlin.de/clubs-und-party/nachrichten/3857340-3041519-pantomimeprojekt-fuer-mehr-ruhe-startet-.html.

Bieger, T. and Beritelli, P. 2013. *Management von Destinationen*. 8th edition, München.

Borell, K., Westermark, Å. 2018. Siting of human services facilities and the not in my back yard phenomenon: a critical research review. *Community Development Journal*, 53 (2), 246-262.

Botsman, R. and Rogers, R. 2011. *What's Mine is Yours – How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London.

Christ, A. 2017. *Tourist Go Home! Europas Sehnsuchtsorte in Gefahr*, 05/05/2020, https://programm.ard.de/TV/arte/tourist-go-home-/eid_28724109736671.

Erdmenger, E. 2019. Community Resilience in Urban Tourist Destinations. How Beer Garden Romance and a Hygge Localhood Boost Social Capital. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 11 (3), 437-450.

Fink, B. 2015. Pantomimen gegen Partylärm in Simon-Dach-Straße ohne Erfolg. *Tagesspiegel*, 1 December 2015, 05/05/2020, https://www.tagesspiegel.de/berlin/berlin-friedrichshain-pantomimen-gegen-partylaerm-in-simon-dach-strasse-ohne-erfolg/12660500.html.

Gebhardt, D. 2017. Barcelona: Die Drosslung des Wachstumsmotors Tourismus? *Geographische Zeitschrift*, 105 (3–4), 225-248

Gonzalez, A.T. 2028. Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research, 42*, 35-51, 05/05/2020, https://investigacionesregionales.org/en/article/venice-the-problem-of-overtourism-and-the-impact-of-cruises/.

Goodwin, H. 2017. *The Challenge of Overtourism.* Responsible Tourism Partnership Working Paper 4, October 2017, 08/05/2020, https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/.

Gronau, W. and Kagermeier, A. 2015. Increasing economic feasibility of public transport supply in natural areas – a German case study. In: Orsi, F. (ed.). *Sustainable Transportation in Natural and Protected Areas.* London, 239-248.

Hoben, A. 2018. München ist bei Touristen beliebter denn je. *Süddeutsche Zeitung*. 22 August 2018, 05/05/2020, https://www.sueddeutsche.de/muenchen/2.220/reiseziel-muenchen-ist-bei-touristen-beliebter-denn-je-1.4101001.

Kagermeier, A. 2016. Challenges to attaining "Accessible Tourism for All" in German destinations as part of a CSR-oriented approach. In: Hay, R. (ed.). *Corporate Responsibility in Tourism – Standards Practices and Policies*. Conference Proceedings of BEST EN Think Tank XVI. Townsville/Australia: p. 104-118; 08/05/2020, http://www.besteducationnetwork.org/Proceedings_TTXVI.

Kagermeier, A. 2020. *Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt.*. Tübingen.

Kagermeier, A. and Erdmenger, E. 2019. Overtourism: Ein Beitrag für eine sozialwissenschaftlich basierte Fundierung und Differenzierung der Diskussion. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 11 (1), 65-98.

Kirchner, T. 2018. Amsterdam schließt Touristenläden. *Süddeutsche Zeitung*. 30 January 2018, 05/05/2020, https://www.sueddeutsche.de/reise/amsterdam-so-ein-kaese-1.3845545.

Landeshauptstadt München. Referat für Arbeit und Wirtschaft 2014. München – Weltstadt des Bieres. München.

Landeshauptstadt München 2018. *Touristische Jahresbilanz 2017*. 05/05/2020, https://ru.muenchen.de/2018/41/Touristische-Jahresbilanz-2017-77134.

Lanz, I. 2018. Schmaler Grat zwischen Touristen und Bewohnern. *fvw*, 27 June 2017, 05/05/2020, https://www.fvw.de/news/deutschland/zukunftsrat-hamburg-schmaler-grat-zwischen-touristen-und-bewohnern/393/174469/19590.

McKinsey & Company 2017. Coping with Success – Managing Overcrowding in Tourism Destinations, 05/05/2020, https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations.

McGuire, C. 2018. Amsterdam's Red Light District places ban on tourists staring at sex workers. *The Sun*, 21 February 2018, 08/05/2020, https://www.thesun.co.uk/travel/5635424/tourists-amsterdam-red-light-district-sex-workers-windows/.

München Tourismus (2018). *Tourismusentwicklung in München 1906–2017*. München.

Nibbrig, H., Pletl, S. and Dietrich, H. 2015. Gewalt in Friedrichshain - Schattenseite der Party-Metropole. *Berliner Morgenpost*, 18 August 2015, 09/05/2020, https://www.morgenpost.de/bezirke/friedrichshain-kreuzberg/article205580981/Gewalt-in-Friedrichshain-Schattenseite-der-Party-Metropole.html.

Postma, A. and Schmücker, D. 2017. Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3 (2), 144-156.

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung 2020. Die SympathieMagazine – der etwas andere Reiseführer. Starnberg. 09/05/2020, https://www.sympathiemagazin.de/.

Schmücker, D., Sonntag, U. and Günther, W. 2019. *Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung*. Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019. Kiel.

Slegers, M. 2017. Amsterdam attempts to stem its tourist flood and regain its soul. *Politico* 15 January 2017. 17/05/2020, https://www.politico.eu/article/amsterdam-tourism-airbnbcrime-netherlands/.

Sommer, C. and Helbrecht, I. 2017. Seeing like a tourist city: how administrative constructions of conflictive urban tourism shape its future. *Journal of Tourism Futures*, 3 (2), 157-170.

Spiegel Online (2011). Weltstadt Berlin: Kreuzberger protestieren gegen Touristifizierung. *Spiegel Online*, 1 March 2011. 17/05/2020, https://www.spiegel.de/reise/aktuell/weltstadt-berlin-kreuzberger-protestieren-gegen-touristifizierung-a-748314.html.

Spiegel Online (2018). Exzessive Feierei. Amsterdam geht gegen Partytouristen vor. *Spiegel Online*. 1 June 2018, 17/05/2020, https://www.spiegel.de/reise/aktuell/amsterdam-geht-gegen-partytouristen-vor-hohe-strafzahlungen-a-1210645.html.

Statistisches Bundesamt 2018. *Tourismus in Zahlen 2017*. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt 2020. *Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus*. Fachserie 6 Reihe 7.1. Wiesbaden.

Stors, N. and Kagermeier, A. 2015. Share Economy in metropolitan tourism: The role of authenticity-seeking. In: Tózsa, I. and Zátori, A. (eds.). *Metropolitan Tourism Experience Development*. Budapest, 90-103.

Stors, N. and Kagermeier, A. 2017. The sharing economy and its role in metropolitan tourism. In: Gravari-Barbas, M. and Guinand, S. (eds.). *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises. International Perspectives*. London, 181-206.

UNWTO (= United Nations World Tourism Organization) (ed.) 2018. *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid.

visitBerlin/Berlin Tourismus & Kongress GmbH (ed.) 2017. *Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+*. Berlin.

New Tourism Dynamics Along The Way of St. James. From Undertourism and Overtourism to the Post-COVID-19 Era

Lucrezia LÓPEZ and Rubén C. LOIS GONZÁLEZ

López, L. and Lois González, R. C. 2020. New Tourism Dynamics Along The Way of St. James. From Undertourism and Overtourism to the Post-COVID-19 Era. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 541-552. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

In light of the COVID-19 Coronavirus pandemic and the shock to global tourism that this poses, the aim of this present contribution is to discuss the scenario of The Way, introducing present reflections and future perspectives. In the first section, we introduce the tourism dynamic along The Way before the global tourism crisis. After this, we present the methodological procedure (based on a combined quantitative and qualitative methodology) and the materials. We then introduce two discussion sections; one concerns the results regarding fears and hopes that pilgrims have posted on online communities and a further discussion section talks about the post-COVID-19 future of The Way. As undertourism is likely to be the alarming trend in the short- and medium-term, we conclude by reflecting on the forthcoming dynamics along The Way, suggesting a management principle and some measures for tourism planning.
Keywords: *The Way of St. James, COVID-19, Fears, Overtourism, Undertourism, Netnography.*

NUEVAS DINÁMICAS TURÍSTICAS EN EL CAMINO DE SANTIAGO. DEL *UNDERTOURISM* Y *OVERTOURISM* A LA ERA POST-COVID-19. A la luz de la pandemia de Coronavirus COVID-19 y la consecuente caída del turismo mundial, el objetivo de la contribución es analizar el escenario del Camino de Santiago, introduciendo reflexiones actuales y perspectivas futuras. En la primera sección, retomamos las dinámicas turísticas a lo largo del mismo antes de la crisis turística mundial. Luego, presentamos la metodología (resultado de una combinación entre metodología cuantitativa y cualitativa) y las fuentes de investigación. Introducimos dos secciones de discusión; una se refiere a los resultados de la netnografía, en la cual se indican temores y esperanzas que los peregrinos manifiestan en las comunidades virtuales. En otra sección se reflexiona acerca de la era post-COVID-19 para el Camino. Puesto que probablemente el subturismo será la tendencia alarmante a corto y medio plazo, concluimos analizando un posible futuro para el Camino, sugiriendo un principio de gestión y algunas medidas para la planificación del turismo.
Key words: *Camino de Santiago, COVID-19, Miedos, Overtourism, Undertourism, Netnography.*

Lucrezia LOPEZ, Facultade de Xeografía e Historia, Praza da Universidade 1, 15782, Santiago de Compostela, Spain, lucrezia.lopez@usc.es
Rubén C., LOIS GONZÁLEZ, Facultade de Xeografía e Historia, Praza da Universidade 1, 15782, Santiago de Compostela, Spain, rubencamilo.lois@usc.es

Manuscript reception: 9-june-2020; revision accepted: 6-august-2020.

Introduction

Over the last decade, one of the most relevant tourism research lines has been "overtourism", meant as a set of unsustainable mass tourism practices, which increasingly nurture a feeling of unease produced by tourist saturation (Colomb and Novy, 2016; Milano, 2017). The UNWTO (2018) defines overtourism as the impact a tourist has on a destination, which influences the quality of life perceived by citizens and, at the same time, negatively affects the quality of tourist experiences. This concern about the sustainability of a tourist destination also reinforces the concept of degrowth, which has evolved due to its use in multi-disciplinary academic theoretical and empirical research and is meant as regulation and control of the rate of growth within a destination (Canavan, 2013; Weiss and Cattaneo, 2017). Considering these premises, this work had been originally conceived to investigate the dynamics of movement on The Way of St. James[1] and introduce a necessary debate about the eventual "symptoms" of overtourism on it. But in effect, overtourism might not be a problem in light of the pandemic Coronavirus COVID-19, and so we consider it improper not to refer to the shock to global tourism that this poses (Benjamin *et al.*, 2020; Gössling *et al.*, 2020). We believe that this unprecedented moment for self-assessment of the whole tourism industry needs to be mentioned into the present contribution. Thus, we structure it as follows. In the first section, we introduce the tourism dynamic along The Way before the pandemic. Then, we present the methodological procedure, based on a combined quantitative and qualitative methodology. We introduce two discussion sections; one regarding pilgrims' expectations about changing values and experiences of The Way. A further discussion section points out the post-COVID-19 future of The Way. As undertourism is likely to be the alarming trend in the short- and medium-term for the tourism industry (Fletcher *et al.*, 2020), we conclude reflecting on the forthcoming scenario of the tourism dynamics along The Way, suggesting a management principle and some measures for tourism planning.

The Pre-COVID-19 Way of St. James

The Way is the First European Cultural Itinerary, and one of the most important medieval pilgrimage routes in the world. The expression, The Way, is used to refer to a network of routes that large number of pilgrims walk or ride to get to the city of Santiago de Compostela, the final destination. The urban historical centre of Santiago and some of The Ways have been appointed UNESCO World Heritage Sites (WHS); firstly, in 1993 the French Way was declared a WHS, then in 2015 the Northern Ways received the same international accolade. Since 1993, The Way has strongly been promoted by the regional government, thus in recent years there has been continuous growth in the number of pilgrims arriving to Santiago: from 99,436 in 1993 to 347,578 in 2019 (Pilgrims' Reception Office). These transformations can be explained by the concept of "inclusiveness" that refers to: 1) International markets; 2) Confessions and religions; 3) Motivations; 4) Forms

[1] Henceforth we will us the expression The Way.

of mobility; 5) *Caminonization*[2] of the creative industries. Many different factors have contributed to the internationalization, characterized by the increasing number of different nationalities (Lois and Santos, 2015). Thanks to the opening to the international markets, traditional markets have been replaced by new emerging ones. Consequently, pilgrims do not only come from Catholic countries; with the opening and the interest of the route in far Asian markets, the traditional Catholic route has become a multi-confessional one, and a route along which non-believers enjoy being close to nature and seeking spiritual peace (Farias *et al*., 2018). The acknowledgment of this change is evident in the existence of two types of certificates from which a pilgrim may choose when arriving at Santiago de Compostela; a religious one, written in Latin, and a secular one written in Spanish (Chemin, 2011). As a result, the sacred space of The Way proved its polysemy by receiving pilgrims who completed it for different reasons; reasons that moved far from religion and paved the way for a post-secular space (and all the benefits this might involve) (Lopez *et al.*, 2017; Nilsson and Tesfahuney, 2019). These motivated enthusiasts are able to proceed by the various forms available to them; in this sense it is worth making a distinction in terms of general motivation (that is due to pilgrimage or tourism), or means of travel, that is on foot, horseback or by bicycle. And no less important is the fact that The Way has become a hot topic in the creative industries, including literature, cinema and the arts, in response to the trend for spatialization in the arts and humanities (Lois and Lopez, 2020).

The resulting combinations of the above mentioned factors have created an international and multiconfessional space of The Way, in which pilgrims and tourists have interacted to co-create a post-modern identity and personality of the route. The continued increase in the number of pilgrims and tourists can be considered either a territorial opportunity or a threat due to the pressure that these visitors exert on natural and cultural resources (Coccossis and Tsartas, 2004; Martín-Duque, 2017). Concerning this second interpretation, during the International Foro "El Legado de Elías Valiña", which was held in Villafranca del Bierzo on 14th of December 2014, the participants warned about the impacts on heritage and environment that this eruption of the culture of leisure was having on the main routes, clearly reporting the massification, trivialization, and a loss of the unique and historical values of The Way. This might also reduce the personal and inner enjoyment of the pilgrimage experience, thus producing feelings of disappointment and dissatisfaction. Moreover, in the manifesto they warned that the requirement of walking the last hundred kilometres to get the *Compostela* is one of the causes of problems such as overcrowding, devaluation and confusion in these last stretches of the Jacobean itineraries. Consequently, pilgrims start to show feelings of frustration, disenchantment and demotivation.

Materials and Methodology

Following the mixed and multiple approaches in contemporary tourism research (Richards and Munsters, 2010), we adopt a combined quantitative and qualitative netnography methodology (Aitamurto, 2013). Quantitative inputs come from the exploitation of primary data which refers to the statistical series published by the Cathedral

[2] With this expression, Peter Margry refers to the "worldwide rise in sacred or spiritual pilgrimages, primarily stimulated by the success of the Camino" (2015, p. 185).

of Santiago de Compostela (recording the number of pilgrims collecting the *Compostela*[3] at the Pilgrim's Reception Office in the Diocese of Santiago). The resulting reports by the Cathedral of Santiago which were regularly published on its webpage before the interruption of the regular activity due to the COVID-19, provided different kinds of information, but here we have selected the ones regarding the routes chosen by pilgrims over the last ten years in order to appreciate any imbalances in pilgrims' preferences.

The netnography method is based on the six steps by Robert Kozinets (2002):

1. *Research planning*: the research topics refer to the post-COVID-19 Way. A further decision concerns the role that netnography will have as an observational and participatory model (Costello *et al*., 2017; Kozinets, 2002, 2015; Trainor, 2018).
2. *Entrée:* once the online communities were identified, we set the research questions and selected those ones which presented more detailed or descriptive data.
3. *Data collection*: the textual data collected is from ten online forum conversations, including a total of 311 participants, who published their entries between 24 February and 3 June 2020 (Table 1). Their entries were posted in English and Spanish. We opted for an observational method of collection.
4. *Data analysis*: has been based on a penetrating metaphoric, hermeneutic, and symbolic interpretation that requires a deeper involvement from the researchers.
5. *Ethical standards*: we consider the web content as public published content, protecting individuals' names (Kozinets, 2015; Langer and Beckman, 2005).
6. *Research representation*: we introduce the data analysis according to three main interpretative topics.

Forum Titles & Sources	*Language*	*Participants*	*Dates of analysed entres*
1) COVID-19: Coronavirus (Round 6)	English	34	26/4/2020- 25/5/2020
2) COVID-19: Coronavirus (Round 7)	English	26	27/5/2020 -03/06/2020
3) Thinking about tents	English	58	25/5/2020-03/06/2020
4) When would you consider going back on the Camino?	English	97	6/5/2020-03/06/2020
5) El Coronavirus y el Camino de Santiago	Spanish	7	24/2/2020-10/5/2020
6) Reflexiones desde el confinamiento	Spanish	4	4/5/2020-10/5/2020
7) Pues oye , con este tema del virus la caravana es una opción a tener en cuenta	Spanish	3	23/4/2020-25/4/2020
8) ¿El fin de la Hospitalidad?	Spanish	4	8/4/2020-11/4/2020
9) Para cuando estará viable el Camino?	Spanish	40	8/5/2020-20/5/2020
10) Como nos va a afectar el Camino post-coronavirus.	Spanish	38	31/03/2020-14/05/2020

Table 1. *Sources details.*

Data analysis (I): From Overtourism to the Post-COVID-19 Era

According to the data published by the Cathedral of Santiago (Fig. 1), until the present historical break due to COVID-19, a growing number of *Compostelas* have been presented

[3] It is a certificate stating the completion of The Way and it is used as an "indicator" of the numbers of pilgrims arriving at destination.

over the last ten years (Pilgrim's Reception Office, 2009-2019). As indicated in the legend, pilgrims can choose from eight options, not including "others". The French Way is the busiest route, as well as being the main route that is undergoing a process of rehabilitation. Until a few months ago, it was overcrowded with problems regarding its carrying capacity and saturation of public hostels (long queues and no availability) and putting its heritage at risk (Fraternidad Internacional del Camino de Santiago, 2014; Martin-Duque, 2017; Porcal *et al.*, 2012). This has been followed by another cross-border route: the Portuguese Way; one of whose routes is the Portuguese Way of the Coast, which was first introduced as an option on the questionnaire in 2016. In four years, it has overtaken other routes such as the Northern Way, the Primitive Way, and the English Way. Thus, a consequence of the massification of the main route has been the progressive diversification of pilgrims' choices. Although this might help relieve pressure on overcrowded routes it can put other less touristic routes in danger.

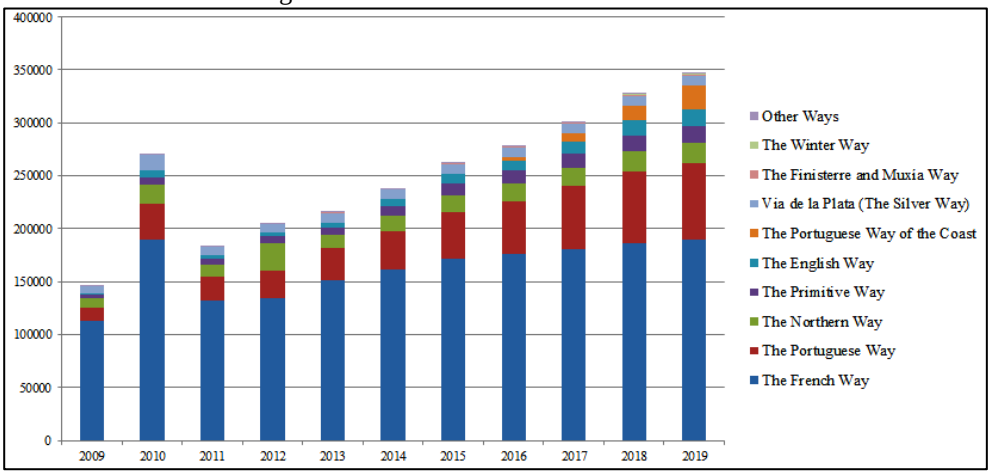


Fig. 1. *Evolution of the numbers of Compostelas delivered according to the route*. Source: Pilgrim's Reception Office (2008-2019) (Oficina del Peregrino, 2009-2019). Own work.
Fig. 1. *Evolución de los números de pelegrinos llegados según la ruta. Fuente: Oficina de Recepción de Peregrinos (2008-2019) (Oficina del Peregrino, 2009-2019). Elaboración propia.*

We hereby present the results of the netnographic exploration of pilgrims' online communities. The textual data collected have been interpreted and classified according to three criteria that correspond to three main features of the The Way: firstly we introduce reflections about the economic impacts of the pandemic; secondly, we present the concerns regarding the hostels and how the "new normality" might alter their original meaning and finally, we record pilgrims' considerations about the changing experience of The Way.

a. *Economic impacts:* one of the pilgrims' main concerns is the economic damage that the pandemic will cause to villages and activities dependent on the pilgrimage, especially

considering the recent improvements with an eye on the Holy Year Xacobeo 2021[4]. They find that it is an incalculable disaster whose effects will be felt over time if proper decisions are not taken. Indeed, pilgrims are more concerned about the difficult recovery of these activities, rather than with the temporary closure of The Way[5]. In their opinion, workers from hostels, hotels, bars, restaurants, shops, backpack carriers, taxi drivers and other businesses as well as people offering fruit or drinks for a donation will not make enough money to carry on. The issue of donations also reminds us of the possible difficulties that associations might face, since for them, the incomes from their hostels are important as they also benefit from merchandising, credentials, guides, scallops, pins, etc. To manifest their solidarity and to contribute to the reactivation of "The Way economy" with a "tiny grain of sand", half of the pilgrims taking part in these conversations look forward to walking again and thus helping to sustain the economic recovery of these territories, spending their money on accommodation and the small supermarkets that mark The Way.

b. *Hostels:* pilgrims question the possibility of The Way to return to as it was before. They believe that in the short-and-medium-term, it will undergo a dangerous metamorphosis that might completely change its essence and charm. As an example, they conceive the hostel as a point of contact and proximity between pilgrims, something that might not be compatible with the present distancing measures and recommendations. In the pilgrims' opinion, social-distancing and the obligation to reduce capacity will hinder their survival due to the costs of adaption. It will not be profitable for hostels to host fewer pilgrims, especially when taking the increase in costs coming from the added requirements surrounding cleaning and hygiene measures into account[6]. In addition, these conditions might also put at risk the profile of the volunteer *hospitaleros*, who might feel additional pressure and decide to no longer volunteer. This may be especially so for those who are older and are advised not to go on The Way for health reasons. Furthermore, all of them will have to be trained and educated in hygiene measures to prevent the spread of the coronavirus, and, international volunteers might find it especially difficult to travel. A similar negative prediction can be recorded for private hostels, although based on different models and aims. Some of them have undergone significant renovation works in order to capture "clients" (thus transforming the value of hospitality into a business in pilgrims' words) and the measures of the escalation plan required before opening the hotel establishments warn that, for them, it is totally unfeasible to reduce capacity to 30%. In fact, the same Federación Española Amigos del Camino advises that the hostel sector requires the collaboration of public institutions and a package of specific measures to maintain its viability, as some hostels will be able

[4] The Holy Jacobean Year is essentially a Jubilee year which only covers the city of Santiago de Compostela. It is also called Jacobean Years and is celebrated every 6, 5, 6 and 11 years when the feast of Saint James (25th July) falls on a Sunday.

[5] As the other activities, The Way was closed on March 14 when the state of alarm for the coronavirus was declared in Spain. From that date hostels and lodgings were closed and the walkers disappeared from the numerous routes.

