



Universitat de les Illes Balears

Departament d'Economia de l'Empresa
Programa de Doctorat d'Economia de l'Empresa

TESIS DOCTORAL

**ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA
EL TURISMO EN DESTINOS TURÍSTICOS
CONSOLIDADOS: EL CASO DE IBIZA**

AUTOR: José Ramón Cardona

DIRECTOR: Dr. Antoni Serra Cantallops

Palma, abril de 2012

ÍNDICE

ÍNDICE.....	3
TABLAS.....	11
FIGURAS.....	17
INTRODUCCIÓN.....	21
Elección del tema.....	23
Estudios existentes sobre actitudes de los residentes en España.....	24
Justificación del tema concreto.....	27
Objetivos.....	28
Metodología.....	29
Estructura.....	30
PARTE I. FACTORES QUE AFECTAN A LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES E IMPLICACIONES PARA LA PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS.....	33
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN Y DEFINICIONES.....	35
1. Definiciones generales.....	37
• <i>Turismo</i>	37
• <i>Región, localidad o destino turístico</i>	37
• <i>Los residentes</i>	37
• <i>Comunidades</i>	38
• <i>Cultura</i>	38
• <i>Creencias</i>	39
• <i>Autenticidad</i>	39
• <i>Satisfacción del cliente</i>	41
• <i>Acciones</i>	41
• <i>Beneficios</i>	41
• <i>Percepciones</i>	42
• <i>Actitudes</i>	42

•	Valores.....	44
1.1.	Capacidades de carga.....	46
2.	Visión General.....	48
2.1.	Instalaciones.....	48
2.2.	Personas.....	51
3.	Teoría del Intercambio Social.....	52
CAPÍTULO 2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS ACTITUDES.....		54
1.	Factores Económicos.....	60
1.1.	Situación de la economía local.....	60
1.2.	Beneficios económicos derivados del turismo.....	61
1.2.1.	Oportunidades de empleo.....	62
1.2.2.	Posibilita nuevas iniciativas empresariales.....	63
1.2.3.	Mayor mercado para los productos locales.....	63
1.2.4.	Ingresos públicos.....	64
1.3.	Impactos económicos negativos.....	64
1.3.1.	La dependencia económica.....	65
1.3.2.	Las condiciones laborales.....	66
2.	Otros Factores.....	66
2.1.	Infraestructuras y recursos turísticos.....	66
2.1.1.	Mejora de las infraestructuras.....	67
2.1.2.	Oferta comercial y de ocio.....	67
2.1.3.	Congestión de las infraestructuras y masificación.....	69
2.2.	Impacto Sociocultural.....	69
2.2.1.	Beneficios culturales.....	71
2.2.2.	Perjuicios culturales.....	72
2.2.3.	Molestias a los residentes.....	76
•	Niveles de delincuencia.....	77
2.3.	Valores personales.....	78
2.3.1.	Ecocentrismo (preocupación por el medioambiente).....	79
2.4.	Características de la sociedad local.....	81
2.4.1.	Tamaño de la sociedad local.....	81
2.4.2.	El apego a la comunidad.....	82
2.4.3.	Comportamiento social.....	82
2.5.	Implicación de los residentes en la gestión local.....	84
2.5.1.	La preocupación de los residentes hacia temas locales.....	84
2.5.2.	Conocimientos de la industria y la región.....	85
2.5.3.	Participación en la gestión y control de la actividad turística.....	86
2.6.	Tipos de turismo.....	87
2.6.1.	Las actitudes de los turistas.....	90

•	<i>Las actitudes “antiturísticas”</i>	92
2.6.2.	Volumen de turistas y estacionalidad.....	94
•	<i>Volumen de turistas</i>	95
•	<i>Estacionalidad</i>	96
2.7.	Interacción entre los residentes y los turistas.....	104
2.8.	Características sociodemográficas.....	107
•	<i>Antigüedad de la residencia en la región</i>	108
•	<i>Cercanía de la residencia a los “polígonos turísticos”</i>	109
•	<i>La dependencia laboral del turismo</i>	109
•	<i>Nivel educativo</i>	109
3.	Factor tiempo.....	111
3.1.	El Ciclo de Vida del Destino Turístico.....	112
3.2.	Aplicaciones del CVDT en diverso destinos turísticos.....	126
3.3.	Evolución de las actitudes de los residentes según el CVDT.....	129
4.	Evolución de las actitudes de los residentes.....	130
4.1.	Circuito de Evolución de las Percepciones y Actitudes de los Residentes.....	131
5.	Ideas generales del capítulo.....	133
CAPÍTULO 3. SEGMENTACIÓN DE LOS RESIDENTES SEGÚN SUS ACTITUDES		135
1.	Segmentación Teórica.....	147
CAPÍTULO 4. IMPLICACIONES PARA LA PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS ...153		
1.	Posibles actuaciones para mejorar las actitudes de los residentes.....	155
A)	<i>No superar las capacidades de carga de la región</i>	155
B)	<i>Implicar a los residentes en la actividad turística</i>	156
C)	<i>Generar oportunidades empresariales y de empleo para la población local</i>	158
D)	<i>Controlar la llegada de inmigrantes inducida por el turismo</i>	159
E)	<i>Adecuado desarrollo de las infraestructuras y recursos turísticos</i>	159
F)	<i>Actuar sobre los líderes de opinión</i>	160
G)	<i>Actuar en el ámbito cultural</i>	161
H)	<i>Dejar zonas de “intimidación” para los residentes</i>	162
I)	<i>Reducir las molestias a los residentes</i>	162
J)	<i>Protección del medio ambiente</i>	163
K)	<i>Educación y cualificación profesional</i>	163
L)	<i>Diversificación de los tipos de turismo y reducción de la estacionalidad</i>	164
M)	<i>Economía diversificada</i>	165
2.	Implicaciones para la gestión de destinos insulares.....	165
3.	El CVDT y su efecto sobre las posibles actuaciones.....	166
PARTE II. EVOLUCIÓN DEL TURISMO Y LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES: EL CASO DE IBIZA		167
CAPÍTULO 5. IBIZA ANTES DEL TURISMO DE MASAS		169
1.	Fase Preturística: Los Primeros Visitantes (antes de 1931).....	171

1.1.	Primeros aventureros (antes de 1909).	172
1.2.	Inicios de la promoción turística (1909-1930).	174
1.3.	Actitudes de los residentes a principios de siglo.	177
2.	Fase de Exploración: Orígenes del turismo (1931-1936).	179
2.0.1.	La promoción turística y el Fomento del Turismo.	183
2.0.2.	Primeras reflexiones sobre el turismo: Tomás Schlichtkrull.	185
2.0.3.	Exiliados de la contracultura europea e inicio de la imagen turística.	187
2.1.	Actitudes de los residentes.	190
	• <i>Los artistas.</i>	190
	• <i>Primeras críticas.</i>	191
	• <i>Actitudes de la población local.</i>	193
1.0.1.	Actitudes de los residentes y visitantes de los años treinta.	194
3.	Fase de Implicación: El Turismo Renace (1939-1958).	195
3.1.	La Posguerra.	196
3.2.	La década de los cincuenta: empieza el despegue del sector.	199
3.2.1.	Cambios sucedidos en la segunda mitad de la década.	205
3.2.2.	Ambiente bohemio de los cincuenta y principios de los sesenta.	207
	• <i>La Generación Beat y los beatniks.</i>	212
3.3.	Promoción turística.	213
3.4.	Actitudes de los residentes.	213
CAPÍTULO 6. FASE DE DESARROLLO: EL BOOM TURÍSTICO DE IBIZA (1958-1976).		217
0.1.	Las raíces del turismo contemporáneo.	220
	1º. <i>La insularidad.</i>	220
	2º. <i>El turismo de masas.</i>	220
	3º. <i>Falta de comprensión política del fenómeno turístico.</i>	220
1.	Década de los sesenta.	221
1.1.	La gran explosión hotelera (1967-1973).	224
1.2.	Artistas en los años del boom turístico.	226
2.	Década de los setenta.	229
2.1.	Los trabajadores del “boom” turístico.	232
2.2.	Los artistas en los setenta.	233
2.3.	Ibiza según los medios de comunicación.	234
	1. <i>Seducción y belleza de la isla de Ibiza.</i>	235
	2. <i>Los isleños y la vida tradicional.</i>	236
	3. <i>Ibiza como un enclave de libertad.</i>	236
	4. <i>La utopía vivida.</i>	238
2.3.1.	Los antecedentes de la imagen de los sesenta.	238
3.	El movimiento Hippie en Ibiza.	239
3.1.	La contracultura.	239
3.1.1.	Las creencias de los "fugitivos" de la civilización occidental.	240
	• <i>Primero, la tradición utópica clásica.</i>	240

•	<i>Segundo, la protesta contracultural americana</i>	242
•	<i>Tercero, las revueltas estudiantiles europeas y sus avatares ulteriores.</i>	243
3.1.2.	Motivación y predisposición a la utopía.....	244
3.2.	Características de los inmigrantes de la utopía.	245
3.2.1.	La llegada de los hippies.	246
3.2.2.	Olas de establecimiento.....	248
3.2.3.	Características de los individuos de la contracultura.	249
3.2.4.	Estilo de vida.	250
3.3.	La convivencia de la población autóctona con los hippies.	254
3.3.1.	Casos de enfrentamiento.....	256
3.3.2.	Préstamos culturales y contradicciones.....	258
3.4.	Época post-hippie.	261
3.4.1.	La Moda Adlib.....	263
3.4.2.	Los restos del movimiento hippie.	265
4.	Actitudes de los residentes.	265
CAPÍTULO 7. LA IBIZA DEL TURISMO MASIVO		272
1.	Fase de Consolidación: Reflexiones sobre el Turismo (1977-2000).	272
1.1.	Década de los ochenta.	273
1.2.	Década de los noventa.	277
1.3.	Discotecas, <i>clubbers</i> y <i>raves</i>	281
1.4.	Actuaciones de las administraciones.....	283
1.5.	Actitudes de los residentes.....	285
2.	Fase de Estancamiento: Rediseñar la Oferta (2000-Actualidad).	288
2.1.	Contexto turístico y social.	292
2.1.1.	Sector Turístico.....	292
2.1.2.	Sociedad local.	295
•	<i>Dependencia económica del turismo.</i>	295
•	<i>Movimientos migratorios.</i>	296
•	<i>Fracaso escolar.</i>	300
•	<i>Estacionalidad e infraestructuras sobredimensionadas.</i>	302
•	<i>Molestias de la actividad turística: contaminación, criminalidad y drogas.</i>	302
•	<i>Promiscuidad sexual.</i>	303
•	<i>Visión General.</i>	306
CAPÍTULO 8. EVOLUCIÓN DE LAS ACTITUDES		307
1.	La sociedad tradicional Ibicenca.....	307
2.	La evolución del turismo y la imagen de la isla.	310
2.1.	La situación en Formentera.....	318
3.	La evolución de las actitudes de los residentes.	319
PARTE III. ESTUDIO EMPÍRICO DE LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN IBIZA		327
CAPÍTULO 9. OBJETIVOS DE LA PARTE EMPÍRICA		329

1.	Determinación de las hipótesis.	329
2.	Validación de las hipótesis.	333
CAPÍTULO 10. RESULTADOS DE LA PARTE EMPÍRICA.....		338
1.	Variables demográficas.	338
•	<i>Sexo</i>	339
•	<i>Edad</i>	340
•	<i>Nivel de Estudios</i>	343
•	<i>Lugar de nacimiento y años de residencia en la isla</i>	344
•	<i>Idioma hablado en su entorno familiar</i>	346
•	<i>Municipio o localidad de residencia</i>	348
•	<i>Sentimiento de pertenencia: considerarse ibicenco</i>	351
•	<i>Pertenencia a alguna asociación</i>	352
•	<i>Ocupación principal</i>	352
•	<i>Renta familiar</i>	355
2.	Sentimiento de pertenencia y apego a la comunidad.	356
2.1.	Grado de integración.	356
2.2.	Grado de arraigo personal.	358
2.3.	Segmentación según sentimiento de pertenencia y apego.	361
3.	Preocupaciones de los ibicencos.	364
3.1.	Análisis de Componentes Principales.	367
3.2.	Segmentación según preocupaciones mostradas.	367
4.	Valoraciones de diversos productos u ofertas turísticas.	371
4.1.	Análisis de Componentes Principales.	380
4.2.	Segmentación según valoración de distintas ofertas turísticas.	381
5.	Actitudes de los residentes frente al turismo.	388
5.1.	Factores económicos.	389
5.2.	Factores del entorno del destino.	395
5.3.	Evolución futura del turismo.	400
5.4.	Gestión turística.	406
5.5.	Aspectos generales.	410
5.6.	Análisis de Componentes Principales.	415
5.7.	Segmentación según actitudes de los residentes.	419
5.7.1.	Posicionamiento de los grupos de residentes.	427
5.7.2.	Mapa de actitudes de los residentes de Ibiza.	431
6.	Imagen del sector del ocio nocturno.	435
6.1.	Análisis de Componentes Principales.	441
6.2.	Segmentación según valoración de la oferta de ocio nocturno.	442
7.	Modelo de Ecuaciones Estructurales.	444
7.1.	Estudio Previo.	449
7.2.	Estudio causal: Modelo de Ecuaciones Estructurales General.	455
8.	Discusión de los resultados del estudio empírico.	464

CONCLUSIONES.....	479
Principales resultados.....	481
Posibles acciones para la mejora de las actitudes de los residentes.	491
Futuras líneas de investigación.....	494
REFERENCIAS.....	495
ANEXOS.....	539
ANEXO I: Tesis Doctorales referidas a Actitudes de los Residentes.	541
ANEXO II: Tesis Doctorales parcialmente referidas a Actitudes de los Residentes.	543
ANEXO III: Disertaciones Master sobre Actitudes de los Residentes.....	544
ANEXO IV: Movimientos migratorios en 2006.	545
ANEXO V: Tasa de Fecundidad por grupos de edad, por 1.000 mujeres (2006).	546
ANEXO VI: Tasa Bruta de escolaridad por nivel de enseñanza, curso 2006-2007.....	547
ANEXO VII: Censos de población de los municipios de las Pitiüisas.....	548
ANEXO VIII: Movimientos migratorios en España (año 2006).	550
ANEXO IX: Población española según lugar de nacimiento (año 2008).....	551
ANEXO X: Envenenamientos por drogas, medicamentos y similares.	553
ANEXO XI: Cuestionario de 2011.....	555
ANEXO XII: Volcado de la encuesta de 2002.....	559
ANEXO XIII: Volcado de la encuesta de 2011.	561
ANEXO XIV: Tabulación del nivel de significación (2002).....	565
ANEXO XV: Tabulación del nivel de significación (2011).....	567
ANEXO XVI: Segmentación actitudes de los residentes (2011).....	575

TABLAS

<i>Tabla 1: Efectos del desarrollo del turismo en los destinos.</i>	56
<i>Tabla 2: Principales impactos culturales del turismo.</i>	70
<i>Tabla 3: Impactos culturales del turismo.</i>	71
<i>Tabla 4: Condenas emitidas en 2006.</i>	77
<i>Tabla 5: Principales impactos del turismo sobre el medioambiente.</i>	80
<i>Tabla 6: Evolución a lo largo del año 2009: Baleares y Canarias.</i>	102
<i>Tabla 7: Porcentaje de ocupación de la planta hotelera construida (planta abierta x ocupación): Ibiza.</i>	103
<i>Tabla 8: Comparativa entre los principales estudios.</i>	146
<i>Tabla 9: Modelo de Mapa de Actitudes.</i>	151
<i>Tabla 10: Oferta de alojamiento en la isla de Ibiza en 1935.</i>	181
<i>Tabla 11: Oferta de alojamiento en la isla de Ibiza en 1950.</i>	198
<i>Tabla 12: Viajeros alojados en los establecimientos de la isla de Ibiza en 1950.</i>	199
<i>Tabla 13: Oferta de alojamiento en el municipio de Ibiza en 1960.</i>	202
<i>Tabla 14: Oferta de alojamiento en el municipio de Sant Antoni en 1960.</i>	203
<i>Tabla 15: Oferta de alojamiento en el municipio de Santa Eulària en 1960.</i>	204
<i>Tabla 16: Turistas alojados en hoteles de Ibiza en el periodo 1954-1960.</i>	204
<i>Tabla 17: Turistas llegados a Ibiza en el sexenio 1955-1960, por nacionalidades.</i>	205
<i>Tabla 18: Evolución de los turistas llegados a Ibiza en la segunda mitad de los cincuenta.</i>	206
<i>Tabla 19: Comparativa entre las Pitiüisas y el total de Baleares.</i>	222
<i>Tabla 20: Intensidad Turística de Ibiza, Formentera y Mallorca (Turistas / Habitantes).</i>	222
<i>Tabla 21: Tráfico aéreo y oferta de alojamiento turístico en los años sesenta.</i>	223
<i>Tabla 22: Tráfico aéreo y oferta de alojamiento turístico en los años setenta.</i>	230
<i>Tabla 23: Capacidad hotelera a 31 de diciembre de 1980.</i>	273

<i>Tabla 24: Establecimientos y plazas de alojamiento en las Pitiüsas (años 80's).</i>	274
<i>Tabla 25: Viajeros alojados en establecimientos hoteleros de las Pitiüsas en 1980.</i>	276
<i>Tabla 26: Establecimientos y plazas de alojamiento de las Pitiüsas (años 90's).</i>	278
<i>Tabla 27: Variación en el número de turistas recibidos en España.</i>	291
<i>Tabla 28: Establecimientos y plazas de alojamiento de las Pitiüsas.</i>	294
<i>Tabla 29: Evolución de la población según su lugar de nacimiento medido en porcentajes.</i>	297
<i>Tabla 30: Alumnos extranjeros (curso 2006-2007).</i>	298
<i>Tabla 31: Población española por comunidades autónomas y lugar de nacimiento (año 2008).</i>	299
<i>Tabla 32: Población de las Baleares según lugar de nacimiento (año 2006).</i>	299
<i>Tabla 33: Tasas brutas de escolaridad por nivel de enseñanza (curso 2006-2007).</i>	301
<i>Tabla 34: Casos de envenenamiento por drogas, medicamentos y productos similares (2006).</i>	303
<i>Tabla 35: N° de parejas que declaran haber tenido (ambos sexos).</i>	304
<i>Tabla 36: N° de parejas que declaran haber tenido.</i>	304
<i>Tabla 37: Personas a las que les han diagnosticado alguna enfermedad de transmisión sexual.</i>	305
<i>Tabla 38: Población de hecho en las Pitiüsas (siglo XX).</i>	312
<i>Tabla 39: Evolución de la población de Baleares en la segunda mitad del siglo XX.</i>	313
<i>Tabla 40: Población de las Pitiüsas según lugar de nacimiento, año 2001.</i>	314
<i>Tabla 41: Población, distribución teórica para 400 encuestas y distribución real.</i>	335
<i>Tabla 42: Nivel de significación de las tabulaciones cruzadas entre las diversas variables demográficas de la encuesta de 2002 (las variables que no aparecen no tienen cruces significativos).</i>	338
<i>Tabla 43: Nivel de significación de las tabulaciones cruzadas entre las diversas variables demográficas de la encuesta de 2011 (las variables que no aparecen no tienen cruces significativos).</i>	339
<i>Tabla 44: Distribución de las dos muestras según sexo.</i>	339
<i>Tabla 45: Distribución de las dos muestras según edad.</i>	340
<i>Tabla 46: Distribución de la muestra de 2011 según edad.</i>	340
<i>Tabla 47: Tabulación cruzada de frecuencias entre "cómo se verían afectados los ingresos familiares ante un fuerte retroceso de la actividad turística" y edad.</i>	342
<i>Tabla 48: Tabulación cruzada de frecuencias entre renta familiar y edad.</i>	342
<i>Tabla 49: Distribución de las dos muestras según nivel de estudios.</i>	343
<i>Tabla 50: Tabulación cruzada de frecuencias entre renta familiar y nivel de estudios.</i>	343
<i>Tabla 51: Tabulación de las dos muestras por tiempo de residencia en la isla.</i>	344
<i>Tabla 52: Tabulación de los años que llevan los individuos en la isla (muestra de 2011).</i>	344
<i>Tabla 53: Tabulación cruzada entre lugar de nacimiento y "considerarse ibicenco/a".</i>	345
<i>Tabla 54: Tabulación cruzada entre tiempo de residencia en la isla y "considerarse ibicenco/a".</i>	345
<i>Tabla 55: Tabulación cruzada entre años de residencia en la isla y "considerarse ibicenco/a".</i>	345
<i>Tabla 56: Tabulación cruzada entre tiempo de residencia y riesgo de bajada de ingresos.</i>	346
<i>Tabla 57: Tabulación cruzada entre años de residencia en la isla y riesgo de bajada de ingresos.</i>	346
<i>Tabla 58: Distribución de las dos muestras según idioma usado.</i>	347
<i>Tabla 59: Tabulación cruzada entre idioma usado y lugar de nacimiento (muestra de 2011).</i>	347
<i>Tabla 60: Tabulación cruzada entre idioma usado y tiempo viviendo en la isla.</i>	347
<i>Tabla 61: Tabulación cruzada entre idioma usado y "considerarse ibicenco/a".</i>	348

<i>Tabla 62: Tabulación cruzada entre idioma usado y municipio de residencia.</i>	348
<i>Tabla 63: Comparativa entre padrón municipal a 01/01/2010 y la muestra de 2011.</i>	348
<i>Tabla 64: Localidad de residencia de los encuestados.</i>	349
<i>Tabla 65: Tabulación cruzada entre el tiempo viviendo en la isla y el municipio de residencia.</i>	349
<i>Tabla 66: Tabulación cruzada entre años residiendo en Ibiza y municipio de residencia.</i>	350
<i>Tabla 67: Tabulación cruzada entre "se considera ibicenco/a" y municipio de residencia.</i>	350
<i>Tabla 68: Distribución por municipios de las dos muestras.</i>	351
<i>Tabla 69: Distribución de las dos muestras según si se consideran ibicenco/a.</i>	351
<i>Tabla 70: Tabulación cruzada de "se considera ibicenco/a" y como se verían afectados los ingresos.</i> ..	351
<i>Tabla 71: Proporción de la muestra que forma parte de algún tipo de asociación.</i>	352
<i>Tabla 72: Distribución de las dos muestras por ocupación principal.</i>	353
<i>Tabla 73: Tabulación cruzada entre ocupación principal y trabajar con turistas.</i>	353
<i>Tabla 74: Tabulación cruzada entre ocupación principal e ingresos familiares.</i>	354
<i>Tabla 75: Tabulación cruzada entre ocupación principal y como se verían afectados sus ingresos.</i>	354
<i>Tabla 76: Tabulación de los ingresos netos familiares en la muestra de 2011.</i>	355
<i>Tabla 77: Cómo se verían afectados los ingresos si se produce una crisis (muestra de 2011).</i>	355
<i>Tabla 78: Tabulación cruzada entre variación de los ingresos y trabajar con turistas.</i>	355
<i>Tabla 79: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y sexo.</i>	356
<i>Tabla 80: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y años de residencia.</i>	356
<i>Tabla 81: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y considerarse ibicenco.</i>	357
<i>Tabla 82: Tabulación cruzada entre interés por las noticias locales y "sentirse ibicenco".</i>	357
<i>Tabla 83: Tabulación cruzada entre interés por las noticias locales y como se verían afectados los ingresos familiares.</i>	358
<i>Tabla 84: Valoración de un cambio de residencia dentro de la isla en relación a los años de residencia.</i>	358
<i>Tabla 85: Valoración de un cambio de residencia fuera de la isla en relación a los años de residencia.</i>	359
<i>Tabla 86: Valoración de un cambio de residencia dentro de la isla (diferencias por municipio).</i>	359
<i>Tabla 87: Valoración de un cambio de residencia fuera de la isla (diferencias por municipios).</i>	360
<i>Tabla 88: Identificación de las variables.</i>	361
<i>Tabla 89: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.</i>	361
<i>Tabla 90: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados por sentimientos (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).</i>	362
<i>Tabla 91: Tabulación cruzada de la edad con los grupos generados.</i>	362
<i>Tabla 92: Tabulación cruzada de los grupos generados con los municipios.</i>	363
<i>Tabla 93: Tabulación cruzada de los años de residencia (sólo los que no llevan toda la vida en ella) y los grupos generados.</i>	363
<i>Tabla 94: Preocupaciones de los residentes (muestra de 2011).</i>	364
<i>Tabla 95: Preocupación por las carreteras y los transportes según si usan el ibicenco/catalán.</i>	366
<i>Tabla 96: Preocupación por carreteras y transportes según si pertenecen a algún partido político.</i>	366
<i>Tabla 97: Cargas significativas del factor retenido, después de la rotación Varimax, para los ítems referentes al grado de preocupación de los residentes.</i>	367

<i>Tabla 98: Identificación de las variables.</i>	368
<i>Tabla 99: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.</i>	368
<i>Tabla 100: Distribución por nivel de ingresos familiares de los miembros de los distintos grupos.</i>	368
<i>Tabla 101: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).</i>	369
<i>Tabla 102: Efectos de una crisis en los ingresos familiares de los miembros de los distintos grupos.</i>	370
<i>Tabla 103: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.</i>	370
<i>Tabla 104: Valoración de los diversos productos y ofertas turísticas en 2002.</i>	371
<i>Tabla 105: Comparativa entre los valores de ambas encuestas.</i>	374
<i>Tabla 106: Valoración de los diversos productos y ofertas turísticas en 2011.</i>	376
<i>Tabla 107: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax para la valoración de los distintos tipos de oferta.</i>	380
<i>Tabla 108: Identificación de las variables.</i>	381
<i>Tabla 109: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.</i>	382
<i>Tabla 110: Efecto en los ingresos familiares de un retroceso turístico según grupo al que pertenece.</i> ..	382
<i>Tabla 111: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.</i>	383
<i>Tabla 112: Grado de preocupación de los distintos grupos.</i>	383
<i>Tabla 113: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).</i>	384
<i>Tabla 114: Comparativa entre islas en los grados de aceptación de las diversas ofertas (2002).</i>	386
<i>Tabla 115: Porcentaje de la muestra que trabaja en el sector turístico por isla (2002).</i>	388
<i>Tabla 116: Factores económicos directos.</i>	390
<i>Tabla 117: Factores económicos indirectos y costes económicos.</i>	391
<i>Tabla 118: Comparativa de los factores económicos entre islas (2002).</i>	394
<i>Tabla 119: Factores del entorno sociocultural.</i>	396
<i>Tabla 120: Factores del entorno medioambiental.</i>	397
<i>Tabla 121: Comparativa de los factores del entorno entre islas (2002).</i>	399
<i>Tabla 122: Valoración de la evolución futura cuantitativa.</i>	401
<i>Tabla 123: Valoración de diversos elementos de peso en el futuro.</i>	402
<i>Tabla 124: Comparativa sobre cuestiones de la evolución turística entre islas (2002).</i>	405
<i>Tabla 125: Valoración de diversos elementos para la gestión turística.</i>	407
<i>Tabla 126: Comparativa referente a la gestión turística entre islas (2002).</i>	409
<i>Tabla 127: Valoraciones generales.</i>	411
<i>Tabla 128: Comparativa de diversos aspectos generales entre islas (2002).</i>	413
<i>Tabla 129: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax.</i>	416
<i>Tabla 130: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont.).</i>	417
<i>Tabla 131: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont. 2).</i> ...418	
<i>Tabla 132: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont. 3).</i> ...419	
<i>Tabla 133: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.</i>	420
<i>Tabla 134: Distribución por edades de los grupos de residentes.</i>	421