[6] As stated by FEAACS (Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago) (2020), hostels will have to incorporate a series of extra security measures: bags to store the pilgrims' boots, backpacks and canes, hydro-alcoholic gels, hand-drying paper, disinfecting rugs, disposable sheets ,thermometers to take pilgrims' temperature and other measures that guarantee the safety of the pilgrim.

to adapt more easily than others, all these requirements entail an financial cost that some will be able to assume easier than others (FEAACS, 2020). A final remark concerns suggestions about alternative forms of accommodation, namely caravans or tents. Pilgrims would like more "tent-friendly spaces" (even in the same albergues to help them with their recovery) or spaces for caravans, in order to reduce the risk of contagion in the hostels; the main problem with camping will remain water (for drinking, washing clothes and showering). In the future, it will certainly be interesting to consult the statistical occupancy data to evaluate changing trends in accommodation preferences.

c. *Towards a new experience:* pilgrims try to find the few positive aspects of this shutdown. For instance, they consider the aging population of the villages along the route, the temporary limitations put in place to protect the vulnerable populations along The Way, and prevent their possible contagion. Another lesson concerns the consciousness of relevant values, such as respect or solidarity. Regarding peoples' intentions and willingness to walk The Way in summer 2020, these depend on fear (contagion, availability of a vaccine, lack of proper control measures, trust in the system, etc.), motivations and, obviously, on nationalities. In this last case, while, the removal of border restrictions might enable EU pilgrims to walk again, even along international routes, non-European pilgrims would find it difficult to do the pilgrimage due to border and entry restrictions. Pilgrims consider that it will be possible to respect the measures that will be in place, keeping in mind the need to show solidary with the hostels and help them lose as little as possible. In their opinion, it will be especially relevant to observe the social distancing both in the hostel and within small towns. As far as social distancing is concerned, there are opposing positions. On the one hand, some pilgrims are concerned with the possibility that The Way will never be the same again, because of the social distancing measures required for isolation, and that this might alter the social and historical essence of the route. On the other hand, half of the pilgrims of the virtual communities state that "thanks to social distancing" more pilgrims will walk alone and will have more time for their introspective and reflective exercise. A prediction that is shared by the President of the FEAACS (2020), according to whom The Way will become a more interior, more spiritual and more cultural experience. A vision that suits the mindfulness-driven tourism that U. Stankov *et al.* (2020) defend as a long-term sustainable form of post-pandemic tourism. Moreover, pilgrims point out the expected reduction of international pilgrims and tourists in favour of national and local pilgrims, at least in the beginning, will be an historical opportunity to reintroduce themselves to the traditional French Way. In fact, as recently stated by A. Galvani *et al.* (2020), there will be a sort of tourism degrowth towards more meaningful and less hedonistic trips. Indeed, pilgrims believe that the fear of the virus will discourage many of them for health and economic reasons (travel and insurance expenses will increase), thus restoring the uniqueness of the space of The Way and offering the chance to walk alone on less crowded routes. Thus, it is possible that The Way enters a new phase, as at first, pilgrims foresee a short-and-medium trend of undertourism along The Way, or at least the reduction of massification, and secondly, in this same period, pilgrims' profiles will be inevitably determined by the restrictions and limitations, which span from age to accommodation.

Discussion (II): The Post-COVID-19 Future of The Way

The five key factors of the inclusiveness of The Way that we mentioned before have reinforced its hyper-mobility that the global COVID-19 pandemic abruptly stopped. But taking into account the fact that person-to-person contact and international connections are highly risky for transmission and contagion (Harvey, 2020), if before the pandemic they were considered in positive terms as they enhanced tourism along the route, now they are a danger to the same "safety", precisely due to this global dimension. These diverse pilgrims' profiles might have serious impacts on The Way's vulnerability if not properly managed. Thus, during the last few months a participatory model has been adopted to involve the different territorial agents in "planning the future". The result is a *Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19* (Xunta de Galicia, 2020). Among its working groups, one specific group has been involved in defining the strategy of The Way, which will record a potential reduction in the number of pilgrims, especially international arrivals but which will gradually recover towards the end of 2020. In fact, in the short- and medium-term tourism future, pilgrims and tourists will probably choose to travel to destinations closer to their place of residence as nearby destinations could be considered less risky, reconfiguring the dynamics of domestic market proximity tourism (Ioannides and Gyimóthy, 2020; Lew, 2020).

The impacts of the pandemic are starker if we consider that next year is the Holy Year *Xacobeo 2021*, when an increase of up to 500,000 pilgrimages had been estimated (Xunta de Galicia, 2019). Ten years since the last Holy Year (celebrated in 2010), *Xacobeo 2021* was and is awaited as a unique occasion for national and international promotion. It is an event representing one of the most far-reaching recovery pillars of the future Galician economy, thus different institutions are working to extend this celebration to two years. Although this proposal is a good chance for economic and cultural recovery, it will require more attention to be paid to the sustainability of the routes. The *Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19* (Xunta de Galicia, 2020) states that The Way must be subject to special monitoring regarding the application of hygienic-sanitary measures. In fact pilgrims can escape crowds and enjoy different resources along the route: being in the open air helps avoid massification and there will be an increasing appreciation of the natural environment (Galvani *et al*., 2020). However, the problem of carrying capacity starts to appear when dealing with accommodation (for instance in public hostels where rooms host many beds), restaurants (usually small ones) and places of worship. All of them should be trained and provided with the necessary knowledge and equipment to comply with these hygienic conditions and with carrying capacity control measures. This might require the redistribution of and need to control the fluxes of pilgrims along the network of routes, thus we propose that it be rethought according to the "principle of communicating vessels", based on filling the vessels with an equal quantity of fluid. Along this network of routes, pilgrims and tourists could be equally distributed along the various Ways to prevent overtourism and undertourism, and redistribute the benefits over a wider area. In this sense, we propose the following measures: 1) *Implementing some sort of booking system which refers to the route selected*: pilgrims and tourists would need to confirm the route selected as a measure to control the carrying capacity before their departure. A further more complicated debate concerns the

carrying capacity of each route and the implementation of interactive systems of control; 2) *Reinforcing the use of Big Data*: this is one of the axis announced to plan future tourism, indeed it should be used to create an interactive information system that allows pilgrims to control the carrying capacity of the spaces and places they are going to access along the same route, avoiding those which are crowded. As for instance the creation of an App advising about the availability in hostels and the possibility to make reservations; 3) *Introducing social distancing control systems*: The Way is based on flows, so to prevent clusters it might be useful to adopt "bracelets to manage social distancing". We are aware that these suggestions might seem to limit the freedom of movement and of choice, but the reset of the tourism industry needs a more sustainable and equitable era and, thus, new forms of appropriation and allocation of spaces for the future prioritizing the physical, mental and social health of the host communities (Benjamin *et al.*, 2020; Fletcher *et al.*, 2020; Gössling *et al.*, 2020; Tremblay-Huet, 2020).

Conclusive Remarks

The general economic crisis and the more specific tourism fall prove that the economy of a territory should be based on diversified sectors. While economies are called upon to reinvent the logic of capitalism (Harvey, 2020), this pandemic has proved the fragility of tourism dependent territories, requiring future planning to review priorities in order to ensure sustainable development. The Way offers an alternative form of sustainable traveling, far from crowded centres and in full contact with the rural, contributing to the improvement of local economies in a positive way. To sum up the future directions of the The Way, we should start from this current unexpected historic transformative moment[7]. Until a few months ago the weight hung on the side of overtourism, while today this plate is empty and undertourism is the menace of this abrupt degrowth, or more accurately, global recession (Fletcher *et al.*, 2020; Harvey, 2020). In spite of all its negative impacts, the COVID-19 shock offers the chance to re-establish the priorities and directions that are required to create a balanced future development, reset the short- and medium-term vision of the future and make a profitable and active review of former studies and reports about unsustainable tourism practices in order to prevent their repetition (Benjamin *et al.*, 2020; Edelheim, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Nepal, 2020). The planning frenzy we are witnessing responds to the urgency to plan the future tourism economy, far removed from past practices and realities that created overtourism, gentrification and, evidently, tourism dependence; it is a new chance to do things better, to search for new sustainable values, such as equity, ethics, inclusivity, sustainability, responsibility, social and environmental justice and, especially, resilience (Benjamin *et al.*, 2020; Fletcher *et al.*, 2020; Gössling *et al.*, 2020; UNWTO, 2020). It is undoubtedly difficult to foresee what the future holds. Against any expectation, we moved from hyper-mobility to staying at home and in a state of quarantine (Ioannides and Gyimóthy, 2020). However, this physical immobility has its counterpart in the constant, virtual flow of information and knowledge. The COVID-19 crisis has magnified the potentialities of virtual spaces; so the post-COVID19 Way has

[7] Thomas Friedman (2020) suggested that: "there is the world B.C. - Before Corona and the world A.C. - After Corona".

inevitably also become a topic of online pilgrims' conversations. Here they share their fears and their hopes, finding an alternative to the inaccessible physical space of The Way, creating new social relations and practices. We are aware of the limitations of the study; however it does deal with the debate that is currently taking place. It would, in fact be interesting to contrast the results discussed in this preliminary stage with the actual facts and behaviours at some stage in the future.

Bibliography

Aitamurto, T. 2013. Balancing between open and closed. *Digital Journalism*, 1, 229–251. doi:10.1080/21670811.2012.750150.

Benjamin, S., Dillette, A. and Alderman, D.H. (2020). We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*. doi: 10.1080/14616688.2020.1759130.

Canavan, B.J. 2013. Sustainable tourism: development, decline and de-growth. Management issues from the Isle of Man. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (1), 127-147.

Chemin, E. 2011. *Pilgrimage in a Secular Age: Religious & Consumer Landscapes of Late Modernity*. Unpublished doctoral thesis, University of Exeter.

Coccossis, H., and Tsartas, P. 2001. *Sustainable Tourism Development and Environment*. Ktitiki, Athens.

Colomb, C., and Novy, J. 2016. *Protest and resistance in the tourist city*. Routledge, Londres, 344 pp.

Costello, L., McDermott, M., and Wallace, R. 2017. Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1-12. doi: 10.1177/1609406917700647.

Edelheim, J. 2020. How should tourism education values be transformed after 2020? *Tourism Geographies*. doi: 10.1080/14616688.2020.1760927.

Farias, M., Coleman, T.J, Bartlett, J.E., Oviedo, L., Soares, P., Santos, T., and Santos, T. 2018. Atheists on the Santiago Way: Examining Motivations to Go on Pilgrimage. *Sociology of Religion: A Quarterly Review 00, XX:XX 1–1*. doi: 10.1093/socrel/sry019.

FEAACS (Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago) (2020),Toca repensar el Camino de Santiago, 31/05/2020,. https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/prensa/verprensa.asp?PrensaID=15157&fbclid=IwAR0qFQ4iYteR6yN3Q6PFwi0w5bT4p6HGVki2e2gKFSpYtdruxWuVCvJsl8c.

Fiol, J. 2010. *El Camino Catalán de Santiago desde Montserrat*. Lectio, Barcelona, 108 pp.

Fletcher, R., Murray, I. M., Blázquez-Salom, M., Blanco Romero, A. 2020. Tourism, Degrowth, and the COVID-19 Crisis. *POLLEN Ecology Network*, 15/05/2020, https://politicalecologynetwork.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-covid-19-crisis.

Fraternidad Internacional del Camino de Santiago 2014. *Manifiesto de Villafranca del Bierzo*. I Foro Internacional "El Legado de Elías Valiña". Villafranca del Bierzo: FICS. Retrieved from http://www.xacobeo.fr/ZF1.05.gest_Villafranca-2014_es.pdf

Friedman, T.L. 2020. Our New Historical Divide: B.C. and A.C. – the World Before Corona and the World After pril 25, 2020. *The New York Times*, 15/05/2020, https://www.nytimes.com/2020/03/17/opinion/coronavirus-trends.html

Galvani, A., Lew, A.A., and Sotelo Perez, M. 2020). COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. *Tourism Geographies*, doi: 10.1080/14616688.2020.1760924.

Gössling, S., Scott, D., and Hall, C.M. 2020. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Higgins-Desbiolles, F. 2020. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*. doi: 10.1080/14616688.2020.1757748.

Harvey, D. Anti-capitalist politics in the time of COVID-19, 20/05/2020, http://davidharvey.org/2020/03/anti-capitalist-politics-in-the-time-of-covid-19/.

Ioannides, D., and Gyimóthy, S. 2020. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, doi: 10.1080/14616688.2020.1763445.

Kozinets, R. 2002. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61–72. doi:10.1509/jmkr.39.1.61.18935.

Kozinets, R. 2015. *Netnography: Redefined*. London, England: Sage, 320 pp.

Langer, R., and Beckman, S. 2005. Sensitive research topics: Netnography revisited. *Qualitative Market Research*, 8, 189-203, doi: 10. 1108/13522750510592454.

Lew, A. (2020). How to create a better post-COVID-19 World. Medium, 18/5/2020, https:// medium.com/@alanalew/creating-a-better-post-covid-19-world-36b2b3e8a7ae.

Lois González, R.C. and Lopez, L. 2020. Liminality Wanted. Liminal landscapes and literary spaces: the Way of St. James. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, 22* (2), 433-453, doi: 10.1080/14616688.2019.1647452.

Lois González, R.C. and Santos Solla, X.M. 2015. Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13 (2), 149-64, doi: 10.1080/14766825.2014.918985.

López, L., Lois Gonzáléz, R.C. and Castro Fernández, B.M. 2017. Spiritual Tourism on The Way of Saint James. The Current Situation. *Tourism Management Perspectives*, 24, 225-234, doi: 10.1016/j.tmp.2017.07.015.

Margry, P.J. 2015. To Be or not to Be…a Pilgrim. Spiritual Pluralism Along the Camino Finisterre and the Urge for the End. In: Sánchez Carretero C. (ed.), *Heritage, Pilgrimage and the Camino to Finisterre*. Springer, Heidelberg, 175-211.

Martín Duque, C. 2017. Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, 5 (1), 62-doi: 10.17502/m.rcs.v5i1.155.

Milano, C. 2017. *Overtourism y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales*. Ostelea School of Tourism & Hospitality, Barcelona, 45 pp.

Nepal, S.L.K. 2020. Travel and tourism after COVID-19 – business as usual or opportunity to reset?, *Tourism Geographies*, doi.org/10.1080/14616688.2020.1760926

Nilsson, M. and Tesfahuney, M. 2019. Pilgrimage mobilities: a de Certeauian perspective, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, doi: 10.1080/04353684.2019.1658535.

Oficina del Peregrino (Santiago Pilgrim's Reception Office). *Informes Estadísticos 2009-2019*, 14/05/2020, www.archicompostela.org.

Porcal, Mª.C., Díez, A. and Junguitu, J. 2012. Dimensión territorial y turística de la ruta norte del Camino de Santiago en el País Vasco: distintas concepciones, valoraciones y propuestas de intervención sobre un fenómeno multifacético. Bo*letín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 58, 177-204, doi: 10.21138/bage.2064.

Richards, G. and Munsters, W. *Cultural Tourism Research Methods*. CAB International, Oxofrdshire, pp.243

Stankov, U., Filimonau, V. and Vujičić, M. D. 2020. A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world. *Tourism Geographies*, doi: 10.1080/14616688.2020.1768432.

Trainor, A.A. (2018). Community Conversation as a Method of Gathering and Analyzing Qualitative Data. *Journal of Disability Policy Studies*, 29 (1), 2-6, doi: 10.1177/1044207317739403.

Tremblay-Huet, S. 2020. COVID-19 leads to a new context for the "right to tourism": a reset of tourists' perspectives on space appropriation is needed. *Tourism Geographies*, doi: 10.1080/14616688.2020.1759136.

UNWTO. 2018. *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. UNWTO, Madrid, 12 pp.

UNWTO. 2020. *Supporting jobs and economies through travel and tourism*, 10/05/2020, https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf

Xunta de Galicia. 2019. *Plan Extratéxico do Xacobeo 2021*. Xunta de Galicia. 10/5/2020, https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/8/0/5/3_66c1f535732692d/18053_e66ed12a82097c3.pdf

Xunta de Glicia. 2020. *Plan de reactivación dos sectores cultural e turístico fronte aos efectos derivados da COVID-19*, 18/05/2020, https://ficheiros-web.xunta.gal/cultura/publicacions/plan-reactivacion-cultural-turistica.pdf.

Weiss, M. and Cattaneo, C. 2017. Degrowth – Taking Stock and Reviewing an Emerging Academic Paradigm. *Ecological Economics*, 137, 220-230, doi: 10.1016/j.ecolecon.2017.01.014.

References of the Online Communities

Camino de Santiago. *COVID-19: Coronavirus (Round 6)*. 3/06/2020, https://www.caminodesantiago.me/community/threads/covid-19-corona-virus-discussion-round-6.67460/.

Camino de Santiago. *COVID-19: Coronavirus (Round 7)*. 3/06/2020, https://www.caminodesantiago.me/community/threads/covid-19-corona-virus-discussion-round-7.67716/#post-853779.

Camino de Santiago. *Thinking about tents*. 3/06/2020, https://www.caminodesantiago.me/community/threads/thinking-about-tents.67703/page-2#post-853755.

Camino de Santiago. *When would you consider going back on the Camino?* 3/06/2020, https://www.caminodesantiago.me/community/threads/when-would-you-consider-going-back-to-the-camino.67555/

Foro Camino. *El Coronavirus y el Camino de Santiago*. 3/06/2020, https://forocamino.com/index.php?threads/el-coronavirus-y-el-camino-de-santiago.396/.

Foro Camino.*¿El fin de la hospitalidad?*. 3/06/2020, https://forocamino.com/index.php?threads/%C2%BFel-fin-de-la-hospitalidad.416/

Foro Camino. *Pues oye, con este tema del virus la caravana es una opción a tener en cuenta*. 3/06/2020, https://forocamino.com/index.php?threads/pues-oye-con-este-tema-del-virus-la-caravana-es-una-opci%C3%B3n-a-tener-en-cuenta.422/

Foro Camino. *Reflexiones desde el confinamiento*. 3/06/2020, https://forocamino.com/index.php?threads/reflexiones-desde-el-confinamiento.425/#post-1945.

Gronze. *Para cuando estará viable el Camino?* 3/06/2020, https://www.gronze.com/foros/general/para-cuando-estara-viable-camino

Gronze. *Como nos va a afectar el Camino post-coronavirus.* 3/06/2020, https://www.gronze.com/foros/general/como-nos-va-afectar-camino-post-corona-virus

La paradoja del *overtourism* y *undertourism* en un mismo destino: Nueva Tabarca (Alicante, España)

Rosario NAVALÓN-GARCÍA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Navalón-García, R. 2020. La paradoja del *overtourism* y *undertourism* en un mismo destino: el caso de Nueva Tabarca (Alicante, España). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 553-565. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

¿Es posible que en un mismo destino se produzca overtourism y undertourism de forma simultánea? Con esta investigación se mostrará que esta paradójica situación es posible. Para ilustrarlo se estudia el archipiélago de Nueva Tabarca, próximo al área turística madura de la Costa Blanca alicantina (España). A pesar de su riqueza patrimonial y su evidente potencial no estacional, este enclave insular presenta un desigual aprovechamiento turístico en el tiempo y el espacio. Esto permite hablar de masividad y saturación, propia del sobreturismo, al mismo tiempo que una parte del espacio insular de indudable calidad queda infrautilizado a lo largo de todo el año, y que también se produce un consumo turístico más calmado, lo que permitiría hablar de subturismo. Para demostrarlo se empleará una metodologia basada en observación participante y entrevistas semiestructuradas con los agentes sociales y turísticos, que permitirán contrastar los datos que ofrecen las fuentes indirectas. Lejos de ser un caso singular, este estudio ofrece un análisis extrapolable a otros lugares y microdestinos, que son visitados de forma masiva por su proximidad a áreas turísticas consolidadas.

Palabras clave: *Overtourism, Undertourism, Saturación, Infrautilización, Diversificación, Planificación*

THE PARADOX OF OVERTOURISM AND UNDERTOURISM IN THE SAME DESTINATION: THE CASE OF NUEVA TABARCA (ALICANTE, SPAIN). Is it possible for over and under tourism to occur simultaneously at the same destination? This research will show that this paradoxical situation is possible. To illustrate this, the archipelago of Nueva Tabarca, close to the mature tourist area of the Costa Blanca in Alicante (Spain), is studied. In spite of its rich heritage and evident non-seasonal potential, this island enclave presents an uneven tourist use in time and space. This allows us to speak of massiveness and saturation, typical of over-tourism, while at the same time a part of the island space of undoubted quality remains underused throughout the year, and that there is also a calmer tourist consumption, which would allow us to speak of sub-tourism. To demonstrate this, a methodology based on participant observation and semi-structured interviews with social and tourist agents will be used, which will make it possible to contrast the data offered by indirect sources. Far from being a singular case, this study offers an analysis that can be extrapolated to other places and microdestinations, which are visited massively due to their proximity to consolidated tourist areas.

Key words: *Overtourism, Undertourism, Saturation, Underutilization, Diversification, Planning.*

Rosario NAVALÓN-GARCÍA, Dpto. Análisis Geográfico Regional. Universidad de Alicante. Apdo. de correos 03690. Alicante. Mail: r.navalon@ua.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 10-agosto-2020.

Introducción

De forma generalizada se ha abordado independiente el estudio del *overtourism* y del *undertourism* en distintos espacios turísticos para definir y distinguir claramente entre dos tipos de espacios. Por una parte, al primero se asocian los destinos saturados, masivos y problemáticos, que pueden encontrarse tanto en ciudades como en áreas litorales o entornos rurales y naturales; para el segundo concepto, se habla de otros espacios en los que es posible desarrollar productos turísticos de calidad a partir de unas potencialidades turísticas claramente infrautilizadas. En esta investigación se desea mostrar que determinados destinos, que constituyen oferta complementaria para otros espacios turísticos, muestran una realidad compleja que describe una situación de sobre y subturismo en el mismo lugar. Este es el caso del archipiélago de Nueva Tabarca (en adelante Tabarca), frente a las costas del destino turístico maduro de la Costa Blanca alicantina (España). En este singular enclave, se dan cita de forma simultánea sobreturismo y subturismo: saturación y un uso masivo de los recursos basado en un modelo predomínante de sol y playa; junto a un consumo tranquilo, basado en elementos patrimoniales tangibles e intangibles, con rasgos propios de un turismo de calidad.

Para abordar la cuestión, en primer lugar se analizarán los conceptos y definiciones en torno al sobreturismo y subturismo a partir de una revisión de la literatura sobre estos términos. Tras ello, y a modo de ejemplo que corrobora la hipótesis de la posible coincidencia de estos dos conceptos -en principio antagónicos-, se analizará el caso de Tabarca a partir de una metodología dual. Inicialmente se ofrecerá el estudio de las variables secundarias de estadísticas oficiales, datos sobre la oferta y demanda turística, junto a una aproximación cualitativa a partir de entrevistas semiestructuradas que incorporan la percepción de expertos, agentes sociales locales y residentes en torno al aprovechamiento turístico. Finalmente se planteará una síntesis de las informaciones cuantitativas y cualitativas recabadas para comprobar si la premisa de partida tiene razón de ser, a modo de discusión y conclusiones.

Revisión en torno a los conceptos de sobreturismo y subturismo

El fenómeno que se describe como overtourism o sobreturismo no es reciente. Se trata de una nueva denominación que actualiza viejos debates en torno a los efectos de un turismo masivo e insostenible (Dregde, 2017; Capocchi *et al.,* 2019). Desde que la publicación Skift registrara el termino overtourism en 2016 para refererirse a una situación de saturación turística, el concepto ha sido objeto de estudios desde muy distintas perspectivas (Goodwin, 2016; Clampet, 2017; Milano *et al*., 2017; OMT, 2018; Doods y Butler, 2019; Pechlaner *et al.*, 2020), y su asociación a la turismofobia, fundamentalmente en espacios urbanos, ha facilitado su popularización (Koens, *et al.*, 2018).

Son numerosas las definiciones del término sobreturismo (Goodwin, 2017; Dregde, 2017; Milano *et al.* 2018), pero todas ellas tienen en común los elementos que también recoge la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) al referirse a éste como el "impacto del turismo en un destino, o en partes de él, que influye excesivamente en la calidad de vida percibida de los ciudadanos y/o en la calidad de las experiencias de los

visitantes de manera negativa". Las cuestiones tratadas en estas definiciones se asocian a la presencia excesiva de turismo en un destino, al efecto negativo en el medio ambiente y en las sociedades anfitrionas, o a la conflictividad que surge de un uso masivo e insostenible.

Puede afirmarse que trabajos con objetivos comunes a este concepto cuentan con varias décadas de trayectoria, como la Capacidad de carga (Getz, 1983; Lindberg, et al., 1997), Ciclo de vida del destinos turísticos (Butler, 1980, 1996); Límite de cambio aceptable (Stankey, et al., 1985), entre otros. En la misma línea, la relación dinámica, potencialmente destructiva, del turismo en sitios de valor patrimonial también se tratado ampliamente desde diversos enfoques (Butler y Pearce, 1995; Brooks, 2001; OMT, 2004, Bartlett, 2019; Du Cros y Mckercher, 2020). En muchos de estos trabajos uno de los aspectos clave es identificar el umbral por encima del cual comienzan a producirse los impactos. Pero la cuestión no es tanto el número de visitantes en sí, sino el comportamiento de estos y el límite que puede ser aceptable, teniendo en cuenta su concentración en el tiempo (estacionalidad) (Butler, 1998; Chung, 2009); su distribución en el espacio físico del destino (congestión, saturación) (McCannell, 2003; Donaire y Gali, 2008) o el modo de relacionarse con la comunidad local (conflictividad por molestias, ruidos, efectos económicos, etc.) (Lindberg *et al.*, 1997). Este es uno de los aspectos clave de la presente investigación, en la que se analiza si existe saturación turística.

El segundo término que propone el enunciado es el de subturismo o undertourism. Fue también la publicación online Skift el medio que impulsó la popularización del término, en el marco de las Megatendencias para 2019. En este medio se describe el concepto de subturismo como una tendencia paralela al sobreturismo, que comienza a manifestarse en destinos emergentes que se presentan como alternativa de oferta de calidad y calma (Peltier, 2019). También puede asociarse a destinos ya consolidados que incluyen en su oferta lugares o recursos poco convencionales y experiencias a partir de nuevas relaciones con las personas, la cultura, los lugares y con el patrimonio. A medida que el exceso de turistas entra en la conciencia de algunos gestores turísticos se abre paso un giro a este modelo turístico que puede implicar una reducción del número de turistas, pero un mayor beneficio tanto económico como ambiental. Es así como se plantea la actuación en destinos que extienden el turismo más allá de las áreas congestionadas, o que lo plantean en temporadas del año menos populares. Se conecta así con las posibles soluciones que propone Milano (2018) para atenuar el sobreturismo con el mito de las 5D: desestacionalización, descongestión, descentralización, diversificación y turismo de calidad (*deluxe tourism*). Aunque el mismo autor acepta que estas soluciones pueden resolver solo de forma parcial la saturación de un area turística, suavizando sus efectos durante un tiempo o que pueden dispersar el problema hacia otros momentos y lugares sin resolverlo. Sobre todo si se toman estas deciones sin contar con los residentes, agentes y visitantes implicados en la actividad turística, o antes de que realmente existan productos adecuados a esta nueva filosofía.

Por el momento, la producción científica en torno al término subturismo o undertourism no es abundante, aunque comienza a ser visible (Peltier, 2019; Gowreesunkar y Thanh, 2020; Séraphin *et al.*, 2020). No obstante, en esencia este concepto podría conectarse con el turismo sostenible, ampliamente estudiado desde diversas perspectivas, pero con la concepción que defiende Butler (1999) que parte del principio de que un desarrollo sostenible no implica seguir creciendo indefinidamente. En esta línea Latouche (2006) y

Hall (2009) vinculan la sostenibilidad del turismo con el principio del Decrecimiento, que entendemos se aproxima más al concepto de subturismo. Los principios teóricos del concepto de decrecimiento pueden remontarse a varias décadas atrás con los principios de ecología social, pero ha tomado relevancia en pleno siglo XXI, (Fletcher *et al.*, 2019) como reflexión de contraste frente al sobreturismo. Su conexión con el subturismo estriba en que no se plantea como una idea antiturismo (Blanco-Romero *et al.*, 2019), sino como una reflexión sobre los límites del crecimiento y una apuesta que implica una nueva organización integrada que evita impactos negativos del turismo y maximiza el beneficio para las comunidades locales (Higgins *et al*., 2020).

Tras este repaso a la literatura sobre los conceptos clave de esta investigación, se refleja que el concepto de sobreturismo se conecta con procesos de saturación turística, que implican impactos en distintas esferas y una notable complejidad, pero que no es correcta una correspondencia unívoca entre masividad y sobreturismo. Del mismo modo, el concepto de subturismo, que semánticamente puede asociarse a la infrautilización de los potenciales recursos turísticos, no implica que estos términos sean sinónimos. El subturismo implica una apuesta consciente hacia un cambio de modelo en la forma de planificar, ordenar y crear nuevos productos, que puede basarse en la riqueza patrimonial de los lugares, a menudo infrautilizados, pero sobre todo en la creación de nuevas experiencias, un mayor aprovechamiento de las potencialidades del destino y un mayor contacto entre el turismo y la comunidad local.

Presentación del área de estudio

Situada frente a la región turística de la Costa Blanca alicantina, el archipiélago de Nueva Tabarca es un enclave turístico singular, aunque puede ejemplificar las dinámicas que suceden en muchos otros destinos en contextos maduros con predominio del excursionismo masivo. Está formado por la isla de Tabarca y por un conjunto de islotes no habitados que conforman un conjunto dedicado casi exclusivamente a la actividad turística, con un mantenimiento casi testimonial de la actividad pesquera. Es un espacio sin elevaciones, que le dio el nombre de Isla Plana, y su dimensión es escasa, apenas alcanza 0,3 km^2 de superficie, por lo que no existen carreteras ni tráfico rodado, solo pequeños vehículos de servicio. Todo ello le imprime un carácter de isla tranquila donde la insularidad se percibe de forma evidente.

La única isla habitada de la Comunidad Valenciana, cuenta con tan solo 51 habitantes censados (INE, 2019) pero recibe más de 230.000 visitantes, repartidos de forma muy desigual a lo largo del año, tanto en el espacio como en el tiempo, generando problemas de saturación e impactos de diversa índole. En la temporada alta puede recibir entre 3000 y 7500 visitantes por día, que llegan a sus playas en embarcaciones de recreo, ferrys y taxis náuticos, sin que exista un control de la capacidad de carga. Se trata de visitantes de un día que se reparten por las distintas calas y playas de la isla, ocupando una pequeña porción del territorio disponible, y que abandonan la isla al atarecer con la salida del último barco. Tras la vorágine diurna quedan por la noche apenas 500 turistas, que perciben y disfrutan este singular espacio de un modo privilegiado, con calma y sin aglomeraciones. Durante el invierno el archipíelago apenas recibe unas decenas de turistas en días festivos y fines de

semana, y residen en la isla de forma permanente en torno a una decena de personas, a pesar de los datos que refleja el padrón de población.

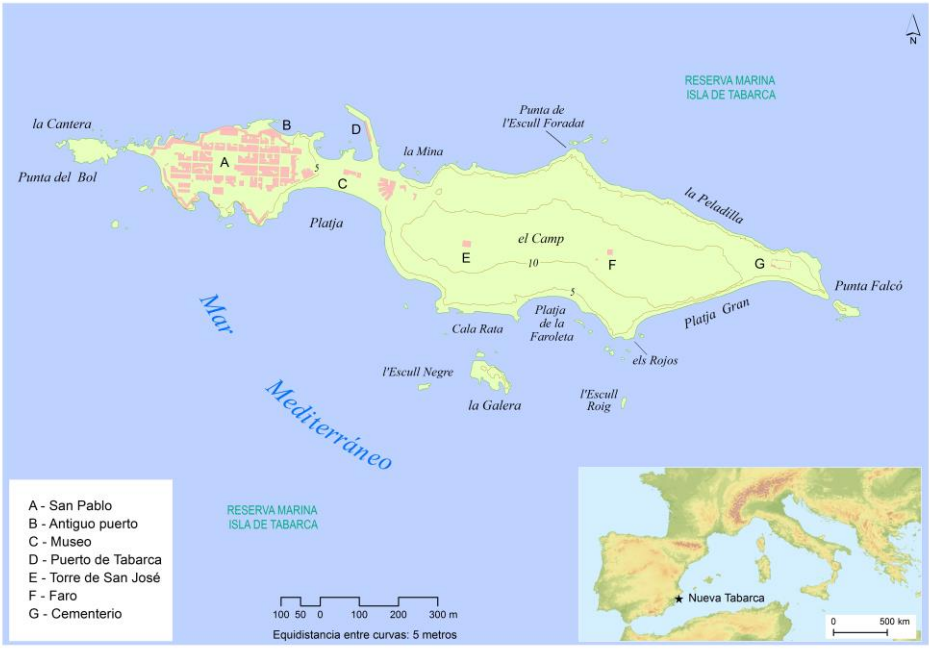


Fig. 1. Mapa de localización de Nueva Tabarca y de sus principales atractivos. Elaboración propia.
Fig. 1. *Location map of Nueva Tabarca and its main attractions. Own elaboration*

Esta contrastada estacionalidad e irregular distribución en el espacio, propicia una situación en la que puede hablarse de sobreturismo, centrado fundamentalmente en un modelo turístico de sol y playa, marcado por la masividad, saturación y problemática ambiental durante los meses estivales, denunciada por colectivos sociales y por los propios turistas.

Al mismo tiempo, se trata de un entorno casi deshabitado de forma permanente y escasamente visitado desde un enfoque cultural. Posee un indudable valor patrimonial y paisajístico, con una ciudadela amurallada reconocida como Conjunto histórico-artístico desde 1964, y cuenta con la primera Reserva Marina de España (1986) por la riqueza de sus fondos marinos, además de ser microrreserva de flora y ZEPA (Ayto. de Alicante, s.f.).

Este contraste de saturación e infrautilización, masividad y turismo tranquilo, no es novedosa pues puede describirse para este entorno desde el inicio del turismo de masas en las costas alicantinas. Tampoco es reciente la reivindicación de una mayor protección del medio marino y la preocupación por la sostenibilidad del uso turístico en este enclave, o la constante solicitud de atención de las administraciones a distinta escala, de residentes y empresarios, para que se dedique más apoyo a la valorización del patrimonio tabarquino. Sin embargo, son escasos los estudios que traten el hecho turístico en este enclave (Navalón-Garcia, 2019).

Metodología

Tras todo lo expuesto, resulta evidente que para comprender esta compleja realidad debe plantearse una aproximación plural, a partir de la convergencia e integración de varias capas de información referidas tanto al territorio de Tabarca (en sus aspectos turísticos y de gestión), como a la percepción de los agentes turísticos, locales y de la administración, respecto al actual modelo turístico de este enclave. Según Dodds y Butler (2020) analizar el volumen de visitantes y turistas en el área de estudio; las características del consumo turístico; la competencia por los recursos y espacio; planificación y control del turismo; y la percepción de los agentes implicados en el turismo, permite identificar los factores que favorecen el sobreturismo.

Para obtener estos datos se aplica una metodología con dos tipos de enfoques. Por una parte se ha trabajado con fuentes secundarias de diversa naturaleza: bibliográfica, estadística y documental, así como revisión de la hemeroteca sobre el turismo en la isla, para obtener los datos de la oferta y demanda turística del área de estudio, de la naturaleza y regulación de los recursos locales, así como de la reiterada controversia en torno al uso y abuso de los recursos. Esta información se ha complementado con el trabajo de campo y observación participante para reconocer la peculiaridad del ámbito de estudio, la distribución y uso de los elementos de atracción, así como el modo en que se produce la oferta y el consumo turístico.

Esta base de información se ha complementado con una aproximación cualitativa, a partir de entrevistas semiestructuradas a personas capaces de aportar distintas perspectivas sobre el aprovechamiento turístico y la saturación turística del espacio que nos ocupa. Se han realizado catorce entrevistas a expertos relacionados con el patrimonio natural y cultural, residentes de la isla, agentes locales vinculados a la gestión del patrimonio y agentes turísticos del municipio. Las entrevistas se realizaron durante los meses de junio y julio de 2020, a partir de una estructura base de preguntas abiertas que se fueron adaptando según la trayectoria y respuesta de los interlocutores. Tuvieron lugar de forma presencial (7), por videoconferencia (3), por teléfono (1) y por correo electrónico (3). La duración aproximada de estas entrevistas fue de 30 a 45 minutos y en ellas se realizaron preguntas sobre la perspectiva de saturación turística en la isla y los argumentos que sostenían las afirmaciones; también se plantearon cuestiones sobre la utilización e infrautilización del potencial de la isla, sobre la percepción de la experiencia turística de los visitantes, así como un balance de las fortalezas y debilidades del turismo en el área de estudio, a las que se añadían propuestas de posibles acciones de mejora.

Resultados

Se trata de un archipiélago de contrastes. Territorialmente la isla grande está formada por un espacio construido en el que se encuentra la ciudad amurallada, que responde a un plan integrado de desarrollo del siglo XVIII y concentra la mayoría de recursos culturales, que supone un tercio del conjunto, y también la mayor parte de la oferta, donde se concentra la demanda turística. Esta parte se conecta por un istmo, en el que se encuentra el puerto y las dos playas de mayor dimensión y más frecuentadas. Este estrechamiento del terreno conecta con El Campo, porción de terreno mucho más grande y escasamente

humanizada en la que predomina una cubierta vegetal silvestre y numerosos atractivos predominantemente naturales, pero que recibe escasa atención por parte de los visitantes.

Aunque depende administrativamente del municipio de Alicante (a 22 km de distancia), las relaciones funcionales y comerciales son mucho más intensas con Santa Pola (apenas a 8 km). Su cercanía a la costa turística alicantina supone un factor dual. Por una parte, la proximidad a destinos consolidados de la Costa Blanca, como Benidorm o Torrevieja, favorece la llegada de excursionistas que pasan unas horas en ella, fundamentalmente concentrados en los espacios costeros. Por otra, la vinculación funcional de residentes y empresarios de la isla a los municipios cercanos, donde muchos viven casi todo el año, propicia un enfoque de servicios basado en la temporalidad y en un aprovechamiento estacional que busca sacar el máximo provecho en los meses estivales, sin atender a otros criterios de fidelización y continuidad.

En la actualidad Tabarca presenta servicios básicos que pueden considerarse suficientes para la población censada, pero no para el enorme volumen de población visitante. Su consecución ha sido relativamente reciente. Por ejemplo, el servicio de agua potable estable y conectada al continente se produjo en el año 1984, la conexión eléctrica es de 1998, la instalación de una depuradora de aguas residuales poco después, la reurbanización y adecuación del área de puerto e istmo en 1994, la inauguración del Museo de Nueva Tabarca fue en 2004, o el centro de educación ambiental CEAM en 2006. Además, en los últimos años se ha ido completando la restauración de varios elementos patrimoniales de la muralla, baluartes, bóvedas de artillería, iglesia, etc. También se han señalizado tres senderos en el área de El Campo, junto a otro recorrido urbano en el interior de la ciudadela, y se han instalado paneles informativos (Pérez, 2012). Según expertos y residentes Tabarca presenta en la actualidad más servicios que nunca. Sin embargo, la presión estival es tan alta que se perciben malos olores por la saturación de la depuradora, y es una constante la queja por la suciedad de los espacios públicos, calles y puerto, o por que no se atiende al vaciado de papeleras con una frecuencia suficiente, entre otros, y la necesidad de mayores dotaciones en personal de mantenimiento, limpieza y refuerzo en temporada alta es una reivindicación constante. Del mismo modo, la labor de la Reserva Marina, que implica información y sensibilización para la conservación de los fondos marinos, precisa mayor dotación presupuestaria y de personal, para evitar los impactos en los fondos marinos por el fondeo de los numerosos barcos de recreo. Lo mismo ocurre con el patrimonio cultural, ya que no existe ningún servicio turístico que lo interprete, y cuenta con personal limitado para su apertura y vigilancia. El propio museo de la isla no se encuentra abierto de forma continuada y no existe un servicio de guiado cultural o natural para quien pudiera solicitarlo.

Así pues, los visitantes al llegar a la isla entran desde el puerto por la zona del istmo, y a partir de ese punto no encuentran más opciones que ir a la playa, pasear por la ciudadela y el Campo, o también ir a restaurantes, pero no se ofrecen otras opciones de disfrutar de una experiencia cultural en torno al patrimonio insular. Lo que a todas luces supone una debilidad en los servicios de Tabarca.

El turismo en Tabarca se basa en el modelo de sol y playa, con rasgos propios del inicio del turismo de masas. Todas las fuentes consultadas indican que las motivaciones prioritarias para la visita a este conjunto se relacionan con un consumo de espacio litoral de carácter pasivo. De forma mayoritaria se centra en el disfrute del baño en sus aguas

cristalinas, seguido de lejos por la gastronomía local, y como tercer elemento el buceo con snorkel.

No se ha podido obtener una cifra de visitantes anuales a la isla, pues no se realiza ningún tipo de control de las llegadas, ni de la capacidad de acogida del conjunto. Solo se dispone de la estadística de pasajeros de 2004, que alcanzaba los 155.227 (Conselleria de política territorial, s.f.). No obstante, a partir de la capacidad de pasaje y de los horarios y calendario de las embarcaciones que llegan de forma anual desde los puertos de Santa Pola y Alicante (6 empresas), y estacionalmente desde Torrevieja, Benidorm y El Campello, la cifra puede superar los 230.000 visitantes anuales (Navalón-García, 2019), con picos diarios de hasta 7500-10000 visitantes. A ello hay que sumar los visitantes llegados en embarcaciones de recreo que fondean cerca de la playa (más de 150 en un solo día). Su entrada en la isla se produce por el único acceso del puerto, donde coinciden pasajeros y tráfico de servicios, y donde se hace patente la saturación de la instalación por la escasez de servicios y mantenimiento. Esta es solo la antesala del espacio más transitado de la isla, el espacio de la ciudadela que, por su reducida dimensión (0,1 km^2) manifiesta una superación evidente de su capacidad de carga física y perceptual, pues en él se concentra la mayor parte de los visitantes en las playas y pequeñas calas del perímetro, así como en las calles del entorno construido.



Fig. 2. Imagen del acceso portuario a la isla que muestra la llegada masiva de visitantes. Elaboración propia.

Fig. 2. *Image of the port access to the island showing the massive arrival of visitors. Own elaboration.*

La oferta de restauración es de 20 establecimientos distintos y una capacidad de 2088 plazas, con establecimientos que sirven en su mayoría cocina de inspiración mediterránea. Sin embargo, se detecta cierta estandarización de los menús, con una calidad desigual que en momentos punta puede ser calificada de mejorable.

Tabarca cuenta con una oferta de alojamiento poco regulada y de escasa calidad, con tres hoteles, 3 hostales (108 plazas) y un albergue de CEAM (32). A ellas se suma cerca de 400 plazas en oferta residencial, algunas de las cuales no se encuentran en los canales formales de comercialización. Teniendo en cuenta la reducida población residente, Tabarca presenta una tasa de función turística superior a 372, que según la nomenclatura de Defert (1967) describe un centro especializado en la recepción de turistas que multiplica casi por tres las cifras de Myconos o Santorini (Fernádez-Latorre, Díaz, 2011). El balance de saturación es mayor si se tiene en cuenta la relación de plazas de alojamiento por km^2, pues la tasa alcanzaría una cifra superior a 683 plazas/km^2 (Navalón-García, 2019).

Percepción de los agentes entrevistados

Las conversaciones con los distintos entrevistados mostraron que la palabra *overtourism* o sobreturismo apenas es conocida para los agentes no turísticos. Sin embargo, sí describían los efectos propios del concepto en la percepción sobre la saturación turística en la isla. Se ponía el foco fundamentalmente en la excesiva concentración de los visitantes en el espacio público urbano, con una marcada estacionalidad de las visitas en apenas tres meses al año. Se destaca el comportamiento incívico de algunos visitantes y el predominio de un uso centrado en el producto de sol y playa y la gastronomía local, muy por encima de otras actividades como el buceo, las visitas al patrimonio cultural o el senderismo.

No se considera que los residentes manifiesten rechazo por los visitantes. Al contrario, se percibe que los tabarquinos asumen la presencia, excesiva o no del visitante, como una oportunidad para la mejora de la economía local sin mayor reflexión sobre la idoneidad del tipo de aprovechamiento y el modelo turístico. En términos generales no se considera que los recursos de equipamientos e infraestructuras sean insuficientes, pues se valora su reciente adquisición. Sin embargo, sí se plantea que el mantenimiento y la dotación de servicios de recursos humanos (limpieza, seguridad, atención sanitaria) resultan escasos para el volumen de demanda que se recibe. De forma generalizada se afirma que los recursos del patrimonio natural y cultural se encuentran infrautilizados y que se podrían plantear acciones de dinamización turística para impulsar un turismo cultural. No obstante, se plantea que los empresarios actuales no asumirán ese reto pues en general están satisfechos con el actual modelo, que les permite vivir durante todo el año con lo conseguido en verano. A ello contribuye el hecho de que muchos de ellos no sean residentes en Tabarca sino en otros municipios cercanos, como Santa Pola, Elche, o Alicante, y que conciben el negocio turístico de Tabarca como estacional y complementario a otras actividades en el continente.

A pesar de esta descripción de saturación percibida, es común que se hable de una isla totalmente distinta cuando la última embarcación de pasajeros parte de la isla por la noche. En ese momento en que quedan solo residentes y turistas se describe una Tabarca que sí responde al apelativo de "paraíso mediterráneo", de calidad, tranquila, con un mar transparente, un patrimonio cultural y natural que transitar y por el que merece la pena pagar un precio que puede resultar elevado. El grado de fidelidad de esta clientela es alto y

Cuestión	**Efectos sobre el turismo**
Número de visitantes	Afluencia masiva de visitantes (hasta 10.000 pax/día) Marcada estacionalidad: (junio, julio y agosto) Marcada temporalidad en el día, con horario de 10'00 a 19'00h Saturación real y percibida por las dimensiones de la isla
Comportamiento de los visitantes	Polarización en la zona de playa, puerto y restaurantes del istmo Comportamiento incívico (suciedad) Impactos sobre el medio natural (pisoteo zona de El Campo, fondos marinos por bañistas y anclas de embarcaciones de recreo) Impactos sobre patrimonio cultural (pisoteo y efectos sobre la muralla) Ocupación de la vía pública buscando sombra Consumo en restaurantes de menús de cocina mediterránea en hasta 4 turnos Presencia de excursionistas que llevan su propia comida y que ensucian Escasa pernoctación en la isla. Precios elevados y escasa oferta de alojamiento Cliente individual, familias (también grupos escolares en temporada baja) Fidelidad y recurrencia de la visita
Servicios de la isla	Suficientes en cuanto a existencia de equipamientos básicos: abastecimiento de agua, electricidad, conexión a red, depuradora y recogida de residuos de la isla. Necesidad de separar instalaciones portuarias: pasajeros y servicios del puerto Conveniente disponer más espacios de sombra Insuficientes en cuanto a limpieza de zonas comunes: calles, aseos públicos, recogida papeleras, servicio médico, depuración de agua que satura en verano Controversia sobre la necesidad de ampliar concesiones de servicios de playa
Atención de la Administración	La regulación jurídico-administrativa recae sobre distintas administraciones públicas (Ayuntamiento, varias Consellerías y Ministerios) La propuesta de acciones y su autorización resulta compleja y larga. No existe control ni medida de la capacidad de carga en Tabarca
Empresariado	Planteamiento de negocio estacional con compromiso temporal por la isla Ofertas de menús de cocina mediterránea algo estandarizado Poco proclives al cambio e iniciar otro modelo turístico Enfoque cortoplacista

Tabla 1. Relación de temas positivos y negativos sobre el turismo en Tabarca citados por las personas entrevistadas. Elaboración propia.
Table 1. *List of positive and negative topics about tourism in Tabarca mentioned by the interviewed persons. Own elaboration.*

la ocupación hotelera y residencial de la isla en los meses estivales es del 100%, con reservas que llegan a hacerse de un año para otro.

Discusión y conclusiones

A pesar de tratarse del análisis de un caso concreto, este estudio puede generar un marco de trabajo extrapolable a otros entornos y microdestinos insertos en un espacio turístico maduro. Tabarca, como otros lugares, es visitada en forma de excursiones en las proximidades de áreas turísticas consolidadas, como oferta que complementa y diversifica el producto base del sol y playa. Por tanto, su aprovechamiento presenta la estacionalidad propia de este modelo turístico. En la mayoría de los casos, la escasa reflexión sobre el modo de gestionar la afluencia turística deja en manos de los residentes y agentes turísticos el desarrollo de una actividad de la que depende su economía. En este contexto, la mirada

cortoplacista favorece un consumo masivo, puntual y superficial de los recursos, que genera saturación y pone en riesgo el propio futuro de estos destinos.

Relacionado con este contexto, en Tabarca puede identificarse sobreturismo y subturismo. Tal y como se ha apuntado, el sobreturismo no es sinónimo de masividad. Suele implicar cierta conflictividad entre turistas, visitantes y residentes. Sin embargo, en el caso de Tabarca esta controversia no surge de forma clara, pues en su mayoría los tabarquinos dependen del negocio turístico y perciben su llegada como la fuente de su sustento. Por otra parte, la infrautilización no es sinónimo de subturismo. El hecho de que apenas se aproveche el excepcional patrimonio de este enclave supone una oportunidad de desarrollo para el impulso de nuevas fórmulas turísticas, entre ellas la que se vincula al subturismo, que ya está presente en la isla y que disfrutan las personas que tienen el privilegio de pernoctar.

El exceso de turismo y la infrautización son resultado de destinos mal planificados, pues tanto el exceso como la falta de turismo son síntoma de una inadecuada gestión de los activos del lugar. Así pues, aunque se pueda plantear la necesidad de aumentar la oferta de alojamiento y restauración en Tabarca, con la excusa de su elevada ocupación en temporada alta, es preciso entender que la escasa dimensión física y la fragilidad de este enclave debe ser el argumento para frenar el incremento de nuevas ofertas que impliquen la llegada de más visitantes de un día. Esta no debe ser la opción, sino la apuesta por una desestacionalización, descentralización, diversificación e impulso de la calidad, a partir de una estrategia de refuerzo, planificación y control de un turismo más responsable y sostenible.

Agradecimientos

Esta aportación se enmarca en el proyecto “Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes. Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos: Smart Tourism Planning (STP)” (CSO2017-82592-R).

Bibliografía

Blanco-Romero, A. 2019. Decrecimiento turístico. En Cañada (Ed.). *El turismo en la geopolíitica del Mediterraneo.* Barcelona: Alba Sud Editorial. 66–71.