<i>Tabla 135: Efecto de una crisis turística en los ingresos familiares de los distintos grupos de residentes.</i>	421
<i>Tabla 136: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.</i>	422
<i>Tabla 137: Grado de preocupación de los distintos grupos.</i>	423
<i>Tabla 138: Grado de aceptación de distintos productos turísticos en los diversos grupos.</i>	424
<i>Tabla 139: Actitud hacia el sector de las discotecas de los distintos grupos.</i>	425
<i>Tabla 140: Batería de impactos positivos.</i>	428
<i>Tabla 141: Batería de impactos negativos.</i>	428
<i>Tabla 142: Puntuaciones medias de los impactos positivos y negativos.</i>	429
<i>Tabla 143: Mapa de Actitudes de Ibiza (datos).</i>	432
<i>Tabla 144: Tabulación de "me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla" y efecto de una crisis.</i>	435
<i>Tabla 145: Tabulación de "el turismo clubber puede considerarse turismo de calidad" y sexo.</i>	435
<i>Tabla 146: Valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).</i>	436
<i>Tabla 147: Cargas significativas de los factores retenidos, después de la rotación Varimax, para la valoración del sector del ocio nocturno.</i>	441
<i>Tabla 148: Identificación de las variables.</i>	442
<i>Tabla 149: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.</i>	443
<i>Tabla 150: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).</i>	444
<i>Tabla 151: Diversos parámetros de los constructos del modelo general.</i>	457
<i>Tabla 152: Cargas factoriales de los indicadores reflectivos.</i>	458
<i>Tabla 153: Cross-loading de los indicadores reflectivos.</i>	459
<i>Tabla 154: Matriz de correlaciones al cuadrado y valor de AVE.</i>	460
<i>Tabla 155: Matriz de correlaciones.</i>	460
<i>Tabla 156: Path coefficients del modelo propuesto.</i>	461
<i>Tabla 157: T de Student para los constructos del modelo estudiado.</i>	462
<i>Tabla 158: T de Student para los indicadores del modelo estudiado.</i>	463
<i>Tabla 159: Estadístico Q^2 para la prueba Blindfolding.</i>	464
<i>Tabla 160: Variaciones significativas entre 2002 y 2011 de los ítems generales.</i>	475
<i>Tabla 161: Variaciones significativas entre 2002 y 2011 de la valoración de las distintas ofertas.</i>	476
<i>Tabla 162: Relación entre dependencia económica personal del turismo y actitudes de los residentes.</i>	477

FIGURAS

<i>Figura 1: Estructura de la tesis doctoral.</i>	31
<i>Figura 2: Relación entre variables sociodemográficas, valores y opiniones.</i>	45
<i>Figura 3: Relación entre nivel de renta y utilidad marginal del turismo percibida por los residentes.</i>	61
<i>Figura 4: Proceso cognitivo de formación de las percepciones, actitudes, valores y acciones.</i>	78
<i>Figura 5: Relación entre las preocupaciones de los residentes y las actitudes.</i>	85
<i>Figura 6: Influencia de la capacidad de decisión y el conocimiento del sector.</i>	87
<i>Figura 7: Tipologías de turistas.</i>	88
<i>Figura 8: Cambios en la duración de la estancia media de los turistas a lo largo del CVDT.</i>	90
<i>Figura 9: Determinación de las actitudes de los turistas.</i>	91
<i>Figura 10: Evolución a lo largo del año de los destinos turísticos A y B.</i>	98
<i>Figura 11: Evolución de las pernoctaciones hoteleras en Baleares y Canarias (2009).</i>	101
<i>Figura 12: Evolución del número de personas presentes en Ibiza a lo largo de 2010.</i>	104
<i>Figura 13: Circuito de interrelaciones entre residentes y turistas.</i>	106
<i>Figura 14: Relación entre nivel cultural y actitudes de los residentes.</i>	110
<i>Figura 15: Relación entre nivel educativo y utilidad marginal del turismo percibida por los residentes.</i>	110
<i>Figura 16: Ciclo de Vida del Destino Turístico.</i>	114
<i>Figura 17: Circuito Percepciones-Actitud de los Residentes de un destino turístico.</i>	132
<i>Figura 18: GIPM o Matriz de Percepción de los Impactos del Juego.</i>	144
<i>Figura 19: Grupos de residentes según actitud hacia el turismo: modelo teórico.</i>	149
<i>Figura 20: Evolución en el número de llegadas a Ibiza (aeropuerto y puerto).</i>	170
<i>Figura 21: Turistas llegados a Ibiza en el sexenio 1955-1960 por nacionalidades.</i>	205
<i>Figura 22: Tráfico aéreo en el aeropuerto de Ibiza (llegadas y salidas).</i>	217
<i>Figura 23: Oferta de alojamiento turístico.</i>	218

<i>Figura 24: Viajeros alojados en establecimientos hoteleros de Ibiza.</i>	219
<i>Figura 25: Población de Ibiza y Formentera (1977-2001).</i>	272
<i>Figura 26: Turistas llegados a Ibiza y Formentera en los años noventa.</i>	279
<i>Figura 27: Número de plazas turísticas en Ibiza y Formentera (1983-2006).</i>	280
<i>Figura 28: Localización de las grandes discotecas existentes a finales del siglo XX.</i>	282
<i>Figura 29: Turistas llegados a Ibiza y Formentera (2000-2009).</i>	289
<i>Figura 30: Turistas llegados a las Islas Baleares (2001-2009).</i>	290
<i>Figura 31: Pernoctaciones en Baleares (1999 a 2006).</i>	290
<i>Figura 32: Turistas llegados al aeropuerto de Ibiza por nacionalidad (2000-2009).</i>	292
<i>Figura 33: Turistas llegados a Ibiza y Formentera (2000-2009): desglose según vía de llegada.</i>	293
<i>Figura 34: Plazas en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la isla de Ibiza.</i>	294
<i>Figura 35: Evolución de la población de Ibiza según su lugar de nacimiento.</i>	297
<i>Figura 36: Población de Ibiza y Formentera (1986-2010).</i>	300
<i>Figura 37: Estudio de las actitudes de los residentes en un destino turístico incipiente.</i>	307
<i>Figura 38: Estudio de las actitudes de los residentes en un destino turístico consolidado.</i>	307
<i>Figura 39: Población de Ibiza y Formentera (1842-2010).</i>	312
<i>Figura 40: Población de las Islas Pitiüsas (1842-2010).</i>	313
<i>Figura 41: Tráfico aéreo en el aeropuerto de Ibiza (llegadas y salidas).</i>	317
<i>Figura 42: Plazas turísticas en Ibiza y Formentera.</i>	318
<i>Figura 43: Distribución porcentual por municipios de las muestras usadas en el estudio.</i>	334
<i>Figura 44: Padrón municipal a 1 de enero de 2010, por edades.</i>	341
<i>Figura 45: Comparativa del padrón municipal a 1 de enero de 2010 con la muestra de 2011.</i>	341
<i>Figura 46: Valoración de un cambio de residencia (grado de disgusto).</i>	360
<i>Figura 47: Preocupaciones de los residentes (muestra de 2011).</i>	365
<i>Figura 48: Valoración de los distintos productos turísticos por parte de los residentes (2002).</i>	372
<i>Figura 49: Grado de aceptación del turismo rural según ingresos netos familiares.</i>	375
<i>Figura 50: Valoración de los distintos productos turísticos por parte de los residentes (2011).</i>	377
<i>Figura 51: Comparativa de la valoración de los distintos productos turísticos entre 2002 y 2011.</i>	379
<i>Figura 52: Comparativa por islas de los grados de aceptación de las diversas ofertas (2002).</i>	387
<i>Figura 53: Resultado de los factores económicos (2011).</i>	392
<i>Figura 54: Comparativa de los factores económicos entre 2002 y 2011.</i>	393
<i>Figura 55: Comparativa de los factores económicos entre islas (2002).</i>	393
<i>Figura 56: Resultado de los factores del entorno (2011).</i>	398
<i>Figura 57: Comparativa de los factores del entorno entre 2002 y 2011.</i>	398
<i>Figura 58: Comparativa de los factores del entorno entre islas (2002).</i>	400
<i>Figura 59: Cuestiones referentes a la evolución futura (2011).</i>	403
<i>Figura 60: Comparativa sobre cuestiones de la evolución turística entre 2002 y 2011.</i>	404
<i>Figura 61: Comparativa entre islas sobre cuestiones de la evolución turística (2002).</i>	406
<i>Figura 62: Cuestiones referentes a la gestión turística (2011).</i>	408
<i>Figura 63: Comparativa referente a la gestión turística entre 2002 y 2011.</i>	408

<i>Figura 64: Comparativa entre islas referente a la gestión turística (2002).</i>	410
<i>Figura 65: Aspectos generales del turismo (2011).</i>	412
<i>Figura 66: Comparativa de diversos aspectos generales entre 2002 y 2011.</i>	413
<i>Figura 67: Comparativa entre islas de diversos aspectos generales (2002).</i>	414
<i>Figura 68: Grupos de residentes según actitud hacia el turismo (2011).</i>	430
<i>Figura 69: Mapa de Actitudes de Ibiza (imagen 2D).</i>	433
<i>Figura 70: Mapa de Actitudes de Ibiza (imagen 3D).</i>	434
<i>Figura 71: Valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).</i>	437
<i>Figura 72: Desglose de la valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).</i>	439
<i>Figura 73: Diagrama causal del modelo general propuesto.</i>	455
<i>Figura 74: Diagrama causal del modelo general depurado y mejorado.</i>	456
<i>Figura 75: Cargas del modelo general depurado y mejorado.</i>	461
<i>Figura 76: T de Student del modelo general depurado y mejorado.</i>	463
<i>Figura 77: Cargas del modelo.</i>	466
<i>Figura 78: Cargas del modelo.</i>	468
<i>Figura 79: Cargas del modelo.</i>	469
<i>Figura 80: Cargas del modelo.</i>	470
<i>Figura 81: Cargas del modelo.</i>	472
<i>Figura 82: Cargas del modelo.</i>	473
<i>Figura 83: Relaciones halladas en el Modelo de Ecuaciones Estructurales General.</i>	490

INTRODUCCIÓN

El producto turístico es muy complejo (transporte, alojamiento, restauración, información, ocio, etc.), pero la hospitalidad que muestran los trabajadores y habitantes de un destino hacia los turistas es una parte fundamental del producto turístico, un recurso turístico más (OMT, 1980). De la hospitalidad recibida depende en gran parte la valoración que realicen los visitantes de la experiencia turística. También debe tenerse presente que si una región llega a desarrollarse como destino turístico es debido a que la población de la región considera que obtiene con ello unos beneficios que superan los costes e inconvenientes generados. Esto último es una obviedad que explica la Teoría del Intercambio Social y que por desgracia se olvida con demasiada frecuencia. Estas dos razones son las que justifican la importancia de conocer las actitudes de los residentes si se desea una gestión de los destinos turísticos que permita su sostenibilidad a largo plazo.

Para una gestión adecuada de las actitudes de los residentes es necesario profundizar en el estudio de los factores (impactos económicos, infraestructuras, cultura, gestión, valores, sociedad, tipo de turismo, factor tiempo, etc.) e interrelaciones que influyen en ellas y avanzar un poco más en el establecimiento de una base teórica. Una buena base teórica puede resultar de utilidad tanto para los investigadores como para los gestores, al permitir tomar decisiones razonablemente buenas en ausencia de estudios empíricos *ad hoc*. La mejora de la base teórica y el planteamiento de propuestas genéricas, para la adecuada gestión de los destinos turísticos, conforma el objetivo de la primera parte de la tesis.

Los destinos turísticos evolucionan con el paso del tiempo y resulta lógico que las actitudes de sus residentes evolucionen con él. El resultado de esta evolución es que en destinos maduros es necesario conocer su pasado para comprender mejor su presente e intentar prever su futuro. Ibiza es un claro ejemplo de destino maduro con un siglo de historia turística a sus espaldas y, por tanto, es necesario un estudio previo de su evolución para una mejor comprensión de los resultados del estudio empírico. La descripción de la historia del turismo en Ibiza, apoyado en el uso del modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico de Butler (1980), es el objetivo de la segunda parte de la tesis.

Finalmente, se realiza un estudio empírico en la tercera parte de la tesis. Mediante el uso de análisis descriptivos, análisis clúster y estudios de causalidad se revisa si es de aplicación la teoría al caso concreto de Ibiza. Los resultados indican que en los puntos teóricos analizados se cumple lo previsto, siempre sujeto a las características específicas del destino concreto.

Elección del tema.

En cada caso concreto se llega a la elección del tema de la tesis de forma distinta. En este caso, la elección tuvo como punto de partida una materia de doctorado. Como parte de la materia debía realizarse un trabajo y como tema para este trabajo se realizó una pequeña revisión de la literatura académica sobre “actitudes de los residentes”. La idea del trabajo procedió del profesor de la materia y director de esta tesis, el Dr. Antoni Serra Cantallops, que había realizado trabajos empíricos de análisis de actitudes de los residentes en los años previos.

Era el año 2003 y los estudios referentes a las actitudes de los residentes en España se veían impulsados por la llegada de los destinos turísticos más importantes del país a una fase de madurez avanzada. Al acercarse a la fase de estancamiento, como es el caso de Baleares, las administraciones empezaron a preocuparse por una parte del destino que hasta entonces se encontraba relativamente olvidada, los residentes. Esta demanda de estudios por parte de las administraciones puede considerarse el impulso inicial de los estudios académicos, al menos para el caso de Baleares.

El punto de interés personal que posee este tema es que no era habitual hasta ese momento. Normalmente los estudios en el campo del turismo se centraban en las compañías aéreas, los hoteles, la distribución turística y la medición de la demanda turística. Es decir, se analizaba con gran detalle la demanda turística y los principales sectores de la oferta turística, pero no se tenía demasiado en cuenta otros sectores de la oferta y el entorno en que se desarrollaba la actividad

turística. Dentro de este último grupo de “olvidados” se encontraban los residentes y sus actitudes. Los residentes mueven el destino turístico pero no recibían suficiente atención. Faltaba atención por parte del mundo académico pero también por parte de los empresarios y las administraciones. En los últimos 10 años ha habido un aumento de la atención hacia las actitudes de los residentes a causa de la madurez de los destinos turísticos y la llegada de estos a sus límites de carga, entre ellos la capacidad de carga psicológica de los residentes, o apoyo social al sector.

El trabajo de la materia de doctorado permitió una primera aproximación a los trabajos publicados por aquel entonces. De estos llamaba la atención el trabajo de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002) y el de Williams y Lawson (2001). En el primer caso se realizaba un interesante repaso por los posibles factores que afectan a las actitudes de los residentes y en el segundo una segmentación de los residentes según sus actitudes frente al turismo, además de un repaso por los resultados de segmentaciones previas. Este fue el esquema que siguió el trabajo de la materia de doctorado y que se completó con otros artículos.

Este trabajo sirvió para crear un primer esbozo de tesis doctoral. A partir de entonces se revisaron un gran número de artículos académicos sobre actitudes de los residentes, pero también sobre temas relacionados. El objetivo era formar una idea de lo que existía y poder ir concretando el contenido de la tesis doctoral. Los artículos consultados y las reflexiones que han conllevado a lo largo de los años son lo que ha llevado a que la memoria de la tesis doctoral contenga las partes indicadas más adelante.

Dentro de esta primera fase de revisión bibliográfica se consultaron algunos libros y manuales para completar la formación previa y ver si las actitudes de los residentes eran tratadas en los mismos. Algunos de estos eran libros o manuales genéricos sobre marketing turístico de pequeña extensión y contenido dispar, sin referencia significativa a las actitudes de los residentes (Altés, 1997; Cerveró, Iglésias, y Villacampa, 2002; Chías, 2005; Lanquar, 2001; Ortega, 2003). Chías (2005) menciona la realización de estudios de opinión como parte de los planes de desarrollo turístico. Para alcanzar un desarrollo turístico sostenible es necesario tener en cuenta cuatro elementos: los turistas, el retorno de las inversiones, los impactos ambientales y culturales, y los ciudadanos o residentes del destino (Chías, 2005). Lanquar (2001) indica que el marketing turístico reflejará cada vez más la opinión de turistas y residentes. Incluso libros más extensos e interesantes, específicos de gestión de destinos (Bigné, Font, y Andreu, 2000), no le dan excesivo tratamiento al tema de los residentes, aunque consideran que los beneficios y costes actúan tanto sobre los visitantes como sobre los residentes. Bigné, Font y Andreu (2000) indican que los objetivos estratégicos del turismo son: mejorar la prosperidad a largo plazo de los residentes y para ello hay que convencerlos de que el turismo es positivo; deleitar a los visitantes; aumentar la rentabilidad de las empresas, y conseguir un equilibrio medioambiental y sociocultural.

En cuanto a la parte empírica, algunos manuales sobre metodología para la investigación en ciencias sociales (Ortega, 2003; Rabadán y Ato, 2003; Sarabia, 1999) y la experiencia personal inducen a pensar que metodológicamente es recomendable centrarse en las técnicas consolidadas, siendo cuidadosos con las innovaciones metodológicas, y valorar sus resultados en su justa medida.

Estudios existentes sobre actitudes de los residentes en España.

En el estudio de las actitudes de los residentes hay que mencionar que, aunque hay trabajos previos en destinos incipientes, los estudios académicos no han experimentado un gran impulso hasta el inicio del nuevo siglo, momento en el cual los gestores públicos de muchos destinos han visto que era un elemento clave para el desarrollo turístico. Este hecho es más recalculable en el caso de España, donde los trabajos académicos referentes a las actitudes de los residentes son escasos y se concentran en la última década. En la mayoría de casos los estudios realizados se concretan en una somera medición de las actitudes en un destino, siendo estudios puntuales y esporádicos. Entre las contadas excepciones, cabe destacar el Grupo de Investigación en

Estrategias de Innovación y Desarrollo en la Empresa Turística (GEIDETUR), radicado en la Universidad de Huelva y cuyo investigador principal es el Dr. Alfonso Vargas Sánchez (Catedrático de Organización de Empresas). Este grupo tiene entre sus principales líneas de investigación la medición de las actitudes de los residentes en Huelva y el sur de Portugal, con estudios como “Percepción social de los onubenses acerca del turismo” y “Actitudes de la población residente hacia el desarrollo del turismo y sus inductores. Estudio comparado en la provincia de Huelva y la región del Algarve”. Pero aún no se encuentran en territorio español grupos con el nivel de publicaciones que pueden encontrarse en países como Estados Unidos, Nueva Zelanda, Reino Unido, Grecia, etc. En cuanto a tesis doctorales defendidas en España, cabe mencionar:

- “La actitud de los residentes como factor clave en el desarrollo de un nuevo destino. Caso de estudio: municipio de Pedraza. Estado Barinas” defendida por Linette M^a Colmenares Colmenares en la Universidad de Málaga (noviembre de 2006). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Economía y Administración de Empresas bajo la dirección de la Dra. M^a del Pilar Alarcón Urbistondo y estudia la importancia de las actitudes de los residentes en el desarrollo de nuevos destinos turísticos. Analiza los fundamentos teóricos en los que se sustenta la investigación, específicamente la actitud de los residentes hacia el desarrollo del turismo y el turismo en áreas rurales, elaborando un modelo teórico. El modelo fue contrastado en Pedraza, Estado Barinas (Venezuela), utilizando ecuaciones estructurales. La tesis concluye que las variables que intervienen están interrelacionadas, se reafirma la utilidad de la Teoría del Intercambio Social y debe considerarse la propensión a participar de los residentes. Existen relaciones significativas entre los beneficios económicos percibidos, el apoyo hacia el desarrollo del turismo y la disposición a participar e invertir.
- “Análisis del desarrollo socioeconómico de la zona norte de la provincia de Córdoba basado en actividades de turismo industrial minero” defendida por Ana M^a Castillo Canalejo en la Universidad de Córdoba (mayo de 2009). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa y Organización de Empresas bajo la dirección de la Dra. M^a Genoveva Millán Vázquez de la Torre y el Dr. Tomás Jesús López-Guzmán Guzmán y analiza las posibilidades de desarrollo del turismo industrial minero en la zona norte de la provincia de Córdoba como una actividad complementaria que pueda utilizarse para generar un desarrollo socioeconómico sostenible en dicha área geográfica. En este caso como una parte más de la tesis se realiza un estudio de las actitudes, opiniones y comportamientos de turistas y residentes respecto al desarrollo del turismo industrial minero de la zona.
- “Las actitudes de los residentes ante el turismo” defendida por Desiderio Gutiérrez Taño en la Universidad de La Laguna (mayo de 2010). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Economía y Dirección de Empresas bajo la dirección del Dr. Juan Ramón Oreja Rodríguez y el Dr. Ricardo Jesús Díaz Armas y contrasta un modelo predictivo de las actitudes de los residentes de un destino turístico masivo, maduro y de sol y playa. Se trata de un estudio con ecuaciones estructurales que mejora el modelo de Gursoy y Rutherford (2004), que es una mejora del de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002).
- “Gestión Competitiva en los destinos turísticos de interior” defendida por Estefanía Osorio Acosta en la Universidad Politécnica de Valencia (febrero de 2006). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Economía y Ciencias Sociales bajo la dirección del Dr. Baldomero Segura García del Río y determina las dimensiones básicas y los factores claves en la gestión de destinos de turismo rural en su fase inicial de desarrollo, estableciendo la vital importancia de que dicho modelo sea definido y gestionado en estrecha vinculación con la comunidad local. Realiza una investigación sobre la percepción de los residentes sobre los impactos económicos, sociales y medioambientales de un destino turístico del interior de la Comunidad Valenciana, y cómo esta percepción determina su actitud hacia el desarrollo de la actividad, identificando diferencias según grado de vinculación profesional con el turismo.

- “El golf en Andalucía: sostenibilidad, democratización y bienestar social” defendida por José Luís Paniza Prados en la Universidad de Granada (diciembre de 2003). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Sociología bajo la dirección de la Dra. Margarita Latiesa Rodríguez y el Dr. Manuel García Ferrando y estudia la percepción que posee la población andaluza del turismo basado en el golf. Analiza las repercusiones económicas, sociales y medioambientales del golf en Andalucía y la relación de los residentes con esta práctica, comparando la visión de los jugadores con la del resto de la población.
- “Metodología para la prognosis de la participación social en los procesos de implementación de la Agenda 21 Local: Análisis empírico del caso turístico mexicano” defendida por Carlos Gauna Ruíz de León en la Universidad de Málaga (julio de 2008). Esta tesis doctoral se realizó en el departamento de Economía y Administración de Empresas bajo la dirección del Dr. Antonio Peláez Verdet y la Dra. Inmaculada Martín Rojo y estudia los procesos de planeamiento del desarrollo para el caso de Puerto Vallarta. Como parte de esta tesis se pretendió demostrar el interés de la población en participar en los procesos de planificación y ejecución de proyectos de desarrollo, y que la sociedad posee conocimientos importantes de la problemática social, económica y medioambiental. Los residentes veían el turismo como un importante generador de impactos, tanto positivos, en los empleos y la generación de riqueza, como negativos, en la degradación medioambiental y en la pérdida de identidad cultural. El estudio detecta una relación entre la percepción que tiene la población de los impactos del turismo y el interés de esa población en la participación y búsqueda de soluciones.

Además, existen trabajos de investigación o tesinas sobre actitudes de los residentes, como por ejemplo:

- “La percepción y la actitud de los residentes hacia los impactos del turismo y su desarrollo: especial referencia a la región del Algarbe” realizada por Antonio Raiado, dirigida por el Dr. Alfonso Vargas Sánchez y presentado en 2008.
- “El apego a la comunidad y su influencia en la actitud de los residentes ante el desarrollo turístico: estado de la cuestión” realizada por Begoña Márquez García, dirigida por el Dr. Alfonso Vargas Sánchez y presentado en 2009.

Cabe recordar que el turismo depende en gran medida de la buena voluntad de los residentes, cuyo apoyo es básico para un correcto desarrollo del destino turístico, sostenible en el largo plazo. Por ello, es importante profundizar en el estudio de los factores (impactos económicos, infraestructuras, cultura, gestión, valores, sociedad, tipo de turismo, factor tiempo, etc.) e interrelaciones que influyen en las actitudes de los residentes, para avanzar un poco más en el establecimiento de una base teórica. Las publicaciones académicas con aportes teóricos no son excesivamente escasas, pero usan diversos conceptos y estructuras de los factores que influyen en las actitudes. Desde el principio se observa que hay una falta de puntos comunes: diferentes aportes teóricos, diferentes nomenclaturas para el mismo concepto y diferentes métodos de medición. Esta heterogeneidad se encuentra vinculada a una falta de profundización en la definición de los conceptos usados y en el análisis de las relaciones causales.

Los estudios empíricos se caracterizan por realizar, principalmente, tres tipos de análisis: análisis descriptivos, análisis causa-efecto y segmentaciones de los residentes según actitudes expresadas. Los análisis descriptivos, acompañados de análisis factoriales, son la técnica de análisis empírico predominante hasta finales de la década de los noventa. Desde finales de los noventa toman protagonismo los análisis causa-efecto realizados, principalmente, mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales, siendo habituales en la última década. Las segmentaciones de los residentes según actitudes expresadas son cuantitativamente escasas pero aparecen en la literatura académica de forma periódica desde hace treinta años. Salvo algún caso excepcional, la técnica de segmentación usada es el Análisis Clúster, variando sólo el algoritmo empleado. Otras técnicas de análisis, como la Valoración Contingente, son de uso anecdótico y carecen de apoyos significativos.

Por tanto, en el momento actual, abundan los análisis causa-efecto mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales, realizados principalmente por investigadores de áreas de economía y empresa, los cuales han reducido el uso de técnicas más tradicionales y matemáticamente simples. Existen análisis más descriptivos, mediante encuestas, entrevistas o método del caso, realizados en una gran proporción por investigadores de áreas humanísticas. Estos trabajos se complementan con otros de presencia esporádica: segmentaciones mediante Análisis Clúster, alguna revisión, artículos de contenido teórico, etc. Resulta relativamente sorprendente la especialización que muestran los investigadores en cuanto a las técnicas de análisis empleadas y, por ejemplo, los autores de análisis causa-efecto tienen un uso casi nulo de la segmentación y el análisis descriptivo. Por tanto, el uso de las diversas técnicas de análisis en un mismo estudio puede resultar, de por sí, bastante novedoso, siendo una de las aportaciones que se han planteado en la parte empírica de esta tesis.

En cuanto a Baleares, e Ibiza en concreto. En el pasado se han realizado trabajos académicos, tesis principalmente, referentes al efecto del desarrollo turístico en la sociedad ibicenca desde la óptica de la sociología (Cooper, 1974) o la antropología (Rozenberg, 1974), pero sin entrar directamente a tratar las actitudes de los residentes. Los inicios de las investigaciones en actitudes de los residentes en Baleares vienen marcados por estudios como *Anàlisis de les actituds i percepcions de la població resident enfront del desenvolupament turístic a Balears* dirigido por el Dr. Antoni Serra Cantallops en 2003 y financiado por el CITTIB. Cabe mencionar que se espera usar la base de datos recopilada en este estudio como material complementario, permitiendo realizar un análisis longitudinal entre los dos momentos. Los estudios longitudinales publicados en el campo de las actitudes de los residentes son muy escasos y en muchos casos con plazos de tiempo cortos. No más de uno o dos estudios empíricos publicados en las últimas décadas se acercan al estudio longitudinal planteado en la parte empírica de la tesis.

Justificación del tema concreto.

Los motivos por los que se llegó al tema final de la tesis son varios y sencillos. Primeramente, resultaba una temática novedosa teniendo en cuenta los estudios habituales hasta ese momento. Normalmente se estudiaba la demanda o sectores concretos, olvidando a la población residente. En el momento de inicio, los estudios sobre actitudes de los residentes eran escasos en España, añadiendo interés personal y novedad al estudio. Todo ello hizo decantarse por el tema general de las “actitudes de los residentes”, pero faltaba elegir un espacio geográfico para la parte empírica.

La elección de un espacio geográfico donde realizar el estudio empírico suele estar condicionada por elementos de viabilidad técnica y, sobretodo, económica. El resultado es que se suelen elegir regiones cercanas al lugar de trabajo del investigador y de tamaño abarcable con los recursos disponibles. Este hecho hace que los estudios no se concentren en los destinos más importantes, turísticamente hablando, sino en regiones cercanas a grupos de investigación turística. Ello explica en gran parte porque muchos de los estudios se centran en destinos incipientes o cuantitativamente irrelevantes. En el caso de esta tesis era de aplicación todo lo dicho, pero con dos matices (uno negativo y otro positivo): la limitación económica era muy fuerte, y las regiones técnicamente más accesibles eran destinos maduros de sol y playa con importante repercusión internacional.

La opción más clásica a priori era analizar Baleares en su conjunto, pero la previsible inexistencia de ayudas económicas para la realización de la tesis o el trabajo de campo causó que se optara por un objetivo más modesto y accesible: Ibiza. La evolución siguiente ha mostrado que la limitación del estudio a Ibiza era una buena opción, ya que los problemas económicos previstos en un principio se materializaron con creces. Sin ningún tipo de ayuda económica es muy oneroso realizar un estudio más allá de lo previsto.

La elección del caso de estudio (Ibiza) ha tenido en cuenta que trabajar con un destino turístico relativamente pequeño, aunque importante a nivel internacional, permite conseguir mayores

niveles de significación con el tamaño de muestra factible y, por tanto, mayor calidad de la investigación. Pearce, Moscardo y Ross (1996) argumentan que es necesario realizar investigaciones de pocos sitios y explorados con gran detalle, con la finalidad de evitar una visión excesivamente superficial de las actitudes de los residentes. También defienden la necesidad de tener en cuenta el contexto existente a la hora de analizar las actitudes de los residentes. El estudio de Manson y Cheyne (2000) revela que las dimensiones de la investigación son importantes. Se pueden obtener resultados de gran calidad en estudios realizados en localizaciones de pequeñas dimensiones (Capenerhurst, 1994; Manson y Cheyne, 2000, Pearce, Moscardo y Ross, 1996). Existen estudios que pretenden abarcar regiones muy extensas usando una muestra muy reducida, pero si usaran una muestra de la misma dimensión en un área más reducida obtendrían información mucho más precisa y detallada.