Brooks, G. *Heritage at risk from tourism*, ICOMOS. 15/02/2020. https://www.icomos.org/risk/2001/tourism.htm

Bartlett, L. L. *Visitor Impact at Historic Sites: An Assessment of the Influence of Usage, Interpretation, and Management on Material Degradation*. *All Dissertations*. 2381. 20/02/2020. https://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/2381

Butler, R.W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.

Butler, R W. y Pearce, D.E. 1995. *Change in Tourism, people and places, processes*. Londres, Routledge.

Butler, R. W. 1996. The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Dead or merely buried? *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2(3-4): 283-293.

Butler, R.W. 1998. Seasonality in tourism: issues and implications. *The Tourist Review*, Vol. 53 No. 3, 18-24.

Butler, R.W.1999. Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies.* 1:1, 7-25

Butler, R. W. 2019. Tourism carrying capacity research: a perspective article. *Tourism review*, 75(1): 207-211

Capocchi, A., Vallone, C., Amaduzzi, A. y Pierotti, M. 2019. Is 'overtourism' a new issue in tourism development or just a new term for an already known phenomenon? *Current Issues in Tourism.*

Chung, J. Y. 2009. Seasonality in tourism: a review. *E-review of Tourism Research*, 7(5): 82-96.

Clampet, J. Overtourism goes mainstream, destinations get smarter about solving it. *Skift Megatrends 2017*. 01/01/2020. https://skift.com/2017/01/17/travel-megatrends-2017-overtourism-goes-mainstream/

Conselleria de política territorial, obras públicas y mobilidad. Isla de Tabarca. Tráfico de pasajeros. 03/04/2020. http://politicaterritorial.gva.es/va/web/puertos/puertos-cv/puertos-gv/isla-de-tabarca/estadisticas/trafico-de-pasajeros

Defert, P. 1967. Le Taux de Fonction Touristique. Mise au point et critique.5. *Les Cahiers du Tourisme*. Serie C, nº 5. 33 p

Dodds, R. y Butler, R.W. 2019. *Overtourism. Issues, realities and solutions*. De Gruyter Studies in Tourism. Vol. 1. 292 pp.

Donaire, J.A. y Gali, N. 2008. Modeling tourist itineraries in heritage cities. Routes around the Old District of Girona**.** *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *6*(3), 435-449.

Du Cros, H. y Mckercher, B. 2020. *Cultural tourism*. Routledge. 322 pp.

Dredge, D. "Overtourism". Old wine in new bottles? 13/03/2020. https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge

Fletcher, R.; Murray, I.; Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2019. Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1745-1763.

Fernández-Latorre F. M. y Díaz del Olmo, F. 2011. Huella ecológica y presión turística socio-ambiental. Aplicación en Canarias. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57: 147-173.

Getz, D. 1983. Capacity to absorb tourism: concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, 10(29-2): 239-263.

Goodwin, H. A new challenge "overtourism". *Responsible Tourism Blog*. 4/02/2020. http://news.wtm.com/a-new-challenge-overtourism/

Gowreesunkar V.G. y Vo Thanh T. 2020. Between Overtourism and Under-Tourism: Impacts, Implications, and Probable Solutions. *In:* Séraphin H., Gladkikh T., Vo Thanh T. (eds) *Overtourism*. Palgrave Macmillan.

Hall, C. M. 2009. Degrowing tourism: D'ecroissance, sustainable consumption and steady-state tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (1): 46-61.

Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G. y Boluk, K. 2019. Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1926-1944.

Instituto Nacional de Estadística. Padrón Continuo por Unidad Poblacional. 17/06/2020

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.

Latouche, S. *The globe downshifted? Le Monde Diplomatique*, January. 17/04/2020. https://mondediplo.com/2006/01/13degrowth

Lindberg, K., McCool, S. y Stankey, G. 1997. Rethinking Carrying Capacity. *Annals of Tourism Research*, 24: 461-465.

McCannell, D. 2003. *El turista: Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina, 291 pp.

Milano, C. 2018. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 16(3): 551-564.

Milano, C, Cheer, J. M. y Novelli, M. *Overtourism is becoming a major issue for cities across the globe, The Conversation*, 18 July 2018. 5/6/2020. http://theconversation.com/overtourism-agrowing-global-problem-100029

Navalón-García, R. 2019. Proyectos y efectos: pasado, presente y futuro de la Isla de Nueva Tabarca (Alicante, España). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(1): 143-157.

Organización Mundial del Turismo. *La gestión de la congestión del turismo en destinos naturales y culturales.* 30/01/2020. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284407842

Organización Mundial del Turismo. *"¿Exceso de Turismo?"- Entender y Gestionar el Crecimiento del Turismo Urbano más allá de las Perspectivas. Resumen ejecutivo*. 30/01/2020. https://www.visitasevilla.es/sites/default/files/professionals/files/2018_OMT_Resumen-Ejecutivo-Overtourism.pdf.

Pechlaner, H.; Innerhofer, E. y Erschbamer, G. 2020. *Overtourism. Tourism Management and Solutions.* Routledge. Taylor & Francis. New York. 257 pp.

Peltier, D. Travel Megatrends 2019: Undertourism Is the New Overtourism. SKIFT. 15/3/2020. https://skift.com/2019/02/05/travel-megatrends-2019-undertourism-is-the-new-overtourism/

Pérez Burgos, J.M. 2012. (Coord.): Tabarca, utopía y realidad. Instituto. *Canelobre*, 60. Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, Alicante.

Séraphin H., Gladkikh T. y Vo Thanh T. 2020. Conclusion. *In:* Séraphin H., Gladkikh T., Vo Thanh T. (eds) *Overtourism.* Palgrave Macmillan, Cham. pp 425-428

Stankey, G., Cole, D.N., Lucas, R.C., Peterson, M.E. y Frissell, S.S. 1985.The Limits of Acceptable Change (Lac) *Systems for Wilderness Planning, USDA Forest Service General Technical Report INT-76*: Intermountain Forest and Range Experiment Station, Ogden, UT.

Unsustainable imbalances in tourism development? Case study of the Mikulov region (Czech Republic)

Aneta KRAJÍČKOVÁ and Markéta NOVOTNÁ

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU

OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Krajíčková, A. and Novotná, M. 2020. Unsustainable imbalances in tourism development? Case study of Mikulov region (Czech Republic). *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 567-579. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

The paper deals with the issue of unbalanced tourism development in one of the Czech popular tourism destinations – Mikulov region. This destination is an excellent example of a cultural landscape with the unique environment of UNESCO Biosphere Reserve. However, some parts of the destination seem to remain highly underdeveloped compared to the destination´s most visited hotspots. The paper aims to evaluate the territorial polarization and sustainable tourism performance using tourism intensity indicators, measuring the volume of tourism in the destination individual parts. The empirical case study uses multiple methods to understand complex relationships among tourism attractivity, the character of visitors´ consumption, and tourism impacts. It is based on secondary data from the statistical office, media content analysis, and an in-depth interview with a representative from the regional destination management organization (DMO). The results reveal significant tourism performance differences, especially in the proportion of tourist overnight stays and the distribution of tourism infrastructure. The paper points to the seasonally concentrated visits and negative tourism effects on overcrowded parts of the destination. Finally, it critically interprets the results through visitor management practices and discusses the changes in the distribution of tourism flows in space and time to mitigate negative visitor impacts.
Keywords: *biosphere reserve, intensity ratio, tourism development, South Moravia.*

¿DESEQUILIBRIOS INSOSTENIBLES EN EL DESARROLLO TURÍSTICO? ESTUDIO DE CASO DE LA REGIÓN DE MIKULOV (REPÚBLICA CHECA). Este trabajo aborda el desarrollo del turismo desequilibrado en uno de los destinos turísticos checos más populares: la región de Mikulov. Este destino es un excelente ejemplo de un paisaje cultural con el entorno único de la Reserva de la Biosfera de la UNESCO. Sin embargo, algunas partes del destino parecen estar muy poco desarrolladas en comparación con los puntos de acceso más visitados. El trabajo tiene como objetivo evaluar la polarización territorial y el desempeño del turismo sostenible utilizando indicadores de intensidad turística, midiendo el volumen del turismo en cada una de las zonas del destino. El estudio de caso empírico utiliza múltiples métodos para comprender las relaciones complejas entre la atracción turística, el carácter del consumo de los visitantes y los impactos del turismo. Se basa en datos secundarios de la oficina de estadística, análisis de contenido de medios y una entrevista en profundidad con un representante de la organización regional de gestión de destinos (DMO). Los resultados revelan diferencias significativas en el desempeño del turismo, especialmente en la proporción de pernoctaciones turísticas y la distribución de la infraestructura turística. El trabajo señala las visitas estacionales concentradas y los efectos negativos del turismo en las zonas superpobladas del destino. Finalmente, interpreta críticamente los resultados a través de prácticas de gestión de visitantes y discute los cambios en la distribución de los flujos de turismo en el espacio y el tiempo para mitigar los impactos negativos de los visitantes.
Palabras clave: *reserva de biosfera, índice de intensidad, desarrollo turístico, Moravia del Sur.*

Aneta KRAJÍČKOVÁ, Masaryk University, Faculty of Economics and Administration Lipová 41a, 602 00 Brno-střed, aneta.krajickova@mail.muni.cz, Markéta NOVOTNÁ, Masaryk University, Faculty of Economics and Administration Lipová 41a, 602 00 Brno-střed, markteta.novotna@mail.muni.cz

Manuscript reception: 10-june-2020; revision accepted: 7-august-2020.

Introduction and literature review

In the past few years, tourism has been frequently mentioned especially in connection with a new phenomenon – overtourism, not only in the global media but also within the scientific community (Koens *et al.*, 2018). This term has spread thanks to its *marketability* and to the fact that it gives residents as well as tourists an opportunity to express their feelings and concerns about an excessive impact of tourism (Goodwin, 2017). Overtourism is closely linked with the tourism development, as well as it is used for a description of growing negative impacts connected with the focus on some of the places of interest and problems with management (Capocchi *et al.*, 2019). According to Dodds and Butler (2019), overtourism has resulted from a combination of many factors which together created a perfect storm. For instance, Weber *et al.* (2017) identified a wide range of causes leading to the creation of overtourism, including the global growth of tourism, marketing, changes in tourists' behaviour, changes of approach as well as existing and new attractions. As they present, the way of the system management both on political and destination levels is of great consequence. Social disparity, economic stability and sensibility of the area have an impact on the endurance of the destination. Lack of facilities, seasonality and various means of transport, they all can contribute to overtourism; however, the critical way of the tourism management has a direct impact on bearability and resilience to overtourism.

Tourism within the destination is spread unequally not only in terms of area but also in terms of time. In the season period, the concentration of tourists in the destination is high, followed by a quieter off-season period. According to Milano *et al.* (2018), overtourism means an excessive number of visitors, which leads to overcrowding in the areas where the locals suffer from temporary and peak seasons, which makes them change their lifestyle, limit their access to civic facilities or otherwise negatively influence their standard of living. According to Rangus *et al.* (2018), this phenomenon appears not only in developing destinations where suitable management has not been adopted yet but also in traditional, fully developed destinations. Thus, from the perspective of the life cycle model of the destination (Butler, 1980), overtourism does not fit into any of the development stages of the destination.

Although it is quite easy to find, the literature focusing on overtourism in urban areas, e.g., Kuščer and Mihalič (2019) – Ljubljana, Martín Martín *et al.* (2018) -– Barcelona, Milano *et al.* (2019) – Barcelona, Namberger *et al.* (2019) – Munich, Pinke-Sziva *et al.* (2019) – Budapest, Seraphin *et al.* (2018) – Venice, etc., according to Żemła (2020) only two approaches to overtourism can be found. *A narrow approach* studies overtourism only in municipalities, and this environment includes not only a problem with a growing number of visitors but also, for example, tourismphobia. *A wide approach* analyses overtourism within the context of various destinations. According to Peeters *et al.* (2018), overtourism can be found in urban, seaside, island, and rural heritage destinations. Besides, the analysis

provided by these authors indicate that municipalities are not the most vulnerable destinations, the most vulnerable destinations are the later mentioned. According to Namberger *et al.* (2019), variations are important, in particular, due to their different carrying capacity. These types of destinations have been studied by, for example, Sarantaka and Terkenli (2019) – Dubrovnik, Carballo *et al.* (2019) – Lanzarote, Oklevik *et al.* (2019) – Norway, fjords.

Impacts of tourism, together with its growing intensity, have become more apparent (Butler, 1980). According to Koens *et al.* (2018) or Jover and Díaz-Parra (2020), overtourism is concentrated in the so-called *hotspots*, which provide most of the tourist infrastructure and offers in municipal destinations; but at the same time, this is also the space primarily designated for locals, which results in conflicts of municipal functions. Rural towns can be *overwhelmed* with tourists, unless they have adopted suitable management satisfying the needs of the local residents as well as protecting the natural resources and ensuring appropriate supplying (Jarman-Walsh, 2019). This problem frequently occurs in public transport means which have a limited capacity and frequency. They are *taken over by tourists* who are then in competition with locals for the services (Butler, 2019).

According to Peeters *et al.* (2019), negative social impacts dominate in urban areas; on the contrary, in rural areas, mostly negative impacts on the environment were identified, with the least negative economic impacts. On top of that, Koens *et al.* (2018) does not consider the overtourism to be a problem of tourism or municipality, he views it as a social problem within the municipality area, with overtourism indicating a certain uniformity of impacts. The most important social areas presented in literature are: marginalistion of residents, hostility, criminality, modification of recreational area, loss of cultural identity, degradation of infrastructure, gentrification, touristification, traffic congestions, lines, queueing, tourismphobia, museification, etc.; in economic area: inflation, economic dependence on tourism, damage to the destination image, growth in real estate prices and costs of living, changes in the labour market, finance outflow; in an environmental area: pollution, noise, higher water consumption, excessive production of waste, destruction of biotopes in rural areas, soil degradation, excessive exploitation of natural resources, water and air pollution, etc. (Goodwin, 2017; Koens *et al.*, 2018; MacNeill and Wozniak, 2018; Kuščer and Mihalič, 2019; Martín Martín *et al.*, 2019; Peeters *et al.*, 2019;). According to Jordan *et al.* (2018), in many cases, it is not possible to separate the causes and impacts of overtourism.

According to Drápela (2020), even in rural areas, most visitors concentrate in a few popular destinations, which results in the creation of rural overtourism. According to Rasoolimanesh *et al.* (2017), a growing number of visitors and, in response, increasing capacity of infrastructure, public facilities and the efforts of local businesses to maximise economic benefits may jeopardise the heritage itself. Panayiotopoulos and Pisano (2019) call this situation overtourism dystopia related to the paradox of tourism risking to destroy the very thing that tourist come to see.

Many authors have already introduced strategies presenting how to cope with overtourism, whereas most of them agree that the reasons of origins as well as their solutions differ in every individual destination, and therefore the *one-size-fit-all* concept cannot be applied. The strategies include the limits to the number of visitors (Benner,

2019), demarketing (Khalid, 2017), market regulation, legislative measures, the introduction of fees and taxes (Nepal and Nepal, 2019), residents' involvement into development and decision-making (Seraphin, 2019), focus on better destination management (UNWTO, 2018), smart solutions (Zubiaga *et al.*, 2019). A highly discussed option of how to solve overtourism, or overcrowding, as one of its manifestations or implications, is support and promotion of alternative places within the destination (Pasquinelli and Trunfio, 2020), as it has been performed, for example, in Prague or Amsterdam. Many authors criticise this way in a municipal environment, in particular, in connection with tourist zones expanding into other parts of the municipality and a negative impact on a higher number of residents (Stanchev, 2018). However, some less frequented destinations use this situation as their strategy, saying: *Come here, because we are not as crowded as the neighbours* (Nationalgeographic.com, 2020). According to Lansky (2019), the word "overtourism" indicates that a huge number of visitors can be found all over the place; however, this is not the case, they are just distributed unequally. Peltier (2019) indicates that undertourism represents an opposite problem; in other words, a particular destination feels the lack of sufficient or appropriate number of tourists. The concept of undertourism defines a particular unused capacity of the destination, for example, natural or cultural richness, developed infrastructure, and so on, which the destination desires to activate.

Case study design

Methodology

The main aim of the paper is to evaluate the territorial polarization and sustainable tourism performance in a heritage destination with the unique natural environment using tourism intensity indicators (e.g., Dumbrovská and Fialová, 2014; Novotná and Kunc, 2019). The paper applies a method of empiric case study which examines current phenomena in their depth and within their real context, thus enabling knowledge of processes in practice. Given the selected theoretical framework as well as the efforts to assess the local imbalances, there is not only an evaluation of the examined case as a whole, but also an interpretation of the results for individual parts of the destination. Thus, the attention is paid especially to relationships among tourism attractiveness, the character of visitors' consumption, and tourism impacts.

The case study is based on the secondary data from metainformation systems and databases (e.g., Czech Statistical Office, Nature Conservation Agency of the Czech Republic, National Heritage Institute), media content analysis, and an in-depth interview with a representative from the destination management organization (DMO). The interviewed person is the leader of DMO with a longstanding experience as director of a local tourist information centre. The phone interview conducted in March 2020 helped to better understand the regional tourism problems and the associated impacts and future challenges. Moreover, the interviewee provided internal data regarding tourist seasonality. The collected data were processed, calculated, and analysed. This process included statistical data analysis, visualisation in the forms of maps, tables, and charts, and interpretation of results in cooperation with the interviewee. As tourism intensity indicators regards, we used relative quantification of number of overnight stays and number of beds in

collective accommodation establishments in proportion to the number of population (100 inhabitants) or area (km^2). The indicators give an account of the burden caused by tourists and tourism infrastructure on the destination. They are as follows: Defert function (DF), the impact of tourism activities on the locality (TL), tourist intensity (TI), and tourist density (TD). On the basis of the calculated values, localities with high and low tourism intensity have been selected. Relation to developing capacity of tourism is evaluated, and the impact of tourism on sustainable development is identified. While presenting the results, high emphasis is placed on inequality in terms of space and time.

Study site

The Mikulov region destination is situated in the southern part of the South Moravian Region, close to the Czech-Austria border. The area of the destination includes 27 municipalities falling under the administrative districts of two municipalities with extended power (i.e. AD MEP Mikulov – 64% of the destination; and AD MEP Pohořelice – 36% of the destination). The Palava Protected Landscape Area, recognised in 1976, covers 48% of the destination, which is most of AD MEP Mikulov area. In 1986, *Biosphere Reserve* was recognised in this locality under the UNESCO's Man and the Biosphere Programme. Important landscape elements include vineyards, natural water formations and more than two dozen of European importance localities which belong to one type of protected areas within the system of the NATURA 2000.

Moreover, this locality is rich in terms of cultural and historical background. The municipalities within AD MEP Mikulov include several national cultural monuments, such as archaeological sites (the village of Dolní Věstonice), including a complex of the most significant discoveries from the mammoth hunter's period, a Palaeolithic settlement (the village of Pavlov), as well as protective zone of the urban (the town of Mikulov) and village (the village of Pavlov) heritage reservations. Historical areas of supraregional importance are also concentrated mainly in the southern part of the destination.

Results

The results highlight the problem of unbalanced tourism development. They deal with three main issues: (1) tourism attractiveness, (2) the seasonal character of visitors' consumption, and (3) tourism impacts.

Spatial imbalances

At least one accommodation establishment has been identified in 19 out of 27 municipalities belonging to the destination. In total, 126 collective accommodation establishments are at disposal in the whole destination. Only 12 municipalities have an additional infrastructure in the form of more than 2 collective accommodation establishments; altogether, they have at disposal 116 collective accommodation establishments with 4,607 beds in total. More than 63% of this bed capacity is located in the locality that belongs, in terms of cadastral, to a protected landscape area or UNESCO biosphere reservation. As for the localities with a significant cultural and historical background, they include 50% of the total bed capacity. In terms of services in the form of the number of overnight stays, more than 45% of overnight stays are carried out within the

municipalities belonging to the Protected Landscape Area, and almost 39% of overnight stays in localities *of protective zone heritage reservations*.

The remaining services are more or less concentrated in the village of Pasohlávky, which accounts for almost 48% of the total number of approximately 663,000 overnight stays in Mikulov region destination. This performance is significantly influenced by the number of overnight stays in camps and tourist campsites, which typically occur in this locality. Pasohlávky is the largest and most attractive place for relaxation by the water. In the analysis of the number of visitors to the tourist destinations of the Czech Republic in 2019, the Aqualand Moravia in Pasohlávky even ranked among the TOP 50 most visited destinations and ranked 6th with more than 806,000 visitors (Czech Tourism, 2020). Thus, it reached the top of the list, following the most important monuments of the capital city of Prague. From the destination, the Holy Hill in Mikulov ranked 49th in the TOP 50 with 261,000 visitors.

In addition to the mentioned village of Pasohlávky, another main centre of the destination can be considered Mikulov, which is an attractive urban tourism destination, as well as Pavlov with a significant reservation of folk architecture with excellent conditions for wine tourism. In 2018, the local Archeopark was visited by just over 75,000 visitors. The attendance of destination hotspots more or less corresponds to the distribution of overnight stays in collective accommodation establishments.

In the destination, the value of all studied indicators is higher than in the broad territory (which is the Czech Republic or South Moravian Region, see Table 1). Differences between individual AD MEPs can be also compared. DF and TL function unequivocally show which region is the power house of the tourist infrastructure. DF demonstrates the number of beds per 100 inhabitants. TL shows the density of tourist accommodation facilities in the destination by measuring the number of beds per 1 km^2. While the infrastructure in the AD MEP Mikulov is spread among more municipalities, the AD MEP Pohořelice has just one main concentration of beds located in Pasohlávky. Comparison of intensity (TI) and density (TD) of overnight stays indicates that in terms of capacity, Pasohlávky are very busy. TI is expressed as a ratio of tourist overnight stays per 100 residents of the destination. TD can be interpreted as a ratio of tourist overnight stays per 1 km^2 of the destination area.

	Total population [thousands]	**Area [km2]**	**Population density [per km2]**	**Number of beds [thousands]**	**Overnight stays [thousands]**	**Defert function (DF)**	**Tourism activities on the locality (TL)**	**Tourist intensity (TI)**	**Tourist density (TD)**
Czech Republic	10 650	78 865	135.04	538	55 514	5	6.82	521	704
South Moravian Region	1 188	7 188	165.23	45	4 086	4	6.28	344	569
Mikulov region	31	385	79.34	5	663	16	12.74	2 170	1 723
AD MEP Pohořelice	11	140	74.69	1	329	12	9.13	**3 146**	**2 342**
AD MEP Mikulov	20	245	82.33	**4**	**334**	**18**	**14.82**	1 662	1 368

Table 1. Selected indicators for the destination in 2018 based on data published by the CZSO (2020).
Tabla 1. *Indicadores seleccionados para el destino en 2018 basados en datos publicados por el CZSO (2020).*

Table 2 shows the values found for those municipalities that have more than 2 collective accommodation establishments. For the remaining municipalities, data are not detectable and calculable due to the low burden of tourism infrastructure. Thus, Figure 1 includes the municipalities which are regarded to have low tourism importance. Thereafter, the other municipalities are divided into significance categories according to the values of individual indicators. However, the interpretation requires to take into consideration also other facts – with infrastructural (DF, TL) indicators it is the extent of the use of bed capacity; with those using information about overnight stays are the types of tourism or seasonality. In the case of urban localities (Mikulov), it is necessary to draw attention to the DF of a certain underestimation of the tourist function due to a large number of permanent residents in the municipality.

	Total population	**Area [km2]**	**Population density [per km2]**	**Number of beds**	**Overnight stays**	**Defert function (DF)**	**Tourism activities on the locality (TL)**	**Tourist intensity (TI)**	**Tourist density (TD)**
Pasohlávky	719	27	26.63	1 061	**316 150**	**148**	**39.81**	**43 971**	**11 861.08**
Mikulov	7 318	45	162.62	1 807	**194 114**	25	**39.86**	2 638	**4 282.24**
Dolní Dunajovice	1 704	18	94.67	373	24 512	22	20.87	1 438	1 371.37
Sedlec	869	21	41.38	189	13 133	22	9.09	1 511	631.94
Pavlov	585	13	45.00	297	**45 573**	**51**	**22.80**	**7 790**	**3 497.86**
Klentnice	530	8	66.25	100	6 696	19	13.00	1 263	870.45
Horní Věstonice	480	8	60.00	177	12 876	37	22.67	2 683	1 649.42
Bavory	400	5	80.00	79	4 760	20	15.79	1 190	951.31
Dolní Věstonice	316	9	35.11	195	10 357	**62**	22.12	**3 278**	1 174.84
Brod nad Dyjí	531	11	48.27	99	3 252	18	8.81	612	290
Perná	788	9	87.56	79	4 228	10	8.47	537	453
Pohořelice	5 051	43	117.47	151	7 526	30	3.51	149	175

Table 2. Regional differences in tourism development in 2018 based on data published by the CZSO (2020).

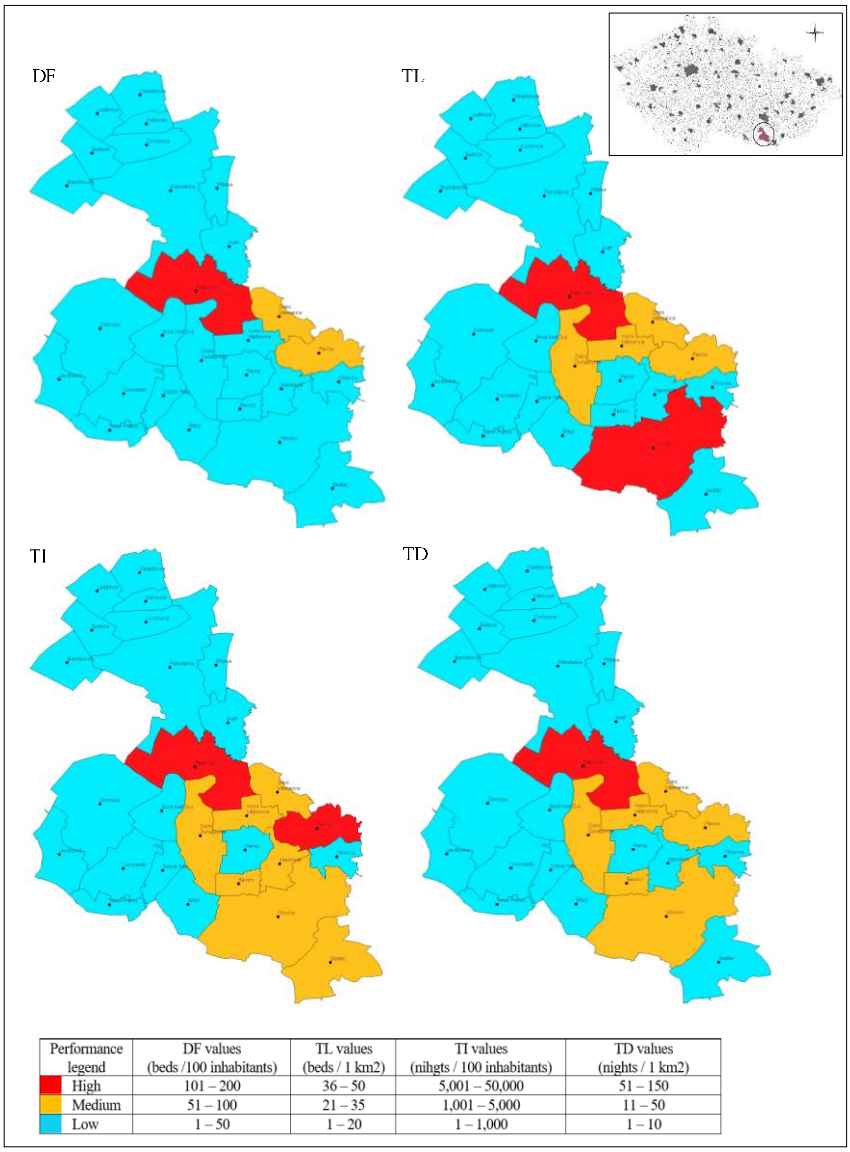
Tabla 2. *Diferencias regionales en el desarrollo turístico en 2018 con base en datos publicados por la CZSO (2020).*

Seasonal imbalances

In 2018, the number of overnight stays of tourists reached 662,760, and a total of 318,580 tourists arrived. Most of them were domestic visitors. It is necessary to underline the growing trend in the number of overnight stays. A 5% increase can be observed in the short term (2017 – 2018). With a longer period (2014 – 2018), the increase is up to 42% from the original 466,000 to the already mentioned almost 663,000 overnight stays. The low average number of overnight stays (2.08 nights) and the dependence on domestic tourism can be perceived negatively.

As the indicator of seasonal character, the number of tourist information centres' (TIC) and individual attractions' visitors has been used. Attendance of these centres is the only accessible data on a month basis. Indicator of bed-occupancy is available for this type of territory only with an annual period. Attendance reaches an unbearable peak, especially in

the summer months (Fig. 2). This trend can be demonstrated in the data obtained on the number of visitors to tourist information centres, which reaches 275,000 people per year. The clear concentration of visitors into the holiday months of July and August is extended until September, which is associated with wine festivals and very popular "burčák" (alcoholic beverage). The fact remains that the typical strong tourist seasonality depends on the climatic factor, which is not suitable for winter activities here.



Performance legend	DF values (beds /100 inhabitants)	TL values (beds / 1 km2)	TI values (nihgts / 100 inhabitants)	TD values (nights / 1 km2)
High	101 – 200	36 – 50	5,001 – 50,000	51 – 150
Medium	51 – 100	21 – 35	1,001 – 5,000	11 – 50
Low	1 – 50	1 – 20	1 – 1,000	1 – 10

Fig. 1. Tourism performance based on data published by the CZSO (2020).
Fig. 1. *Desempeño turístico en base a datos publicados por la CZSO (2020).*

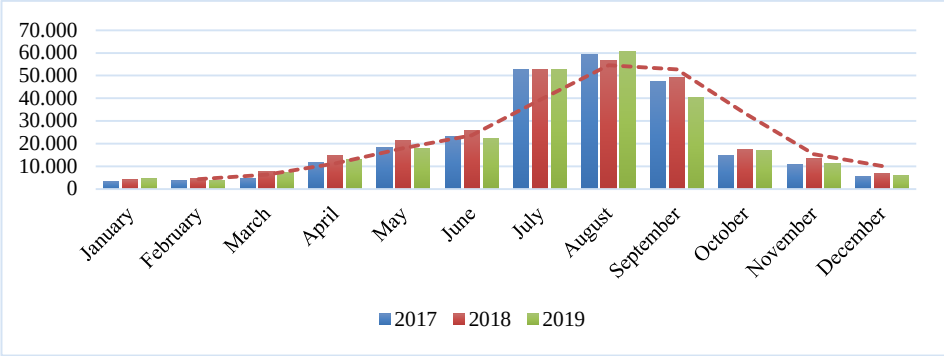


Fig. 2. Seasonality by the number of TIC visitors based on internal DMO´s data (2020).
Fig. 2. *Estacionalidad por número de visitantes TIC en base a datos internos de DMO (2020).*

Tourism impacts

Effects of tourism depend on unequal division of tourist flows within the region. Most of them are concentrated around the aquapark Aqualand Moravia in Pasohlávky and around other main TOP attractions (Mikulov, Pavlov). As a result of negative socio-cultural impacts, the quality of life of wine regions residents is decreased. Residents living in near proximity to wine cellars frequently complain about the noise and mess lasting until early morning hours. Therefore, we may conclude that the negative impacts which are being mentioned especially in connection with municipality destinations, can be identified in rural areas, too. The problem lies in the uncoordinated development of further accommodation facilities and boarding houses. Destinations such as Venice or Barcelona have adopted some level of regulation of building construction, according to Almeida *et al.* (2020), 11% of studied *megapolises* use bans or restrictions related to new building constructions. The accommodation infrastructure is not the only part which is often insufficient in the season. This also applies to car parking spaces. Significant effects of tourism can be observed in the case of the environment. Physical damage to the landscape and acceleration of erosion processes are mainly caused by cyclists in the protected landscape area. In particular, with the development of e-bikes, more and more cyclists and adrenaline riders enter forbidden places. Negative implications caused by an excessive number of visitors can also be observed on water formations. Lower quality of water results in the death of rare animals. Many species of animals in the Protected Landscape Area are also harmed by the excessive amount of accumulated garbage, which also spoils the landscape.

Discussion and conclusions

The presented destination is a relatively small area with a population of approximately 31,000 residents. In 2018, more than 318,000 visitors, concentrated mainly in the summer months, were too much of a burden for some municipalities. We observed the direct relationship among tourism attractiveness and related infrastructure and proportion of tourist overnight stays. Unequal distribution of tourism attractiveness (1) leads to the

territorial polarization and unbalanced tourism development. The types of tourism in the destination predetermined the distribution of tourist flows and tourism demand, leading to the seasonal concentration (2). Hence, tourism in the destination is spread unequally not only in terms of area but also in terms of time. The overburdened destinations struggle with negative impacts caused by the unbalanced development of tourism (3).

We can thus conclude that the AD MEP Mikulov has better preconditions for the development of tourism, due to the location of the protected landscape area, biosphere reserve as well as the location of most cultural and historical monuments. As the interviewee also mentioned: *"The problem, increasing the difference between individual municipalities, is the non-existence of a unified offer in the form of a complex product of tourism. Unequal division of tourist flows depends, to a certain extent, also on only poorly developed cooperation with other regions in the Czech Republic."* High intensity of activities in connection with tourism can result in a number of negative impacts. When evaluating, impact on the quality of their lives (Hall and Page, 2014) as well as the impact on the quality of tourists' experience (Dioko and So, 2017) can be taken into account. Despite positive effects that development of tourism can bring, Singh *et al.* (2016) point to the dangerous effects of cultural massification and loss of identity, which can lead to the changes in the system of priorities, lifestyle or relationships within families.

It is clear from the result that it is necessary to monitor the development of tourism in individual localities. In congested localities achieving a high tourism load index, it is ideally necessary to prevent a turning point or seek to mitigate negative impacts. Conversely, in the places with a high potential for tourism development, where the indexes are low, it is possible to focus on supporting the development of tourism. However, it is also necessary to consider the social readiness of the destination for the development of a tourist product. A number of authors recognize the need for *policies* to better adapt rural populations to cultural and social shock, as well as their focus on cultural, social, economic and environmental sustainability. But in fact, the environmental factor is key for rural destinations, especially in connection with outdoor activities and the use of natural resources as a tool for their development (Almeida *et al.*, 2020)

In some areas, the tolerable capacity was exceeded. It is, therefore, necessary to direct a large number of visitors with certain marketing tools. It is a way of disseminating information and addressing visitors in such a way that the destination is not overburdened, but attracts quality visitors who return repeatedly. Therefore, the DMO has focused on thorough monitoring of the movement of visitors and their behaviour throughout the destination and setting clear rules. The elimination of illegal accommodation providers and a focus on offering quality services and authentic experiences should also help to achieve the goal. From the interviewee point of view: *"Experience must be offered to visitors effectively and sustainably, without damaging the values of the area and causing negative impacts on its natural and cultural heritage."* It could be done through an introduction of new forms of promotion and marketing as well as new attractive topics that will help to disperse attendance throughout the year. These products are, therefore, purposefully placed in the weaker months. There is a coordination of cultural events that fill the accommodation capacity. Wider offer and coordination of activities can also be a way to increase the average number of overnight stays and customer loyalty.

In connection with the monitoring of the spatial behaviour of visitors, we recommend focusing on strategic flows and variable geometry of space. Variable geometry detaches from the strict territorial approach to destination perception (Bieger *et al.*, 2011), but considers it a necessary condition for cooperation with surrounding destinations, which can be considered relevant strategic business areas (Beritelli *et al.*, 2014).

Acknowledgments

This article was supported by the Masaryk University in the context of the specific research project MUNI/A/0981/2019 and the Masaryk University Development fund, project MUNI/FR/1104/2019.

Literature references

Almeida, C. L., Quintano, A., Simancas, M., Huete, R. and Breda, Z. 2020. *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*, 447 pp.

Benner, M. 2019. From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic.

Beritelli, P., Bieger, T. and Laesser, C. 2014. The new frontiers of destination management: Applying variable geometry as a function-based approach. *Journal of Travel Research*, *53*(4), 403-417.

Bieger, T., Beritelli, P. and Laesser, CH., 2011. Destinationsstrukturen der 3. Generation: Der Anschluss zum Markt. St. Gallen: Universität St. Gallen. 34 pags.

Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, *24*(1), 5-12.

Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. and Amaduzzi, A. 2019. Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability*, *11*(12), 3303.

Carballo, R. R., León, C. J. and Carballo, M. M. 2019. Fighting overtourism in Lanzarote (Spain). *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.

CzechTourism 2020. 08/06/2020, https://www.czechtourism.cz/getattachment/Pro-media/Tiskove-zpravy/Ctyricet-dva-neobjevenych-skvostu-Ceska/CzT_Report_navstevnost2019_skvosty2020.pdf.aspx?ext=.pdf

Dioko, L. D. A. and So, A. S. 2017. Residents' quality of life and visitors' quality of experience. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(3), 349-360.

Dodds, R. and Butler, R. (Eds.). 2019. *Overtourism: Issues, realities and solutions* (Vol. 1). De Gruyter Oldenbourg. 290 pp.

Drápela, E. 2020. Overtourism in the Czech Sandstone Rocks: Causes of the Problem, the Current Situation and Possible Solutions. *ICTR 2020 3rd International Conference on Tourism Research*. Academic Conferences and publishing limited, 35.

Dumbrovská, V. and Fialová, D. 2014. Tourist intensity in capital cities in Central Europe: comparative analysis of tourism in Prague, Vienna and Budapest. Czech Journal of Tourism, 3(1), 5-26.

Goodwin, H. 2017. The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*.

Hall, C. M. and Page, S. J. 2014. The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. Routledge.

Jarman-Walsh, J. 2019. Foundations of Zero-Waste Lead to Sustainable Tourism Success: The Case of Kamikatsu. *Journal of Yasuda Women's University*, (47), 249-260.

Jordan, P., Pastras, P. and Psarros, M. 2018. Managing Tourism Growth in Europe. *The ECM: Dijon, France.*

Jover, J. and Díaz-Parra, I. 2020. Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*, 1-24.

Koens, K., Postma, A. and Papp, B. 2018. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, *10*(12), 4384.

Kuščer, K. and Mihalič, T. 2019. Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation—The case of ljubljana. *Sustainability*, *11*(6), 1823.

Lansky, 2019, 08/06/2020, https://scandinaviantraveler.com/en/aviation/have-you-heard-of-unbalanced-tourism

MacNeill, T. and Wozniak, D. 2018. The economic, social, and environmental impacts of cruise tourism. *Tourism Management*, *66*, 387-404.

Martín Martín, J. M., Guaita Martínez, J. M. and Salinas Fernández, J. A. 2018. An analysis of the factors behind the citizen's attitude of rejection towards tourism in a context of overtourism and economic dependence on this activity. *Sustainability*, *10*(8), 2851.

Milano, C., Cheer, J. M. and Novelli, M. 2018. Overtourism: a growing global problem. *The Conversation*, *18*

Milano, C., Novelli, M. and Cheer, J. M. 2019. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(12), 1857-1875.

Namberger, P., Jackisch, S., Schmude, J. and Karl, M. 2019. Overcrowding, Overtourism and Local Level Disturbance: How Much Can Munich Handle?. *Tourism Planning & Development*, *16*(4), 452-472.

Nepal, R. and Nepal, S. K. 2019. Managing overtourism through economic taxation: policy lessons from five countries. *Tourism Geographies*, 1-22.

Novotná, M. and Kunc, J. 2019. Více je lépe? Intenzita cestovního ruchu a její vliv na udržitelnost destinace. *XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*, 568.

Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Steen Jacobsen, J. K., Grøtte, I. P. and McCabe, S. 2019. Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(12), 1804-1824.

Panayiotopoulos, A. and Pisano, C. 2019. Overtourism dystopias and socialist utopias: Towards an urban armature for Dubrovnik. *Tourism Planning & Development*, *16*(4), 393-410.

Pasquinelli, C. and Trunfio, M. 2020. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens. *Cities*, *102*, 102729.

Peeters, P. M., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C. H. S., ... & Mitas, O. 2018. *Research for TRAN Committee-Overtourism: impact and possible policy responses*. European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.

Peltier 2019 (SKIFT), 08/06/2020, https://skift.com/2019/02/05/travel-megatrends-2019-undertourism-is-the-new-overtourism/

Pinke-Sziva, I., Smith, M., Olt, G. and Berezvai, Z. 2019. Overtourism and the night-time economy: a case study of Budapest. *International Journal of Tourism Cities*, *5*(1), 1-16.

Rangus, M., Božinovski, B. and Brumen, B. 2018 Overtourism and the Green Policy of Slovenian Tourism (Chapter 13) in: Gorenak, M. and Trdina, A. 2018 *Responsible Hospitality: Inclusive, Active, Green*. University of Maribor Press.

Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M. and Ramayah, T. 2018. Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, *60*, 147-158.

Sarantakou, E. and Terkenli, T. S. 2019. Non-institutionalized forms of tourism accommodation and overtourism impacts on the landscape: the case of Santorini, Greece. *Tourism Planning & Development*, *16*(4), 411-433.

Seraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M. and Bourliataux-Lajoinie, S. 2019. Community based festivals as a tool to tackle tourismphobia and antitourism movements. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *39*, 219-223.

Seraphin, H., Sheeran, P. and Pilato, M. 2018. Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, *9*, 374-376.

Singh, T. 2018. Is over-tourism the downside of mass tourism?. *Tourism Recreaction Research*, *43*(4).

Stanchev, R. 2018. *The most affected European destinations by over-tourism.* Grau de Turisme, 2017-2018. Departament de Economia de l'empresa, Grau de Turisme.

Tonković, A. B. 2019. (Un) sustainable (rural) tourism: a case study of Lika-Senj County. *Socijalna Ekologija*, *28*(3), 249-268.

UNWTO. 2018. *Overtourism?–understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. UNWTO, Madrid, 60 pp.

Vystoupil, et al. 2006. *Atlas cestovního ruchu České republiky* (The Tourism Atlas of the Czech Republic). Prague: Ministry for Regional Development of the Czech Republic.

Vystoupil, J., Holešinská, A., Kunc, J. and Šauer, M. 2007. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno: ESF MU.

Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnapureddy, S., Fux, S., & Barth, M. 2018. *Tourism destinations under pressure*. Working Paper, Institute of Tourism ITW, Lucerne University of Applied Sciences and Arts.

Żemła, M. 2020. Reasons and Consequences of Overtourism in Contemporary Cities—Knowledge Gaps and Future Research. *Sustainability*, *12*(5), 172.

Zubiaga, M., Izkara, J. L., Gandini, A., Alonso, I. and Saralegui, U. 2019. Towards Smarter Management of Overtourism in Historic Centres Through Visitor-Flow Monitoring. *Sustainability*, *11*(24), 7254.

Paisaje y turismo patrimonial como herramienta para la revitalización cultural mapuche, Panguipulli, sur de Chile

Alberto MERINO ESPESO y Marisela PILQUIMÁN VERA

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Merino Espeso, A. y Pilquimán Vera, M. 2020. Paisaje y turismo patrimonial como herramienta para la revitalización cultural mapuche, Panguipulli, sur de Chile. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 581-591. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

En Chile los pueblos originarios viven un proceso de revitalización cultural y reivindicación territorial que hinca sus raíces en el descubrimiento patrimonial. Este caso de estudio se localiza en el sur de Chile, en la vertiente occidental de la zona precordillerana andina. Su orientación determina la existencia de un bosque templado húmedo de gran diversidad biológica y estética que deriva en un paisaje complejo donde se funden aspectos naturales y culturales. La metodología identifica el recurso turístico a través de un estudio paisajístico y un mapeo colectivo de sus vectores patrimoniales, elaborado en colaboración con las comunidades mediante talleres y reuniones. Como resultado se elaboran mapas de paisaje y de vectores patrimoniales, que reflejan la relación de convivencia que las comunidades mapuche desarrollan con el entorno y al mismo tiempo, constituyen elementos sobre los cuales estas asientan sus actividades turísticas de base comunitaria como huertos tradicionales, comercio de productos artesanales o rutas guiadas.
Palabras clave: *Paisaje, patrimonio, turismo, mapuche, usos tradicionales.*

LANDSCAPE AND HERITAGE TOURISM AS A TOOL FOR MAPUCHE CULTURAL REVITALIZATION, PANGUIPULLI, SOUTH OF CHILE. In Chile, the native populations are involved in a process of cultural revitalization and territorial claim that is rooted in the discovery of their heritage. This case of study is located in the south of Chile, on the western slope of the Andean foothills. Its orientation determines the existence of a rainforest of great biological and aesthetic diversity that leads to a complex landscape where natural and cultural aspects merge. The methodology identifies the tourist resource through a landscape study and a collective mapping of its heritage vectors, elaborated in collaboration with the communities through workshops and meetings. As a result, landscape and heritage vector maps are generated, which reflect the relationship of coexistence that mapuche communities develop with the environment and, at the same time, constitute elements on which they establish their community-based tourism activities such as traditional vegetable gardens, craft trade or guided routes.
Key words: *Landscape, heritage, tourism, mapuche, traditional practices.*

Alberto MERINO ESPESO. Universidad de Valladolid. Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Geografía. Plaza del Campus S/N. 47011, Valladolid, España. alberto.merino@uva.es; Marisela PILQUIMÁN VERA. Universidad de Los Lagos. CEDER. C/ Lord Cochrane N° 1046. Osorno, Chile. marisela.pilquiman@ulagos.cl.

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

El paisaje es una realidad física, cultural e histórica, resultado de procesos de transformación, tanto de origen humano como no humano, y tiene un carácter relacional al establecer vínculos entre personas e hitos locales en dimensiones ecológicas, sociales y simbólicas (Hirsch y O'Hanlon, 1995; Zedeno *et al.,* 1997). Es, también, aglutinador de una variedad de elementos naturales y culturales, que las comunidades relacionadas con los mismos pueden reconocer como recursos patrimoniales, contribuyendo a su preservación mediante diversas posibilidades de gestión, entre ellas, la turística.

En este artículo se examina la experiencia de comunidades mapuche en que el impacto de sus modos de vida sobre el medio natural ha contribuido a la conformación de un paisaje que testimonia su acervo natural y cultural y, más recientemente, su paisaje se constituye en un activo turístico singular que ha permitido nuevas interpretaciones para favorecer su reivindicación territorial ancestral; mitigar los procesos históricos de estigmatización y asimilación a la cultura nacional hegemónica y; hacer frente a la entrada de modelos neoliberales que fomentan actividades extractivistas en los territorios que habitan (Pilquimán *et al.,* 2020).

Estas comunidades se localizan en el sur de Chile, en el extremo nororiental de la Región de Los Ríos, en la frontera con la Región de La Araucanía. Específicamente, en la zona de montaña que comprende a las localidades de Pucura, Traitraico y Coñaripe (Fig. 1), que cuentan con la presencia de un importante número de población indígena mapuche (2.832 personas sobre un total de 4.561 habitantes)[1]. Históricamente corresponden a antiguas reducciones a las que se asignaron títulos de merced[2]. Además, parte del área de estudio se encuentra inserta al interior del Parque Nacional Villarrica[3].

Se trata de una zona precordillerana andina con orientación suroeste, caracterizada por la presencia de un volcán (Villarrica) que culmina a 2.847 m.s.n.m., la existencia de una lámina de agua dulce, el Lago Calafquén, con una superficie de más de 120 km^2 y la existencia de un bosque mixto húmedo. Todas estas características, que otorgan un importante peso a los factores naturales en el paisaje, han sido potenciadas por una relación tradicional de los pueblos indígenas de la zona que intervienen el medio con un bajo impacto antrópico. De hecho, este pueblo basa su memoria e identidad en prácticas sociales y rituales poco agresivas con los elementos naturales, generando el paisaje de montaña resultante y del cual forman parte (Skewes *et al.,* 2012). Así, el valor del paisaje se va a complementar con la carga espiritual y religiosa que las comunidades mapuche asocian con los elementos naturales, como formas del relieve (Foerster, 1993; Bello, 2014), por

[1] Población perteneciente a la etnia en la comuna de Panguipulli según el Censo de Población y Vivienda año 2017, Instituto Nacional de Estadísticas. Chile.

[2] Después de la ocupación militar de sus territorios ancestrales durante la "Pacificación de la Araucanía" (1860-1881) las comunidades mapuche fueron forzosamente desplazadas y radicadas en pequeñas reducciones a las cuales se asignaba un reconocimiento de propiedad colectiva a través de un "título de merced". Estos títulos, mediante diversas normativas, fueron posteriormente derogados y la propiedad colectiva transformada en una individual (Bengoa, 2000; Toledo Llancaqueo, 2005; Tricot, 2008).

[3] Área de protección estatal creada en 1940 con fines de conservación, para proteger los valores naturales y estéticos de la zona (Corporación Nacional Forestal et al., 2006). Esta declaración se realizó sin la participación de comunidades aledañas y ha invisibilizado su propiedad ancestral (Aylwin, 2008) y limitado las actividades tradicionales mapuches, modeladoras en última instancia de la realidad paisajística (Pilquimán Vera, 2017).

ejemplo, el volcán Villarrica, llamado *Ruka Pillán* (casa de espíritus) o las referencias espirituales a la Araucaria (*Araucaria araucana)* conocida como *pewen.*

En consecuencia, toda esta relación patrimonial que se establece entre la comunidad y los elementos presentes en su territorio se fundamentan en la cultura mapuche, haciendo indispensable su reconocimiento. Se trata, por tanto, de un espacio que no podría entenderse sin la existencia de este pueblo originario, y su gestión bajo otros criterios podría poner en peligro su carga patrimonial.