Finalmente, el trabajo “Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza” ha sido enfocado hacia el estudio de las actitudes de los residentes de Ibiza hacia el turismo de la isla, previa revisión de la bibliografía existente. Este estudio se ha ido concretando a la vez que se realizaba el trabajo de revisión bibliográfica, siendo las partes principales del estudio empírico: análisis descriptivo, análisis longitudinal y análisis causal mediante el uso de ecuaciones estructurales.

Objetivos.

Las pretensiones fundamentales de la presente tesis doctoral han sido dos desde el principio, guiando el trabajo realizado a lo largo de los años:

- Primero profundizar y avanzar en el estudio de los factores e interrelaciones que influyen en las actitudes de los residentes y por tanto en el desarrollo turístico de una región. Se observa que en los estudios sobre actitudes de los residentes hay bastantes artículos publicados en las últimas décadas pero muestran diversos problemas: un uso superficial de los conceptos, una gran variabilidad terminológica y una diversidad de líneas inconexas en la evolución de estos trabajos. Se observa que los conceptos usados se apoyan en definiciones poco profundas y relativamente básicas. Este hecho es útil para investigaciones empíricas rutinarias pero puede frenar el desarrollo teórico. Vinculado a la superficialidad de los conceptos se observa una confusión terminológica. Por ejemplo, en la bibliografía se usa “actitud”, “percepción” y “opinión” referido al mismo concepto. Estos tres términos se refieren a conceptos distintos cuando se profundiza en ellos pero un uso de esta diferenciación en las investigaciones aumentaría enormemente la complejidad de unos estudios que en muchos casos son aproximaciones puntuales de los autores a la temática. Por tanto, se suele optar por adoptar un concepto genérico que englobaría los tres términos. Parcialmente vinculado a las diferencias terminológicas, se observan varias líneas teóricas evolutivamente inconexas, cada una de ellas con distintas referencias bibliográficas principales y con herramientas metodológicas distintas. En la parte teórica se ha intentado perfilar y acotar los distintos conceptos, más allá de lo habitual en la bibliografía, y englobar todos los enfoques o modelos que pueden realizar aportaciones interesantes al estudio. Pero en la parte empírica ha sido necesario seguir con un enfoque modesto debido a la complejidad que le aportaría, aun que si se han intentado aplicar las diversas metodologías de análisis existentes.
- Segundo, realizar un estudio de las actitudes de los residentes en el caso de Ibiza, introduciendo en el análisis elementos nuevos como el hecho de tratarse de un destino maduro y analizar las actitudes a lo largo del ciclo de vida del destino turístico. El estudio se ha centrado en Ibiza por los motivos antes mencionados y se ha optado por ir más allá de la típica foto fija que aportan la mayoría de los estudios presentes en la bibliografía académica. Además, el hecho de tratarse de un destino maduro y con mucha historia hace aún más necesario un enfoque longitudinal para complementar el estudio. Esta visión a lo largo del tiempo ha obligado a introducir modelos como el de Ciclo de Vida del Destino Turístico poco o nada habituales en los estudios de actitudes de los residentes. Los estudios longitudinales en actitudes de los residentes tienen escasísimos antecedentes (Getz, 1994;

Johnson, Snepenger, y Akis, 1994) más allá de su aplicación en el caso de casinos (Assane y Robinson, 2000; Hsu, 2000; Jacques y Ladouceur, 2006; Lee y Back, 2006; Vong, 2009), o “hallmark event” (Ritchie, 1984) como la Copa América de Vela (Soltar y McLeod, 1993) o los Juegos Olímpicos de Invierno (Ritchie y Lyons, 1987). Diversos autores (Dann, Nash y Pearce, 1988; Mitchell y Smith, 1989; Oppermann, 1995) mencionan la escasez de estudios temporales en turismo. Aunque hay bastantes estudios sobre impactos del turismo, hay pocos estudios longitudinales (Pearce, 1989). Según Zimmermann (1982) hay que tener tres cosas en cuenta en los análisis temporales: el periodo de tiempo estudiado, el ciclo de vida del destino y las diversas generaciones de individuos¹. En el caso de Ibiza hay que tener en cuenta la existencia de una fuerte crisis internacional de por medio, que el destino se encuentra en la fase de estancamiento, y la fuerte inmigración de la última década.

Estos son los dos objetivos principales pretendidos y se espera que se hayan alcanzado de una forma razonable para lo esperable en una tesis doctoral. La metodología utilizada para alcanzar estos objetivos es, a grandes rasgos, la que se expone a continuación.

Metodología.

En una tesis doctoral se espera que se aplique el Método Científico, es decir planteamiento de hipótesis, realización de un análisis empírico que permita falsar las hipótesis planteadas y unas conclusiones en las que se indica que hipótesis sobreviven y cuáles no. Obviamente, para la adecuada determinación de las hipótesis es necesaria una revisión bibliográfica previa, cuanto más extensa mejor. En cuanto a la parte empírica, en las áreas de economía y empresa lo más habitual es la utilización de procedimientos estadísticos sobre bases de datos de tipo primario o secundario. El grado de complejidad estadístico depende de los objetivos de la investigación y de la querencia del autor por darle peso matemático a sus estudios. La principal fuente de información primaria en los estudios de empresa y turismo es el uso de encuestas y la realización de entrevistas.

Como crítica a lo comentado hay que indicar que una excesiva rigidez en esta estructura puede generar lagunas en el conocimiento científico. En algunas áreas, poco desarrolladas aún, los estudios puramente descriptivos pueden resultar de gran relevancia y utilidad, más incluso que una falsación de hipótesis (para lo cual puede faltar base teórica previa). Por tanto, debería poseerse una visión amplia de la metodología aplicada en ciencia, permitiendo flexibilidad en los enfoques seguidos en las investigaciones siempre y cuando se mantenga la idea fundamental del trabajo científico.

En esta tesis se ha realizado una revisión bibliográfica que ha permitido generar una batería de hipótesis, un trabajo de campo consistente en la complementación de encuestas por parte de los residentes de la isla, el análisis correspondiente de la información primaria disponible y la falsación de hipótesis. Como parte de la tesis se ha usado metodología historiográfica para la realización de una revisión de la historia del turismo en Ibiza. En la parte estadística se ha procedido a la realización de un análisis descriptivo mediante técnicas univariantes y bivariantes, una comparativa longitudinal entre dos estudios realizados en 2002 y 2011, una segmentación de los residentes según sus actitudes, la aplicación de un modelo general causa-efecto mediante ecuaciones estructurales y la falsación de las hipótesis planteadas.

En la Universidad de Baleares son bastante habituales los estudios de tipo descriptivo y las segmentaciones mediante análisis clúster, en otras universidades las investigaciones se centran en los estudio causa-efecto mediante modelos de ecuaciones estructurales, y los estudios longitudinales son poco habituales por falta de datos comparables con suficiente intervalo de

¹ El periodo de tiempo se refiere a los cambios anuales acaecidos y a los eventos capaces de influir en el comportamiento turístico (guerras, crisis políticas, crisis económica, etc.). También hay que considerar la fase del ciclo de vida en que se encuentre el destino y las personas encuestadas (las vivencias de las diversas generaciones de personas tienen capacidad de influir en sus opiniones).

tiempo. En esta tesis se ha intentado combinar los tres tipos de estudios para intentar conseguir una visión más completa a partir de unos datos primarios demasiado costosos de conseguir como para no aprovechar al máximo. Además, se espera poder aplicar algún otro tipo de análisis a estos datos en el futuro, ampliando la información obtenida. El objetivo de este procedimiento de actuación es no limitarse a una metodología y una pequeña batería de conceptos de cara al futuro, y conseguir una mayor optimización de unos recursos económicos para la investigación siempre escasos y ahora virtualmente inexistentes.

Estructura.

Las actitudes son complejas de medir porque dependen de diversos factores y los residentes pueden conformar grupos distintos según las actitudes expresadas. Además, el factor tiempo causa que las actitudes evolucionen. Por tanto, el estudio de las actitudes de los residentes hacia el turismo se resume en el estudio del efecto de un conjunto de factores cambiantes que actúan sobre individuos heterogéneos y que evolucionan con el tiempo. Este hecho hace necesario determinar los factores que pueden afectar a las actitudes, conocer la evolución que ha vivido el destino turístico a lo largo del tiempo y estudiar las actitudes y su heterogeneidad de la comunidad local mediante segmentaciones.

Revisar y desarrollar una base teórica es la pretensión de la primera parte. Para ello se recurre a una revisión bibliográfica y a la búsqueda de los puntos coincidentes y divergentes que permiten esbozar un esquema general de las causas e interrelaciones que determinan las actitudes de los residentes en un destino. Esta primera parte se complementa con la propuesta de una batería de posibles acciones a tomar para mejorar las actitudes de los residentes de un destino turístico y con ello mejorar el desarrollo del sector. Este punto final surge de la idea de que los estudios académicos no deben generar sólo conclusiones sino también soluciones para los agentes económicos.

Al pretender realizar un estudio de las actitudes de los residentes en Ibiza hay que tener en cuenta que se trata de un destino maduro y con una gran historia turística a sus espaldas. Es más que lógico pensar que los acontecimientos del pasado influyen en el presente y, por tanto, las actitudes actuales dependen de la evolución histórica del sector y la sociedad local, al menos parcialmente. Todo ello lleva a la necesidad de realizar una revisión histórica del turismo de la isla para ayudar a comprender los resultados de los estudios presentes. Esta revisión histórica se ha realizando dividiendo el tiempo en las distintas fases del Ciclo de Vida del Destino Turístico (CVDT)². Esta división ayuda a simplificar y clarificar la exposición, enumerando los elementos más característicos y significativos para conocer las actitudes de los residentes en cada fase. Por tanto, la segunda parte de la tesis consiste en un trabajo de revisión historiográfica cuyo resultado se presenta en capítulos que siguen la estructura en fases del CVDT desde un momento “cero” o fase preturística hasta el inicio de los estudios empíricos sobre actitudes de los residentes, finalizando con un repaso general a la evolución social y turística insular.

Al llegar al siglo XXI se produce un cambio significativo para el estudio de las actitudes de los residentes. En esta época empiezan a realizarse estudios, mediante encuestas, que pretenden medir las actitudes de los residentes hacia el turismo y, por tanto, hay datos empíricos para apoyar las afirmaciones y no sólo entrevistas y opiniones de diversos individuos (empresarios, historiadores, etc.), como había hasta ese momento. En la tercera parte de la tesis se muestran los resultados de un estudio empírico de las actitudes de los residentes hacia el turismo basado, principalmente, en datos obtenidos del trabajo de campo realizado en 2011 y su comparación con un estudio previo de 2002. El análisis de estos resultados se apoya en la revisión bibliográfica (parte primera) y la descripción histórica (parte segunda) realizadas previamente.

² El CVDT no es una herramienta de predicción de futuro pero si resulta de gran utilidad para ayudar a entender el pasado y el presente de los destinos turísticos. Este modelo ha sido aplicado, criticado y matizado en diversos estudios desde que se planteara por primera vez por Butler (1980).

Dentro de la tercera parte se realiza un análisis descriptivo de las actitudes y su evolución en la última década, una segmentación de los residentes según sus actitudes frente al turismo, y la contrastación de diversas hipótesis y modelos derivados de lo expuesto en la primera y segunda parte de la tesis. Cabe mencionar que las peculiaridades de los destinos dificultan la exposición de afirmaciones teóricas sencillas de cumplimiento general.

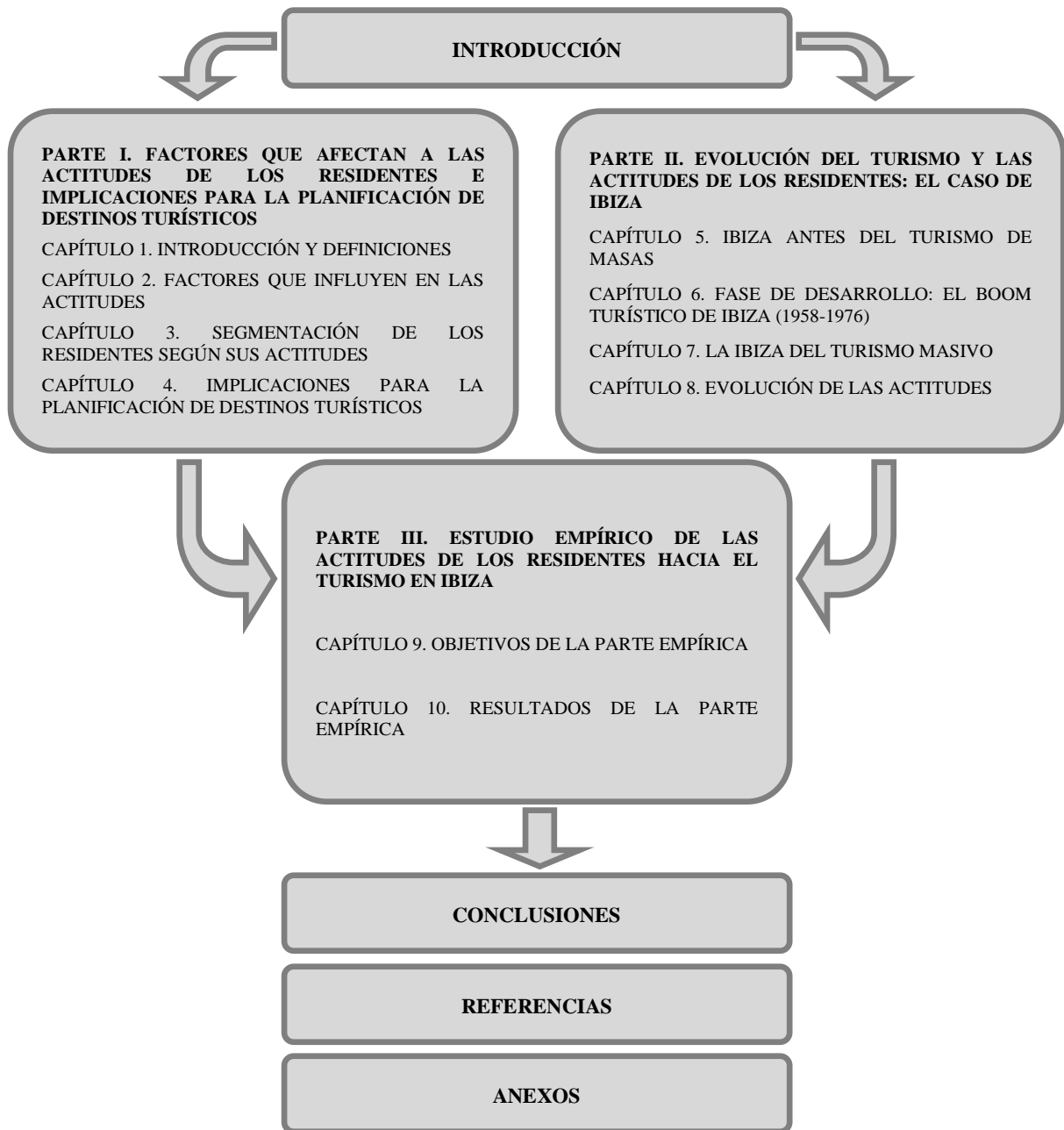


Figura 1: Estructura de la tesis doctoral.

Los tres grandes bloques de la tesis se ven completados por esta breve introducción previa y por un apartado de conclusiones que resume algunas de las ideas y resultados más importantes expuestos en los tres bloques principales. Finalmente se encuentran las referencias citadas en la tesis y diversos anexos con tablas, documentos o listados que pueden resultar de interés pero sobrecargarían la redacción de la tesis más allá de lo que permiten las notas a pie de página.

Finalmente, mencionar que esta estructura no ha sido un punto de partida (un esqueleto que posteriormente ha sido rellenado), sino que ha sido un resultado más del trabajo realizado para la tesis, evolucionando al revisar bibliografía y reflexionar sobre el tema de estudio.

**PARTE I. FACTORES QUE AFECTAN A LAS
ACTITUDES DE LOS RESIDENTES E
IMPLICACIONES PARA LA PLANIFICACIÓN DE
DESTINOS TURÍSTICOS**

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN Y DEFINICIONES

Durante mucho tiempo los desarrollos industriales se han realizado, y aún se realizan, teniendo en cuenta elementos de coste económico, determinando el lugar de implantación por las ventajas fiscales, de costes de producción y de logística, pero no se tenía en cuenta el entorno físico y social de la empresa. En los últimos tiempos gana fuerza la preocupación por el entorno de la empresa, tanto en relación al medio ambiente natural como en relación al entorno social, formado por los residentes del área afectada por la actividad. Al analizar el entorno social toma gran relevancia el estudio de las actitudes de los habitantes ya que se trata de un efecto de las externalidades de la empresa y es la causa de la reacción social hacia la empresa.

Dentro de los distintos sectores económicos quizá el más afectado por las actitudes de los residentes es el sector turístico. Cabe mencionar que uno de los elementos del servicio turístico que se comercializa en la práctica totalidad de destinos, sino en todos, es la hospitalidad de sus habitantes. Por tanto si los residentes no poseen actitudes favorables hacia los turistas, los turistas se sentirán incómodos y el destino turístico entrará en declive (Inskeep, 1991).

Pearce (1996) ha destacado la importancia que tiene la interacción entre turistas y residentes, reconociéndose en la actualidad que el éxito y la sostenibilidad de la actividad turística depende, en gran medida, del apoyo que recibe por parte de la comunidad receptora. Por tanto, la comprensión de los antecedentes del apoyo de los residentes al turismo es de crucial importancia para los responsables políticos y para los empresarios, y se ha convertido en un importante campo de investigación (Akis, Peristianis, y Warner, 1996; Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007). Elementos como la actitud de los residentes o la seguridad del destino tienen tanta importancia que ante hechos de excepcional gravedad y ante la amenaza de enormes pérdidas turísticas algunos países con gran dependencia turística han tomado medidas excepcionales con la finalidad de que los turistas vuelvan a visitar el destino.

El fin es gestionar la actitud del residente, buscar el apoyo al turismo, dada la importancia del comportamiento del residente como parte integrante del producto turístico, el producto es una experiencia y el papel del residente es indiscutible. El turismo al igual que cualquier otro producto debe atraer a los clientes (los turistas), que necesitan ser aceptados y tratados de forma amable por parte de los residentes (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Gobierno y empresarios deben tomar en cuenta el punto de vista de los residentes para que la industria sea sostenible a largo plazo. De ello depende la calidad de vida existente en la región y, consecuentemente, el efecto que tengan los residentes sobre la industria turística y su viabilidad. Si se conoce porque los residentes apoyan o rechazan el turismo es posible seleccionar el desarrollo que minimiza los efectos negativos y maximiza el apoyo de los habitantes. La importancia actual o potencial del turismo en la economía local es de gran relevancia para este análisis (Williams y Lawson, 2001).

En la interacción turista-residente es perentorio conocer los impactos positivos y negativos, beneficios y costes, que actúan sobre la actitud del residente y modifican su predisposición, expresada con el apoyo a la actividad turística (Jurowski, Uysal y Williams, 1997). El impacto del turismo percibido por la comunidad residente ha sido y sigue siendo un tópico importante (Aguiló y Rosselló, 2005; Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005; Gursoy y Rutherford, 2004; Ishikawa y Fukushige, 2007; Lepp, 2007), ya que la posibilidad de una oposición activa a la actividad turística preocupa a los gobiernos y empresarios locales (Akis, Peristianis, y Warner, 1996; Gursoy y Rutherford, 2004; Ishikawa y Fukushige, 2007) y por tanto es objeto de análisis (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007; Gutiérrez y Díaz, 2006).

En el caso concreto de Ibiza, las actitudes de los residentes hacia el turismo han sido una preocupación desde antes del boom turístico, pero sólo de una forma muy superficial, como es el caso de los artículos de opinión publicados en el *Diario de Ibiza* a principios de los años

treinta. En estos artículos se discute sobre los posibles efectos que la nueva industria tendría en la sociedad insular. Se pueden destacar los artículos de Tomas Schlichkrull, llegado a la isla a principios de la década de los años treinta, publicados entre 1932 y 1934 (Cirer, 2001; Ramón, 2001). En sus artículos y en los de otros autores publicados en esos años se hace mención a los efectos sociales y paisajísticos del turismo, al problema de la estacionalidad y de la promoción turística. Este debate de la prensa resulta curioso teniendo en cuenta que los primeros establecimientos de alojamiento enfocados al sector turístico se abrieron en la misma época³ y que 70 años después, con 664 establecimientos y 86.548 plazas (Ramón, 2001), la discusión siga en el mismo punto.

Dentro de los trabajos académicos, cabe mencionar que existen estudios referentes al efecto del desarrollo turístico en la sociedad pitiusa como son la tesis doctoral leída en la Universidad de Oxford con el título de "*An analysis of some aspects of social change and adaptation to tourism on Ibiza*" por R. J. Cooper (1974); la tesis doctoral leída en la Universidad de Alicante con el título de "Turismo, Arquitectura, Espacio y Sociedad. Entre la Modernización y la Crisis del Litoral Mediterraneo" por J. E. Mira González (1991) y que estudia Ibiza y Formentera como "tipos ideales" de dos formas de implantación turística y de dos tipos de actitudes ante el turismo de masas; la tesis doctoral leída en la Universidad Complutense de Madrid con el título "Estudio Antropológico-Económico de una Comunidad. El caso de Formentera" por J. A. Nieto Piñero (1976); la tesis doctoral leída en la Universidad de París con el título de "*San Miquel, village ibicenco: traditions culturelles et développement touristique: étude ethnographique*" por D. Rozemberg (1979), y la tesis doctoral leída en la Universidad de Barcelona con el título de "Contribución al Estudio de las Enfermedades de Transmisión Sexual producidas por *Chlamydia trachomatis*" por A. M. Mari Tur, que estudia la incidencia de la clamidia en Ibiza. También existen trabajos referentes a las actitudes de los residentes, pero se trata de trabajos realizados desde campos distintos de la economía y con un enfoque general, como la tesis doctoral leída en la Universidad Complutense de Madrid con el título de "Satisfacción residencial. Una aproximación psicosocial a los estudios de calidad de vida" por M. J. Ameringo Cuervo-Arango (1989), o de artículos referentes a destinos incipientes, en su mayoría (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Bonaiuto, Carrus, Martorella, y Bonnes, 2002; Bramwell, 2003; Burr, 1996; Carmichael, 2000; Cave, Ryan, y Panadera, 2003; Gursoy, Chen, y Yoon, 2000; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Holdnak, Drogan, Graeve, y Falk, 1993; Horn y Simmons, 2002; Jurowski y Gursoy, 2004; Ko y Stewart, 2002; Lee y Back, 2003; Lee, Kim, y Kang, 2003; Mason y Cheyne, 2000; Pizam, Uriely, y Reichel, 2000; Sheldon y Abenoja, 2001; Upchurch y Teivane, 2000; Weikert y Kertstetter, 1996; Williams y Lawson, 2001).

A nivel de Baleares hay estudios en la materia como son "*Anàlisis de les actituds i percepcions de la població resident enfront del desenvolupament turístic a Balears*" dirigido por el Dr. A. Serra (2003) y financiado por el CITTIB, "Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo" del Dr. E. Aguiló *et al.* (2004), y "Actitud de los residentes frente al turismo. Análisis para las Islas Baleares" también del Dr. E. Aguiló *et al.* (2007), que permiten aportar una base inicial al estudio de la materia en las islas.

En esta primera parte de la tesis se procede a profundizar y avanzar en el estudio de los factores e interrelaciones que influyen en las actitudes de los residentes y por tanto en el desarrollo turístico de una región. El objetivo es esbozar un esquema de las relaciones entre los diferentes factores y del sentido de sus efectos (positivo o negativo) que permita proponer una explicación teórica de las actitudes expresadas por los residentes. Los intentos de construir una teoría en los estudios turísticos son raros (Smith, 1990) y en muchos casos son estudios de caso o modelos que no son aplicables en destinos distintos al que lo generó (Mitchell y Smith, 1989). Muchos de los estudios referentes a las actitudes de los residentes hacia el turismo son principalmente descriptivos. Estos estudios han revelado impactos del turismo y variables relacionadas, pero el

³ Se inauguraron el Hotel España el 18 de septiembre de 1932, el Hotel Buenavista el 22 de enero de 1933, el Gran Hotel el 3 de junio de 1933 y el Hotel Portmany el 12 de julio de 1933, llegando a las 318 plazas entre hoteles, hostales y pensiones a finales de 1934.

desarrollo teórico es escaso (Ap, 1990; Husbands, 1989). Por este motivo el autor considera útil intentar establecer un esquema general de los factores que pueden afectar a las actitudes de los residentes que resulte aplicable en destinos diversos. Cabe reconocer la contribución de Butler (1980) como uno de los pocos casos de aportación de un modelo general aplicable en estudios de diversos destinos (Oppermann, 1995).

En puntos posteriores de la tesis se procede a estudiar la evolución del turismo en Ibiza y a intentar determinar la evolución que han sufrido las actitudes. Es decir centrarse en el análisis de la evolución, llegando más allá de los habituales análisis estáticos de las actitudes.

1. Definiciones generales.

Una vez vista la importancia de las actitudes de los residentes a la hora de desarrollar un destino turístico, y antes de entrar a enumerar los factores que influyen en ellas, es interesante realizar un pequeño comentario sobre algunas definiciones de conceptos usados posteriormente con frecuencia. Como comentaba March (1994) es necesario estandarizar los términos turísticos, y en la bibliografía se detecta cierta falta de estandarización de la terminología que genera dificultades en las investigaciones.

- ***Turismo.***

El turismo son todas aquellas actividades que las personas llevan a cabo durante los viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por motivos de ocio, negocio u otros (Cerveró, Iglésias, y Villacampa, 2002).

- ***Región, localidad o destino turístico.***

Según Murphy, Pritchard y Smith (2000) un destino es una amalgama de productos y experiencias individuales que adecuadamente combinadas evocan una experiencia de visita global. Bigné, Font, y Andreu (2000) definen los destinos como combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas.

Un “clúster” o “polo” turístico es un área geográfica definida, con unas características homogéneas en cuanto a recursos, infraestructuras, servicios, empresas y mercado, etc. (Cerveró, Iglésias, y Villacampa, 2002).

Para la finalidad de esta tesis, por región, localidad o destino turístico hay que entender el espacio geográfico vinculado a un potencial o actual uso turístico, identificable en la oferta internacional como diferente de otros espacios, que generan una experiencia integral para el turista y con una población residente que se encuentra afectada o puede encontrarse afectada en su vida diaria por la actividad turística.

- ***Los residentes.***

Cuando hablamos de los residentes o de los habitantes de una región, localidad o destino turístico nos referimos a las personas que viven durante la mayor parte del año en el espacio geográfico objeto de estudio y que en el momento de analizar el espacio geográfico consideraban que su hogar se encuentra en el espacio geográfico mencionado. Se pueden dividir las personas presentes en un destino turístico, principalmente, en turistas y residentes⁴:

- Los turistas son los que permanecen en la región durante un corto periodo de tiempo, generalmente días, y que no tienen intención de vivir en la zona. Son una fuente de información útil de cara a analizar la evolución de un destino.

⁴ Los visitantes y residentes temporales que llegan al destino por motivos de trabajo y no por ocio, como los turistas, son una categoría intermedia que se asemeja a los turistas cuando la estancia es corta (días) y se parecen a los residentes cuando la estancia es larga (meses).

- Los residentes, como se ha indicado antes, son los individuos que viven la mayor parte del tiempo en la zona turística y consideran que es su casa. Conocer sus actitudes hacia el turismo y los turistas es la finalidad de trabajos como el presente.

Ambos grupos interactúan entre sí, influyéndose en sus respectivas actitudes y en su imagen del destino turístico en general.

- **Comunidades.**

Una definición sencilla y clarificadora de lo que es una comunidad puede ser: grupo de personas que comparten objetivos y opiniones comunes (Williams y Lawson, 2001). Por comunidad entendemos al conjunto de personas residentes en una región o localidad con uno o varios elementos (objetivos, antigüedad de la residencia, grupo cultural al que pertenece, vinculación personal con la actividad turística, etc.) que las caracteriza y diferencia del resto de la población residente. Por tanto la población residente (caracterizada por su convivencia espacial) se puede dividir en comunidades con elementos homogéneos internamente y con diferencias entre sí. En los estudios, la división en comunidades debe ser la adecuada para conseguir que haya una vinculación entre la pertenencia a la comunidad y el comportamiento, opiniones o actitudes mostradas por sus individuos, para resultar de interesante. El peso de cada una de estas comunidades puede variar a lo largo del tiempo, ganando importancia unos grupos de individuos y perdiendo peso otros.