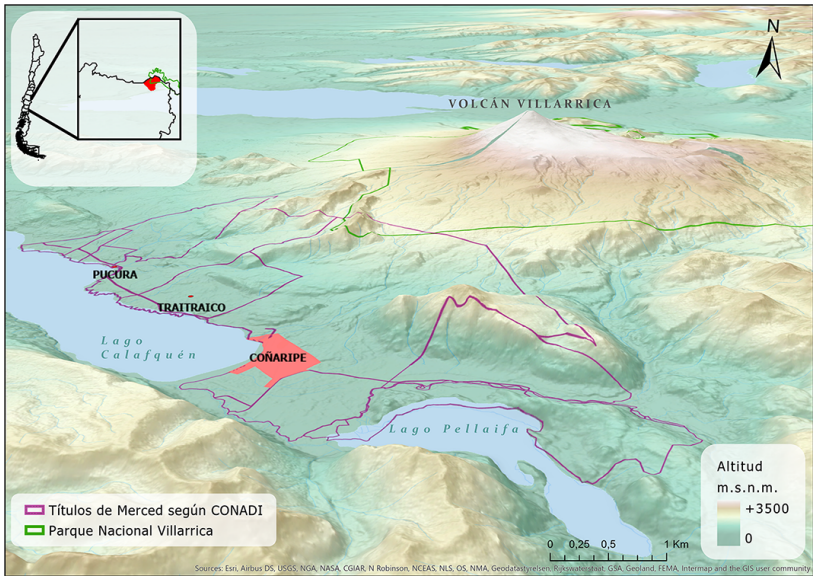


Fig 1. Mapa de situación de la zona de estudio con los títulos de merced sobreimpuestos.
Fig 1. *Location map of the study area with the land titles (Títulos de Merced).*

En este trabajo mediante un enfoque cualitativo de investigación de carácter exploratorio y descriptivo se identifican elementos singulares en el paisaje que las comunidades mapuche consideran patrimoniales, en torno a los cuales se desarrollan actividades turísticas que facilitan a estas comunidades reconocer, proteger y desarrollar su patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales, sus tradiciones, usos, costumbres y a mantener su integridad como pueblos distintos, según el convenio Nº 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) 1989, ratificado por el Estado chileno en 2008.

A continuación, se presenta una contextualización teórica, luego se desarrolla la propuesta metodológica, seguida de la presentación de los resultados alcanzados para finalizar con la discusión y conclusión del estudio.

Marco teórico y perspectiva

El concepto de paisaje y sus estudios han sido una constante en los últimos años, pero el enfoque de paisaje ha ido cambiando hasta lograr el consenso actual. En un primer momento, el paisaje está relacionado con la protección del valor simbólico asociado a

cuestiones patrióticas que se desarrollan en Europa durante la primera mitad del S.XX (Cáncer Pomar, 1995), donde la utilización del concepto "paisaje" como una especie de religión laica que sirva para sacralizar reliquias destinadas a la reafirmación cultural y su externalización (Prats, 2006). Habrá que esperar a los años 60 para poner en cuestión el concepto de paisaje, en este momento es cuando surge la inquietud por utilizar el paisaje como elemento de ordenación y gestión del territorio, ahora centrado en la preservación y protección de elementos histórico-artísticos (Luginbühl, 2005). Pero es en los 80 y los 90 cuando el paisaje va a dar un giro hacia aspectos ambientales a través de la ecología del paisaje propuesta por Tricart y Killian en 1982 (Cáncer Pomar, 1994). Un último hito es el Convenio Europeo del Paisaje que fija las bases teóricas para su estudio en torno a la protección, la gestión y la ordenación (Busquets Fàbregas y Cortina Ramos, 2009), pero como señala Florencio Zoido, parafraseando a Ferdinando Albanese, el paisaje debe ocuparse de los espacios comunes, porque para lo extraordinario existen multitud de figuras de protección, así el paisaje deberá dará soporte a lo común, lo intermedio entre el archipiélago de figuras (Alomar Garau, 2018).

En definitiva, el concepto que guiará este trabajo, en lo que al paisaje se refiere, va a ser un concepto totalizador abandonando lo singular para ser un todo (Wascher, 2005), transitando desde la referencia estética subjetiva (Morgan, 1978) hacia una referencia vital (Gómez Mendoza, 2012) que sea entendido como el espacio donde vivir abandonando el concepto del espacio para visitar o lo que es lo mismo, cambiando el foco del "objeto" al "sujeto" (Gómez Mendoza y Mata Olmo, 2006). Así, el paisaje evita su "museización" a través de la prohibición de actividades propias de las figuras tradicionales de protección contrarias a la esencia de construcción social del paisaje (Frolova, 2009), dando paso a figuras que promueven la convivencia de los usos tradicionales, creadores últimos del paisaje (Merino Espeso, 2019).

El paisaje va a ser, por tanto, el catalizador del patrimonio, el contenedor que aglutina los elementos que UNESCO define como atributos, que José Naranjo va a traducir como vectores (Naranjo Ramírez, 2010) y que fijan el valor patrimonial al territorio (Silva Pérez y Fernández Salinas, 2015). Su conocimiento refuerza la autoestima de las comunidades locales y estimula la preservación y una mayor sostenibilidad del orden territorial (Ojeda Rivera, 2013). El paisaje adquiere, así, mayor relevancia al ofrecer posibilidades de aunar patrimonio y desarrollo en beneficio de las comunidades locales (Silva Pérez y Fernández Salinas, 2015).

Metodología

El análisis empírico que cimenta el trabajo se ha basado en un estudio exploratorio y descriptivo fundado en el método de estudio de caso. La metodología aplicada ha sido cualitativa, asentándose en entrevistas en profundidad con actores relevantes para las comunidades indígenas presentes en el territorio[4]. Las entrevistas han sido tratadas mediante el análisis de contenido. Se han realizado dos talleres colectivos con actores de las comunidades complementados con jornadas de trabajo de campo documentado mediante un registro fotográfico amplio. Ambas actuaciones se han desarrollado en

[4] Comunidades participantes: Juan Caripán, Juan Chañapi, Ramón Chincolef, Emilio Epuñanco y Pablo Marifilo

diferentes periodos entre 2016 y 2018. Por otro lado, se ha desarrollado un trabajo de delimitación del paisaje mediante el método británico LCA (Landscape Character Assessment) obteniendo un mapa de unidades de paisaje, agrupadas en diferentes categorías y que reflejan los aspectos que van a caracterizar a cada una de ellas. Igualmente, se han georreferenciado distintos elementos que la comunidad ha considerado como patrimoniales, elementos singulares a los cuales hacen referencia para describir su territorio ancestral (topónimos), elementos con relación espiritual o elementos relacionados con las prácticas tradicionales agropecuarias o recolectivas, los denominados atributos o vectores que van a fijar el valor patrimonial al territorio.

Resultados

El paisaje que se enmarca en el área de estudio viene definido por las peculiaridades climáticas de la región, se trata de un clima templado húmedo con abundantes precipitaciones a lo largo del año y con temperaturas suaves[5]. A estas características climáticas hay que añadirla orientación que presenta la ladera que introduce la presencia del Volcán Villarrica en el área de estudio que ocupa a este trabajo. La disposición es de una ladera que mira al suroeste, favoreciendo así la recepción de precipitaciones al ser la ladera de barlovento. Paisajísticamente esto es determinante en tanto que va a condicionar la existencia del bosque templado húmedo que tapiza la ladera del volcán e introduce una sucesión bioclimática relevante. Por otro lado, el volcán activo establece la existencia de ríos de lava y escoriales que se suceden sobre su ladera, siendo un aspecto fundamental. Continuando con los factores físicos del paisaje hay que destacar la gran masa de agua dulce que significa el lago Calafquén al pie del Volcán, introduciendo riberas y playas a lo largo de todo su perímetro. En cuanto a los condicionantes humanos hay que destacar la relación de convivencia y aprovechamiento de bajo impacto que las comunidades mapuche han desarrollado sobre este lugar.

De esta manera se presenta un estudio paisajístico que sirve de base para entender los recursos sobre los que se asientan las actividades turísticas que están desarrollando las comunidades (Tabla 1). Este estudio arroja un total de seis categorías de paisaje divididas en 13 unidades de paisaje.

Por otro lado, se ha obtenido un mapa de elementos patrimoniales (Fig. 2) que se establecen como los atributos que UNESCO determina como fundamentales para relacionar paisaje y patrimonio. Estos elementos van a ser un recurso que las comunidades pueden destinar al aprovechamiento turístico, siempre sin comprometer su viabilidad. Para finalizar se presentan algunas evidencias de actividades turísticas de base comunitaria (Fig. 3).

[5] Weather Spark. (https://es.weatherspark.com/y/25118/Clima-promedio-en-Panguipulli-Chile-durante-todo-el-a%C3%B1o)

Categoría de paisaje	Unidad de paisaje	Singularidad/recurso
Continuo urbano	Aglomeración urbana	Tradicional construcción en madera de viviendas unifamiliares.
Cumbre del volcán	Cumbre glaciada	Nieves perpetuas y glaciar Pichillancahue
	Escoriales con matorral	Referencias espirituales, cerros sagrados *(Huinkul)*
Bosque nativo	Bosque nativo mixto	Bosque de endemismos. Especies aprovechadas mediante recolección
	Bosque de araucarias	Bosque de *Araucaria araucana (Pewen)*. Endémico. Árbol sagrado
	Bosque de lenga	Lenga *(Nothofagus pumilio)*
	Siempreverde	Endemismo muy singular en el sur de Chile. *(Myrceugenia exsucca)*
Matorrales	Arbustos, matorrales y praderas degradadas	Humedal que contiene rosa mosqueta *(Rosa moschata)* especie recolectada por las comunidades para elaboración de cosméticos y maqui *(Aristotelia chilensis)* especie medicinal mapuche.
	Matorral arborescente de solana	Ladera con orientación norte, su exposición de solana conlleva la existencia de colihue *(Chuquea culeou)*, bambú endémico de Chile utilizado por los mapuche para elaborar mobiliario, instrumentos musicales o las lanzas utilizadas contra la ocupación española.
Praderas	Praderas "diente de león"	Praderas destinadas al cultivo de forraje y pasto. Se caracteriza por su color amarillo asociado al diente de león *(Taraxacum officinale)*.
	Praderas "pasto miel"	Praderas destinadas al cultivo de forraje y pasto. Se caracteriza por su color blanco asociado al famoso heno blanco *(Holcus lanatus)*.
Riberas	Borde ribereño	Espacios ribereños sin playa
	Playas	Playas para el esparcimiento

Tabla 1. Relación de unidades de paisaje y la singularidad que sirve como recurso para la actividad turística. Elaboración propia.
Table 1. *List of landscape areas and singularity that serves as a resource for tourist activity. Own elaboration.*

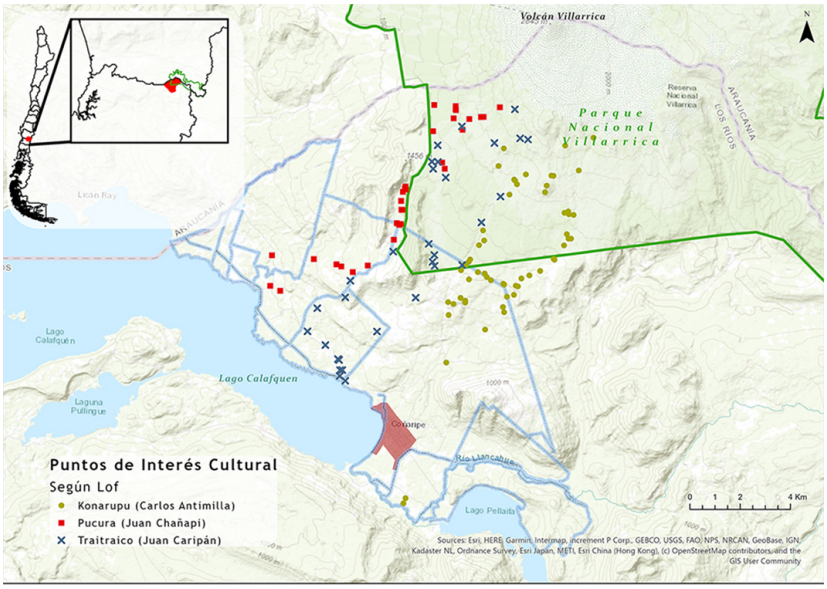


Fig 2. Mapa de distribución de los puntos patrimoniales identificados por las comunidades.
Fig 2. *Distribution map of the heritage points identified by the communities.*



Fig 3. Ejemplos de actividades turísticas de las comunidades presentes en la zona de estudio. A: Rutas ancestrales cordilleranas. B: Visita guiada a un huerto ecológico reservorio de semillas antiguas en Pucura. C: Feria de artesanías organizada por la Asociación de Pequeños Agricultores y Artesanos en Pucura. D: Rutas a caballo hacia el *Rukapillán* guiada por integrantes de las comunidades. Imágenes propias.

Fig 3. *Examples of tourist activities of the comunities of the study zone. A: Ancestral mountain routes. B: Guided visit to an ecological garden with ancient seeds in Pucura. C: Handicraft fair organizeb by the Association of Small Farmers and Artisans in Pucura. D: Horseback riding routes to Rukapillán guided by members of the communities. Own Images.*

Discusión

El paisaje analizado en este caso de estudio supone un buen ejemplo de bosque templado húmedo mixto, caracterizado por una gran diversidad biológica, alejado de las plantaciones industriales que abundan cada vez más en el territorio chileno. Se trata de un paisaje singular, íntegro, que aglutina valores naturales e intervenciones humanas que lo dotan de personalidad. Es imprescindible destacar que la fuerza del paisaje que nos ocupa va a residir en los aspectos naturales más que culturales del pueblo mapuche que ha "tallado" este paisaje, a través de una relación de agresión mínima sobre el medio. En tal sentido, la realidad paisajística de gran naturalidad no se basa tanto en falta de actividad humana sino en una actividad dominada por el respeto a las normas de la naturaleza.

Estas premisas quedan demostradas en la medida en que la sociedad local carece de artefactos materiales destacables y, por el contrario, fija sus elementos patrimoniales en componentes naturales asociados a prácticas tradicionales que van a acumular los valores,

que serán finalmente los encargados de enriquecer la experiencia turística. Así, aquellos elementos que la comunidad ha identificado como condensadores de patrimonialización, puntos que han reflejado como singulares para ellos, son formas del relieve, cauces de agua, ejemplares vegetales singulares, lugares concretos con características únicas, topónimos, espacios comunitarios. Apenas hacen mención a edificaciones o construcciones, limitándose estas referencias a las *rukas* de los *lonkos* (casas de los dirigentes, edificios comunitarios o casas de personajes destacados de la comunidad (Tabla 2).

Tipo de elemento	Número de elementos identificados
Fluvial	26
Residencial	24
Itinerarios tradicionales (topónimos)	13
Pastoreo	12
Forestal	11
Geomorfológico	10
Recolectivo	7
Espiritual	6
Medicinal	3
Juegos tradicionales	2
Otros	7

Tabla 2. Puntos culturales identificados por las comunidades según tipo de recurso. Elaboración propia.
Table 2. *Cultural points identified by communities according to type of resource. Own elaboratión*

Gracias a las características del paisaje donde se asientan estas comunidades y apoyado en los elementos que los habitantes de la zona consideran patrimoniales, se han desarrollado actividades turísticas que permiten a estas sociedades fortalecer un modelo económico de subsistencia y mitigue la entrada desarrollos extractivistas. Mediante el aprovechamiento tradicional y la muestra al turista de su modo de vida, las características paisajísticas de su territorio y la venta de productos tradicionales basados en prácticas artesanales, estas comunidades están logrando una revitalización cultural que se salda con una creciente reivindicación de sus territorios ancestrales. Las comunidades están garantizando, a través de nuevas generaciones que se interesan por aprovechar sus recursos y poner en valor su cultura, la pervivencia de sus reclamos territoriales.

Conclusiones

El área de estudio posee un paisaje de gran valor biológico muy cercano al gusto actual de bosques verdes nemorosos de apariencia poco intervenida, la denominada “clorofilia” a la que aluden algunos autores (Roger y Maderuelo, 2007; Le Goff, 2008; Nogué i Font, 2009; Guerra Velasco, 2012), por lo que se trata de un lugar ideal para el aprovechamiento turístico.

Se han detectado un gran número de elementos patrimoniales de la cultura mapuche que constituyen un potencial cultural digno de consideración, susceptible de ser aprovechado para la obtención de recursos mediante actividades turísticas respetuosas con los criterios que han creado toda esa carga patrimonial.

La actividad turística que se está produciendo, ha demostrado ser una herramienta relevante a la hora de generar procesos de reapropiación cultural y reivindicación territorial. Las comunidades han sido conscientes de su recurso territorial y lo reclaman para poder ponerlo en valor obteniendo beneficios que les permitan mantener sus actividades. Estos reclamos garantizan la pervivencia de culturas que podrían estar afectadas ante dinámicas globalizadoras amparadas bajo el turismo de masas.

Por último, hay que destacar el papel que tendrá la administración pública a la hora de escoger el modelo turístico para zonas vulnerables como la que nos ocupa. Este espacio posee unas potencialidades turísticas muy destacables que podrían ser explotadas mediante modelos económicamente más rentables, pero esta decisión implica también un riesgo de pérdida patrimonial y una banalización cultural.

Agradecimientos

Los autores de este artículo agradecen a los integrantes de las comunidades mapuche ancestrales Juan Caripán, Juan Chañapi, Ramón Chincolef, Emilio Epuñanco y Pablo Marifilo como a la Coordinadora Territorial de Comunidades de Pucura. Al Ministerio de Economía y Competitividad de España, financiador de la estancia en que se desarrolló buena parte de la investigación (EEBB-1-17-12587), así como a la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile, Proyecto FONDECYT N.º 11170506.

Bibliografía

Alomar Garau, G. ed. 2018. *Memoria de las II Jornadas de Trabajo de Paisaje 10 años de la entrada en vigor en España del Convenio Europeo del Paisaje 2018*. Grupo de Paisaje de la Asociación Española de Geografía (AGE), Madrid, 26 pp.

Aylwin, J. 2008. *¿De quién es el Parque Nacional Villarrica? Diario La Nación*.

Bello, Á. 2014. Cordillera, naturaleza y territorialidades simbólicas entre los mapuche del siglo XIX. *Scripta Philosophiæ Naturalis*, 13: 21-33.

Bengoa, J. 2000. *Historia del pueblo mapuche: (siglo XIX y XX)*. Lom Ediciones. Santiago de Chile. 440 pp.

Busquets Fàbregas, J. y Cortina Ramos, A. 2009. *Gestión del paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje*. Ariel. Barcelona, 703 pp.

Cáncer Pomar, L. 1994. Lectura crítica de las teorías más representativas de la ciencia del paisaje. *Geographicalia*, 31: 17-30.

Cáncer Pomar, L. 1995. Una lectura geográfica de las bases legales para la protección de los paisajes: el marco general de España y el particular de Aragón. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 20: 101-114.

Corporación Nacional Forestal, Departamento Patrimonio Silvestre, Sección Parques Nacionales y Monumentos Naturales. 2006. Plan de Manejo Parque Nacional Villarrica.

Fernández Salinas, V. y Silva Pérez, R. 2015. Criterios para la identificación y selección de paisajes españoles susceptibles de ser incluidos en la lista del Patrimonio Mundial de UNESCO. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 68: 253-278.

Foerster González, R. 1993. *Introducción a la religiosidad mapuche*. Editorial Universitaria. Santiago de Chile. 184 pp.

Frolova, M. 2009. La evolución reciente de las políticas de paisaje en España y el convenio europeo del paisaje - Recent developments in the political landscape of Spain and the European Landscape Convention. *Proyección*, 6, 27 p.

Gómez Mendoza, J. 2012. Del patrimoni paisatge als paisatges patrimoni. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 59: 5-20.

Gómez Mendoza, J., Mata Olmo, R. 2006. Paisajes forestales españoles y sostenibilidad: tópicos y realidades. *Areas: Revista internacional de ciencias sociales*, 25: 13-30.

Guerra Velasco, J.C. 2012. Neoproductivismo, herencias, nuevos paradigmas y clorofila: los paisajes del bosque en Castilla y León. *Polígonos. Revista de Geografía*, 21: 223-258.

Hirsch, E., O. y Hanlon, M. 1995. *The Anthropology of Landscape: Perspectives on Space and Place*. Oxford: Clarendon Press.

Le Goff, J. 2008. *Lo maravilloso y lo cotidiano en el Occidente medieval*. 3ª ed. Gedisa, Barcelona. 250 pp.

Luginbühl, Y. 2002. La política de paisaje en Francia y sus desarrollos. En: Zoido Naranjo, F. y Venegas Moreno, C. (Coord) *Paisaje y ordenación del territorio.* Consejería de Obras Públicas y Transportes. Sevilla, *págs. 213-221*.

Merino Espeso, A. 2019. El paisaje forestal, un patrimonio más cultural que natural. *XI congreso internacional AR&PA 2018. El papel del patrimonio en la construcción de la Europa de los Ciudadanos*, Valladolid. 743-741.

Morgan, M. 1978. Book review essays: Perspectives on landscape aesthetics: Appleton, J. 1975: The experience of landscape. Chichester and New York: John Wiley. 308 pp. *Progress in Geography* 2, 527-532.

Naranjo Ramírez, J. 2010. Los espacios cordobeses con valoración patrimonial: paisajes y lugares que se han convertido en un referente colectivo. *Andalucía en la historia* 30, 46-49.

Nogué i Font, J. 2009. *Entre paisajes*. Ambit Serveis Editorials, S.A., Madrid, 268 pp.

Ojeda Rivera, J. F. 2013. Lectura transdisciplinar de paisajes cotidianos, hacia una valoración patrimonial. Método de aproximación. *Revista invi*, 28(78), 25-75.

Pilquimán Vera, M., Cabrera Campos, G., Tenorio-Pangui, P. 2020. Experiences of Resilience and Mapuche Comunity Based Tourism in the Pre-Cordilleran Territories of Panguipulli. Southern Chile. *Sustainability, 12, 817*

Pilquimán Vera, M.J. 2017. Turismo comunitario en territorios conflictivos. El caso de las comunidades indígenas mapuche en la Región de los Ríos en Chile. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder* 8 (1): 11-28.

Prats, L. 2006. La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *revista ph*, 58 Especial, 72-80.

Roger, A. y Maderuelo, J. 2007. *Breve tratado del paisaje*. Biblioteca Nueva, Madrid. 268 pp.

Silva Pérez, R. y Fernández Salinas, V. 2015. Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe: Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. R*evista Invi*, 30(85), 181-214.

Skewes, J.C., Solari, M., Guerra, D. y Jalabert, D. 2012. Los paisajes del agua: naturaleza e identidad en la cuenca del río Valdivia. *Chungará.* 44 (2): 299-312.

Toledo Llancaqueo, V. 2005. *Pueblo mapuche: derechos colectivos y territorio: desafíos para la sustenabilidad democrática*. Programa Chile Sustentable. Santiago de Chile. 164 pp.

Tricot, T. 2008. Identidad y política en el nuevo movimiento mapuche. *Historia Actual* Online. 15, 29-50.

Wascher, D.M. 2005. *European landscape character areas: typologies, cartography and indicators for the assessment of sustainable landscapes. Final Project report as deliverable from the EU´s Accompanying Measure project European Landscape Character Assessment Initiative (ELCAI), funded under the 5th Framework Programme on Energy, Environment and Sustainable Development (4.2.2)*. Ladscape Europe, Wagenningen, X +150 pags.

Zedeño, M., Austin, D. y Stoffle, R. 1997. Landmark and landscape: A contextual approach to the management of American Indian resources. *Culture & Agriculture*, 19(3): 123-129.

Turismo y desigualdad: un debate pendiente

Ivan MURRAY y Maria Antònia MARTÍNEZ-CALDENTEY

SHNB

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM ON TOURISM AGE-IGU
OVER VS UNDER TOURISM SUSTAINIBILITY

Murray, I. y Martínez-Caldentey, M.A. 2020. Turismo y desigualdad: un debate pendiente. *In:* Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 593-606. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

La cuestión de la desigualdad ha cobrado centralidad académica y política desde el estallido de la crisis de 2008. Su conceptualización desborda el campo de lo estrictamente económico y se vincula a la noción de justicia social. Su análisis ha sido abordado desde enfoques neoclásico-conservadores, liberal-keynesianos y radicales. En la literatura académica se detecta una cierta laguna sobre el estudio concreto del nexo turistificación-desigualdad. Desde las posturas ortodoxas se ha estudiado mediante metodologías cuantitativas, mientras que desde las posturas críticas se analizan las causas y las condiciones en las que se producen las desigualdades vinculadas al turismo mediante métodos cualitativos. En este texto se propone una agenda de investigación que vincule los métodos cuantitativos con los análisis radicales de la economía política. Finalmente, se muestra cómo en España hay un vínculo estrecho entre desigualdad y turistificación a nivel municipal. La crisis del COVID-19 y su profundo impacto en el sector turístico puede suponer un incremento severo de los niveles de desigualdad en aquellos espacios donde la turistificación es mayor.
Palabras clave: *desigualdad, turistificación, crisis, COVID-19*.