Esta subdivisión de la población residente es costumbre realizarla, en el caso que nos ocupa, en relación a las actitudes expresadas hacia el turismo, y las comunidades locales detectadas son definidas en relación a sus elementos demográficos predominantes. Esta subdivisión se suele realizar como parte de las investigaciones de campo realizadas para definir las actitudes de la población, pero una buena base para prever las posibles comunidades locales existentes es la consulta de los estudios antropológicos y sociológicos previamente existentes en la región. Estos estudios previos nos permiten ver los grupos culturales y económicos existentes, que son potentes candidatos a ser comunidades claramente diferenciadas por sus actitudes hacia el turismo.

- **Cultura.**

La importancia de la cultura para el estudio del turismo y las actitudes de los residentes se basa en dos elementos:

- Para entender, explicar y apreciar la imagen que un pueblo tiene de sí mismo y las actitudes fundamentales y miedos inconscientes que se reflejan a menudo en su visión de las culturas extranjeras, es necesario estudiar la cultura como es en la actualidad y también entenderla como fue, es decir, es necesario estudiar la historia del lugar. Todas las culturas son dinámicas y revelan sus características, no de manera simultánea, sino sucesivamente a lo largo del tiempo (Lanquar, 2001).
- La mercantilización⁵ de la cultura para los turistas es algo implícito en el proceso de una economía globalizada (Sherry, 1987). Denis Judd propone la creación de espacios turísticos en las ciudades, en esencia crear una burbuja que aisle a los turistas de los problemas y miserias de la realidad del entorno (Judd y Fainstein 1999), por tanto adoptar un mimetismo con el ego del turista (que se sienta a gusto) es una estrategia de alcance global en el ámbito turístico (MacCannell, 2002). Pero los turistas y los residentes abiertos al encuentro con otras

⁵ Habría que diferenciar entre la mercantilización clásica, en que un bien pasaba del vendedor al comprador, ejemplo artesanía, y la mercantilización moderna, en que no hay una transferencia de propiedad, ejemplo destinos turísticos. Los destinos pueden ser considerados igual a las clásicas mercaderías ya que pueden fabricarse, pero no pueden ser vendidos al turista, no al menos de forma literal. Una paradoja del turismo es que en el corazón de la economía turística hay una necesaria ausencia de relación económica, es decir lo que mueve al turista son cosas con las que no puede comercializarse, por ejemplo el trato de las personas, los paisajes y monumentos, etc. Si algo no se puede comercializar hay que viajar para poder disfrutar de ello. Vinculado a las atracciones turísticas encontramos el ego de los turistas. Alimentar el ego de los turistas es uno de los elementos que definen el producto turístico (MacCannell, 2002).

personas encuentran estas burbujas turísticas odiosas y anodinas, y las estrategias que buscan satisfacer el ego de los turistas les resultan repulsivas a quienes buscan conocer como es auténticamente la otra persona (MacCannell, 2002).

Pero es difícil definir qué se entiende por cultura. Para algunos, la cultura es una programación colectiva de la mente que diferencia los miembros de una categoría de personas⁶ de los de otra categoría (Hofstede, 1989) y que influye en las actitudes y comportamientos de las personas. Otros la definen como un conocimiento colectivo desarrollado por un grupo de personas expuestas a similar contexto (Geertz, 1973; Reckwitz, 2000; Schatzki y Natter, 1996). Kroeber y Kluckhohn (1952) la definen como el conocimiento colectivo preocupado por la manera en que una sociedad o comunidad organiza el conocimiento y el comportamiento social. La cultura puede considerarse un conjunto de creencias, valores, costumbres y elementos materiales aprendidos que condicionan el comportamiento de los miembros de una sociedad (Bigné, Font, y Andreu, 2000). Lanquar (2001) define la cultura como las bases aceptadas de una sociedad para responder a los acontecimientos.

Durante décadas se consideró que el turismo era un factor que propiciaba la destrucción de sociedades y culturas tradicionales. Sin embargo, se reconoce hoy que el turismo está siendo un factor esencial en el mantenimiento de culturas y sociedades tradicionales, al ofrecer una salida a su producción cultural y artesanal, que el mundo tecnificado no les permitía. Se han revitalizado bailes, tradiciones, objetos artesanales y numerosas otras manifestaciones culturales, a pesar de que su significado social y el propio uso de los productos sean diferentes de lo que fueron en el pasado (Lanquar, 2001).

Para la finalidad de este trabajo, la cultura puede definirse como las costumbres, y formas de pensar vinculadas a ellas, que caracterizan un grupo de personas o comunidad. Suele pensarse en la cultura como un elemento estático pero la realidad es que se trata de un elemento ampliamente dinámico. Las valoraciones que hagan los residentes y los analistas sobre el impacto del turismo sobre la cultura local dependen en gran parte de si entienden la cultura como estática o dinámica.

- **Creencias.**

Las creencias son ideas descriptivas que una persona tiene sobre algo (Bigné, Font, y Andreu, 2000). Muchos estudios muestran que los individuos tienden a evaluar los datos nuevos como un apoyo de sus creencias iniciales (Edwards y Smith, 1996; Greitemeyer, y Schulz-Hardt, 2003; Lord, Ross, y Lepper, 1979), incluso en presencia de pruebas en contrario inequívocas (Greitemeyer *et al.*, 2005; Traut-Mattausch *et al.*, 2004). Es decir las creencias previas marcan como se percibe posteriormente la realidad. Este hecho hace necesario tener en cuenta que las percepciones de los individuos pueden ser debidas a un conocimiento basado en la experiencia o a creencias previas y que se apartan de la realidad objetiva.

- **Autenticidad.**

Existen muchas referencias a la autenticidad en la literatura turística (Barthel-Bouchier, 2001; Boorstin, 1961; Brown, 1996; Bruner, 1989, 1994; Chhabra, Healy, y Sills, 2003; Cohen, 1979a, 1979b, 1988a, 1988b, 2002; Crang, 1996; Daniel, 1996; Ehrentraut, 1993; Fawcett y Cormack, 2001; Graham, 2001; Grunewald, 2002; Halewood y Hannam, 2001; Harkin, 1995; Hughes, 1995; Kim y Jamal, 2007; Lacy y Douglass, 2002; Lane y Waitt, 2001; Littrell, Anderson, y Brown, 1993; McCannell, 1973, 1976; McIntosh y Prentice, 1999; Moscardo y Pearce, 1986; Pearce y Moscardo, 1985, 1986; Redfoot, 1984; Reisinger y Steiner, 2006; Salamone, 1997; Selwyn, 1996; Shepherd, 2002; Silver, 1993; Steiner y Reisinger, 2006; Taylor, 2001; Turner y Manning, 1988; Waitt, 2000; Wang, 1997 1999, 2000) y son comunes los estudios turísticos empíricos que consideran la autenticidad como un elemento objetivo (Waitt, 2000). En turismo se suele hablar de autenticidad refiriéndose a la cultura tradicional con mucha frecuencia (Sharpley, 1994). Heidegger (1962) sugiere que la gente puede ser

⁶ La categoría, grupo o sociedad puede referirse a un grupo étnico o social (Lindsay, 2005).

práctica o teórica en su forma de ver lo que es auténtico. La diferencia es que el teórico considera que algo no es auténtico si hay elementos que no encajan en su visión teórica de cómo debería ser y los prácticos lo aceptan tal como es (Reisinger y Steiner, 2006; Steiner y Reisinger, 2006). Para diversos autores (Crang, 1996; Handler y Saxton, 1988; Hughes, 1995; Wang, 1999) la autenticidad se manifiesta en un gran número de situaciones o elementos. Por ejemplo, Wang (1996) centra el estudio de la autenticidad en actividades y no en objetos.

La investigación sobre la autenticidad es compleja debido a los diversos conceptos, valores y percepciones que se poseen al respecto. Este problema llega al nivel de sugerir en algún caso el abandono de las investigaciones que pretenden averiguar la autenticidad de algo (Wang, 1999). Algunos autores consideran que se deberían usar términos más explícitos y menos pretenciosos como verdadero, actual, real, etc. en las investigaciones turísticas (Reisinger y Steiner, 2006). En realidad algunos autores la definen usando estos términos más concretos (Boorstin, 1961; MacCannell, 1973; Relph, 1976; Theobald, 1998, p. 411) y lo consideran un elemento objetivo. Para estos autores el hecho de no ser tratado como una mercancía comercializable es un indicio de autenticidad y cuando algo pasa a ser parte de la oferta turística pierde parte de su autenticidad (Tailor, 2001, p. 15).

Otros autores consideran la autenticidad una construcción social (Bruner, 1989, 1994; Cohen, 1988; Fawcett y Cormack, 2001; Halewood y Hannam, 2001; Handler y Linnekin, 1984; Lanfant, 1989; Salamone, 1997; Silver, 1993; Spooner, 1986; Taylor, 2001; Wood, 1993) que depende del contexto (Salamone, 1997), ideología (Silver, 1993), sueños, imágenes o expectativas de los lugares visitados (Brown, 1996; Bruner, 1991; Hughes, 1995; Pons, 2003; Silver, 1993), refutando el planteamiento más objetivista (Bruner 1994; Hughes 1995). Para los constructivistas la autenticidad no es una cualidad objetiva pero si un valor cultural en constante evolución (Olsen, 2002, p. 163).

Para algunos las visitas culturales y el patrimonio antiguo es una forma de escape de la sociedad actual (Laenen, 1989; Lowenthal, 1985; Wang, 1999) y comprenderse a sí mismos (Handler, 1986; Kellner, 1995; Laenen, 1989; Lowenthal, 1985; Plant, 1993; Venkatesh, 1992). Estos autores consideran que no es un elemento objetivo sino un juicio de valor de los observantes y analizan el proceso social que permite que un elemento alcance el estatus de auténtico (Douglass y Raento, 2004; Handler y Gable, 1997; Reisinger y Steiner, 2006). Para los turistas es una proyección de sus creencias, expectativas, preferencias, estereotipos y conocimientos hacia el objeto de la visita (Bruner, 1991; Laxson, 1991; Silver, 1993), por tanto lo que no es auténtico se puede convertir en auténtico con el tiempo (Cohen, 1988; Graburn, 1976). Vinculado a esta línea de pensamiento encontramos el concepto de “autenticidad emergente”, el cual considera que la autenticidad es un concepto dinámico más que estático, pasando un producto cultural de ser considerado artificial o no auténtico a auténtico, incluso por los expertos, sólo por el efecto del paso del tiempo (Cohen, 1988b, p. 379).

Un último grupo de autores, finalmente, estudian los eventos creados o simulados para el entretenimiento de los turistas y consideran que la autenticidad o no de algo no es problema, ya que los turistas no le dan importancia a esto sino a la satisfacción que obtienen con la experiencia y, por tanto, la investigación en este campo es una pérdida de tiempo si se pretende medir una autenticidad objetiva (Reisinger y Steiner, 2006). En este caso se considera que la autenticidad solo interesa desde el punto de vista del turista y para el visitante la experiencia turística es auténtica si le permite sentir que es el mismo, saliéndose de las convenciones de la vida diaria (Handler y Saxton, 1988; Kim y Jamal, 2007; Noy, 2004; Selwyn, 1996; Steiner y Reisinger, 2006; Wang, 1999, 2000). Es un concepto de autenticidad orientado a la experiencia vivida (Kim y Jamal, 2007; Steiner y Reisinger, 2006) que depende de la experiencia deseada por el visitante (Reisinger y Steiner, 2006). Una característica espacio-temporal del turismo es la liminalidad (Graburn, 1983; Lett, 1983; Turner, 1982), concepto importante para entender esta visión de la autenticidad (Kim y Jamal, 2007). Dentro de un espacio turístico liminal, las normas sociales convencionales se encuentran temporalmente suspendidas a la vez que el turista disfruta de las ventajas de la libertad y el relativo anonimato respecto a su comunidad, siendo

posible algunas transgresiones en el comportamiento (Diken y Laustsen, 2004; Kim y Jamal, 2007; Lupton y Tulloch, 2002; Shields, 1992; Wickens, 1996).

Los eventos creados específicamente para su comercialización turística suelen ser degradados por superficiales (Boorstin, 1961), por no ser auténticos (Mac Cannell, 1976) o consistir en experiencias simuladas (Eco, 1986), pero estudios como el de Kim y Jamal (2007) consideran que en estos casos lo que cuenta es la “auto” autenticidad, es decir que los visitantes se sientan “auténticos” y no constreñidos por las normas de la vida diaria. A pesar de que este concepto de autenticidad existencial tiene gran potencial (Kim y Jamal, 2007), muchos estudios empíricos siguen en el anterior enfoque de autenticidad percibida (Beeho y Prentice, 1997; Chhabra, Healy, y Sills, 2003; McIntosh y Prentice, 1999; Zeppell, 2002).

Debemos tener presente esta complejidad del concepto autenticidad en los estudios turísticos y evitar usar una concepción que considera la autenticidad objetiva y estática.

- **Satisfacción del cliente.**

Los consumidores buscan dos cosas al elegir entre viajes alternativos: minimizar los costes subjetivos y maximizar los ahorros percibidos, siempre en relación a una opción de referencia (Brooks, Kaufmann, y Lichtenstein, 2004). La satisfacción del consumidor con un servicio depende fuertemente de la experiencia de servicio que encuentran (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1985; Shostack, 1985; Suprenant y Solomon, 1987). Cronin y Taylor (1992) encontraron que uno de los principales factores que influyen en la satisfacción son los servicios personales prestados. Evitar experiencias superficiales en la experiencia turística aumenta el grado de satisfacción del turista (Chías, 2005).

La percepción del servicio que tienen los clientes se encuentra influenciada por el entorno físico, especialmente en servicios ofrecidos en entornos naturales o en intangibles que se convierten en tangibles en el entorno físico (esto es perfectamente aplicable al turismo), y por las personas que se ven implicadas en el mismo, como es el caso del personal que ofrece el servicio (Bitner, 1990; Leong, Ang, y Low, 1997). Por tanto los gestores de los servicios deben cuidar el entorno físico porque cuando se produce un fallo en el mismo afecta sustancialmente la valoración de los clientes, y el personal debe ser preparado para dar una explicación convincente a los clientes con la finalidad de minimizar los efectos negativos (Leong, Ang, y Low, 1997) y la habilidad del empleado depende del nivel de conocimiento y control que posea este (Bitner, Booms, y Tetreault, 1990).

El trabajo realizado por los empleados situados de cara al público es crítico para ofrecer con éxito el servicio requerido por los clientes (Lashley y Taylor, 1998). Cuando el vendedor está contento y cae bien al comprador, el comprador se impregna de la felicidad del vendedor y se produce un sesgo positivo en la actitud hacia el producto (Howard y Gengler, 2001). Los trabajadores forman parte de los residentes y los residentes forman parte del producto turístico, por tanto la satisfacción del turista depende en gran medida de los residentes. Y como las acciones y opiniones de los residentes dependen de sus actitudes, vemos que las actitudes de los residentes son un elemento clave para la satisfacción de los turistas y la sostenibilidad de la demanda turística a largo plazo, y por consiguiente del destino turístico. Es decir, las actitudes de los residentes repercuten en la satisfacción de los turistas y en el desarrollo de la región.

- **Acciones.**

Por acción individual o colectiva hay que entender cualquier acto realizado de forma personal o en grupo que pueda sugerir una determinada opinión sobre el elemento que es cuestión de estudio actitudinal. Puede considerarse que las acciones son el efecto visible de las actitudes y el punto de contacto entre las actitudes de un individuo y las percepciones de otro individuo.

- **Beneficios.**

Los beneficios son definidos por Besculides, Lee y McCormick (2002) como la mejora de una condición o la reducción de una condición negativa para los individuos o las comunidades. Los beneficios y su opuesto, los costes, generados por el turismo son fundamentales para la

determinación de las actitudes de los residentes, ya que son la base de partida para la realización de las valoraciones.

- **Percepciones.**

Las percepciones son la manera en que vemos e interpretamos las cosas y se ven afectadas por experiencias personales, valores, ideologías, costumbres y tradiciones (Altés, 1997). Podemos decir que las percepciones conforman la imagen que posee un individuo de algo. La Organización Mundial del Turismo indica que “la imagen turística de la marca de un país es un conjunto de representaciones afectivas y racionales que resultan de la confrontación de generatrices en todos los planos: experiencia propia y rumores con motivaciones preexistentes que se asocian espontáneamente al país desde la evocación de aquél” (OMT, 1980).

La imagen es una realidad plural y compleja formada por las actitudes, creencias, opiniones y experiencias que forman la impresión total que un individuo tiene. La imagen no está necesariamente basada en hechos reales y puede estar influida por prejuicios, tópicos y hechos o épocas determinadas (Altés, 1997). Por tanto, la imagen de un destino es distinta para los residentes y para los turistas (Chías, 2005) y la opinión que tengan del destino será claramente diferente.

Para la finalidad de este estudio, las percepciones pueden entenderse como el resultado de la interpretación realizada por la mente de los datos recibidos por los sentidos. En este proceso los datos objetivos y neutros que llegan a los sentidos se convierten en recuerdos subjetivos provocados por elementos propios de la persona y con capacidad de influir en las valoraciones posteriores que realice el individuo. Podemos considerar que las percepciones son el proceso de conversión de los datos que llegan a través de los sentidos en información, bajo la influencia de valores, creencias y procesos mentales de síntesis de los datos, para ser usados en la formación de actitudes.

- **Actitudes.**

El término "actitud" tiene un significado técnico para los investigadores en psicología social y en comportamiento del consumidor. Una actitud muestra una tendencia a evaluar un símbolo, un objeto, una acción, etc., de una forma favorable o positiva o, por el contrario, de una forma desfavorable o negativa. Se caracteriza por su dificultad de medida, flexibilidad y creación de estereotipos. Las actitudes se desarrollan a partir de continuos procesos de socialización y son difíciles de cambiar, una vez están formadas (Fraj y Martínez, 2002).

En los trabajos sobre turismo esta palabra se usa con un significado más cercano al coloquial. Para un psicólogo social lo que es frecuentemente descrito como "actitud" en turismo debería denominarse "opinión" (Williams y Lawson, 2001). Aunque no hay una definición universal de lo que se entiende por el concepto de "actitud" (Williams y Lawson, 2001), si hay conceptos bastante satisfactorios como el de Eagly y Chaiken (1993, p. 1) que definen actitud como una tendencia psicológica que se expresa por la evaluación de una entidad en particular con grados de acuerdo y desacuerdo, entendiendo en sentido amplio el concepto de evaluación.

Las actitudes pueden ser definidas como asociaciones mentales entre objetos y evaluaciones (Fazio, 1990; Olson y Zanna, 1993). Las actitudes son la predisposición a responder de manera favorablemente o desfavorablemente en relación al objeto de la actitud (Ajzen, 1982; Rosenberg y Hovland, 1960; Shaver, 1987). Modelos como es la teoría de la acción razonada (Fishbein y Ajzen, 1975) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1985) usan las actitudes como prerequisite del comportamiento a través de las intenciones de un determinado comportamiento (Lindsay, 2005).

Las actitudes han sido definidas como “un estado mental del individuo hacia un valor” (Allport, 1966), como “una predisposición duradera hacia aspectos particulares del entorno” (McDoughall y Munro, 1987), y como “una predisposición favorable o desfavorable hacia un producto, servicio o destino” (Bigné, Font, y Andreu, 2000). Altés (1997) define actitud como “predisposición a manifestar un comportamiento favorable o desfavorable respecto a algo

concreto”. Ap (1990) usa el término “percepción” en vez de “actitud”, definiendo las percepciones como “el significado atribuido a un elemento”. Gutiérrez y Díaz (2006) consideran que las actitudes son la respuesta aprendida tras el impacto de diverso elementos y corregidas en intensidad y sentido por factores internos y externos al residente.

Lindberg y Johnson (1997) al definir las actitudes ante el turismo señalan que es una tendencia psicológica que se expresa cuando se valora algo específico de forma favorable o desfavorable y que lógicamente está en función de situaciones generadas por el desarrollo turístico. En este contexto, variables como tener un empleo relacionado con el turismo sería fundamental. Sin embargo hay que reconocer que las actitudes van más allá de su relación con variables turísticas concretas y se insertan en pautas más complejas basadas en las teorías del cambio social en sí mismas o en aquellas cuya influencia decisiva ha sido el propio desarrollo turístico (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 45).

Las actitudes son reforzadas por las percepciones y las creencias que se poseen de la realidad, pero se encuentran fuertemente relacionadas con los valores y la personalidad, no cambiando fácilmente de actitud (Getz, 1994). Las actitudes se aprenden por experiencia social o cultural mostrándose de manera consecuente, pueden no tener una base real (Altés, 1997). Diversos investigadores piensan que las actitudes se encuentran estructuradas en tres dimensiones⁷ (Altés, 1997; McDoughall y Munro, 1987): la cognitiva (percepciones y creencias, lo que sabe), la afectiva (lo que gusta y lo que no en base a evaluaciones, la reacción emocional) y la conductual (acciones o intenciones expresas, la manera de reaccionar). La fuerza de las actitudes se suele definir en términos de sus consecuencias: persistencia, resistencia al cambio y en su capacidad para influenciar el procesado de información y las acciones (Krosnick y Petty, 1995).

El componente evaluativo es inherente al concepto de "actitud", pero inexistente en el concepto de "creencia". Se puede poseer una postura favorable o desfavorable, pero las creencias no tienen esta característica (Williams y Lawson, 2001). Las creencias son centrales en muchas conceptualizaciones, pero no en todas como demostró Zajonc (1980). La actitud general hacia un tema es el resultado de agregar creencias acerca del tema y la correspondiente evaluación del mismo (Williams y Lawson, 2001).

Van Harreveld y van der Pligt (2004) consideran que las actitudes se basan en una estructura estable de atributos importantes del individuo. La seguridad que tienen las personas en una actitud aumenta por la repetida expresión de esa actitud llegándose a la situación en que el individuo esta tan seguro de su actitud que considera que no cambiara de idea, además esta repetición aumenta la accesibilidad a esta actitud en la memoria del individuo (Holland,

⁷ Las bases cognitivas y afectivas de las actitudes suelen estar moderadamente correlacionadas positivamente debido a que uno de los dos componentes es derivado o se basa en el otro con lo que usar los dos elementos genera bastante efecto redundante en las evaluaciones (Lavine *et al.*, 1998).

Hasta hace poco, las investigaciones asumían que las actitudes podían representarse como una sola dimensión bipolar (positivo-negativo). Recientemente se ha descubierto que podían existir evaluaciones negativas y positivas debido al binomio cognitivo-afectivo (Sengupta y Johar, 2002). Aunque mayoritariamente se caracterizan por un predominio claro de uno de los dos componentes (negativo o positivo) pueden existir situaciones con fuertes valoraciones positivas a la vez que hay fuertes valoraciones negativas (Lavine *et al.*, 1998; Sengupta y Johar, 2002). En caso de ambivalencia afectivo-cognitiva el individuo opta por uno de los dos enfoques y excluye relativamente el otro, según Lavine *et al.* (1998) predomina el afectivo ya que inspiran mayor confianza y preceden a las valoraciones cognitivas, sustentando los resultados de Edwards (1990) en relación a que las actitudes se encuentran más fuertemente influenciadas por la información presentada primero. La respuesta afectiva suele preceder a la cognitiva en el tiempo y se considera más “propia” que la cognitiva y es recordada con mayor facilidad. Si se observa que los individuos con actitudes ambivalentes son más propensos al cambio en cuanto a la actitud expresada y muestran menor correlación entre la actitud expresada y el comportamiento (Fazio, 1995; Lavine *et al.*, 1998), dando como resultado actitudes mucho más complejas que en el caso de las univalentes (Tetlock, 1986). Además en el caso de las actitudes ambivalentes se reduce la accesibilidad a estas actitudes (Bargh *et al.*, 1992; Bassili, 1998). Este hecho obliga a descomponer las actitudes en partes más pequeñas y analizar la valoración de cada componente dando como resultado valoraciones generales con matices. Por ejemplo Cacioppo, Wendi y Berntson (1997) consideran que si las evaluaciones positivas y negativas son expresadas en dimensiones separadas se puede restablecer la unidimensionalidad de la evaluación de las actitudes recurriendo al estudio de las creencias subyacentes y la interrelación entre ambas dimensiones.

Verplanken, y Van Knippenberg, 2003; van Harreveld *et al.*, 2000; van Harreveld y van der Pligt, 2004), es decir las personas se reafirman en sus actitudes al expresarlas. Los cambios de actitud pueden deberse a la influencia de determinados pensamientos (Robinson *et al.*, 1991).

Las verdaderas actitudes de la gente son más accesibles después de que expresen una actitud que saben que es falsa (Maio y Olson, 1998). La expresión de actitudes que se saben falsas es habitual en la vida diaria y ha sido examinado en numerosas ocasiones (DePaulo, Stone, y Lassiter, 1985; Olsen, 1988; Olson y Ross, 1988; Zuckerman y Driver, 1985), siendo diversas presiones externas (normas sociales, lo "políticamente correcto", etc.) lo que induce a mentir sobre las actitudes de la persona. No se produce un cambio de las actitudes pero consideran que al mentir evitan fricciones sociales innecesarias. La ventaja es que es más fácil descubrir la verdadera actitud de la persona que previamente muestra una falsa actitud que en el caso de no expresar una actitud previa (Maio y Olsen, 1995, 1998). Digamos que la mentira inicial permite bajar la guardia de la persona y descubrir mejor su verdadera actitud, normalmente opuesta a lo "políticamente correcto".

Algunos estudios se centran en la determinación de medidas de las actitudes implícitas con la finalidad de predecir el comportamiento de una forma mejor que con las actitudes explícitas al evitar procesos de control existentes en las actitudes explícitas (Fazio y Olson, 2003; Lambert, Payne, Ramsey, y Shaffer, 2005; Schuman y Johnson, 1976).

Las actitudes pueden encontrarse referenciadas a temas específicos o generales según el tipo de caso al que se aplique. En general, las actitudes hacia conceptos relativamente generales afectan las actitudes hacia elementos más específicos. Algunos autores (Eagly y Chaiken, 1993) no hacen distinciones entre actitudes referidas a elementos con distintos grados de generalidad, aunque otros autores si hacen una diferencia y se refieren a los más generales y abstractos como "valores" (Williams y Lawson, 2001). Diversos autores (Dietz, Stern, y Guagnano, 1998; Stern y Dietz, 1994; Stern *et al.*, 1995; Stern, Dietz, y Guagnano, 1995) proponen un proceso secuencial para definir el proceso que lleva hasta el comportamiento: (1) variables sociales, (2) valores, (3) creencias generales, (4) creencias específicas, (5) actitudes específicas, (6) intenciones y (7) comportamientos.

Para el objetivo de este trabajo, se podría definir actitud como el proceso psicológico, que se expresa a través de unas acciones individuales o colectivas, por el que un individuo evalúa un elemento particular con un determinado grado de acuerdo o desacuerdo a partir de unas percepciones, y siempre bajo la influencia de valores individuales y/o sociales. El interés en el estudio de las actitudes se debe a su capacidad de predicción del comportamiento y de las intenciones de los individuos (Sengupta y Johar, 2002), pero la relación no es totalmente determinista (Getz, 1994).

- **Valores.**

Kluckhohn (1951) define "valor" como "una concepción explícita o implícita, distintiva de un individuo o característica de un grupo, del deseo que influye en la selección de los modos, medios y fines disponibles de acción". En tiempos más recientes, Robbins (1999) dice que los valores "representan convicciones básicas de que un modo específico de conducta o una finalidad de existencia es personal o socialmente preferible a un modo de conducta opuesto o a una finalidad de existencia converso". Su influencia en el comportamiento de los individuos es debida a que se utilizan para decidir entre diversas alternativas cuando tenemos que llevar a cabo una acción (Fraj y Martínez, 2002).

En los estudios turísticos, algunos autores, consideran que los valores son actitudes referentes a elementos o conceptos muy generales (Williams y Lawson, 2001). En general, cuando hablamos de valores nos referimos a unos determinados grados de acuerdo o desacuerdo referentes a materias abstractas y generales que se han determinado por el aprendizaje y las experiencias pasadas del individuo. Las valoraciones de diversos aspectos realizadas por los residentes en el trabajo de Williams y Lawson (2001) son similares al concepto de "valor" definido por los

psicólogos sociales (Kahle y Timmer, 1983; Rokeach, 1968; Schwartz, 1992). Los "valores" son un concepto más inmutable y general que las actitudes (Williams y Lawson, 2001).

Rokeach (1968, p. 160) define los valores como creencias arraigadas en la persona que marcan un modo específico de conducta o de existencia que es preferible a las alternativas existentes. Esta definición es la causa de que muchos autores no diferencien entre actitudes y valores, ya que incluye de forma explícita el componente de creencia y la palabra "preferible" introduce el componente de evaluación. Por tanto los valores pueden ser vistos como actitudes hacia elementos extremadamente abstractos y por tanto la distinción entre ambos conceptos es más semántica que substantiva. Pese a todo, los valores son importantes en la investigación de las actitudes precisamente porque se refieren a elementos abstractos que lo abarcan todo y por tanto influyen un amplio espectro de otras actitudes. En las áreas de psicología social y comportamiento del consumidor los valores se consideran antecedentes de las actitudes y las opiniones en el sentido de que lo abstracto influye en lo más concreto en una estructura jerárquica (Williams y Lawson, 2001). Parece que los principios de orden superior (valores) tienen una influencia mayor en las actitudes que las variables sociodemográficas (Williams y Lawson, 2001). Es decir que las variables sociodemográficas no influyen directamente en las opiniones de los individuos hacia el turismo, sino que unas determinadas variables sociodemográficas se asocian con distintas estructuras de valores y estos son los que influyen en las percepciones, opiniones y actitudes de los individuos.

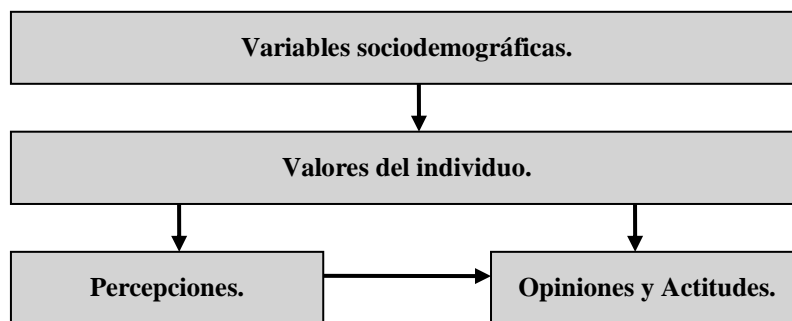


Figura 2: Relación entre variables sociodemográficas, valores y opiniones.

Fuente: elaboración propia.

Al aceptar la definición de valor como la creencia consistente de que un modo de conducta concreto o un estado de existencia es personal o socialmente preferido al opuesto, Lindberg y Johnson (1997) señalan un conjunto de valores que condicionan las actitudes hacia el turismo:

- Ganancia económica neta. El turismo puede generar grandes beneficios en términos de renta y empleo entre otros, como también costes significativos como es el caso de la inflación. Las personas conforman sus actitudes hacia el turismo en función de los beneficios y costes percibidos.
- Perturbación mínima de la vida diaria. Con frecuencia se vincula el turismo a fenómenos que afectan negativamente a la vida diaria. Aquí hay que referirse lógicamente a fenómenos como la congestión del tráfico o la inseguridad ciudadana.
- Instalaciones y centros de esparcimiento adecuados. El turismo aumenta tanto este tipo de oferta como su demanda, la cual proviene también de los propios residentes.
- Entorno estéticamente agradable. El turismo puede contribuir a mejorar la estética del entorno. También la percepción puede ser negativa cuando los elementos incorporados al entorno son inapropiados al lugar donde se asientan o por el hecho de propiciar problemas de descuido o vandalismo.

- Interacción satisfactoria con los no residentes. En este contexto los residentes pueden considerar que la presencia de no residentes proporciona relaciones que, aunque breves, pueden dar lugar a nuevas ideas, relaciones o incluso amistades.
- Interacción satisfactoria con los residentes. El turismo puede también afectar a las relaciones entre los residentes. En este contexto no es despreciable el hecho de que los residentes nacidos en la comunidad, o los que aún no nacidos hace tiempo que viven en ella, valoran una serie de relaciones sociales y culturales que se han ido deteriorando, desde su punto de vista, a lo largo del tiempo.
- Afirmación de la cultura y de la propia comunidad. Cuando los turistas desean conocer la comunidad de destino y su cultura puede conducir a un proceso positivo de autoafirmación y de orgullo de pertenecer a una cultura diferenciada. No obstante, el lado contrario de la moneda puede producirse, por ejemplo, cuando el desarrollo turístico destruye puestos de trabajo y actividad en los sectores industriales tradicionales.
- Influencia en las decisiones de la comunidad. El análisis de los procedimientos judiciales y la participación ciudadana señalan que la percepción sobre la influencia en los procesos de toma de decisiones influyen en la satisfacción como los resultados de dichos procesos.

Cabe mencionar que estos valores no son todos los existentes. Además, estamos ante unos valores terminales o estados finales, lo que no excluye la existencia y la importancia de valores instrumentales o modos de conducta en la relación entre turistas y residentes. Los valores, en general, no se ciñen al análisis de los impactos económicos del turismo en términos absolutos, sino también en como benefician o perjudican a otros miembros de la comunidad, lo que convertiría a los valores en relativos. Incluso esta relatividad podría referirse a la comparación con actividades alternativas al turismo que se dan o pueden dar en la comunidad de destino (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, pp. 47-48).

El autor considera que la enumeración mencionada por Lindberg y Johnson (1997), y por Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) encaja más con una enumeración de impactos. En todo caso se podría considerar valores las opiniones generales de los residentes hacia estos aspectos.

1.1. Capacidades de carga.

Cabe mencionar un elemento que muchas veces no se trata lo suficiente al referirse al turismo y es la existencia de unos determinados límites a la actividad turística, por encima de los cuales se provocan importantes deterioros que afectan a turistas y residentes. Estos límites se conocen como capacidades de carga o capacidad de acogida. Convertir la capacidad de carga de un destino turístico en algo operativo es complejo. Entre otras cosas porque no existe una sólo capacidad de carga, sino varias (física, medioambiental, psicológica, etc.), y cada capacidad de carga es diferente y exige un tratamiento diferente (Cooper y Jackson, 1989). Además, el concepto de capacidad de carga es problemático por implicar percepciones subjetivas (Vall, 1982; Wilkinson, 1990). Las capacidades de carga son (Goldsmith, 1974):

- *La capacidad de carga física.* Cuando hablamos de capacidad de carga física nos estamos refiriendo a la cantidad de turistas y población en general a la que puede suministrarse los recursos físicos necesarios (agua, infraestructuras, energía, equipamientos, plazas de alojamiento, etc.) para el correcto funcionamiento del conjunto de la población. Se trata de factores limitativos físicos cuya superación cuantitativa provoca fuertes restricciones y un grave empeoramiento en el día a día de las personas afectadas. Dentro de las capacidades de carga físicas, se encuentra muy estudiada la capacidad de carga de las playas (Breton, Clapés, Marquès, y Priestley, 1996; De Ruick, Soares, y McLachlan, 1997; Dwight, Brinks, SharavanaKumar, y Semenza, 2007; Pereira da Silva, 2002; Sardá *et al.*, 2009). En el caso de los residentes se produce un empeoramiento del nivel de vida, en los aspectos materiales, y en el caso de los turistas el retraimiento de la demanda causado por las incomodidades sufridas en el destino. En las primeras fases de desarrollo, las limitaciones

en infraestructuras son uno de los principales impedimentos a la llegada de turistas (falta de hoteles y restaurantes, y precariedad de las infraestructuras de transporte). En las últimas fases, la principal limitación física es el colapso de las infraestructuras existentes y los problemas de escasez de recursos naturales (agua, energía, etc.).

- *La capacidad de carga económica.* En este caso nos referimos a las limitaciones financieras que existen para el desarrollo del turismo en una región. Las limitaciones físicas se pueden atenuar, en muchos casos, con la creación o mejora de infraestructuras, pero en este caso entra en juego la financiación disponible. En la isla de Ibiza hubo fuertes limitaciones financieras para la realización de infraestructuras y para la creación de oferta turística en los años del boom turístico. Muchos hoteles se financiaron con dinero de los turoperadores, provocando una dependencia de los mayoristas turísticos que no ha empezado a aminorarse hasta fechas recientes. Esta situación ha provocado que, a pesar de que gran parte de la oferta turística es de propiedad local, el control ejercido por los mayoristas es mayor del que hubiera sido en el caso de poseer fuentes de financiación propias, y todo ello ha conllevado parte de las peculiaridades propias del turismo de la isla. Con posterioridad a estas fechas se ha producido un creciente aumento de la capacidad financiera de los empresarios insulares y de las inversiones de las administraciones públicas.
- *La capacidad de carga psicológica.* Esta capacidad de carga podría dividirse en dos conceptos: capacidad de carga perceptual y capacidad de carga paisajística. Cuando hablamos de capacidad de carga perceptual nos referimos a la cantidad de visitantes que los residentes, bajo las condiciones particulares en que se desarrolla el turismo en el destino están dispuestos a recibir de buen grado. Es por tanto el número máximo de turistas que los naturales del lugar desean tolerar. Por encima de este límite el conflicto entre turistas y residentes deja de ser una posibilidad para pasar a ser una realidad empeorando la relación entre ambos colectivos de forma ostensible. Con la superación de esta capacidad de carga se consigue que la hospitalidad de los residentes se convierta en hostilidad hacia los turistas, y no sólo afecta la percepción que tienen los residentes, también la percepción de los turistas cambia al sentirse rechazados y menospreciados. Cuando hablamos de capacidad de carga paisajística nos referimos a la cantidad de personas que puede admitir el entorno antes de que aparezcan problemas para absorber el uso recreativo y se produzca un deterioro estético que resulte inasumible a los habitantes de la región y a los visitantes⁸. La percepción que poseen los residentes y los turistas de una misma realidad no tiene porque ser la misma (Dowling, 1993; Downing y Clark, 1976; Hammitt, Bixler, y Noe, 1996; Holdnak, Ellen, Drogin, Graefe, y Falk, 1993; Lucas, 1979; Martin, McCool, y Lucas, 1989; Marion y Lime, 1986; Merriam y Smith, 1974). El efecto de este hecho es que nos podemos encontrar con que un grupo considera que la situación es negativa mientras que el otro considera la situación positiva.
- *La capacidad de carga ecológica o medioambiental.* Cuando hablamos de capacidad de carga ecológica nos referimos a la capacidad de regeneración del medio ambiente ante la acción de los visitantes (pisoteo de la vegetación, compactación del suelo, molestias a los animales, etc.). Cuando se supera el nivel máximo de esta capacidad de carga se produce un deterioro del medio ambiente paulatino y constante.

Las capacidades de carga tienen relación con el ciclo de vida del destino turístico (Martin y Uysal, 1990). En las primeras fases, de carácter exploratorio, las capacidades de carga física y económica son el principal límite al desarrollo, mientras que en las fases de madurez y declive toman gran importancia las capacidades de carga ecológica y psicológica.

En el destino turístico no existe una sola capacidad de carga que permita determinar un límite claro y nítido, sino un conjunto de capacidades de carga de diversos tipos que determinan

⁸ En este caso nos referimos al aspecto y disfrute del entorno y no al equilibrio ecológico, al cual se refiere la siguiente capacidad de carga.

diferentes límites y que además pueden variar en el espacio y el tiempo. Además las capacidades de carga son más un elemento perceptual de los individuos que un valor objetivo en muchos casos (Hovinen, 1981).

Al analizar las actitudes de los residentes nos centramos en la capacidad de carga perceptual o psicológica, aunque de forma indirecta también se tienen en cuenta las capacidades de carga física, paisajística y ecológica del destino turístico. Por tanto es el aguanate psicológico de los habitantes de la región, y qué lo determina, el motivo de interés del trabajo.

2. Visión General.

Antes de analizar los factores que determinan las actitudes de los residentes en el caso concreto del sector turístico, se puede realizar una simplificación de lo que implica para los residentes con el fin de buscar otros casos, fuera del sector, en que se dan situaciones similares y ver brevemente que sucede con las actitudes de los residentes.

Cuando observamos un destino turístico hay dos elementos que destacan; el primero es la gran cantidad de instalaciones con la finalidad de atender a los turistas, y el segundo es la enorme cantidad de personas foráneas llegadas al lugar. Dentro de las instalaciones son comentados ejemplos que permiten ver la importancia de las actitudes de los residentes en sectores distintos del turismo, entre ellos las bases militares, la industria y la energía nuclear. Al observar el elemento "personas" se comenta el choque de culturas y la xenofobia, que pueden convertirse en problemas de enorme gravedad si no se actúa correctamente.

2.1. Instalaciones.

Cuando, en este punto, nos referimos a instalaciones estamos hablando de todas las construcciones u obras de un determinado lugar que se han realizado para atender a los turistas. Es decir los hoteles, restaurantes, comercios, instalaciones deportivas, mejoras en playas, depuradoras, desaladoras, carreteras, puertos, aeropuertos, puertos deportivos, transportes públicos, alquileres de coches, casinos, etc. Por tanto nos referimos al soporte material especialmente creado para atender la demanda turística. Es habitual que las instalaciones se encuentren concentradas en puntos concretos formando aglomeraciones donde casi no existe otro uso que no sea el turístico. Ejemplos de ello son las playas con gran atractivo turístico y las estaciones de esquí. En las aglomeraciones turísticas no suele haber otro uso urbanístico que no sea el turístico a excepción de un uso residencial residual y en muchos casos formado por los anteriores habitantes de la localidad que no han emigrado. Estas zonas por su uso intensivo en un sector de producción recuerdan a los polígonos industriales, con lo cual en cierto modo podrían llamarse "polígonos turísticos"⁹. Las actitudes de los residentes hacia el turismo se pueden comparar con otros casos en que un sector tiene un peso importante en una zona. Ejemplos comparables son: las bases militares, las zonas industriales y las centrales nucleares, y los parques naturales.

En el caso de las bases militares vemos varios ejemplos de enfoques de las bases que dan algunas ideas de por dónde pueden ir las cosas en el caso del turismo:

- El primer ejemplo lo encontramos en Puerto Rico. En algunas de las pequeñas islas que rodean la isla principal fueron instaladas hace algunas décadas bases militares norteamericanas. Estas islas son muy pequeñas y tradicionalmente eran habitadas por una pequeña población nativa de pescadores. Con el inicio de la Guerra Fría los Estados Unidos iniciaron la instalación de bases militares por todo el mundo y varias de estas islas fueron

⁹ Un "polígono turístico" podría definirse como una superficie dedicada en exclusiva o casi en exclusiva al uso turístico y en la cual se encuentran establecimientos de alojamiento, restaurantes, bares, discotecas, comercios y otros establecimientos e infraestructuras destinados a satisfacer la demanda de los turistas y no de los residentes.

elegidas como base. Estas bases son de una enorme extensión y fueron construidas sin tener en cuenta a los habitantes de las islas, simplemente se procedió a expropiar los terrenos necesarios para su construcción y concentrar a los habitantes en los terrenos restantes. Con el tiempo y el continuo hermetismo de las bases la actitud de los residentes de estas islas ha ido empeorando hasta el punto de que las protestas y manifestaciones contra las bases americanas se han convertido en habituales.

- Otro ejemplo similar al anterior es la base militar de Mururoa, en la Polinesia Francesa. Esta base es un atolón coralino que se convirtió, íntegramente, junto a las aguas que lo circundan en una base naval de la marina francesa y además ha sido durante años el lugar de realización de las pruebas atómicas francesas. El enfado de los habitantes de la Polinesia Francesa no ha llegado a los extremos de Puerto Rico debido a que es un territorio muy extenso y muchas de las islas se encuentran deshabitadas, pero, aún así, la actitud abierta y amable de los habitantes de toda Polinesia se vuelve cerrada y esquiva cuando se les pregunta por Mururoa. La base del atolón Mururoa no ha despertado muchas simpatías entre los habitantes locales debido al secretismo y hermetismo seguido por los franceses.
- Un ejemplo opuesto a los dos anteriores es el caso de las fuerzas armadas suecas. Suecia ha seguido durante mucho tiempo una política de neutralidad y este hecho provoca un mayor esfuerzo militar para asegurar la soberanía nacional. Este mayor esfuerzo militar se traduce en la necesidad de ser autosuficiente militarmente. En los años cincuenta y sesenta el desarrollo armamentístico de los países involucrados en la Guerra Fría hizo vulnerable a las fuerzas armadas suecas. Ante la nueva amenaza que vivía el país se decidió trasladar las bases militares, los arsenales e incluso las industrias militares nacionales a instalaciones subterráneas. Actualmente, la práctica totalidad de los recursos militares del país se encuentran en bases subterráneas. Pero quizá el elemento más importante de la defensa militar sueca se encuentre en la participación de la ciudadanía sueca. Las bases subterráneas suelen implicar la expulsión de la población local, pero en Suecia no se procedió de esta forma sino que se buscó la colaboración de los residentes y no se produjeron expropiaciones. El resultado es que las bases suecas se extienden por debajo de bosques de acceso público, granjas, casas y pueblos, y los habitantes locales se han convertido en la primera línea de seguridad. Los trabajadores de las bases se han convertido en residentes, integrándose con los habitantes naturales del lugar, y los habitantes que no trabajan en la base colaboran en su seguridad y tienen libertad de movimiento por las zonas más externas de la instalación.
- Por último se puede comentar un ejemplo menos extremo y más cercano, el caso español. En España, como en la mayoría de países de su entorno se ha seguido una política de hermetismo mientras las fuerzas armadas se han basado en el reclutamiento forzoso, pero con el final del servicio militar obligatorio las fuerzas armadas española, al igual que los otros países, han emprendido iniciativas encaminadas a mejorar la actitud de los ciudadanos (visitas a los buques de la Armada, exhibiciones aéreas, días de puertas abiertas en las bases, etc.).

Al repasar todos estos ejemplos vemos que las actitudes de los habitantes con bases militares cerca dependen de los beneficios que les aporte y de la implicación de los residentes en las actividades de la base. Por tanto si al construir la base se causa un perjuicio para los residentes (expropiaciones, zonas de acceso prohibido, etc.), no se generan beneficios económicos o sociales para los vecinos y se mantiene un enorme hermetismo, la actitud de los habitantes locales será negativa. Pero si por contra se evitan perjuicios para los habitantes, se generan actividades económicas relacionadas con la base y se hace partícipes a los vecinos de las actividades de la base la actitud de los residentes en la zona será muy positiva.

En el caso de las industrias y las centrales nucleares nos encontramos ante casos similares a la situación del sector turístico. Las diferencias se encuentran básicamente en las externalidades negativas que se producen en cada caso. En el sector industrial la contaminación ambiental es debida a los procesos físicos y químicos que se desarrollan en las instalaciones, y las molestias a los vecinos suelen estar provocadas por la contaminación ambiental y por la contaminación

visual y acústica provocada por las edificaciones y la maquinaria. En el sector turístico la contaminación ambiental es debida al sobreconsumo de recursos que implica la enorme cantidad de personas en la zona, y las molestias que sufren los residentes son debidas a los problemas que causa el hacinamiento que se suele vivir en muchos destinos turísticos.

Quizá el caso más extremo dentro del sector industrial sean las centrales nucleares. Ante el temor que provoca la energía nuclear y las voces en contra de muchos grupos ecologistas las empresas que gestionan centrales nucleares dedican atención a los habitantes de las poblaciones limítrofes a la central. Estas poblaciones reciben una compensación económica por la presencia de la central, preparación y equipamientos para hacer frente a un accidente e inversiones en equipamientos e infraestructuras. Con este tipo de acciones las empresas dedicadas a la energía nuclear han conseguido que se dé la paradoja de que no sea entre los residentes que viven más cerca de las centrales donde se encuentran las actitudes más desfavorables.

En el caso de la industria se puede afirmar, igual que para el caso de las bases militares, que los elementos necesarios para asegurar una actitud favorable de los vecinos son la generación de beneficios que compensen los costes provocados y la implicación de la sociedad en la actividad industrial. Otra área donde se dan situaciones parecidas a los ejemplos mencionados hasta ahora es en los espacios naturales protegidos. Aunque parezca el caso contrario a la industria, las bases militares o el turismo, cuando se analizan las actitudes de los residentes se observan los mismos elementos. Varios ejemplos de ello son:

- Las zonas naturales de gestión pública. Cuando los bosques son propiedades privadas de los residentes y se permite la selvicultura el bosque tiene un valor económico para los habitantes de la zona, provocando que haya un gran interés en su conservación creándose grupos de vigilancia contraincendios y brigadas de extinción, a iniciativa de los vecinos. En este tipo de bosques suelen realizarse, además, múltiples tareas con la finalidad de reducir el riesgo de incendios como es la realización de cortafuegos y la reducción de masa forestal. En cambio en los bosques y zonas gestionadas por administraciones públicas, las presiones de los grupos ecologistas y las deficiencias presupuestarias impiden la realización de las mencionadas tareas de limpieza y apertura de caminos y cortafuegos, con lo cual los incendios producidos en estos espacios naturales son más grandes y difíciles de controlar que en los espacios gestionados por los vecinos. Otro problema de los espacios de gestión pública es que, al no tener ningún poder de decisión, los vecinos viven de espaldas a las zonas naturales y no les preocupa lo que le pase al espacio protegido e incluso les resulta molesta su existencia.
- Un ejemplo clásico son los parques nacionales de los países africanos. En África hay diferentes tipos de gestión de los parques nacionales según el país en el que se encuentren. En los países más proteccionistas los habitantes del perímetro del parque se encuentran indefensos ante las irrupciones de los animales del parque, provocándoles daños en cosechas y poblados, y no obtienen ningún tipo de beneficio de la actividad del parque. Ante semejante situación y la pobreza que habitualmente padecen las personas de estos poblados es normal que muchos de los habitantes se ganen la vida como cazadores furtivos. La mayoría de países africanos no tienen suficientes recursos económicos para vigilar unas extensiones tan grandes de una forma eficaz, con lo cual pierden muchos ejemplares a manos de los furtivos. Otros países sin una actitud tan extrema han optado por la colaboración con los pobladores de la periferia del parque y por la creación de un perímetro de seguridad. Los residentes obtienen una parte de los beneficios generados por el turismo que visita el parque, tienen la posibilidad de extraer algunos recursos naturales y de usar como pasto para su ganado el perímetro de seguridad del parque bajo ciertas restricciones cuantitativas. Además el perímetro del parque permite detectar los animales que puedan causar daños en la agricultura antes de que causen problemas y devolverlos al parque. Los únicos parques que han conseguido prosperar sin necesitar una colaboración tan estrecha de los habitantes del lugar son parques de pequeña extensión que generan unos recursos excepcionalmente elevados que permiten cercar todo el perímetro del parque y mantener una estricta vigilancia para evitar que entren los furtivos y que salgan los animales.

En el caso de los recursos naturales se repiten como elementos de importancia para la relación con los residentes del lugar la generación de beneficios económicos para los residentes y la implicación de los residentes en la actividad del espacio protegido. En el caso de los espacios protegidos toma especial relevancia la participación de los habitantes locales en la gestión, control y toma de decisiones referentes al espacio protegido. En algunos parques de África, donde se permiten cuotas de caza de animales del parque, son los residentes del perímetro del parque quienes deciden las cuotas de caza autorizadas.

En todos los casos comentados los elementos principales que afectan a la actitud de los residentes son los beneficios generados y percibidos por los residentes y el nivel de implicación de los residentes en la actividad. La gestión local de la actividad también es un elemento importante en la actitud adoptada por los residentes. De todos estos casos se desprende que es de gran importancia para evitar problemas entre la actividad y los residentes reducir los efectos negativos sobre los residentes, es decir las molestias generadas, aumentar los beneficios obtenidos, principalmente beneficios económicos, e implicar a los residentes en la toma de decisiones y el funcionamiento del día a día de la actividad.

2.2. Personas.

En todos los casos comentados en relación a las instalaciones se produce una llegada de personas de fuera de la región. Estas personas se convierten, en general, en nuevos residentes y suelen residir de forma indefinida. Aunque la llegada de foráneos puede causar, en estos casos, problemas de integración, suelen ser migraciones internas del país y resulta poco complejo integrar a estos nuevos residentes con la población nativa.

En el caso de los destinos turísticos la convivencia es más compleja debido a la disparidad de situaciones personales. Además de los naturales del lugar y los residentes llegados en migraciones internas, hay personas que residen durante unos meses o unos pocos años. Estas residencias temporales son personas procedentes de otras regiones del país o del extranjero que se han desplazado a la región en busca de oportunidades económicas o de descanso, y su integración en la comunidad local es mínima o nula. Dentro de este grupo migratorio se encuentran trabajadores que vienen o son enviados por sus empresas para trabajar en el destino turístico durante un plazo finito, grupos marginales que se convierten en la principal causa de la criminalidad local y que crean malestar entre los habitantes locales y los turistas, y personas nacionales o extranjeras que buscan vivir durante un periodo largo lo que como turistas sólo viven durante unos días o unas semanas.

Finalmente hay el grupo formado por los propios turistas y que podríamos llamar "residentes de breve estancia". Los turistas pueden tener interés en conocer la cultura y modo de vida local pero en muchos casos lo que buscan es sólo una o varias ventajas concretas: normativa permisivas con el juego, la bebida, los horarios de los establecimientos y las conductas sociales; precios baratos respecto a su país de origen; clima cálido; la discreción de la población; etc. Los fenómenos de integración del turismo en las sociedades receptoras han generado tanta preocupación como cuando se producen movimientos migratorios hacia dicho lugar (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 39).

La coexistencia de tantos tipos de residencia en una zona puede provocar diversos problemas. La gravedad de estos problemas depende de la cantidad y velocidad de las llegadas y de las medidas adoptadas para asimilar la nueva situación por parte de las personas implicadas. Si se producen llegadas masivas es fácil que se produzcan problemas entre los residentes y los recién llegados al verse desbordados por los acontecimientos, surgiendo enfrentamientos debidos a las diferencias culturales y sociales y al malestar existente por la situación creada. Cuando no se consigue que la sociedad local asimile los recién llegados y que las personas recién llegadas tengan respeto e interés por las peculiaridades locales se crea un sentimiento de invasión que desencadena odio mutuo. En esta situación nos encontramos con dos problemas sociales:

- Choque de culturas. Por choque de culturas nos referimos a la problemática generada por la coexistencia de grupos con diferencias culturales importantes. Cuando las diferencias son tales que las acciones de un grupo resultan molestas para otro u otros grupos, y los diferentes grupos no quieren ceder, se genera una situación de enfrentamiento. Esta situación se produce, por ejemplo, entre cristianos y musulmanes ya que sus costumbres vienen marcadas por los preceptos de cada una de las dos religiones. Este choque también se produce cuando en una sociedad tradicional y cerrada se produce un rápido desarrollo del turismo y llega gran cantidad de turistas de sociedades más modernas y muy distintas en cuanto a costumbres.
- Xenofobia. El término xenofobia se ha puesto de moda en los últimos años, casi como sinónimo de racismo, al extenderse una filosofía de puertas abiertas y tolerancia total con las personas foráneas. La palabra xenofobia debe entenderse como miedo a la llegada de elementos externos al grupo en que se desenvuelve el individuo y se trata de una reacción psicológica de los individuos ante cambios importantes en su entorno inmediato. Esta reacción psicológica no depende de una ideología política o una enseñanza sino de un miedo a lo desconocido y al cambio que todos los individuos poseen.

Ante ambas amenazas es necesario tomar medidas preventivas que podríamos resumir en: evitar que la cantidad de inmigrantes, o turistas, supere la cantidad que la sociedad puede admitir sin problemas, y que las personas foráneas realicen durante su estancia el mayor esfuerzo posible por respetar y conocer la sociedad anfitriona. Estas dos medidas son totalmente aplicables a los turistas ya que cuando se supera la cantidad de turistas asumible o el turista tiene una actitud de ignorancia o desprecio las actitudes de los residentes, y consecuentemente el servicio prestado a los turistas, empeoran drásticamente.