TOURISM AND INEQUALITY: A PENDING DEBATE. Since the outbreak of the 2008 crsis, the inequality question has gained academic and political centrality. Inequality's conception transcends the field of economy and is related to the notion of social justice. The analysis of inequality has been approached from different theoretical perspectives: neoclassical-conservatives, liberal-keynesian, and radicals. Within academic literature exists a certain gap on the concrete study of the nexus touristification-inequality. From orthodox approaches the study of tourism and inequality has been based on quantitative methodologies, whereas critical approaches have analysed the causes and conditions that produce tourism related inequalities with qualitative methods. In this paper we propose a research agenda bridging quantitative methods with political economy radical analysis. Finally, the research presents the close link beteween touristification and inequality at the municipal level in Spain. The COVID-19 crisis, and its heavy impact on the toruism sector, might imply a severe increase of inequality in the most touristified spaces.
Key words: *inequality, touristification, crisis, COVID-19.*

Ivan MURRAY i Maria Antònia, MARTÍNEZ-CALDENTEY, Universitat de les Illes Balears, carretera de Valldemossa, km 7,5, 07122, Palma (Illes Balears), ivan.murray@uib.cat ; ma.martinez@uib.cat.

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 31-julio-2020.

Introducción

Desde el estallido de la crisis de 2008 el debate académico y social sobre la desigualdad ha ganado terreno, y muy particularmente desde la publicación de la obra de Thomas

Piketty (2014) sobre el capital en el siglo XXI. En paralelo a la extensión de las desigualdades como resultado de la crisis, la vía turística de acumulación se plasmó como una de las principales soluciones a la crisis de 2008 (Fletcher, 2011). Desde que Elizabeth Becker (2013), señaló en su libro *Overbooked*, el boom turístico mundial, la cuestión de la saturación turística (overtourism) empezó a ganar relevancia en el ámbito académico (Milano et al., 2019a). Cabe tener en cuenta que el debate sobre la saturación turística (*overtourism*) está muy vinculado a la intensificación de los conflictos urbanos asociados a la transformación turística de las ciudades. Dicha transformación se ha llevado a cabo, en muchas ocasiones, en contextos ya castigados por la crisis de 2008, en los que los procesos de precarización, desposesión y desigualdad se han ampliado con la nueva ronda de turistificación (Milano *et al.*, 2019b). No obstante, en la literatura académica se detecta un cierto vacío en el tratamiento del nexo turismo-desigualdad. A pesar del creciente interés por el análisis de la desigualdad y un avance notable de los estudios críticos en turismo (Cañada y Murray, 2019), resulta necesario expandir la investigación crítica del turismo hacia el análisis explícito del vínculo entre la producción turística y la extensión de las desigualdades.

Este texto pretende analizar la cuestión sobre la desigualdad y el turismo, con la intención de contribuir al debate sobre la desigualdad y las contradicciones de las vías turísticas de acumulación del capital. En primer lugar, se analizará la cuestión de la desigualdad y los diferentes enfoques de estudio; en segundo lugar, se realizará un breve repaso sobre el tratamiento de la desigualdad y el turismo; en tercer lugar, se expondrán brevemente aspectos sobre desigualdad y turismo en el caso español; y, finalmente, en las conclusiones se apuntarán algunas cuestiones para abordar una agenda de investigación.

La cuestión de la desigualdad y su análisis

La cuestión de la desigualdad se vincula a la de la justicia social. Y este concepto, al igual que el de desigualdad, puede abordarse desde diferentes enfoques teóricos. Podríamos identificar, a grandes rasgos, una interpretación conservadora de la justicia social se sustenta sobre el ideal del *homo economicus* y se articula para mantener el *status quo* –entendiendo que las actuales relaciones sociales son justas, ya que cada persona tiene aquello que se merece-, y de forma destacada la defensa de la propiedad privada (Hayek, 1973); una liberal que reconoce los fallos del orden social y desde el que se postulan dispositivos para mejorar la sociedad sin alterar sus fundamentos sistémicos (Rawls, 1971); y otra radical que entiende la injusticia como un síntoma del sistema patriarcal, jerárquico y capitalista, y que la justicia social se consigue mediante la subversión del sistema, es decir a través del conflicto (Fraser, 2008). De acuerdo con Nancy Fraser, la justicia desborda la cuestión del acceso y la distribución de recursos, para incorporar las dimensiones del reconocimiento de las diferencias –de género, étnia, religión, etc.- y de la representación política. Se plantea así superar los marcos políticos westfalianos en el contexto de la globalización, ya que la política articulada en torno a los fundamentos de soberanía nacional y ciudadanía –entendida en el estricto marco de los estados-nación- no permiten dar respuestas a los retos sociales actuales, como por ejemplo el de los migrantes y refugiados. No obstante, la deriva postestructuralista en las ciencias sociales ha conducido a priorizar aquello relacionado con el reconocimiento, dejando de lado los aspectos

materiales de la justicia social de los que se encargaba la economía política. Es por ello, que Fraser (2008) aboga por abordar dialécticamente esas tres dimensiones de la justicia: distribución, reconocimiento y representación.

La desigualdad como tema académico y político ha permanecido en los márgenes de los grandes debates hasta hace relativamente poco tiempo. Sin lugar a dudas, la crisis financiera de 2008 hizo aflorar toda una serie de conflictos sociales que la globalización neoliberal había ido cubriendo mediante mecanismos –entre ellos, la expansión del crédito- que permitieron la expansión de las llamadas clases medias. Las contradicciones del desarrollo geógrafico desigual estallaron con la crisis (Harvey, 2014) y cuestiones que habían sido marginadas del debate académico, político y social ganaron relevancia. Entre estos temas, podemos subrayar el de la desigualdad, particularmente con la obra ya citada de Piketty (2014). En este contexto es cuando estallan las movilizaciones sociales que ocuparon las plazas bajo el slogan "somos el 99%", haciendo clara alusión a la cuestión de clase y a las desigualdades (Graeber, 2014).

El análisis de la desigualdad difiere dependiendo de las corrientes de pensamiento que lo abordan. Antes que nada, cabe tener en cuenta que la corriente dominante de la ciencia económica ha considerado la desigualdad como algo externo a su objeto de análisis. Así, la llamada economía positiva ha considerado los aspectos distributivos como algo político y que no debían abordarse. En cambio, la economía política sí que los ha considerado en el seno de su enfoque. Desde las posiciones neoclásicas-conservadoras se establece que la desigualdad es consustancial al ser humano. Además, la desigualdad deviene en el motor del crecimiento económico -cada uno recibe en función a su esfuerzo- y aquellos que más reciben derraman sus ganancias –*trickle down*- sobre el resto de la sociedad, haciendo que esta prospere (Galbraith, 2016). Una segunda aproximación es la liberal-keynesiana que, a grandes rasgos, conceptualiza la desigualdad como resultado de un fallo de mercado debido a la tendencia hacia la monopolización, a la asimetría de la información, al creciente peso de las lógicas rentistas, o a la existencia de externalidades. Según este enfoque, las desigualdades se resolverían mediante una serie de ajustes (Stilwell, 2019). Finalmente, la aproximación radical se centra fundamentalmente en el análisis de las características estructurales del capital, las relaciones de clase y de poder (Stilwell, 2019). En definitiva, el enfoque radical, de acuerdo con Fraser y Jaeggi (2018), debería centrarse más allà de los efectos de la desigualdad distributiva y problematizar los mecanismos estructurales y arreglos institucionales que la generan.

A pesar de haber trazado estas tres grandes líneas de análisis, lo cierto es que encontramos un abanico de aproximaciones que podríamos catalogar como heterodoxas, entre las que encontraríamos los trabajos de Thomas Piketty (2014, 2019), James K. Galbraith (2016), Richard Wilkinson y Kate Pickett (2010). Mientras que los tres primeros autores se centran fundamentalmente en la desigualdad en términos de distribución de renta y patrimonio, Wilkinson y Pickett (2010) abordan la cuestión de la desigualdad ampliando el marco de análisis hacia múltiples dimensiones como la salud y la educación. Otro autor que resulta fundamental a la hora de abordar la cuestión de la desigualdad es Amartya Sen (1992) que desde un enfoque humanista desarrolla la teoría de las capacidades que destaca la importancia de la libertad de elección, la heterogeneidad social e individual, y el carácter multidimensional del bienestar. Buena parte de los autores que tratan la desigualdad se han centrado en analizar las clases más desfavorecidas, mientras que unos pocos han centrado

el foco sobre la corrosión social debido a concentración de la riqueza y los ricos (Jones, 2014; Sayer, 2016; Dorling, 2019).

La introducción de la multidimensionalidad en el análisis de las desigualdades bebe de las aportaciones realizadas por la economía feminista y también de las luchas por los derechos civiles. Unas desigualdades que se plasman tanto en la esfera de la economía capitalista de mercado, como en otras esferas económicas no vehiculadas directamente por el capital (p.ej. los cuidados) (Pérez Orozco, 2014). Además, desde la ecología política también se ha ampliado el marco de análisis con el estudio de la desigual distribución de bienes y males ambientales, destacando los movimientos por la justicia ambiental (Harvey, 1996) y el ecologismo de los pobres (Martínez-Alier, 2005). En definitiva, la desigualdad intersecciona en múltiples aspectos sociales (p.ej. clase, género, nacionalidad, etnia, edad, etc.) y se manifiesta más allá de las dimensiones económicas habituales de renta y patrimonio. También, se manifiesta más allá de la dictomia entre la propiedad privada de los medios de producción y el trabajo. Un claro ejemplo de ello está en los procesos de desposesión de lo que podríamos decir medios de reproducción social, como por ejemplo la vivienda (Christophers, 2019) o la naturaleza (Foster y Clark, 2020).

Al preguntarnos por qué se ha producido este auge reciente en el estudio de la desigualdad, encontramos que buena parte de las aportaciones señalan la desigualdad como un lastre para el crecimiento económico. Así, la desigualdad habría aumentado a lo largo de cuatro décadas de políticas neoliberales, empeorando la situación tras la crisis de 2008 (Milanovic, 2016). Así pues, de acuerdo con estas aportaciones, para recuperar la senda del crecimiento, debería reducirse la desigualdad. Dichas contribuciones recuerdan la teoría de Simon Kuznets (1955) según la cual la relación entre crecimiento económico e ingresos presenta una relación de U inversa. Así, en unos primeros estadios del crecimiento económico, aumentaría la desigualdad de ingresos; pero, a medida que el crecimiento aumenta, se reducen las desigualdades. Incluso, diversos autores han relacionado la extensión de las desigualdades con el avance de los populismos, proponiendo la reducción de la desigualdad como antídoto (Rodríguez-Pose, 2018).

Frente a estos análisis, desde la economía política radical se señala que las desigualdades son una condición sistémica del orden social capitalista y no un fallo del mismo. De hecho, la acumulación del capital se articula sobre la contradicción entre cooperación capital-trabajo, con el objetivo de obtener ambos unos ingresos; y, el conflicto entre el capital y el trabajo por la distribución de esos ingresos. Paradójicamente, por un lado, el capitalismo colapsaría en caso de eliminarse las desigualdades; pero, por otro, la extensión excesiva de las desigualdades también amenaza la reproducción del capital (Harvey, 2014).

Los avances estadísticos y la disponibilidad de series de datos para períodos largos han permitido avanzar empíricamente en el estudio de la desigualdad. La mayoría de los trabajos se centran en los estados-nación y en base a un sujeto estadístico medio carente de atributos sociales. Sin embargo, en el estudio de la desigualdad y la (in)justicia, el espacio importa (Harvey, 2009 [1973]; Soja, 2010). Particularmente, desde la geografía radical se ha abordado el estudio del desarrollo geográfico desigual en múltiples escalas, desde la global a la urbana. Las geografías del capital producen, por un lado, espacios de acumulación y, por otro, espacios de desposesión. De esta manera las dinámicas desiguales del capital cicatrizan los territorios y sobre ellos podemos analizar las complejas tramas de la desigualdad (Harvey, 2018 [1982]; Smith, 2010 [1984]).

En el contexto europeo, y en el marco de la crisis de 2008, podemos destacar diferentes contribuciones sobre las desigualdades espaciales a nivel regional: en primer lugar, el estudio de las desigualdades regionales desde un enfoque cuantitativo y una perspectiva liberal-keynesiana (Rodríguez-Pose, 2018); en segundo, el análisis crítico desde la geografía radical y la teoría del desarrollo geográfico desigual (Hadjimichalis, 2018); y, finalmente, la combinación del análisis espacial-cuantitativo con la teoría del desarrollo geográfico desigual (Martínez-Caldentey y Murray, 2019). Asimismo, en los estudios urbanos críticos se ha analizado la dialéctica socioespacial, destacando los procesos de segregación y gentrificación. Con el estallido de la crisis de 2008 las desigualdades urbanas se dispararon. Las geografías de las hipotecas basura (Darden y Wyly, 2012) y de los deshaucios (Vives-Miró *et al.,* 2018), reforzadas por las políticas austericidas, cristalizan esas desigualdades.

Finalmente, cabe destacar cómo determinados trabajos que analizan la desigualdad desde una perspectiva geohistórica tienden a compartir, tal como han puesto de manifiesto Graeber y Wengrow (2018), el mito Roussoniano de la ruptura de las sociedades igualitarias con el paso de las sociedades de cazadores-recolectores hacia las sociedades complejas. De acuerdo con estas miradas, se naturaliza la desigualdad de nuestras sociedades, bloqueando así su transformación. Sin embargo, de acuerdo con Graebber y Wengrow (2018), a lo largo de la historia nos encontramos con sociedades complejas igualitarias y a la inversa. De este modo, más allá de la naturalización de la desigualdad, estamos ante una cuestión fundamentalmente política.

Aproximaciones al análisis del nexo turismo-desigualdad

Desde organismos, como la Organización Mundial del Turismo, se ha defendido el turismo como una herramienta para salir del subdesarrollo y la pobreza en el Sur Global. Esa retórica ya se puso en entredicho en los años setenta con obras como la coordinada por Emmanuelle de Kadt (1991 [1979]) con un título tan elocuente como: Turismo. ¿Pasaporte al desarrollo? En la misma línea, Evans y Timberlake (1980) aportaron evidencia empírica sobre el hecho que la penetración de las multinacionales y la terciarización en los países periféricos iba acompañada de un aumento de la desigualdad.

Después de un cierto auge de estudios críticos sobre la economía política del turismo en los años setenta y principios de los ochenta, empezó un período de declive. Ello coincidió con la insitucionalización académica de los estudios turísticos y con el predominio del giro postestructuralista en las ciencias sociales. No obstante, en la última década ha habido un nuevo empuje crítico que, en parte, tendría que ver con el aumento de los conflictos derivados de la creciente turistización en el contexto postcrisis 2008 (Cañada y Murray, 2019).

Aunque la cuestión del turismo y la desigualdad no haya sido un tema que explícitamente se haya desarrollado profusamente, podemos plantear cómo la emergencia de nuevas formas o tipologías turísticas surgen como respuesta a la desigualdad. A modo de ejemplo se pueden enumerar las siguientes: turismo justo vinculado al movimiento del comercio justo (Cleverdon y Kalisch, 2000); turismo responsable, como una nueva ética del viaje, caracterizado por un conjunto de buenas prácticas voluntarias del conjunto de actores que intervienen en la actividad turística (Rivera y Rodríguez, 2012); turismo pro-pobre expuesto como una estrategia para luchar contra la pobreza (Goodwin, 2009), aunque como

señala Gascón (2015) su aplicación puede reproducir y ampliar las desigualdades y la pobreza; el turismo social, que ha evolucionado desde un turismo que que buscaba la extensión del consumo turístico hacia los más desfavorecidos, hacia una conceptuación amplia que tiene como eje la lucha contra las desigualdades y el bienestar (Schenkel, 2019); o el turismo inclusivo que persigue que la incorporación de los grupos excluidos o marginados en la producción y consumo turísticos, así como la ampliación de sus capacidades de decisión (Scheyvens y Biddulph, 2018). Más allá de las limitaciones y contradicciones que se pueden señalar en todas estas conceptualizaciones, nos interesa apuntar que su propia emergencia señala un marco de desigualdad en torno el cual se despliega la producción turística. Además, se puede extraer la noción que que el turismo realmente existente también contribuye a reproducir las dinámicas sistémicas de desigualdad. Por tanto, la idea extendida de que el turismo actua como nivelador de las desigualdades debe ser problematizada.

A grandes rasgos se pueden señalar dos enfoques que parten de marcos teóricos prácticamente antagónicos: por un lado, el ortodoxo asociado a la teoría neoclásica; y, por otro, el heterodoxo o crítico vinculado a la economía política. En general, la cuestión de la desigualdad no ha estado muy presente en las investigaciones turísticas. El escaso número de trabajos sobre el tema es una buena muestra de ello, salvo alguna excepción como el libro editado por Cole y Morgan (2010). Ello se debe, fundamentalmente, al apriorismo que el turismo se expande virtuosamente demarrando beneficios al conjunto de la sociedad y generando un efecto multiplicador sobre el resto de los sectores (Gascón y Cañada, 2017).

Entre las aportaciones que tratan el nexo turismo-desigualdad encontramos un amplio abanico de propuestas que se centran en la dimensión de la demanda. Si tenemos en cuenta que tan solo un 5% de la población mundial viaja en avión y que la mayoría de los desplazamientos turísticos se realizan en este medio de transporte, resulta obvio que hay un amplio margen para ampliar el consumo turístico. Esta idea es la que, precisamente, se encuentra detrás de la iniciativa de la OMT que reclama el turismo como un derecho humano (Gascón, 2019). Otros marcos analíticos buscan también extender el acceso al turismo, como el turismo accesible, dirigido a quellas personas con capacidades físicas y mentales diferenciadas (Buhalis y Darcy, 2010), o el ya citado turismo inclusivo (Scheyvens y Biddulph, 2018).

Desde la perspectiva ortodoxa, y en cierta manera reproduciendo la hipótesis de la curva de Kuznets, encontramos numerosas aportaciones que sostienen que el turismo sirve para estrechar la brecha socioeconómica y reducir la desigualdad social. En esta línea, Raza y Shah (2017) confirman la hipótesis de la curva de Kuznets debido a la relación positiva entre crecimiento turístico y reducción de la desigualdad de ingresos. No obstante, hay toda una serie de investigaciones que conducen a conclusiones divergentes en el caso de los países empobrecidos. Alam y Paramati (2016) explican cómo en los países pobres analizados el turismo ha ido asociado a un aumento de la desigualdad, pero si se duplicasen los ingresos turísticos, luego se cumpliría la hipótesis de la curva de Kuznets. La mayor parte de los estudios sobre desigualdad de renta y turismo se han centrado en países empobrecidos, siendo pocos los que han abordado conjuntamente países ricos y empobrecidos. El trabajo de Chi (2020) cubre esta laguna, aportando resultados interesantes: en el caso de los países ricos el turismo tiene escasa incidencia sobre la desigualdad debido a que se trata de economías más complejas. Mientras que, en el caso de los países empobrecidos, en lugar de una curva en forma de U invertida, los resultados

definen una curva en forma de N: un primer momento de expansión turística en que aumenta la desigualdad; en un segundo momento el crecimiento turístico va acompañado de una reducción de la desigualdad; y, finalmente, un tercer momento en que vuelve a dispararse la desigualdad. Una de las principales críticas a estos trabajos ha sido que se han centrado en la escala estado-nación, desatendiendo las complejas relaciones socioespaciales dentro de cada país. Los trabajos a escalas inferiores a la estatal han sido escasos, básicamente por la falta de datos, salvo algunas excepciones como el de Lee (2009) sobre la desigualdad de ingresos en los condados más turísticos de los EUA que resulta superior al resto.

Desde enfoques ortodoxos se ha analizado, bajo la teoría de la convergencia, el papel que ha jugado el turismo en la reducción de la disparidad de renta regional. La mayoría de estos trabajos, arropados por análisis estadísticos, concluyen que el turismo juega un papel importante en la convergencia regional en términos de renta (Li *et al.*, 2016; Lv, 2019; Soukiazis y Proença, 2008). Asimismo, partiendo de análisis cuantitativos también se ha estudiado cómo el despliegue turístico incide en el desigual acceso al agua (Sinha et al, 2020) o, cómo el turismo ha empujado paralelamente la desigualdad en términos de renta y los precios de la vivienda (Gu *et al.*, 2019). Otro punto crítico de los trabajos hasta ahora analizados es que mientras metodológicamente presentan una gran robustez estadística, la dimensión analítica está generalmente desvinculada de la economía política y el análisis de las causas y mecanismos que permiten explicar las desigualdades.

Los análisis críticos, vinculados a la economía y la ecología políticas entre otras, han abordado la cuestión de la desigualdad y el turismo de formas muy diferentes a las expuestas anteriormente. Al conceptualizar el turismo como una particular vía de acumulación del capital, teóricamente se entiende que el turismo reproduce y amplia las desigualdades. En buena medida, estas aportaciones se han centrado en el análisis de conflictos asociados al turismo, pudiéndose entender dichos conflictos como una cristalización de exclusión y desposesión derivadas de la producción turística. Es decir, conflictos distributivos de base turística. A la hora de analizar la desigualdad, desde estos enfoques heterodoxos, se prioriza la comprensión de las condiciones y estructuras sociales que producen dichas desigualdades.

A modo de ejemplo, y sin ser exhaustivos, podemos señalar algunos aspectos que han sido abordados desde las corrientes críticas. Un primer aspecto que se plantea es que el éxito turístico de ciertas zonas del planeta se estructura sobre la desigualdad espacial, comenzando por el hecho de que los principales países emisores pertenecen al norte global, mientras que los destinos turísticos predominantes se localizan en los espacios periféricos o semiperiféricos. A ello se le suman las complejas redes corporativo-financieras transnacionales que hace que se produzca un drenaje de los beneficios desde las zonas de producción turística a los centros de mando del capital turístico (Bianchi, 2018). En segundo lugar, otro de los grandes temas tratados desde esta pespectiva ha girado en torno a los conflictos vinculados a la desposesión o apropiación de ciertos recursos, como por ejemplo el agua, hacia usos turísticos (Cañada, 2019). En tercer lugar, el debate sobre los conflictos urbanos asociados al *overtourism* plasman las crecientes desigualdades urbanas derivadas de la mercantilización turística de la ciudad después de la crisis de 2008 (González-Pérez, 2020). En cuanto a las relaciones laborales, Ernest Cañada (2018) apunta que propuestas como la del turismo inclusivo deben considerar la inclusión de las trabajadoras turísticas. Cañada (2015, 2016) analiza cómo el boom turístico posterior a la

crisis del 2008 ha ido acompañado del empeoramiento de las condiciones laborales: carga laboral, salarios, contratos precarios, externalizaciones, etc. La explotación sexual vinculada al turismo podría interpretarse como una expresión extrema de las desigualdades en torno al turismo (Piscitelli, 2019). Finalmente, podemos destacar una línea de investigación que escrutina críticamente los llamados turismos alternativos. Así, por ejemplo, en el caso del ecoturismo se ha visto cómo ha conllevado un aumento de las desigualdades entre las comunidades locales (Fletcher, 2012; Ma et al., 2019); o en el caso del turismo rural donde se producen toda una serie de conflictos derivados del drenaje de recursos por parte de las actividades turísticas, la marginación y desvalorización progresiva de las actividades agrarias propias de esos espacios, y el desigual reparto de los beneficios turísticos (Gascón, 2019). A modo de reflexión crítica hay que subrayar que la mayor parte de las contribuciones dentro de las corrientes críticas tratan la cuestión de la desigualdad y el turismo mediante análisis cualitativos, sin utilizar elementos cuantitativos para reforzar sus análisis.

Un breve apunte sobre desigualdad y turismo en España

En el caso español nos encontramos con una trayectoria marcada desde los años 1960 por la apuesta turística, que se vería reforzada con la entrada en la UE. Además, la especialización turística española ha ido de la mano de sucesivas burbujas inmobiliarias (López y Rodríguez, 2010). A pesar de experimentar fuertes taxas de crecimiento del PIB, la desigualdad en España se ha mantenido por encima de la media de la UE-15 y esa distancia se redujo durante los años de la burbuja inmobiliaria que estalló en 2008 (Carabaña, 2016). Esa disminunción se debió al llamado "efecto riqueza" asociado a la expansión del crédito vinculado a la adquisición de vivienda por parte de las clases populares (López y Rodríguez, 2010). Con la crisis de 2008 se volvió a disparar de manera notable la desigualdad de renta y patrimonio, afectando de manera sustantiva a las mujeres, inmigrantes y jóvenes (Carabaña, 2016; Martínez-García, 2013; Martínez-Toledano, 2017).

Asimismo, la incidencia de la crisis también ha sido territorialmente desigual, dependiendo de las trayectorias económico-políticas específicas de cada territorio (Méndez y Sánchez-Hernández, 2014). La salida de la crisis de 2008 se llevó a cabo mediante una serie de arreglos político-económicos que combinaron políticas de austeridad, intensificación de la especialización turística, precarización laboral y aumento de las desigualdades (Murray *et al.*, 2017; Cañada, 2015; 2016).

A pesar de algunas contribuciones académicas, ha sido desde las filas de la sociedad civil y centros de investigación autónomos, como el Colectivo IOÉ con el Barometro Social de España o la Fundación FOESSA y sus informes sobre exclusión y desarrollo social en España, desde donde más se ha trabajado para poner la cuestión de la desigualdad en el debate político. A partir de la revisión de diversos trabajos sobre desigualdad en España podemos señalar que el tratamiento espacial se restringe a la escala de comunidad autónoma, siendo necesarios análisis más detallados, y que el nexo turismo-desigualdad ha sido escasamente abordado de manera explícita.

Un primer aspecto que debería contribuir a la reflexión sobre desigualdad y turismo en una de las principales potencias turísticas mundiales es que cerca del 40% de la población española resulta excluida del consumo turístico (Rodríguez y Santana, 2014). Además, cabría preguntarnos por la relación entre desigualdad y especialización turística territorial.

De manera exploratoria se presenta en la Fig. 1 una serie de mapas en los que se pueden ver algunos aspectos relacionados con la desigualdad y el turismo en España para los municipios de más de veinte mil habitantes. Tal como se puede apreciar en dichos mapas, encontramos en los principales municipios turísticos, localizados en el litoral mediterráneo peninsular y los archipiélagos, una elevada correlación entre la densidad de la oferta turística (plazas/habitante), la proporción de población extranjera, parte de ella atraída por los empleos turísticos y otros asociados que requieren escasa cualificación –no obstante, en los municipios turísticos también encontramos jubilados residentes procedentes de los estados centrales de la UE-, y renta media baja, inferior a trece mil euros anuales. En general, llama la atención el hecho que la renta media por habitante en los muncipios de más de veinte mil habitantes (10.996 euros) sea la mitad que la de la zona Euro. Otro aspecto a destacar es que las comunidades autónomas con mayor especialización turística coinciden con aquellas en que la diferencia entre el 20% más rico y el 20% más pobre es mayor. A ello se le suma que entre las cuatro comunidades autónomas con mayor proporción de población en exclusión social se encuentren tres que destacan por su especialización turística: Islas Canarias (29% de la población), Illes Balears (24,2%) y Comunidad Valenciana (20,3%) (FOESSA, 2019).

Sin lugar a dudas, los dos archipiélagos destacan por su extrema especialización turística y elevada desigualdad. Actualmente, la crisis sanitaria del COVID-19, y sus efectos socioeconómicos, está poniendo sobre la palestra los desequilibrios estructurales más evidentes del régimen neoliberal y la enorme vulnerabilidad de las sociedades más turistizadas (Murray y Cañada, 2020). Precisamente es en los archipiélagos donde la crisis del COVID-19 ha implicado la paralización casi absoluta de la actividad económica, produciendose la situación de emergencia social más acusada de todo el estado (Bauzà, 2020; Jiménez, 2020). En el mapa D de la Fig. 1 se puede ver cómo la ocupación laboral en los municipios del litoral, precisamente aquellos más turísticos, ha caído abruptamente en el mes de mayo de 2020 respecto del año anterior, que fue de récord histórico en cuanto a llegada de turistas. En definitva, la crisis del COVID-19 probablemente acentuará las desigualdades en unos espacios en los que la interrupción del ciclo turístico implicará una auténtica debacle social. Ante esta situación, la presión empresarial está forzando una salida a la crisis para volver a la "normalidad" turística y al rescate del sector (El País, 2020). Una normalidad que va asociada a una extrema vulnerabilidad por la dependencia extrema del flujo turístico y una elevada desigualdad social.

Conclusiones

En este texto se ha pretendido ilustrar el debate académico y social en torno a la desigualdad. A grandes rasgos se puede ver que mientras los enfoques ortodoxos se han centrado en análisis cuantitativos, los más radicales se han focalizado en analizar cualitativamente los procesos generadores de desigualdades. No obstante, autores como Piketty han transgredido esos enfoques y apoyado sobre métodos cuantitativos ha llevado a cabo análisis profundos de los procesos y estructuras conducentes a la desigualdad. En el campo de los estudios turísticos se percibe una escasa preocupación por la cuestión de la desigualdad ya que predomina el apriorismo que el turismo funciona como un "pasaporte al desarrollo". En los enfoques radicales predomina el análisis cualitativo del nexo turismo-desigualdad, por lo que pensamos que hay una laguna por cubrir. Es por ello, que sería

interesante emprender una agenda de investigación sobre la cuestión de la desigualdad y el turismo, combinando el análisis de la economía política y el análisis cuantitativo.

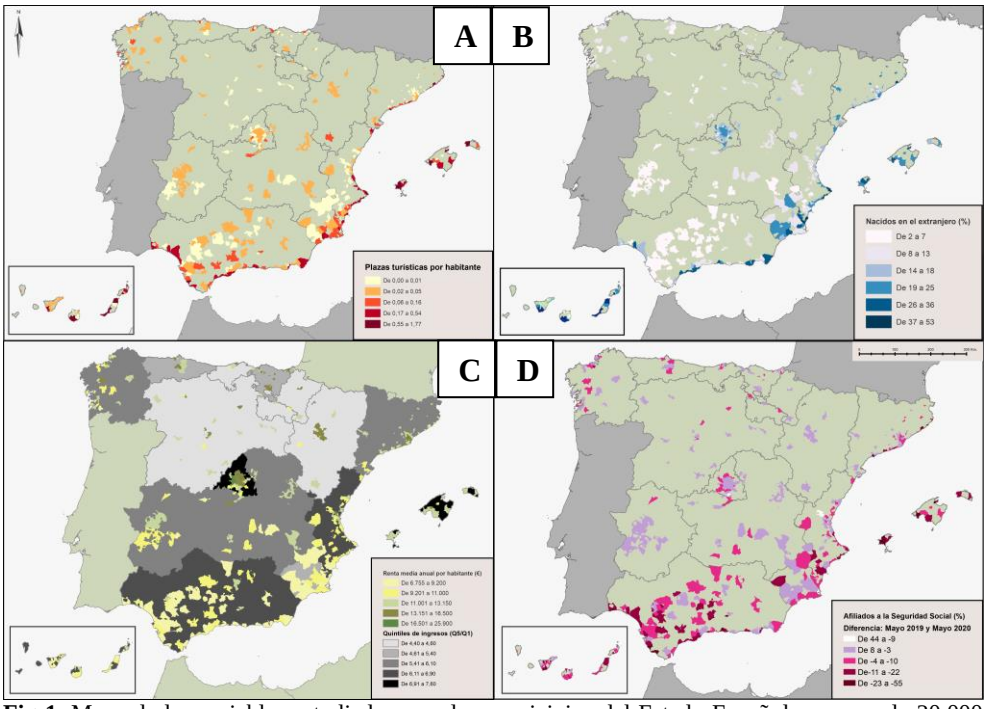


Fig 1. Mapa de las variables estudiadas para los municipios del Estado Español mayores de 20.000 habitantes. A: Plazas turísticas por habitante 2017; B: Porcentaje de personas nacidas en el extranjero 2017; C: Renta media anual por habitante y quintiles de ingresos 2017; D: Diferencia en porcentaje de afiliados a la Seguridad Social entre mayo de 2019 y mayo de 2020.
Fuente: plazas turísticas a partir de los servicios estadísticos autonómicos; población, población extranjera y renta media por habitante a partir de los Indicadores Urban Audit para municipios mayores de 20.000 habitantes del INE; quintiles de ingresos a partir de FOESSA (2019); datos afiliados a la Seguridad Social a partir de las Series de afiliación último día del mes por municipios del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.
Fig. 1. *Map of the variables studied for the municipalities of the Spanish State with more than 20,000 inhabitants. A: Tourist places per inhabitant 2017; B: Percentage of foreign-born population 2017; C: Average annual income per inhabitant and income quintiles 2017; D: Difference in percentage of Social Security affiliates between May 2019 and May 2020.*
Source: tourist beds from the regional statistical services; population, foreign population and average income per inhabitant from the Urban Audit Indicators for municipalities with more than 20,000 inhabitants from INE; income quintiles from FOESSA (2019); data affiliated to the Social Security from the Affiliation Series by municipalities of the Ministry of Inclusion, Social Security and Migration.

El caso español se presenta como ejemplar de las tensiones entre desigualdad y turismo: por un lado, una parte importante de la población española no puede permitirse viajar; y por otro, los espacios más turistizados coinciden con los de mayor exclusión social y mayor

desigualdad de ingresos. El confinamiento en la gran mayoría de los países del mundo debido al COVID-19 ha paralizado el movimiento de personas, y con ello la actividad turística. La pandemia ha parado en seco el sector turístico, infringiendo un impacto social y económico de gran magnitud. Si bien es cierto, que ha sido en los territorios litorales y en los archipiélagos, los cuales se sostienen mediante el monocultivo turístico, donde se está produciendo el gran cataclismo. La vía de la austeridad aplicada en la anterior crisis y la vía de intensificación turística conducirían hacia el abismo social, por lo que la desigualdad en los espacios turísticos deberá ser una de las prioridades políticas a considerar, fundamentalmente desde posiciones emancipadoras, para la reconstrucción social post-COVID-19.

Agradecimientos

Esta investigación contribuye al proyecto "Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies" (RTI2018-094844-B-C31) del programa estatal de I + D + I orientado a los desafíos de la sociedad, del Ministerio de Ciencia, Innovació y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Referencias bibliográficas

Alam, M.S. y Paramati, S.R. 2016. The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist? *Annals of Tourism Research*, 61: 111-126.

Bauzà, J. 2020. La emergencia social alcanza a Mallorca con miles de familias sin lo mínimo para subsistir. *Diario de Mallorca*, 8/06/2020 https://www.diariodemallorca.es/portada/2020/05/17/mallorca-entra-fase-emergencia-social/1509728.html?utm_source=rss

Becker, E. 2013. *Overbooked. The exploding business of travel and tourism.* Simon & Schuster, New York, 448 pp.

Bianchi, R. 2018. The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70: 88-102.

Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A., Vera-Rebollo, F. and Ivars-Baidal, J. 2019. Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12): 1764-1785.

Buhalis, D. and Darcy, S. (eds.). 2010. *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Channel View Publications, Bristol, 305 pp.

Cañada, E. 2015. *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Icaria, Barcelona, 182 pp.

Cañada, E. 2016. Externalización del trabajo en hoteles. Impactos en los departamentos de pisos. Alba Sud, Barcelona, 175 pp.

Cañada, E. 2018. Too precarious to be inclusive? Hotel maid employment in Spain. *Tourism Geographies*, 20 (4): 653-674.

Cañada, E. 2019. Conflictos por el agua en Guanacaste, Costa Rica: Respuestas al desarrollo turístico. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 45: 1-23.

Cañada, E. y Murray, I. 2019. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria, Barcelona, 480 pp.

Carabaña, J. 2016. *Ricos y pobres.* Los Libros de la Catarata, Madrid, 184 pp.

Chi, J. 2020. Revisiting the tourism-inequality nexus: evidence from a panel of developed and developing economies. *Current Issues in Tourism*. DOI: 10.1080 / 13683500.2020.1743243

Christophers, B. 2019. A tale of two inequalities: Housing-wealth inequality and tenure inequality. *Environment and Planning A: Economy and Space.* https://doi.org/10.1177/0308518X19876946

Cleverdon, R.y Kalisch, A. 2000. Fair trade in tourism. *Tourism Research*, 2: 171-187.

Cole, S. and Morgan, N. (eds.) 2010. *Tourism and inequality. Problems and prospects*. CABI, Wallingford, 224 pp.

Darden, J.T. and Wyly, E. 2010. Mapping the racial/ethnic topography of subprime inequality in urban America. *Urban Geography*, 31: 425-433.

De Kadt, E. 1991[1979]. Tourism: *Passport to Development? - Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*. Oxford University Press, Washington D.C, 380 pp.

Dorling, D. 2019. *Inequality and the 1%*. Verso, London, 192 pp.

El País. 2020. Europa sale al rescate del turismo, una de sus joyas. https://elpais.com/economia/2020-05-15/europa-sale-al-rescate-del-turismo-una-de-sus-joyas.html

Evans, P.B. and Timberlake, M. 1980. Dependence, Inequality, and the Growth of the Tertiary: A Comparative Analysis of Less Developed Countries. *American Sociological Review*, 45 (4), 531-552.

Fletcher, R. 2011. Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Expansion. *Tourism Geographies*, 13 (3): 443-461.

Fletcher, R. 2012. Using the Master's Tools? Neoliberal Conservation and the Evasion of Inequality. *Development and Change*, 43 (1), 295-317.

Foessa 2019. *Informe sobre exclusión y desarrollo social en España* (VIII). http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/20190612%20VIII%20Informe-FOESSA-2019-completo.pdf

Foster, J.B. and Clark, B. 2020. *The robbery of nature. Capitalism and the ecological rift*. Monthly Review Press, New York, 416 pp.

Fraser, N. 2008. *Scales of justice*. Polity Press, Cambridge, 234 pp.

Fraser, N. and Jaeggi, R. 2018. *Capitalism. A conversation in critical theory*. Polity Press, Cambridge, 256 pp.

Galbraith, J.K. 2016. *Inequality. What everyone needs to know*. Oxford University Press, Oxford, 224 pp.

Gascón, J. 2015. Pro-Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: A Critique. *Journal of Agrarian Change*, 15 (4): 499-518.

Gascón, J. y Cañada. 2017. El mundo es finito, también para el turismo. Del multiplicador turístico al conflicto redistributivo. Oikonomics, 7: 28-34.

Gascón, J. 2019. Tourism as a right: a "frivolous claim" against degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1825-1838.

González-Pérez, J.M. 2020. The dispute over tourist cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *Tourism Geographies*, 22 (1): 171-191.

Goodwin, H. 2009. Reflections on 10 years of Pro-Poor Tourism. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1): 90-94.

Graeber, D. 2014. *Somos el 99%. Una historia, una crisis, un movimiento.* Capitan Swing, Madrid, 304 pp.

Graeber, D. and Wengrow, D. 2018. How to change the course of human history. *Eurozone*. https://www.eurozine.com/change-course-human-history/

Gu, X., Li, G., Lei, C.K., Sheng, L. and Zhao, Q. 2020. The inequality-housing price nexus in tourist resorts: theory and evidence. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 27 (1): 132-150.

Hadjimichalis, C. 2018. *Crisis Spaces: Structures, Struggles and Solidarity in Southern Europe*. Routledge, New York, 232 pp.

Harvey, D. 1996. Justice, Nature and the Geography of Difference. Blackwell, Oxford, 480 pp.

Harvey, D. 2014. *Diecisiete contradicciones del capital y el fin del capitalismo*. Traficantes de Sueños, Madrid, 299 pp.
Harvey, D. 2018[1982]. *The limits to capital*. Verso, London, 478 pp.
Harvey, D. 2019[2006]. *Spaces of global capitalism*. Verso, London, 154 pp.
Hayek, F. 1973. *Law, Legislation and Liberty*. Routledge & Kegan Paul, London, 210 pp.
Jiménez, J. 2020. Casi 40.000 hogares canarios no tienen ingresos: el cese de la economía sumergida acrecienta el drama y dispara la ayuda social. *Eldiario.es.* https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/canarios-ingresos-economia-sumergida-acrecienta-renta-minima-Canarias_0_1017348895.html
Jones, O. 2015. *The Establishment.* Penguin Books, London, 359 pp.
Kuznets, S. 1955. Economic growth and income inequality. *American Economic Review*, 45(1): 1-28.
Lee, S. 2009. Income inequality in tourism services-dependent counties. *Current Issues in Tourism*, 12 (1): 33-45.
Li, H., Chen, J. L., Li, G. y Goh, C. 2016. Tourism and regional income inequality: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 58: 81-99.
López, I. y Rodríguez, E. 2010. *Fin de ciclo. Financiarización territorio y sociedad de propietraios en la onda larga del capitalismo hispano 1959*. Traficantes de Sueños, Madrid, 503 pp.
Lv, Z. 2019. Deepening or lessening? The effects of tourism on regional inequality. *Tourism Management*, 72: 23-26.
Ma, B., Cai, Z., Zheng, J. y Wen, Y. 2019. Conservation, ecotourism, poverty, and income inequality – A case study of nature reserves in Qinling, China. *World Development*, 115: 236-244.
Martínez-Alier, J. 2005. *El ecologismo de los pobres*. Icaria, Barcelona, 416 pp.
Martínez-Caldentey, M.A. y Murray, I. 2019. Crisis y desarrollo geográfico desigual en la Unión Europea (2009-2015). *Revista de Geografía Norte Grande*, 72: 163-184.
Martínez-García, J.S. 2013. *Estructura Social y desigualdad en España*. Los Libros de la Catarata, Madrid, 160 pp.
Martínez-Toledano, C. 2017. Housing bubbles, offshore assets and wealth inequality in Spain (1984-2013). WID.world Working Paper Paper Series Nº2017/19 (https://wid.world/document/spain-widworld-wp-2017-19-martineztoledano/).
Méndez, R. y Sánchez-Hernández, J. (coords.). 2014. *Geografía de la crisis económica en España.* Publicacions de la Universitat de València, València, 765 pp.
Milano, C., Cheer, J.M. y Novelli, M. (eds.). 2019a. *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism.* CABI, Wallingford, 264 pp.
Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J.M. 2019b. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1857-1875.
Milanovic, B. 2016. Global inequality. A new approach for the Age of Globalization. The Belknap Press, Cambridge, 320 pp.
Murray, I., Yrigoy, I. y Blázquez-Salom, M. 2017. El papel de las crisis en la producción, destrucción y reestructuración de los espacios turísticos. El caso de las Islas Baleares. *Investigaciones Turísticas*, 13: 1-29.
Murray, I. y Cañada, E. 2020. La singularidad cultural como causa de la expansión del COVID-19 en España: una respuesta. *ALBA SUD.* http://www.albasud.org/noticia/1198/la-singularidad-cultural-como-causa-de-la-expansi-n-del-covid-19-en-espa-a-una-respuesta
Pérez Orozco, A. 2014. Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida. Traficantes de Sueños, Madrid, 306 pp.
Piketty, T. 2014. *El capital en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica, México D.F., 663 pp.
Piketty, T. 2019. *Capital e ideología*. Ediciones Deusto, Barcelona, 1247 pp.
Piscitelli, A. 2019. ¿Turismo sexual? balance crítico de la producción del concepto. *In:* Cañada, E. y Murray, I. (eds.), *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria, Barcelona, 179-198.
Rawls, J. 1971. *A theory of justice*. Belknap, Cambridge, 560 pp.

Raza, S.A. and Shah, N. 2017. Tourism growth and income inequality: does Kuznets Curve hypothesis exist in top tourist arrival countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (8), 874-884.

Rivera, M. y Rodríguez, L. (coord.) 2012. *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba, Córdoba, 400 pp.

Rodríguez, P. y Santana, M.A. 2014. Consumo turístico y desigualdad social en España. *Pasos*, 12(1): 29-51.

Rodríguez-Pose, A. 2018. The revenge of the places that don't matter (and what to do about it). *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(1), 189-209.

Sayer, A. 2016. Why we can't afford the rich. Policy Press, Clifton, 448 pp.

Schenkel, E. 2019. Turismo social: principals conceptos y enfoques teóricos. En: Cañada, E. y Murray, I. (eds.), *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria, Barcelona, 417-430.

Scheyvens, R. y Biddulph, R. 2018. Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20 (4): 589-609.

Sen, A. 1992. *Inequality re-examined*. Oxford University Press, Oxford, 207 pp.

Sinha, A., Driha, O. y Balsalobre-Lorente, D. 2020. Tourism and inequality in per capita water availability: is the linkage sustainable? *Environmental Science and Pollution Research*, 27: 10129–10134.

Smith, N. 2010 [1984]. *Uneven Development. Nature, Capital and the Production of Space*. Verso, London, 216 pp.

Soja, E. 2010. *Seeking Spatial Justice*. University of Minnesota Press, Minneapolis, 288 pp.

Soukiazis, E. y Proença, S. 2008. Tourism as an alternative source of regional growth in Portugal: A panel data analysis at NUTS II and III levels. *Portuguese Economic Journal*, 7(1), 43-61.

Stilwell, F. 2019. *The political economy of inequality*. Polity Press, Cambridge, 224 pp.

Vives-Miró, S., O. Rullan y J.M. González. 2018. *Geografies de la despossessió d'habitatge a través de la crisi. Els desnonaments Marca Palma*. Icaria, Barcelona, 348 pp.

Wilkinson, R. y Pickett, K. 2010. *The Spirit Level. Why equality is better for everyone*. Penguin Books, London, 400 pp.

Índice de autores



Punta Nati (Ciutadella, Menorca). Foto Macià Blàzquez-Salom.

Índice de autores

Agrelo, L. M., 445
Amat, X., 359
Armesto-López, X., 417
Babinger, F., 147
Baños, C., 109
Barrado, D., 391
Bautista Barroso, S., 99
Blanco-Romero, A., 11, 457, 471
Blàzquez-Salom, M., 11, 197, 369
Calaf-Ferré, R., 221
Calle-Vaquero, M. de la, 121, 135, 319
Cañada, E., 333
Cànoves Valiente, G., 471
Cantarero Prados, F.J., 99
Carballido, A., 347
Carreras, D., 507
Cerdan Schwitzguébel, A., 249
Cors-Iglesias, M., 417
Cortés, C., 359
Del Valle, L., 209
Díaz-Soria, I., 457, 471
Elorrieta Sanz, B., 249
Erdmenger, E., 531
Escudero Gómez, L.A., 307
Fernández Tabales, A., 83
Fernández-Arroyo, A., 57
Ferreiro-Calzada, E., 121, 319
Foronda-Robles, C., 161
García-Hernández, M., 121, 135, 319
García-Tortosa, F., 519
Gómez-Martín, B., 417
Guitart, N., 265
Hernández, M., 109
Hidalgo, C., 391
Hübscher, M., 283
Ibarra, P., 69
Jiménez-Bravo, M., 483
Kagermeier, A., 531
Krajíčková, A., 567
Larrosa, J.L., 359
Lois-González, R.C., 295, 541
López, L., 541
Lorente, A., 359
Macias Mendoza, J., 379
Martín-Prieto, J.Á., 507
Martínez Fernández, P., 307
Martínez-Caldentey, M.A., 593
Martínez-Puche, A., 359
Mendoza-de-Miguel, S., 121, 319
Merino Espeso, A., 581
Milano, C., 23
Mínguez, C., 83
Müller, N., 197
Murray, I., 26, 209, 369, 593
Navalón-García, R., 11, 553
Navarro-Jurado, E., 43
Novelli, M., 23
Novotná, M., 567
Olcina, J., 109
Ortiz, S., 359
Palacios, A., 391
Pareto Boada, P., 249
Patiño Romarís, A., 295
Paül, V., 445
Piai, C., 171
Pilquimán Vera, M., 581
Pimentel-de-Oliveira. D., 187
Piñeira, M. J., 83
Pitarch-Garrido, M.D., 187, 405
Pons, G.X., 11, 209, 507
Rabanaque I., 69
Ramos-Pérez, D., 431
Reyes Corredera, S., 99
Ringel, J., 283
Ródenas, P., 495
Rodríguez-Valdés, J., 161
Romero-Martínez, J.M., 43
Romero-Padilla, Y., 43
Russo, A.P., 379
Salim E., 171
Sancho, I., 359
Santiago-Cruz, M.J., 233
Serrano Cambronero, M., 147
Serrat, R., 265
Somoza Medina, M., 31
Somoza Medina, X., 31

Torres-Delgado, A., 25, 249
Trillo, J. M., 445
Troitiño-Torralba, L., 11
Valero-Escandell, J.R., 519
Villar-Navascués, R.A., 109
Yrigoy, I., 369
Zornoza-Gallego, C., 405



Illa del Llatzeret (Maó, Menorca). Foto Guillem X. Pons

Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). 2020. Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears,* 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

GEOGRAFÍA DEL TURISMO, OCIO Y RECREACIÓN
G10 - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GEOGRAFÍA

AGE Asociación Española de Geografía
CSIC

IGU UGI

IGU - UGI
Tourism - Tourisme

ILLA DEL LLATZERET

IME Institut Menorquí d'Estudis
CONSELL INSULAR DE MENORCA

CONSELL INSULAR DE MENORCA

MENORCA
RESERVA DE BIOSFERA

MENORCA TALAIÒTICA
Candidata Patrimoni Mundial

SOCIETAT D'HISTÒRIA NATURAL DE LES BALEARS

GOIB CONSELLERIA MODEL ECONÒMIC, TURISME I TREBALL

AETIB
AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA ILLES BALEARS

UIB Universitat de les Illes Balears

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

European Union
European Regional Development Fund