3. Teoría del Intercambio Social.

El residente predetermina una respuesta en su interacción con el visitante en la medida que perciba obtención de beneficios o costes. En respuesta a esta realidad, los investigadores en turismo han presentado orientaciones teóricas que provienen de las ciencias sociales, como la sociología y psicología (Harrill, 2004) para fundamentar los modelos propuestos. Entre estos enfoques destacan (Gutiérrez y Díaz, 2006) la vinculación o apego a la comunidad (*Community attachment*) y el intercambio social (*Social Exchange*):

- En el primer caso se hace referencia al patrón social de conducta definido por la participación e integración en la comunidad, así como los sentimientos de afecto a la comunidad, y es la respuesta solidaria a la participación en la red social de la comunidad. En este sentido los niveles de apego determinan, a priori, impactos y factores que afectan a la actitud del residente (Gutiérrez y Díaz, 2006).
- En el segundo enfoque, de manera complementaria al anterior, tal y como ya expresaron Jurowski, Uysal y Williams (1997), la comunidad participará, de manera activa y positiva, en un intercambio con el turista si considera que los beneficios superan a los costes. El residente participará del desarrollo turístico siempre y cuando perciba un balance positivo de su relación con el turista o la actividad turística (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993). Beneficios y costes que emanan de las dimensiones económica, sociocultural y medioambiental, que estarán condicionados por los factores internos y externos al residente (Gutiérrez y Díaz, 2006). Debido a la heterogeneidad existente en la comunidad existirán grupos que apoyarán el turismo cuando observen un intercambio beneficioso para su bienestar, mientras que otros, que se sienten perjudicados, se oponen al desarrollo turístico. Surge la necesidad de conocer la amalgama de factores condicionantes de sobre o infravaloración positiva o negativa, de los diversos impactos considerados en la literatura (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

La gran mayoría de los estudios actitudinales (Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005; Ap, 1990, 1992; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Kayat, 2002; Madrigal, 1993; Perdue, Long, y

Allen, 1990) se han centrado en la Teoría del Intercambio Social (*Social Exchange Theory*) midiendo el apoyo turístico en diferentes circunstancias, momentos y productos. Esta corriente teórica trata de entender el intercambio en una situación donde se producen una serie de recompensas y costes entre los agentes participantes (Ap, 1992; Madrigal, 1993). Los residentes deben percibir de la actividad turística mayores beneficios que costes (Gutiérrez y Díaz, 2006).

La Teoría del Intercambio Social, es la más aceptada como apropiada para entender las percepciones y actitudes, plantea un modelo teórico que permite explicar la relación entre los beneficios individuales y las percepciones del desarrollo económico (Ap, 1990, 1992; Madrigal, 1995; Perdue, Long, y Allen, 1990; Yoon, Chen, y Gursoy, 1999). Cuando se aplica a las actitudes de los residentes, la Teoría del Intercambio Social nos dice que los residentes buscan obtener unos beneficios a cambio de los recursos necesarios para el desarrollo turístico (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). En este intercambio los residentes ofrecen, además, el apoyo hacia el desarrollo turístico, la hospitalidad y la tolerancia hacia inconvenientes creados por el turismo como son la contaminación, la congestión viaria y la masificación en los servicios. La mejor forma de aminorar estas contrapartidas es consiguiendo la participación e implicación de la comunidad local en el sector turístico. En la realidad los miembros de la comunidad local son, generalmente, excluidos de la decisión, planificación y gestión de los proyectos turísticos. Esta exclusión es muy común en los países en vías de desarrollo, en donde el desarrollo es dirigido desde las capas altas de la sociedad, pero esta falta de participación de la población es aún mayor cuando los proyectos turísticos son iniciados o implementados por agentes externos al país (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).

La teoría ha sido usada para examinar la diversidad en actitudes en relación al grado de desarrollo turístico (Long, Perdue, y Allen, 1990), implicación personal en la industria (Smith y Krannich, 1998; Williams y Lawson, 2001), el volumen de turistas (Madrigal, 1995), el tiempo de residencia en la región y si es nativo o no (Sheldon y Var, 1984), grado de conocimiento del turismo y la economía local (Lankford, 1994), el nivel de contacto con los turistas (Akis, Peristianis, y Warner, 1996), los impactos percibidos en las oportunidades de ocio locales (Lankford, 1994), la fase del ciclo de vida del destino (Sheldon y Abenoja, 2001), si es un país en vías de desarrollo (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), el tipo de turistas (Carlsen, 1999; Ryan y Montgomery, 1994), y en relación a grandes eventos (Wall, 1990).

Pearce, Moscardo y Ross (1996) critican la teoría del intercambio social porque considera a las personas como “procesadores sistemáticos de información” y no tiene en cuenta que el conocimiento que poseen muchos individuos se encuentra derivado del contexto social e histórico. Estos autores proponen como alternativa la teoría de la Representación Social. Según la cual las personas usan las representaciones como forma de entender su entorno y convierten lo desconocido en familiar gracias a los conocimientos anteriores que poseen. Tienden a ajustar la realidad a las preconcepciones que poseen. Las fuentes de estas representaciones son la experiencia directa del individuo, la interacción social (familia, amigos, colegas, etc.) y los medios de comunicación. Cuando la experiencia propia es limitada se recurre al entorno en busca de las representaciones.

CAPÍTULO 2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS ACTITUDES

El turismo depende en gran medida de la buena voluntad de los residentes y el apoyo de la población local es esencial para el correcto desarrollo del sector turístico (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, 1994). Además se encuentra ampliamente reconocido que los planificadores y emprendedores del sector turístico deben tener en cuenta los puntos de vista de la comunidad residente si se quiere que el sector sea sostenible en el largo plazo (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Ap y Crompton, 1998; Belisle y Hoy, 1980; Doxey, 1975; Maddox, 1985; Murphy, 1983a). Hay muchas razones por las que la reacción de los residentes es importante (Williams y Lawson, 2001) y la investigación de las causas de sus actitudes hacia el turismo son una gran ayuda para los gestores turísticos. Si se conoce el porqué del apoyo u oposición de los residentes, es posible adecuar el desarrollo de forma que se minimicen los impactos negativos y se maximice el apoyo al desarrollo turístico (Williams y Lawson, 2001). Cuando una comunidad se convierte en un destino turístico, la calidad de vida de los residentes resulta afectada por este desarrollo. El desarrollo turístico incluye un aumento de la población, un mayor uso de las infraestructuras y todo un conjunto de cambios en diversas variables socioeconómicas (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Los impactos¹⁰ del turismo en la calidad de vida de los residentes debe permitir un aumento o al menos un mantenimiento de la misma (Williams y Lawson, 2001). El autor considera que en una situación en la que se mantenga el nivel de vida de la población residente los incentivos serían demasiado escasos como para obtener apoyos favorables por parte de los residentes.

Contar con el apoyo de la población resulta fundamental ya que la amabilidad de los residentes es un elemento básico del producto turístico. El enfado, la apatía y la desconfianza de los residentes terminan por afectar a los turistas, los cuales pierden el interés por visitar los lugares donde no se sienten bienvenidos (Fridgen, 1991). Una de las motivaciones del turismo es de tipo psicosocial (escapar de la rutina y del entorno habitual) que suele implicar un aumento del contacto con los individuos del entorno durante la estancia en el destino turístico (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999), y si el trato que recibe de estas personas es hospitalario obtendrá una experiencia agradable, ya que en caso contrario se sentiría mejor si no hubiera realizado el viaje.

A pesar de la variabilidad en conceptos y procedimientos, las investigaciones previas se pueden agrupar en dos categorías, cuya diferencia se encuentra en la unidad de análisis. La primera categoría engloba los estudios realizados a nivel de población local. En estos casos se investiga la reacción de la población residente, en su conjunto al turismo y usan el grado de acuerdo global como medida del apoyo que profesan al turismo. Las influencias en las percepciones de los residentes son buscadas en los parámetros generales (ratios de población, nivel de desarrollo turístico, etc.) y la población es definida en términos geográficos o políticos. En la segunda categoría se engloban los estudios individuales. En estos trabajos se investiga la variación a nivel individual ante el efecto de atributos individuales (variables sociodemográficas) que pueden afectar las actitudes hacia el turismo en relación a la edad, la renta, integración en la comunidad, dependencia económica o beneficio obtenido de la industria (Williams y Lawson, 2001).

En cuanto a los estudios realizados al nivel global, como mencionan algunos autores (Madrigal, 1995; Williams y Lawson, 2001), el hecho de que un conjunto de personas vivan en la misma área geográfica no implica que conformen la misma "comunidad". En cualquier área geográfica dada pueden existir un número variable de comunidades definidas por edades, orígenes étnicos,

¹⁰ Se puede afirmar que los impactos son elementos que en muchos casos tienen establecidas unas medidas objetivas. A partir de aquí, la población enfatiza sus características dándoles una mayor o menor importancia (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 35).

niveles socioeconómicos, etc. En los estudios a nivel individual lo importante es no omitir ninguna variable relevante (Williams y Lawson, 2001).

En el análisis de la actitud del residente existen impactos positivos y negativos (beneficios y costes) de al menos cuatro dimensiones: económica, social, cultural y medioambiental (Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005). El interés de las investigaciones se centra en conocer y evaluar los impactos que pueden afectar a la comunidad y sus residentes. Por tanto es necesario testar la opinión para detectar oportunidades y preocupaciones de los diferentes segmentos de la comunidad, según su nivel de predisposición hacia la actividad turística (Díaz y Gutiérrez, 2005; Díaz, Gutiérrez y Garau, 2007; Gutiérrez y Díaz, 2006).

En general la actividad turística hace más interesante y emocionante la vida cotidiana de un destino, aumentan las posibilidades económicas de los residentes, las actividades de ocio, etc. y la calidad de vida prospera fruto del bienestar causado por el turismo. No obstante, esta idea no es generalizada y existen grupos de residentes con bajo nivel de aceptación de la actividad turística debido a la intensidad en el desarrollo de la actividad turística. Los residentes pueden llegar a experimentar una pérdida de control sobre la comunidad, aumentando la sensación en el residente de sentirse extraño en su sociedad (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

En la evolución del concepto actitud del residente, un primer bloque de investigadores centra su trabajo en medir actitudes y en evaluar sus relaciones con los impactos percibidos (Akis, Peristianis, y Warner, 1996; Faulkner y Tideswell, 1997; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Lindberg y Johnson, 1997; Murphy, 1985). Así, se ha llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres o cuatro categorías que recogen el marco económico, social, cultural y medioambiental (Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005; Ayres, 2000; Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Gutiérrez y Díaz, 2006; Murphy, 1985; Pizam, 1978):

- En la vertiente económica (Ayres, 2000; Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Millman y Pizam, 1988; Pizam, 1978), que es la principal causante de las actitudes positivas en las comunidades, se observan dos visiones, una pro-desarrollo y otra dañina, en la que el desarrollo desmesurado del turismo, no planificado y de baja calidad produce costes económicos percibidos por la población.
- En las dimensiones social (Ayres, 2000; Perdue, Long, y Allen, 1987; Pizam, 1978; Sheldon y Var, 1984) y cultural debido a los diversos valores existentes en la comunidad receptora del turismo, la influencia en la vida cotidiana o familiar, etc. se producen interacciones entre residentes y turistas que pueden afectar a la expresión de vida, creándose tanto nuevas oportunidades sociales y culturales, como generar sensación de agobio, presión, reducción, congestión, abandono etc. en la vida del residente amenazando su identidad cultural y realidad social. De hecho, en la dimensión cultural y en sentido positivo, muchas comunidades han recuperado parte de su patrimonio y costumbres gracias al interés que ha despertado en el visitante observar y disfrutar de dichos recursos, mientras, en sentido contrario se han adaptado ciertos hábitos y costumbres tradicionales a la realidad del turista y su experiencia.
- En la dimensión medioambiental (Ayres, 2000; Liu y Var, 1986; Liu, Sheldon, y Var, 1987; Pizam, 1978) también existe esta doble vertiente positiva y negativa. El turismo puede ser el motivo de protección de recursos naturales y conservación de diseños urbanos homogéneos. Entonces tenemos un desarrollo turístico ordenado causado por un modelo integrado en el medioambiente, o bien existe el modelo turístico en el que la visita no es controlada y aunque los responsables turísticos lleven a cabo alguna gestión turística, predomina el abuso, desarrollo incontrolado, no planificado y orientado a determinados objetivos individuales. De esta forma los destinos fomentan una corriente continua de turistas y empresarios turísticos que sólo quieren cubrir sus propias necesidades y no ejercen una planificación del destino para lograr objetivos comunes de sostenibilidad del mismo (Bujosa y Rosselló, 2007b). Jensen (1989) y Meyer-Arendt (1990) son los autores que han definido de forma

más clara la relación entre desarrollo turístico y medioambiente, llegando a la conclusión de que cuando el desarrollo aumenta los impactos negativos en el territorio también crecen (Rubio, 2003, p. 274; Priestley y Mundet, 1998).

	POSITIVOS	NEGATIVOS
ECONÓMICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de ingresos. El turismo puede ser monocultivo o una opción complementaria, o incluso irrelevante, generando distintos niveles de ingresos. - Contribución al PIB. El peso del turismo en el PIB depende de la existencia de recursos, el nivel de conocimientos técnicos, la estabilidad social y política, las actitudes hacia el turismo, la inversión en instalaciones nuevas, etc. - Creación de empleo. El turismo es intensivo en mano de obra, generando empleo directo (hoteles, etc.), empleo indirecto (comercios, etc.) y empleo inducido (mayor gasto de los residentes, etc.). - Estabilización de la balanza económica y distribución de la renta. El turismo se puede considerar una exportación invisible que permite obtener de una manera rápida las divisas necesarias para equilibrar la balanza de pagos nacional. - Catalizador de otros sectores (construcción, proveedores, etc.). - Proporcionar nuevas zonas de ocio, actividades culturales y zonas comerciales. El turismo permite subvencionar las infraestructuras, principalmente las de ocio, que usan turistas y residentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructuras sólo para los turistas. Puede darse la situación de que los residentes paguen impuestos para mantener algo que sólo usan los turistas. - Inflación y aumento del precio de las propiedades. Los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante que les permite afrontar las subidas de precios con cierta tranquilidad. Los residentes deben compartir los proveedores de los turistas pero con un poder adquisitivo menor. - Otros costes económicos: costes de oportunidad, coste de los servicios públicos (gastos en limpieza, seguridad ciudadana, atención sanitaria, etc.), distorsión del desarrollo de otros sectores al privarles de capital humano, pérdida de beneficios económicos potenciales (debidos a las limitaciones de capital en países en vías de desarrollo), costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística, etc.
MEDIOAMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none"> - Justifica la conservación de recursos naturales e históricos. Los destinos turísticos explotan los recursos del destino y deben ser conservados estos recursos para permitir la sostenibilidad de la actividad turística y de los ingresos que genera en el largo plazo. - Establecimiento de estándares de calidad medioambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterior físico del medioambiente: excesivo consumo de agua, polución del aire, generación de ruidos, destrucción ecológica, incendios forestales, deterioro de lugares arqueológicos e históricos, uso masivo e intensivo del terreno, etc. - Arquitectura no integrada en el paisaje. Las edificaciones realizadas para atender a los turistas no respetan la tipología arquitectónica local. - Tratamiento de residuos y contaminación, obligando a imponer restricciones al crecimiento y al número de visitantes.
SOCIOCULTURALES	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuda a la financiación de infraestructuras utilizadas por turistas y residentes (aeropuertos, red vial, etc.). - Mejora el conocimiento de la cultura local y ayuda a crear la identidad de la comunidad. El turismo cultural ayuda a valorar la comunidad local y su patrimonio, consiguiendo que la población local se sienta orgullosa. - La interacción entre culturas para conseguir mayor comprensión y bienestar entre las naciones se ha considerado un gran beneficio social derivado del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conflictos entre turistas y residentes. En la actividad turística entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes. En ocasiones, las diferencias entre visitantes y residentes son tan grandes que la comprensión mutua es reemplazada por antipatía y actitudes negativas. - Falsa autenticidad. El turismo puede preservar culturas antiguas, pero a menudo la forma de vida local degenera hacia una efigie organizada comercialmente de lo que era en su origen. - Efecto demostración. Aunque el contacto entre residentes y turistas no sea muy profundo, la mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir cambios de actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora.

Tabla 1: Efectos del desarrollo del turismo en los destinos.

Fuente: Bigné, Font y Andreu (2000).

Una vez definido el marco de beneficios y costes a considerar, la literatura inicia la búsqueda de variantes que renuevan o actualizan los impactos, beneficios y costes, y por tanto mejora la medición de las actitudes de los residentes. En estas investigaciones se ahonda en los factores o condicionantes que varían la intensidad o sentido del impacto, positivo o negativo (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007; Gutiérrez y Díaz, 2006). Entre estos factores, los investigadores (Bramwell, 2003; Bujosa y Rosselló, 2007b; Gursoy y Kendall, 2006; Kim y Petrick, 2005; Lee y Back, 2006; Lepp, 2007; Lindberg, Dellaert, y Rassing, 1999; Mackay y Campbell, 2004; Mason y Cheyne, 2000; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001; Yoon, Chen, y Gursoy, 1999) descubren variabilidad en los impactos ante dos dimensiones de análisis, una interna, intrínseca, y otra externa, extrínseca, que recogen los factores o condicionantes de los impactos (Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005; Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007; Fredline y Faulkner, 2000; Gutiérrez y Díaz, 2006; Jurovski y Gursoy, 2004):

- En el análisis interno los estudios llegan a la conclusión de que la comunidad es diversa y heterogénea y por tanto los impactos pueden variar según las características y circunstancias de los individuos. Así en las intrínsecas los autores consideran la proximidad geográfica a la actividad turística, la implicación en la actividad o proceso turístico y las características socio-demográficas, etc.
- Mientras el análisis de factores extrínsecos localiza sus esfuerzos en las reacciones del residente a nivel macro, de forma que generan un impacto de cierta homogeneidad en la comunidad. Consideran aspectos como la etapa de desarrollo del destino, la estacionalidad o las diferencias entre residentes y turistas, etc.

Normalmente, los estudios sobre las reacciones de los residentes ante el turismo dividen los impactos percibidos por los residentes en tres categorías básicas de costes y beneficios: económicos, medioambientales y sociales (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 35; Gee, Mackens, y Choy, 1989; Gunn, 1988; Gursoy, Chen, y Yoon, 2000; McIntosh y Goeldner, 1990; Murphy, 1985), aunque en algunos casos se añaden los personales, tanto físicos como psicológicos (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). El autor prefiere agrupar en dos partes: costes y beneficios económicos, y el resto de efectos sobre el destino y su población (Besculides, Lee, y McCormick, 2002), ya que la división entre económicos, medioambientales y sociales puede considerarse una visión medioambientalista. Muchos estudios sugieren que generalmente el apoyo al turismo es una estrategia de desarrollo económico de la comunidad local (Belisle y Hoy, 1980; Brayley, Var, y Sheldon, 1990; Gursoy, Jurovski, y Uysal, 2002; Jurovski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Lankford y Howard, 1994; Liu y Var, 1986; Murphy, 1985; Prentice, 1993; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Um y Crompton, 1987) siendo este hecho lo que induce a pensar que la división más interesante es entre efectos económicos y el resto de efectos. El desarrollo turístico se justifica habitualmente en base a una relación costes beneficios, en particular beneficios económicos versus costes socioculturales y medioambientales (Ayres, 2000; Cooke, 1982; Liu y Var, 1986; Perdue, Long, y Kang, 1995).

Tomando como referencia los trabajos de varios autores (Garland, 1984; Gursoy, Jurovski, y Uysal, 2002; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002) se pueden mencionar factores con una posible influencia en las actitudes de los residentes: la interacción entre residentes y visitantes (Murphy, 1985; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), los distintos grupos de población o “comunidades” (Canan y Hennessy, 1989; Korça, 1998; Lankford, 1994; Liu y Var, 1986; Martín, McGuire, y Allen, 1998; Murphy, 1983b; Tyrrell y Spaulding, 1984; Spears y Boger, 2002; Um y Crompton, 1987), el tiempo que hace que se reside en la zona (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984; Stynes y Stewart, 1993; Um y Crompton, 1987), el tipo (Jurovski, 1994; Murphy, 1983b) y grado (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Mason y Cheyne, 2000; Murphy, 1985; Pizam, 1978) de desarrollo turístico, impacto cultural del turismo (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), el estado de la economía local (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Lankford, 1994; Perdue, Long, y Allen, 1990; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), factores personales (Pizam, 1978; Perdue, Long, y Allen, 1990; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), la dependencia económica del turismo (Madrigal, 1993; Murphy, 1985), distancia entre el lugar de residencia y la zona turística (Belisle y Hoy, 1980; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Sheldon y

Var, 1984), geografía regional (Ritchie, 1988), percepción de masificación (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), y la sensación de poder (Ap, 1992). Muchos de estos factores se han usado en investigaciones en y entre diversos países (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002) como son Israel (Mansfeld y Ginosar, 1994), Nueva Zelanda (Mason y Cheyne, 2000), Reino Unido (Ryan, Scotland, y Montgomery, 1998), Gales (Sheldon y Var, 1984) y Ghana (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). Como indica Lankford y Howard (1994), una variedad "casi infinita" de procedimientos de medida y paradigmas han sido usados para investigar las percepciones y actitudes de los residentes.

Algunos de estos elementos tienen un efecto directo en la determinación de las actitudes y otros producen un efecto indirecto a través de los elementos directos. Hay elementos con un peso importante en la actitud hacia el turismo y otros con un peso pequeño o que sólo afectan en determinadas circunstancias o a determinadas personas. Los dos elementos más directos son la valoración de los costes y de los beneficios generados por la actividad turística. Pero a la hora de medir el efecto provocado destaca la valoración de la economía local, la cual afecta a la actitud de los residentes a través de las valoraciones de los costes y beneficios. A su vez las percepciones y valoraciones que realizan los individuos se ven afectadas por los valores personales y sociales existentes, y por las preocupaciones y los compromisos sociales.

Diversos investigadores han examinado la influencia de los costes y beneficios esperados sobre el apoyo de los residentes hacia el desarrollo turístico (Ap, 1990, 1992; Jurowski, 1994; Lindberg y Johnson, 1997; Yoon, 1998) y los individuos perciben de modo distinto los impactos del turismo según la valoración global que hagan de los costes y beneficios previstos. Jurowski, Uysal y Williams (1997) propone un modelo en donde las ganancias económicas, sociales y medioambientales potenciales influyen en como son percibidos los impactos provocados por el desarrollo turístico, es decir los individuos examinan si el turismo les aportara ganancias respecto a su situación actual y si aporta beneficios minimizan los efectos negativos, mientras que si no aporta beneficios o sólo los aporta a una minoría amplifican la valoración de los efectos negativos.

Schroeder (1992) encontró que las variables socio-económicas no eran un buen vaticinador de las percepciones en su muestra de Flagstaff (Arizona). Husbands (1989) encontró que la edad y la educación eran variables importantes en su muestra de Zambia, y la clase social también resultaba interesante considerarla. Otros investigadores han concluido que ciertas variables socio-demográficas son importantes, incluyendo edad y lengua (Brougham y Butler, 1981). Belisle y Hoy (1980) consideran que la proximidad a la actividad turística es un elemento que ayuda a explicar las actitudes, pero Sheldon y Var (1984) encontraron que los residentes del norte de Gales que vivían en zonas con elevada densidad turística no mostraban actitudes más negativas hacia el turismo. Haukeland (1984) encontró que si eran más negativas las actitudes de los residentes en las regiones turísticamente muy desarrolladas.

Diversos autores se han centrado en los costes y beneficios específicos del turismo para explicar las actitudes de los residentes, pero más que medir las actitudes lo que han medido son las percepciones de los costes y beneficios (Getz, 1994). Murphy y Andresson (1988) encontraron que los residentes de diferentes áreas de la isla de Vancouver veían al turismo como una forma de preservar el patrimonio cultural, justificar la creación de atracciones públicas o crear puestos de trabajo. Wilkinson y Murria (1990) en un estudio del pueblo de Collingwood (Notario) encontraron evidencias de una diferencia de actitudes entre los *insiders* (residentes permanentes) y los *outsiders* (residentes de temporada). Los residentes permanentes valoraban positivamente el turismo y la oferta de trabajo que generaba, pero lamentaban los cambios en el modo de vida, el tráfico y la presión fiscal que conllevaba. Los impactos del turismo en el ocio de los residentes han sido frecuentemente estudiados (McKercher, 1992; Snepenger y Johnson, 1991), mostrando problemas de competencia entre los residentes y los visitantes por los recursos y valorando las oportunidades que genera el turismo.

Dentro de los estudios sobre actitudes de los residentes, el juego y los casinos han sido estudiados con bastante profundidad (Brown, Roseman, y Ham, 2003; Caneday y Zeiger, 1991;

Carmichael y Peppard, 1998; Carmichael, 2000; Carmichael y Peppard, 1998; Carmichael, Peppard, y Boudreau, 1996; Eadington, 1986, 1996; Felsenstein y Freeman, 1998; Goodman, 1994; Hsu, 2000; Jacques y Ladouceur, 2006; Janes y Collison, 2004; Kang, Long, y Perdue, 1996; Ko y Stewart, 2002; Lee y Kang, 2003; Lee, Kim, y Kang, 2003; Levitzky, Assane, y Robinson, 2000; Long, 1996; Long, Clark, y Liston, 1994; Nickerson, 1995; Perdue, Long, y Kang, 1995; Perdue, Long, y Kang, 1999; Pizam y Pokela, 1985; Roehl, 1994; Spears y Boger, 2002; Stokowski, 1996; Vong, 2004, 2007, 2009; Vong y McCartney, 2005) al ser un elemento que permite reflatar destinos turísticos y fomentar cambios acelerados en destinos deprimidos (Vong, 2009). En estos estudios se han usado los mismos tres grupos de impactos percibidos que en los estudios turísticos generales: económicos, socioculturales y medioambientales (Caneday y Zeiger, 1991; Carmichael, 2000; Ko y Stewart, 2002; Vong y McCartney, 2005). Además diversos factores personales, como trabajar en la industria, aparecen como capaces de influir en la percepción de los impactos del juego (Carmichael, 2000; Eadington, 1986). Los impactos del juego suelen ser tratados en términos de beneficios y costes (Brown, Roseman, y Ham, 2003; Carmichael, 2000; Goodman, 1994; Janes y Cllison, 2004; Korça, 1998; Spears y Boger, 2002). Todos estos estudios llegan a la conclusión de que las actitudes y percepciones de los residentes son complejas, ya que reconocen los beneficios que genera el juego pero también los costes que conlleva. La comunidad local sólo tolera y apoya el desarrollo del juego cuando los beneficios pesan más que los costes (Vong y McCartney, 2005).

En los últimos años se han realizado diversos estudios longitudinales en el sector del juego: Hsu (2000) examinó la respuesta de los residentes ante los casinos flotantes de Iowa e Illinois entre 1993 y 1998 encontrando un descenso del apoyo de los residentes hacia el sector, Levitzky, Assane y Robinson (2000) analizaron las actividades de juego en Clark County (Nevada) entre 1988 y 1995 y encontraron un cambio de actitudes hacia el juego en general, Lee y Back (2006) analizaron el cambio de actitudes de los residentes hacia el desarrollo de casinos en Corea del Sur a lo largo de cuatro años, encontrando que las diferencias significativas se producían entre antes y después de la apertura de los casinos, Jacques y Ladouceur (2006) estudiaron los cambios de actitudes antes y después de la apertura del Hull Casino en Quebec, y Vong (2009) comparó la evolución de las actitudes de los residentes de Macao hacia el juego entre 2002 (Vong, 2004) y 2007, encontrando posturas más conservadoras y desfavorables hacia el juego en 2007 que en 2002. En el estudio de Vong (2009) los encuestados reconocen que la economía ha mejorado pero también reconocen que el entorno ha empeorado y el coste de vida se ha incrementado, además se observa que los residentes que son jugadores tienen posturas más positivas que los no jugadores, pero ambos grupos empeoraron sus actitudes.

En la literatura se recopilan gran cantidad de costes y beneficios asociados al desarrollo de los casinos (Vong y McCartney, 2005). Entre los beneficios económicos se pueden mencionar: aumento de las inversiones y los nuevos negocios en la región, aumento de los ingresos públicos, aumento del gasto que realizan los turistas en la región y mejora de la calidad de vida. Y entre los costes económicos: aumento de la carga fiscal, elevado coste de vida y fuga de ingresos de los casinos. Entre los beneficios sociales se pueden mencionar el aumento del espíritu de comunidad, el aumento del orgullo de pertenecer a la comunidad local y la preservación de las costumbres locales. Los costes sociales son: adicción al juego, alcoholismo, cambios en el estilo de vida, cambios en el sistema de valores individuales, cambios en la organización social, congestión del tráfico, corrupción, crimen, drogas, economía sumergida, préstamos abusivos y prostitución. Los principales beneficios en el entorno son: mejora de las infraestructuras, mejora en la oferta educativa y mejoras en la oferta recreativa. Y los costes en el entorno son: aumento de la masificación turística, basura, congestión del tráfico, contaminación del agua, destrucción del entorno natural y ruido. Los beneficios personales incluyen: mayores oportunidades de encontrar empleo y mejora de la renta de las personas. Los potenciales costes personales son: abuso de sustancias, aumento de la adicción al juego, aumento de las quiebras y bancarrotas y destrucción de familias (Carmichael y Peppard, 1998; Eadington, 1996; Lee y Kang, 2003; Lee, Kim, y Kang, 2003; Pizam y Milman, 1984; Pizam y Pokela, 1985; Roehl, 1994; Vong y McCartney, 2005).

1. Factores Económicos.

Los factores económicos son muy importantes porque son el motor que impulsa las actitudes favorables hacia el desarrollo turístico. La búsqueda del desarrollo económico de las regiones es el motivo del desarrollo turístico (Rubio, 2003, p. 274). La situación económica de la región es el principal impulsor del desarrollo turístico. En las regiones económicamente deprimidas, y sin otra alternativa de desarrollo, los residentes ven en el turismo la solución a sus problemas.

Además, cuando los residentes deciden apoyar el desarrollo turístico lo que tienen en mente son los beneficios económicos que ese desarrollo aportará a los habitantes de la región. Desgraciadamente estos beneficios conllevan inconvenientes que matizan las valoraciones de los residentes.

1.1. Situación de la economía local.

La actitud del residente vendrá determinada inicialmente por el interés de mantener o aumentar su bienestar socio-económico, aunque existe una amalgama diversa de impactos y factores o condicionantes (Gutiérrez y Díaz, 2006). Por tanto, la economía local es la principal preocupación que impulsa a una región a convertirse en destino turístico. Muchas regiones con escasas fuentes de recursos adoptan el turismo como una solución a sus problemas de desarrollo económico (Cater, 1987). En estos destinos los beneficios económicos previstos hacen que la reacción de la población local sea muy favorable al turismo (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996). La importancia de esta reacción es tal que en economías poco desarrolladas la preocupación por la economía local eclipsa el resto de elementos a considerar en la decisión de impulsar el turismo como industria. Diversos autores han llegado a la conclusión de que los residentes infravaloran los costes y sobrevaloran los beneficios (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984) cuando se encuentran en una mala situación económica. Por tanto cuando más negativa sea percibida la situación económica local, más entusiasta será la reacción de la población hacia el desarrollo turístico (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Un gran número de los destinos que han visto una rápida expansión de la industria turística son regiones que poseían un nivel de desarrollo económico muy bajo antes de la llegada del turismo y que no tenían ningún otro recurso económico que les permitiera desarrollar su economía. Estas regiones han usado el turismo como cura para sus problemas de pobreza y subdesarrollo.

Muchos de los destinos turísticos más conocidos son regiones con una situación económica, e incluso social, mediocre y con pocas o ninguna alternativa de desarrollo a excepción del turismo. En estos casos el desarrollo del turismo representa la única o la mejor opción para alcanzar unos niveles de renta y bienestar próximos a los países y las regiones más avanzadas del mundo (a grandes rasgos esto permite explicar el desarrollo turístico en España). Las principales excepciones a este hecho se encuentran entre los destinos urbanos, principalmente las grandes metrópolis occidentales, en donde el turismo es una actividad económica complementaria desarrollada con la finalidad de optimizar los recursos ya existentes a causa de las economías de aglomeración que poseen estas ciudades. En el estudio de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002) aparece el estado de la economía local como el factor con un mayor efecto directo e indirecto sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo debido a que la investigación se realizó en una zona con un turismo incipiente. Johnson, Snepenger y Akis (1994) también encuentran una relación entre las actitudes de los residentes hacia el turismo y el estado de la economía.

Muchas regiones han desarrollado el sector turístico hasta el punto de tener una enorme dependencia económica. El peso del turismo dentro de la actividad económica total de la región puede afectar las actitudes de los residentes (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Williams y Lawson, 2001). La dependencia turística fuerza a que haya una actitud positiva del turismo porque el miedo a retroceder a una situación peor a la

anterior al inicio de la industria turística es más fuerte que la apatía provocada por los problemas del turismo. En Spey Valley, Getz (1994) encontró que los residentes eran conscientes de su dependencia del turismo.

Debido a que el turismo tiene un mayor impacto en las áreas rurales que en las zonas urbanas y, consecuentemente, mayores efectos en los residentes rurales, el grueso de las investigaciones se realiza en estas regiones (Madrigal, 1993). A pesar de que las diferencias entre países más desarrollados y menos desarrollados son menores cuando se analizan las zonas rurales que cuando se analizan las zonas urbanas, los factores con influencia en la percepción de los residentes, así como la naturaleza y magnitud del efecto varían entre regiones con distinto desarrollo, además de según si es una zona urbana o rural (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). El estudio de Schluter y Var (1988) en Argentina encontró elementos vinculados a las actitudes de los residentes que eran peculiares de países en vías de desarrollo y no aparecían en países más avanzados. Estos datos indicarían que el nivel de desarrollo económico local tiene efectos muy importantes en el proceso de percepción y formación de las actitudes de los residentes.

1.2. Beneficios económicos derivados del turismo.

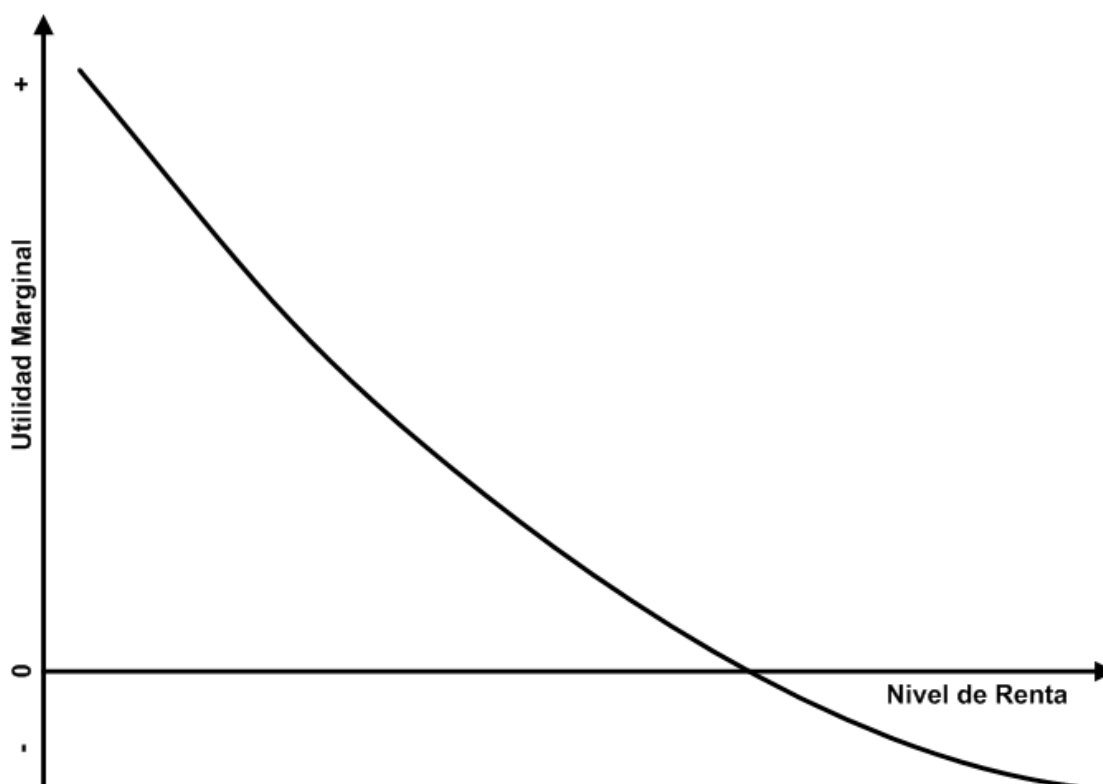


Figura 3: Relación entre nivel de renta y utilidad marginal del turismo percibida por los residentes.

Fuente: elaboración propia.

Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes (Ap, 1992; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Liu y Var, 1986; Pizam, 1978; Prentice, 1993), y es el beneficio más importante y esperado por la población local a la hora de analizar un posible desarrollo turístico (Gursoy, Jurowski y Uysal 2002). La necesidad de beneficios económicos, que permitan salir de una situación de precariedad económica, es la principal causa impulsora del turismo en sus primeras fases de desarrollo y pierde peso cuando la economía local mejora, pudiendo llegar a generar actitudes negativas en personas con rentas muy elevadas (Figura 3). Si tenemos presente que la utilidad

marginal de una determinada cantidad monetaria se reduce al aumentar el nivel de renta del individuo y que no es esperable la misma relación con los inconvenientes generados por la actividad económica, en este caso el turismo, parece sensato pensar que la utilidad general del turismo (ventajas e inconvenientes) descenderá al aumentar la riqueza de los individuos, llegando a poseer niveles negativos en personas con rentas muy elevadas (la utilidad que asignan a lo que consideran que pierden por el turismo supera la utilidad que se gana con los beneficios). Esta relación queda expuesta en la Figura 3 y explicaría porque los apoyos hacia el desarrollo turístico tienen tanta relación con el nivel económico de la población de la región.

Muchos estudios realizados sobre las actitudes de los residentes incluyen factores económicos (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Gursoy, Chen, y Yoon, 2000; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Liu y Var, 1986; Madrigal, 1993; Milman y Pizam, 1988; Senta y Richmond, 1978; Sheldon y Var, 1984; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), principalmente el aumento de las oportunidades de empleo debido a la aparición de una nueva actividad económica que además se basa principalmente en los recursos humanos (Belisle y Hoy, 1980; Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Ritchie, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Sardá y Fluvìa, 1999; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Tyrrell y Spaulding, 1984; Var, Kendall, y Tarakcoglu, 1985), las rentas públicas generadas por el turismo (Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Lankford, 1994; Murphy, 1983b; Tyrrell y Spaulding, 1984), la valorización de recursos y actividades que antes se encontraban en retroceso.

Diversos estudios afirman que las ganancias económicas (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Liu y Var, 1986; Madrigal, 1995; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Sheldon y Var, 1984; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Williams y Lawson, 2001) y las oportunidades de empleo (Belisle y Hoy, 1980; Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Liu y Var, 1986; Madrigal, 1995; Pizam, 1978; Ritchie, 1988; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Tyrrell y Spaulding, 1984; Var, Kendall, y Tarakcoglu, 1985) que los residentes perciben como consecuencia del turismo afecta de forma positiva el apoyo de la población local al desarrollo turístico (Lee y Back, 2003; Ovidio, Castellanos, y Martín, 2008). Los residentes que obtienen un beneficio económico del turismo son más entusiastas, pero ello no implica que ignoren los impactos negativos que provoca el turismo (Pizam, 1978).

Si se produce un declive de los beneficios percibidos y los costes o problemas aumentan a lo largo del tiempo, el reconocimiento de la ausencia de alternativas económicas viables puede dar como resultado un bajo nivel de satisfacción combinado con el mantenimiento del apoyo al sector (Getz, 1994). Esto concuerda con las conclusiones de Perdue, Long y Allen (1990) en las que afirman que las actitudes positivas aumentan durante las crisis económicas.

1.2.1. Oportunidades de empleo.

Una de las principales ventajas que aporta el turismo es el aumento de las posibilidades de empleo (Belisle y Hoy, 1980; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Sardá y Fluvìa, 1999). En realidad este suele ser el elemento que más favorece las actitudes positivas de los residentes, ya que es un impacto positivo muy directo y tangible que suele repercutir en sociedades con mucho paro y con empleos de baja calidad.

A excepción de los grandes destinos urbanos, las regiones que se convierten en destinos turísticos suelen caracterizarse por un cierto atraso social y económico previo. Los problemas de pobreza y desempleo provocan que la población y la administración de la región tengan como prioridad encontrar la manera de generar empleo en condiciones dignas. En esta búsqueda es donde el turismo aparece como opción, ya que permite convertir el atraso regional en atractivo turístico y generar mucho empleo, razonablemente bien remunerado y de baja cualificación que permite una buena y rápida salida laboral a la mayoría de la población local e, incluso, a población inmigrada.

Por tanto, se puede afirmar que el desarrollo turístico es un tratamiento de choque para sociedades con problemas económicos y cuyo principal efecto beneficioso es la creación de empleo. Cuanto más empleo genera el sector y mayor sea la calidad del mismo mayor será la valoración positiva que realizarán los residentes.

Si el empleo generado es ocupado, principalmente, por personas de fuera de la región, es de muy mala calidad o ambas cosas, es decir sólo los empleos de peor calidad son ocupados por la población local, las actitudes de los residentes son mucho más negativas, llevando a una oposición al turismo mucho más temprana que en el caso de que la población local sea la principal beneficiaria de las oportunidades de empleo. Esto ayudaría a explicar la situación detectada en algunos destinos como Ghana (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002) o República Dominicana (Buades, 2006), donde las opiniones de la población local no son muy entusiastas a pesar de la mala situación económica de partida y lo reciente del desarrollo turístico.

1.2.2. Posibilita nuevas iniciativas empresariales.

El turismo no sólo posibilita la creación de puestos de trabajo por cuenta ajena como se menciona antes, también posibilita la iniciativa de autoempleo. Muchas personas de la sociedad local ven la posibilidad de crear su propio negocio aprovechando la baja sofisticación del sector y pequeñas rentas que poseen de actividades económicas distintas del turismo o de lo que han ahorrado en sus primeros años de trabajo en el sector.

En los destinos turísticos se observa una gran efervescencia emprendedora que se materializa en la creación de comercios, restaurantes, bares, hoteles, empresas de transporte, agencias de viajes receptoras, etc. favorecido por el bajo nivel tecnológico que requieren estas actividades. Esta actividad emprendedora es más acusada en las primeras fases de desarrollo, cuando los turistas son menos exigentes con los servicios recibidos, la competencia empresarial es menor y las posibilidades de rápido crecimiento son mayores. En el caso de Ibiza esta tendencia fue muy acusada hasta los años sesenta y setenta, a partir de entonces se produce una renovación de los negocios existentes, principalmente.

La aparición de iniciativas empresariales locales y su éxito económico tienen un efecto positivo en la población local, aunque no tan directo como la creación de puestos de trabajo. Los puestos de trabajo por cuenta ajena generan actitudes positivas por su efecto directo sobre la persona concreta, pero las iniciativas empresariales también generan un efecto positivo psicológico, ya que la población ve que es posible, no sólo conseguir un trabajo digno, sino también ascender en la escala social rápidamente por la vía de la iniciativa empresarial. Es la misma situación que se vive en las empresas, los empleados tienen mejor imagen del trabajo y de la empresa si ven como algo posible y factible el ascenso dentro de la compañía, en este caso las posibilidades de “ascender”, convirtiéndose en empresario gracias al turismo, hacen que las posturas adoptadas por la población sean más positivas aunque al final no den el salto a la actividad empresarial.

Este factor podría explicar porque los destinos turísticos en que se ha producido el desarrollo turístico, principalmente, con la intervención de empresas foráneas y casi sin presencia de empresariado local han vivido un empeoramiento más rápido de las actitudes expresadas por la población que los destinos que han tenido una fuerte presencia de empresariado local en su desarrollo. Esto explicaría, en parte, porque las empresas hoteleras de Baleares han encontrado una evolución más rápida de las actitudes en los nuevos destinos del tercer mundo que en Baleares (Buades, 2006).

Por tanto, es necesario aportar a la población local puestos de trabajo y darles la esperanza de poder convertirse en empresarios. En esta situación los residentes perciben que el turismo les aporta beneficios económicos cuya cuantía sólo se encuentra limitada por el propio individuo.

1.2.3. Mayor mercado para los productos locales.

La valorización de recursos y actividades que antes se encontraban en retroceso es otro de los efectos del desarrollo turístico. Muchas regiones que se convierten en destino turístico se caracterizan por una economía basada en la agricultura, la ganadería y la artesanía que, además, suele encontrarse en retroceso. Sin el turismo estos sectores se verían reducidos a la mínima

expresión o desaparecerían completamente, pero el turismo crea un nuevo mercado (los turistas), permitiendo que sobrevivan. Este hecho permite que los beneficios económicos generados por el turismo lleguen a la población no vinculada directamente al sector.

En este caso se trata de residentes que no han cambiado su sector de actividad para pasarse a actividades puramente turísticas, pero que reciben beneficios positivos del mismo al aumentar su mercado potencial. El resultado es que, en destinos con un elevado peso del sector turístico, los sectores productivos no directamente vinculados también son dependientes del turismo a causa de que necesitan el aumento de mercado que produce el turismo para sobrevivir.

Si se planifica correctamente, el desarrollo turístico permite preservar actividades económicas previas a su desarrollo en un porcentaje muy importante, pero si el desarrollo es muy rápido y se recurre a servicios y productos importados estos sectores no se benefician del turismo. Esta última situación perjudicó enormemente a la agricultura y ganadería de Ibiza en los años cincuenta, sesenta y setenta (Cirer, 2002a, 2004).

La generación de mercado para los sectores económicos tradicionales es un beneficio que puede incrementar las actitudes de los residentes, en especial de los residentes sin una vinculación directa con el sector turístico. Este beneficio no ha sido tenido en cuenta en muchos casos al planificar el desarrollo turístico de la región y al analizar las actitudes.

1.2.4. Ingresos públicos.

No sólo las personas vinculadas directamente con el turismo o las personas que trabajan en otros sectores económicos y que reciben impactos indirectos se benefician del desarrollo turístico, también las Administraciones se ven beneficiadas por el desarrollo turístico (Milman y Pizam, 1988). Al aumentar la actividad económica de la región también aumentan los ingresos públicos gracias a las tasas e impuestos que pagan los turistas, las empresas y los residentes.

Estos mayores ingresos permiten que las Administraciones puedan mejorar los servicios e infraestructuras que dependen de ellas y, consecuentemente, realizar mejoras que revierten en los turistas y los residentes. En resumen, se puede afirmar que el turismo aporta beneficios económicos más o menos directos a todos los agentes de la sociedad local.

La generación de ingresos públicos es un beneficio indirecto que puede incrementar las actitudes de los residentes (Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Lankford, 1994; Murphy, 1983b; Tyrrell y Spaulding, 1984).

1.3. Impactos económicos negativos.

Como contrapartida de los beneficios, los costes del turismo percibidos por los residentes afectan de forma negativa las reacciones hacia su desarrollo (Gursoy, Chen, y Yoon, 2000; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue, y Allen, 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988; Sheldon y Var, 1984). La valoración de los costes es junto a la valoración de los beneficios los elementos que permiten que el individuo extraiga una valoración global del turismo, y es esta valoración global y final lo que determina su actitud hacia el sector.

En el estudio de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002) no se detecta una relación significativa entre los costes percibidos y el apoyo al desarrollo turístico debido a que el estudio se realiza en una zona en donde el desarrollo turístico es escaso (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Perdue, Long, y Allen, 1990), y los costes percibidos son mitigados por la importancia que tiene el turismo para la mejora de la economía local. Consecuentemente los costes son infraestimados y los beneficios sobreestimados (Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984), ya que a los residentes les preocupa más los beneficios que los costes del desarrollo turístico (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Perdue, Long, y Allen, 1990) en estas fases iniciales de desarrollo. La percepción de los costes del turismo se agudiza cuando los individuos desean tomar parte en la toma de decisiones, forman parte de asociaciones, cuando trabajan en el sector, cuando los niveles de

concienciación se incrementan y cuando aumentan los beneficios personales (ya no son tan prioritarias las ganancias económicas y gana terreno la preocupación por otros elementos). Esta percepción se reduce cuando los habitantes llevan mucho tiempo viviendo en el lugar (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002) porque se han acostumbrado a los inconvenientes del turismo. Según la OMT (1998) el turismo tendría diversos costes económicos asociados:

- El coste de oportunidad, es decir los recursos turísticos son desviados de otras posibles utilidades o, incluso, de su no-utilización.
- Los costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística, que se dan tanto por el frecuente fenómeno de la estacionalidad del turismo como por la sensibilidad de la demanda a las tendencias económicas y sociales de los países emisores.
- El encarecimiento del coste de la vida (Liu y Var, 1986) y las posibles tensiones inflacionistas provocadas por la presencia del turismo (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Pizam, 1978). El crecimiento económico proporcionado por el turismo puede provocar crecimientos en los precios cuyas consecuencias afectan a la población local.
- Las distorsiones en la economía local (efecto similar al coste de oportunidad). Las mejores condiciones laborales que proporciona el sector turístico (es fácil encontrar trabajo con una remuneración razonable y son trabajos bien vistos) pueden producir fenómenos de abandono de otros sectores económicos previos.

Dentro de los costes hay varios tipos que preocupan especialmente y que pueden empeorar la actitud de los residentes de forma significativa: la dependencia económica del turismo y las condiciones laborales.

1.3.1. La dependencia económica.

La dependencia económica, tanto personal como regional, tiene una gran influencia en las percepciones y actitudes de los residentes hacia el turismo (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Faulkner y Tideswell, 1997; Getz, 1994; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Keogh, 1990a; Murphy, 1981, 1983, 1985; Sheldon y Var, 1984; Williams y Lawson, 2001), encontrándose en muchos casos una relación positiva entre la aceptación del turismo y la dependencia económica que se tenga del mismo (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; King, Pizam, y Milman, 1993), dando como resultado que los residentes implicados en la industria turística se encuentran más predispuestos a apoyar el turismo (Murphy, 1985).

La relación entre las actitudes hacia el turismo y la dependencia económica del turismo tiene dos posibles visiones no excluyentes. Por una parte se apoya el turismo porque es el elemento que ha permitido a la población local salir de una pésima situación económica (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978), es decir es una postura comprensiva y de agradecimiento hacia el sector. Por otra parte los residentes son conscientes de que su único apoyo económico presente y, probablemente, futuro es el sector turístico y por tanto se encuentran atrapados por el turismo, deben tolerarlo porque no hay alternativa. En este último caso los residentes tienen una sensación de “cautiverio económico” y no suelen arriesgarse a enfrentarse a los agentes del canal turístico o a cambiar elementos básicos de la oferta turística por miedo a que falle el sector y lo pierdan todo.

En destinos turísticos como es el caso de Ibiza, el miedo a perder los ingresos del turismo podría explicar las valoraciones muy positivas del turismo combinadas con una preocupación por los impactos negativos. Los individuos son plenamente conscientes de los efectos negativos que genera el turismo pero defienden con fuerza la pervivencia del sector porque dependen de él, como mencionaba Rozenberg (1990, p. 155):

“Los ibicencos [...] se han beneficiado de un ascenso social que parecía estar al alcance de todos. Instalados actualmente en una seguridad material que nada parece amenazar, estos isleños consideran que los inconvenientes que trae consigo la vocación turística de Ibiza constituyen el precio que hay que pagar por su bienestar económico recién inaugurado”.

Por tanto, esta dependencia económica permite explicar que haya elevadas valoraciones de los elementos negativos y positivos del turismo, simultáneamente.

1.3.2. Las condiciones laborales.

El hecho de trabajar en hoteles, bares y restaurantes durante jornadas muy extensas y a cambio de salarios modestos es la explicación más plausible de las actitudes negativas de los trabajadores turísticos mencionados en el trabajo de Teye, Sirakaya y Sönmez (2002). El sector turístico genera muchos puestos de trabajo, pero son puestos de trabajo poco cualificados y con unas condiciones laborales bastante deficientes. Además los trabajos en el sector turístico se caracterizan por la generación de un “agotamiento psicológico” debido al contacto con muy diversas personas. Todos estos factores generan un efecto acumulativo de signo negativo sobre las actitudes de los residentes. El resultado es que cuantos más años se lleven trabajando en el sector y peores sean las condiciones laborales más negativas serán las posturas de estos trabajadores hacia el turismo.

2. Otros Factores.

Si los factores económicos actúan principalmente como motor de las actitudes favorables hacia el desarrollo turístico, el grupo de “otros factores” actúa mayoritariamente como freno de las actitudes positivas, al englobar un conjunto de impactos positivos y negativos cuya valoración general marcará el grado de reticencia al desarrollo turístico. Ya que se espera que predominen los elementos negativos sobre los positivos en la mayoría de ocasiones, su efecto habitual será de freno. En este grupo de otros factores se engloban beneficios no esperados a priori por los residentes y que podríamos considerar como “beneficios subproducto” de la actividad turística. También quedan englobados en este grupo los impactos en el entorno de los residentes, tanto en el entorno sociocultural como en el entorno medioambiental. Dentro de este último tipo de impactos se encontrarían los principales costes o impactos negativos generados por el desarrollo turístico.

2.1. Infraestructuras y recursos turísticos.

Este factor se puede dividir en tres elementos: mejoras en las infraestructuras (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Sardá y Fluvià, 1999), aumento de la oferta comercial (Pizam, 1978) y de ocio (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Pizam, 1978), y masificación de las infraestructuras existentes (Pizam, 1978). La mejora de las infraestructuras tienen un efecto positivo, en general, pero puede tener el efecto contrario si las obras a realizar causan un impacto importante y pueden ser vistas como una amenaza para un estilo de vida sosegado y tranquilo. El aumento en la oferta comercial y de ocio también tiene un efecto general positivo, pero si la oferta se diseña de tal manera que los residentes se sientan excluidos puede tener un efecto negativo, entendiéndose por esta exclusión el diseño de la oferta sin tener en cuenta las preferencias de los residentes cuando estas son muy distintas de las de los turistas. Finalmente la masificación de las infraestructuras y recursos disponibles causa un efecto negativo tanto entre los residentes como entre los turistas, aunque los residentes perciben este problema con mayor fuerza a causa de la mayor implicación que padecen.

Estos tres elementos nos indican que a la hora de crear infraestructuras y servicios es importante tener en cuenta a la población residente y a la población flotante (turistas, visitantes y estancias de corta duración), con la finalidad de que puedan aprovecharse de la oferta creada todos los individuos y no sólo una parte. Si la oferta se encuentra enfocada solamente a atender las demandas de los turistas se convertirá en una molestia sin utilidad para los residentes, más allá de como parte de la industria turística, pero si se enfoca la oferta hacia la satisfacción de ambos grupos se convertirá en un beneficio de por sí y será bien vista. Además, la oferta creada teniendo en cuenta a los residentes y a los turistas tiene una mayor "autenticidad" a los ojos de los turistas, debido a la coincidencia de ambos grupos de personas.

2.1.1. Mejora de las infraestructuras.

El turismo conlleva la creación de una potente infraestructura de transportes (carreteras, puertos y aeropuertos), suministros y saneamiento (alcantarillado, depuradoras, etc.) para abastecer la demanda de los turistas (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Sardá y Fluvià, 1999). La posibilidad de utilizar los recursos e infraestructuras destinadas a los turistas puede influir en las actitudes de los residentes (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Keogh, 1990a; Perdue, Long, y Allen, 1987), y para Lankford y Howard (1994) es el elemento con más capacidad de predicción de las actitudes de los residentes. El uso de estos recursos por parte de los residentes es un elemento importante en la formación de una opinión sobre el turismo, al beneficiar de forma indirecta a los residentes. Este tipo de beneficios son muy valorados en las primeras fases de desarrollo turístico si es una región con grandes deficiencias al respecto.

En algunos casos, como en la celebración de eventos deportivos, se generan inversiones en infraestructuras para los residentes, incrementando así el bienestar social (Mules y Faulkner, 1996). Pero en el estudio de Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé y Ramos (2006) no parece que los residentes de Baleares sean muy conscientes de los posibles beneficios no económicos que generaría el turismo deportivo. Es posible que esta falta de percepción de los beneficios no económicos se deba a que Baleares es un destino turístico que ya se encuentra provisto de muchas infraestructuras de todo tipo y valora poco un aumento de las mismas.

Pero como la afluencia de turistas generalmente tiene una tendencia creciente las infraestructuras existentes, por grandes que sean, deben ampliarse para evitar el colapso. El sobredimensionamiento de las infraestructuras y servicios respecto a las necesidades de la población residente se convierte en un inconveniente que no aporta beneficio. Además sufren un colapso durante toda la temporada alta, lo cual termina con la paciencia de los residentes y causa graves secuelas en la opinión que tienen del turismo. El proceso de mejora de las infraestructuras, que en un principio contaba con un claro apoyo por parte de la población local, puede conllevar actitudes cada vez menos positivas una vez se rebasan unas magnitudes que son claramente superiores a lo que la población considera razonable para satisfacer sus necesidades.

El empeoramiento de la opinión que los residentes tienen de las mejoras en infraestructuras también se encuentra vinculado con un sentimiento de añoranza de tiempos pasados. Mucha gente recuerda positivamente épocas pasadas y desearía conservar el entorno social y natural de esa época con sólo algunas mejoras puntuales. Esta añoranza del pasado se produce principalmente entre las personas que se trasladaron a vivir a la región tiempo atrás, buscando huir de la "vida moderna" de las zonas urbanas. Estas personas desearían que no llegara la modernidad de la que escaparon y vivir en un "*lost world*" anclado en el pasado, pero la misma característica que les atrajo a ellos atrae a mucha más gente, aumentando la población residente de forma rápida y obligando a realizar las mejoras en infraestructuras que ellos critican.

2.1.2. Oferta comercial y de ocio.

El segundo mayor gasto que realizan los turistas es en compras, después del alojamiento, pero en destinos como Hong Kong pasa a ser el primero (Turner y Reisinger, 2001), además la oferta comercial es un instrumento importante para la promoción turística (Jansen-Verbeke, 1988) y el gasto de los turistas permite revitalizar las zonas comerciales y generar empleo (Turner y Reisinger, 2001). Ryan (1996) destaca que las oportunidades de compra pueden funcionar como atrayentes de turismo y diversos investigadores (Hudman y Hawkins, 1989; Kent, Schock, y Snow, 1983) han llegado a la conclusión de que para muchos visitantes el viaje no está completo sin dedicar tiempo a ir de tiendas. Pero que la oferta comercial sirva de recurso turístico depende más de la calidad y atractivo del entorno comercial que de la oferta de productos (Turner y Reisinger, 2001).

Jansen-Verbeke (1987) encontró que las diferencias de género (hombre y mujer) y clase social (pobre y rico) debían ser tenidas en cuenta en los análisis de la oferta comercial enfocada al turismo. Lesser y Hughes (1986) segmentó a los compradores en: activos (les gusta comprar), inactivos (no les gusta); tradicionales (compran lo imprescindible), adquirentes de servicios

(demandan servicios de calidad), compradores de gran dedicación, compradores que miran mucho los precios y los transicionales (compran donde sea sin comparar precios). Pero es probable que el carácter de los compradores cambie al estar de viaje (Turner y Reisinger, 2001). Brown (1992) considera que es necesario profundizar en los conocimientos sobre el comportamiento de compra de los turistas, ya que el comportamiento de compra del turista no es el comportamiento normal de los compradores que están en su hogar. Gordon (1987) menciona que los turistas sienten que no pueden regresar a casa sin nada.

Diversos estudios afirman que el aumento de la oferta comercial (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Pizam, 1978) y el aumento de las oportunidades de ocio y entretenimiento (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Belisle y Hoy, 1980; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Liu y Var, 1986; Liu, Sheldon, y Var, 1987; Long, Perdue, y Allen, 1990; Murphy, 1983b; Perdue, Long, y Allen, 1990; Pizam, 1978; Rothman, 1978; Sheldon y Var, 1984; Yoon, 1998) que los residentes perciben como consecuencia del turismo afecta de forma positiva su apoyo al desarrollo turístico, ya que también ellos se pueden beneficiar. Los servicios que se crean suelen estar relacionados con el comercio, el alojamiento, la restauración y el entretenimiento. Los residentes reaccionaran positivamente si perciben que el turismo es un factor que aumenta o mejora la oferta comercial y de ocio¹¹ disponible para los residentes (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Kendall y Var, 1984), en cambio reaccionan negativamente si el turismo causa una masificación o la expulsión de la población residente de las ofertas tradicionales de ocio (O'Leary, 1976). La nueva oferta comercial creada para atender al sector turístico puede ser dificultada o frenada por un exceso de sentimientos negativos de los residentes hacia su desarrollo (Williams y Lawson, 2001).

Algunos autores (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Keogh, 1990a; Perdue, Long, y Allen, 1987) plantean la hipótesis de que la participación en actividades de ocio realizadas fuera de casa actúa de forma negativa sobre la actitud hacia el turismo al competir por con los turistas, tal y como concluyen en sus investigaciones O'Leary (1976) y Lankford (1996) que argumentan que se debe al hecho de que los residentes se encuentran en contacto con los problemas de inseguridad (Lankford, 1996). Salvo en los dos casos anteriores, se rechaza esta hipótesis, indicando que la existencia de un efecto positivo es probable. Hay dos posibles explicaciones para este efecto: los residentes copian el comportamiento de los turistas y evitan la competencia y el enfrentamiento (Bryant y Napier, 1981; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002), o los residentes consideran que la mejora de la oferta de ocio supera la reducción de calidad y la masificación de la misma (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). El autor considera que la primera explicación se encuentra relacionada con el ansia de imitación de los turistas ya que se consideran el ejemplo a seguir, más que como una forma de evitar confrontaciones. En cuanto a la variación de oferta producida por el turismo puede mencionarse, como ejemplo, que la isla de Ibiza posee una oferta recreativa tres veces superior a la que habría si el desarrollo económico de la isla se debiera a otra actividad económica.

El aumento de la oferta comercial y de ocio, junto con la presencia de una clientela multinacional, hace que el destino turístico adquiera una aureola de cosmopolitismo que lo hace muy atractivo para una parte importante de las personas, residentes o turistas. Pero puede que los residentes no noten ninguna mejora en sus posibilidades de ocio, y el porqué esta en el enfoque de estos establecimientos. Si la oferta turística se crea para una población extranjera, que probablemente no vuelvan a visitar el destino, no será una opción de ocio factible para los residentes¹². Además los establecimientos turísticos suelen estar enfocados hacia los gustos de

¹¹ Los turistas pueden generar una demanda de productos deportivos que generen una ampliación de la oferta, consiguiendo que los residentes se beneficien de una oferta que no tendrían de no ser por el turismo (Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé, y Ramos, 2006, p. 13).

¹² Los turistas cuando están de vacaciones suelen realizar actividades que son excepcionales y que no realizarían el resto del año, como por ejemplo comprar productos que son caros y diferentes a los de su lugar de residencia. El porque de este comportamiento en vacaciones es el impulso de ostentación delante de amigos, familia y vecinos de las vacaciones disfrutadas, de haber comprado un producto típico del lugar en su estancia o de haber participado en

los turistas habituales de la localidad, y en muchas ocasiones los propietarios y el personal son del mismo país o región de origen de los turistas. El hecho de que estos establecimientos tengan una oferta, un personal, una propiedad y unos clientes caracterizados por ser foráneos y en muchas ocasiones de una misma región o país contribuye a que los residentes se encuentren extraños y desplazados, como si ellos fueran los forasteros, con lo cual no se sienten cómodos y no frecuentan estos establecimientos, como sucede con gran parte de los ibicencos desde los años cincuenta (Planells, 2002). Este sentimiento de extranjero en su propia tierra puede deteriorar las actitudes de los residentes hacia el turismo.

Por tanto, si la oferta tradicionalmente, dirigida a los residentes, no se deteriora no habrá posturas negativas hacia el turismo. Si la oferta tradicional no se ve perjudicada y la oferta nueva es del agrado de los residentes, porque han tenido en cuenta sus gustos o por un efecto imitación de los turistas, es muy posible que las actitudes de los residentes hacia el turismo mejoren, principalmente entre las personas más asiduas a disfrutar del ocio fuera de casa. Pero, si la actividad turística genera una nueva oferta que no es del agrado de los residentes y colapsa o altera la oferta tradicional, se pueden producir efectos negativos en las actitudes de los residentes ya que, para ellos, ha empeorado la oferta comercial y de ocio.

2.1.3. Congestión de las infraestructuras y masificación.

Las infraestructuras con el tiempo llegan a dimensiones enormes debido a que deben atender a la población residente y a la población flotante (turismo y trabajadores de temporada) y, en muchos casos, se encuentran colapsadas por el constante incremento de turistas y residentes, a pesar de sus grandes dimensiones. Con lo cual los residentes se encuentran con una capacidad de las infraestructuras varias veces superior a la necesaria para las demandas propias pero que está superada por el uso turístico. El caso más habitual de colapso de las infraestructuras hace referencia a las carreteras, y por su frecuencia de uso es uno de los mayores problemas creados por la actividad turística a los residentes (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue, y Allen, 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988; Sheldon y Var, 1984). Un ejemplo de colapso circulatorio es el de Formentera, donde los problemas ya de por sí graves de Ibiza se amplifican por el reducido tamaño de la isla. El colapso es tal que un residente de Formentera afirmaba que no deberían de haberse creado líneas de ferrys, para controlar el número de vehículos en la isla y evitar el colapso del tráfico¹³.

La sensación de masificación causada por el turismo se reduce cuando las personas participan en la toma de decisiones y aumenta cuando aumenta el nivel educativo (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). La posible explicación de este comportamiento cabe buscarla en el hecho de que participar en la toma de decisiones los convierte en más comprensivos con la gestión adoptada, la cual es en parte responsabilidad suya. El hecho de que al aumentar el nivel educativo aumente la sensación de masificación es posible que se deba a que las personas con mayor educación pertenecen a estratos sociales más elevados para los cuales el beneficio económico del turismo ha perdido peso en favor de otros elementos como es el entorno y la calidad de vida.

2.2. Impacto Sociocultural.

Tradicionalmente los recursos culturales se han usado como una forma de aumentar la estabilidad económica de una región (Johnson, 1986) gracias al turismo cultural, que tiene como

una actividad paradigmática de aquel destino. Por tanto los establecimientos de los destinos turísticos tienden a orientarse a este tipo de demanda, la cual se caracteriza por realizar una sola compra o una sola visita y por estar dispuestos a pagar precios elevados, ya que lo importante es haberlo hecho alguna vez. El resultado es una oferta cara y enfocada a los gustos de los turistas habituales.

¹³ Su propuesta puede parecer absurda o descabellada pero en algunas islas griegas hay limitaciones importantes llegando en el caso de Hidra a estar prohibidos los vehículos a motor. Pero aún es más extremo el caso de Vanuatu, en donde para acceder los extranjeros a muchas de sus islas es necesario un permiso especial.

finalidad el conocimiento de culturas distintas a la propia (Vander Stoep, 1996). Este tipo de turismo está en auge porque se considera un elemento de respeto por las diferencias culturales y, de forma indirecta, por el medio ambiente, estando ambos valores de moda en la sociedad occidental. En muchos casos el interés por experimentar otras culturas se relaciona con personas con niveles culturales superiores, abiertos a los cambios y a las diferencias culturales, y con un cierto halo de heroísmo. En el estudio de Jacobsen (2000) se observan algunos de estos elementos entre los turistas con una visión negativa del turismo y que frecuentan destinos menos habituales como las islas griegas, pero en muchos casos se trata más de una intención de aparentar que de una realidad.

Impacto.	Consecuencias potenciales.
Historia.	Pérdida de antigüedades por venta ilegal. Mejora de los museos acompañada por un mayor interés en los recursos culturales. Cambios en el paisaje cultural (pérdida de la agricultura tradicional y abandono de viviendas tradicionales para utilizar métodos más occidentales).
Artes tradicionales.	El desarrollo de mercados tradicionales de pintura, escultura y artesanías con el consecuente incremento de artesanos locales. Incremento en la demanda de obras, música y danzas tradicionales. Renacimiento de festivales tradicionales y otros eventos culturales y artísticos. Resurgimiento de obras literarias tradicionales.
Lenguaje.	Cambios en el vocabulario de la lengua por la incorporación de palabras y expresiones foráneas. La preservación de lenguas minoritarias como elemento de turismo cultural.
Religión.	Incremento de los eventos religiosos y peregrinaciones. Presión en los lugares religiosos y santuarios como resultado del incremento de visitantes. Descenso de las prácticas religiosas.
Tradiciones.	Cambios en el orden económico tradicional (desplazamiento desde el autoabastecimiento hacia una economía dependiente del comercio con el exterior). Abandono de la vestimenta tradicional y adopción de la ropa occidental. Predominio de la ocupación del tiempo de ocio con la televisión. Incremento en la variedad de alimentos (introducción de alimentos para turistas). Cambios en los hábitos de alimentación. Crecimiento de la disponibilidad de bebidas.
Valores y normas.	Cambios en la estructura familiar y en los valores. Adopción de actitudes serviciales hacia los turistas. Incremento de la prostitución. Incremento de la criminalidad. Aumento de la tolerancia.

Tabla 2: Principales impactos culturales del turismo.

Fuente: Hunter y Green (1995).

La cultura es un recurso que permite atraer turismo pero, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local. Diversos autores han realizado listados de los impactos culturales generados por el turismo. Entre ellos se puede mencionar a Hunter y Green (1995) y a la OMT (1998).

Factores asociados con el turismo.	Impactos Positivos.	Impactos Negativos.
Utilización de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas. Valoración de las culturas tradicionales.	Cambios en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes.	Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales.	Aumento del comercio. Introducción de novedades. Efecto demostración.
Cambios en la estructura económica y social.	Mayores oportunidades económicas y sociales. Disminución de las desigualdades sociales.	Conflictos y tensiones en las comunidades. Pérdida de la lengua local.
Desarrollo de infraestructuras.	Aumento de las oportunidades de tiempo libre.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y tiempo libre.
Aumento de la población de turistas.	Mejora de las condiciones sanitarias, educativas y de calidad de vida.	Congestión, aumento de la criminalidad.

Tabla 3: Impactos culturales del turismo.

Fuente: OMT (1998).

2.2.1. Beneficios culturales.

Entre los beneficios socioculturales del turismo cabe mencionar la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos (Besculides, Lee, y McCormick, 2002), el aprendizaje de los visitantes (Sardá y Fluvià, 1999), el aumento de la conciencia, aprecio, lazos familiares y orgullo de pertenecer a la comunidad (Liu y Var, 1986), la reafirmación de la identidad étnica, mayor comprensión y tolerancia de los otros (Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978), una fuerte identidad cultural (Driver, Brown, y Peterson, 1991), compartir ideas, interacciones sociales, intercambio cultural¹⁴ (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986), la revitalización de las tradiciones locales (Liu y Var, 1986), un aumento de la calidad de vida (Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978) y una mejora de la imagen de la comunidad (Burr, 1996; Clements, Schultz, y Lime, 1993; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Weikert y Kertstetter, 1996). Estos beneficios pueden ser obtenidos por los turistas que visitan la región o por los residentes (Besculides, Lee, y McCormick, 2002) ya que se trata de un intercambio cultural entre dos grupos sociales que puede aumentar el entendimiento entre ambos (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999; Mathieson y Wall, 1984). Por ejemplo, los residentes conocen el mundo exterior sin abandonar sus casas y los turistas aprenden de una cultura distinta a la suya (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). El intercambio cultural generado por el turismo suele ser valorado más positivamente por los residentes con un nivel cultural más elevado (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). Los residentes obtienen sus beneficios a través de dos vías (Besculides, Lee, y McCormick, 2002):

- Primero, el turismo expone a los residentes a otras culturas y puede generar beneficios como son el entendimiento y tolerancia. Los beneficios derivados de la entrada en contacto de los turistas con la población residente. En este caso los turistas muestran a los residentes otras

¹⁴ El encuentro entre turistas y residentes tiene lugar básicamente cuando el turista compra un bien o servicio, cuando comparten el mismo espacio físico de vida o de entretenimiento y, finalmente, cuando ambos intercambian información. Se ha afirmado con frecuencia que la magnitud del impacto se debe a las características de los turistas y a las diferencias socioculturales entre estos y los residentes en el destino, referidas a valores, tradiciones, creencias, etc. (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 39).

culturas y costumbres, se produce un intercambio de ideas y como efecto se consigue una mayor tolerancia y entendimiento entre las distintas culturas.

- Segundo, la acción de mostrar su cultura a los extranjeros refuerza la identidad comunitaria. Al presentar la cultura ante los visitantes se consigue dar a conocer los elementos culturales propios en el exterior. Con esta difusión la población residente consigue reafirmar su identidad cultural, revitalizar las tradiciones e incrementar el orgullo de pertenencia.

La preservación de la identidad étnica se puede observar en el estudio realizado por Esman (1984) sobre los Cajun de Luisiana. Esta investigación encontró que el turismo influye profundamente en su orgullo étnico y sentido identitario. La cultura Cajun difiere de la cultura dominante, pero ellos están orgullosos de sus diferencias, de tener una identidad étnica diferente, hablan su lengua tradicional y conservan los antiguos oficios, gracias al turismo. El turismo es beneficioso en este caso porque permite revitalizar las tradiciones Cajun, en declive por la rápida aculturación de la comunidad. La recuperación de las artes tradicionales ayudan a preservar costumbres ya moribundas, y se da la curiosidad de que los Cajun, en la actualidad, están aprendiendo sobre los elementos de su propia cultura para después presentárselos a los turistas. Se produce un resurgimiento de la identidad y el orgullo por su propia cultura, asegurando su perpetuación (Esman, 1984).

2.2.2. Perjuicios culturales.

La potenciación del aprendizaje y difusión de la cultura local es uno de los principales beneficios culturales alegados al defender el desarrollo turístico. Los residentes ven al turismo como una forma de ayudar a aprender, compartir y preservar su cultura (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Pero también pueden aparecer efectos negativos sobre el carácter y las tradiciones de las comunidades locales (Johnson, Snepenger, y Akis, 1994; Keogh, 1990b), principalmente en las de menor tamaño. Estos efectos negativos son: sobredesarrollo turístico, asimilación cultural, conflictos culturales y xenofobia, y una reconstrucción artificial de la cultura de la región. Mostrar la cultura local a los turista puede ayudar a preservarla, pero también puede diluirla, transformarla o destruirla (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Estos cambios son visibles en diversos estudios realizados, como es el caso de los Amish de Pensilvania (Boyton, 1986; Buck y Alleman, 1979). Los Amish viven aislados de la corriente principal de la sociedad y frecuentemente son visitados por turistas, los cuales han creado grandes cambios en la artesanía, especialmente en los edredones¹⁵. Un caso similar es el de la artesanía de los nativos del suroeste de los Estados Unidos, en donde los visitantes han influido de forma muy significativa en la producción de cerámica, tejidos y bisutería, incluso en la forma de los símbolos y en los materiales usados (Deitch, 1977). En ambos casos se destina al turismo productos muy distintos de los realmente tradicionales.

La autenticidad¹⁶ es un elemento muy importante en el turismo (Reisinger y Steiner, 2006; Steiner y Reisinger, 2006), principalmente en el turismo cultural pero realmente los visitantes no se toman en serio la población residente y su cultura (Anaya, 1989, p. 233). Los primeros debates sobre la autenticidad en el turismo se remontan a los años sesenta, cuando las primeras destinaciones de turismo de masas empezaron a surgir (Sedmak y Milhalic, 2008). Cuando los turistas visitan una determinada área para experimentar una cultura única, los residentes la muestran de forma activa como método para atraer a los turistas. Esto lleva en muchos casos a formas de tradiciones culturales no auténticas¹⁷, como son festivales o muestras de danza enfocadas totalmente al visitante (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). En este caso la

¹⁵ Estos edredones son producidos especialmente para su venta a los turistas con diseños y técnicas de fabricación no tradicionales y una calidad inferior a la de los edredones hechos para uso propio.

¹⁶ Se habla de algo “auténtico” cuando se refiere a atracciones, arquitectura, cocina, patrimonio intangible, entorno natural, etc. que existen en la región antes de la llegada del turismo moderno, no es manifiestamente importado o global, y no es producido de forma industrial o masiva (Sedmak y Milhalic, 2008).

¹⁷ Las primeras críticas hacia la falta de autenticidad de los “pseudoeventos” son comúnmente asignadas a Boorstin (Moscardo, 2001).

expresión "no auténtico" es, quizá, más acertada que "falso" porque se trata de muestras culturales basadas en la verdadera tradición pero exagerado para que sea más espectacular y sacado de su contexto social explicativo, y es esta "media verdad" lo que hace más convincente para turistas y residentes la representación. Es difícil definir un criterio para decir que es auténtico y que no (Sedmak y Milhalic, 2008). Selwyn (1996) habla de dos tipos de autenticidad: "hot" y "cool". La segunda es usualmente relacionada con la presentación del patrimonio cultural y natural como una atracción turística (Kerstetter, Confer, y Graefe, 2001). Es decir tendríamos los elementos de toda la vida y fuertemente vinculados a la sociedad local (autenticidad "hot") y la adaptación de estos elementos como atractivo turístico (autenticidad "cool"). En los destinos turísticos de sol y playa hay que distinguir las tradiciones resucitadas y las tradiciones inventadas exclusivamente para los turistas (Walton, 2000).

En un estudio realizado en Bali, Francillon (1975) encontró que los empresarios turísticos habían copiado objetos y edificios sagrados de la cultura local para su uso en la construcción y decoración de los hoteles y complejos turísticos. Además, las danzas que previamente se consideraban sagradas eran representadas para los turistas en los hoteles. Resultados similares se han encontrado en Hawái (Heenan, 1978), los Amish de Pensilvania (Buck y Alleman, 1979) y los Tao de Nuevo México (Rodríguez, 1994).

Kontogeorgopoulos (2003) exploró las expectativas, comportamientos y motivaciones referentes a la autenticidad en diferentes grupos de turistas en Tailandia, encontrando tres grupos: turistas de masas (son los turistas con menor interés en la autenticidad), aventureros y mochileros. En el estudio de Sedmak y Milhalic (2008) en Piran (Eslovenia) detectan diversos grupos de turistas según la importancia que le dan a la autenticidad:

- Los "verdaderos buscadores de autenticidad" (6%) se caracterizan por su elevado nivel educativo y por tener mayor edad que la media. Poseen las valoraciones más altas.
- Los "jóvenes modernos" (23,3%) muestran interés en conocer el "estilo de vida local" y valoran los espacios naturales conservados. Su edad y nivel educativo es inferior a la media.
- Los "campistas educados" (5,2%) se alojan en campings y tienen una edad y un nivel educativo superior a la media.
- Los "turistas Portoroz 3S" (30,5%) son relativamente jóvenes y son los que tienen una valoración más baja de los elementos de autenticidad. Son el típico turista de sol y playa sin interés por la región, sus gentes o su cultura.
- Los "amantes de la naturaleza eslovena" (34,9%) son el turismo doméstico, relativamente mayores y con un nivel educativo en la media.

Solo los "verdaderos buscadores de autenticidad" y los "amantes de la naturaleza eslovena" muestran una clara actitud hacia la autenticidad en todos los niveles. Los resultados del estudio en Piran confirman que el nivel educativo de los turistas tiene un efecto positivo hacia las actitudes referentes a la autenticidad, y los turistas que viajan de forma individual y no en viajes organizados valoran en mayor medida la autenticidad de la experiencia vivida (Sedmak y Milhalic, 2008).

Muchos residentes poseen una visión romántica de su comunidad y entorno (Newby, 1979), y si perciben su identidad amenazada por el turismo pueden desarrollar actitudes ambiguas u hostiles hacia el sector (Capenerhurst, 1994), a causa de una visión estática de su cultura. Todo ello hace que sea muy necesario tener en cuenta el factor "cultura" en los estudios de las actitudes de los residentes. La distancia cultural o psicológica entre residentes y turistas puede tener un efecto significativo en la percepción y actitudes de los residentes hacia el turismo (Williams y Lawson, 2001), ya que no es lo mismo un destino frecuentado por turistas de la misma región o país, por turistas procedentes de países culturalmente similares a la región de destino o por turistas con enormes diferencias culturales.

Cuando la distancia cultural es muy grande, se produce la desaparición y sustitución de la cultura local por un conjunto de valores importados por los turistas y mal interpretados por los

residentes (Efecto Imitación¹⁸), generando la aculturación y asimilación de la población local (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Uno de los indicadores de este efecto es la pérdida de la lengua nativa por el efecto de las lenguas de los turistas (Coppock, 1977; Cybriwsky, 1970; White, 1974), aunque el autor considera de un peso igual o mayor la influencia de la inmigración llegada a la región en busca de oportunidades de prosperar gracias al turismo.

El turismo tiene la capacidad de causar un cambio cultural que queda disimulado por una pseudocultura formada por un conjunto de costumbres con características vistosas que se ejecutan de forma mecánica y sin que exista un valor, un hecho o una creencia que lo justifica, con la finalidad de distraer a los turistas y visitantes extranjeros. El beneficio económico induce a los habitantes a potenciar las tradiciones que conservan y a recuperar tradiciones abandonadas, cuando su motivo de ser desapareció. El resultado es un resurgimiento de las "tradiciones" con mayor fuerza de la que tenían antes de iniciarse la actividad turística, por desgracia en muchos casos es una recreación (Maurer, 1997; Medina, 2003).

Esta pseudocultura es, en algunos casos, tan elaborada y antigua que confunde a los investigadores y a los propios residentes. Aunque no sea cierta, la imagen difundida como reclamo turístico puede, con suficiente tiempo, llegar a conseguir que la población local termine por creerse su propia ilusión, y la realidad se adapte al estereotipo. Las tradiciones distorsionadas con fines turísticos se asimilan como las tradiciones reales y los excesos de los turistas que buscan el ocio, fiesta y vida nocturna se imitan y asimilan como normales. Cuando la imagen que se vende llega a considerarse como la imagen real por los residentes, su creencia en esa "realidad" ayuda a dar credibilidad al estereotipo que tienen los turistas del destino.

Los elementos tradicionales que se convierten en atractivos turísticos pueden ser de muy diversos tipos: danzas y bailes típicos, cerámica, tejidos, joyas, esculturas, productos artesanales, etc. Estos elementos se sitúan en una escala que va de las tradiciones vivas y sentidas por los nativos que se representan para las gentes del lugar, aunque haya turistas como espectadores, a las representaciones teatrales, tenuemente disfrazadas de reconstrucción histórica, diseñadas desde un inicio como atractivo turístico. Entre los dos extremos hay un continuo que se puede representar por algunos ejemplos:

- En el lado más realista tendríamos ejemplos de costumbres y tradiciones que por su vinculación a la supervivencia aún no han podido ser eliminadas, aunque así lo quieran los habitantes del lugar, porque se encuentra inevitablemente unido a la pobreza que vive la región. Se trata de regiones con un grado de atraso en el desarrollo económico grande, en donde los extranjeros son una rareza y el turismo un proyecto para el futuro más que una realidad o un proyecto próximo. Muchos destinos, actualmente masificados, eran en sus inicios lugares con similares características.
- Existe un conjunto de destinos donde tras unas tradiciones aparentemente vivas y vinculadas a creencias religiosas o místicas asoma una sombra de teatralidad y de negocio turístico. Como ejemplo hay los Amish de Pensilvania, los cuales han convertido su radicalismo religioso en atractivo turístico (Boyton, 1986), los "hombres santos" de la India parte místicos y sabios venerables y parte mimos e iconos de la India trascendental, otro ejemplo son los entierros en la isla Indonesia de Bali¹⁹.

¹⁸ El "efecto imitación" consiste en la tendencia a repetir los comportamientos observados en los turistas por parte de los residentes, principalmente la juventud. El perjuicio para la sociedad se encuentra en que el comportamiento de los turistas durante su estancia es excepcional pero los residentes no lo perciben de esta forma y tienden a imitarlo durante todo el año con lo cual el daño es notable. La visión del deterioro social producido por el "efecto imitación" provoca un fuerte rechazo del turismo por parte de segmentos de la población. Este coste sólo se puede mitigar mediante la toma de las medidas necesarias para evitar que los turistas realicen demasiados excesos, y mediante la educación y la concienciación de la juventud sobre la realidad de este comportamiento.

¹⁹ Aunque los maestros en el arte de crear ficciones para los forasteros son las tribus de melanesia. En las islas de Papua Nueva Guinea, Salomón o Vanuatu, muchas tribus fueron descubiertas y exploradas a mediados del siglo XX pero a pesar de ello los nativos aprendieron rápidamente a organizar farsas tremendamente creíbles para tener contentos a los forasteros, partiendo de sus tradiciones y costumbres. Los primeros en ser víctimas de esta treta

- Un paso más es cuando las tradiciones son diseñadas como atractivo turístico, desapareciendo el enfoque tradicional de elemento de la cultura local o pasando a un plano secundario. Esta es la situación de muchas fiestas, danzas y bailes folclóricos, y de la artesanía a la venta en los destinos turísticos. Son ejemplos los carnavales de Venecia, las danzas de Tailandia y Bali (Francillon, 1975) o las fiestas y los bailes folclóricos que se realizan en verano en las Islas Baleares. En el caso de la artesanía cabe mencionar los edredones de los Amish (Boyton, 1986), la cerámica de Grecia, las tallas en madera de los países subsaharianos y los productos elaborados en seda en algunas regiones de Asia como ejemplos de artesanía que conserva en parte sus orígenes, aunque se produce pensando en el mercado turístico²⁰.
- Finalmente, nos encontramos con los casos en que no hay la modificación o transformación de una tradición para convertirla en atracción turística porque esta "tradición" se abandonó en el pasado (Rubio, 2003, pp. 59-61). En estos casos la población nativa rescata de su historia, más o menos reciente, viejas tradiciones que convierte en atractivos turísticos (Medina, 2003). Es en estas ocasiones en las que podemos hablar de auténtico teatro. Entre los casos menos extremos podemos encontrar elementos de los nativos americanos que tras unas décadas de olvido son recuperados para ser nuevamente llevados a la práctica. Pero los casos más extremos son los que recuperan tradiciones y costumbres que ya sólo permanecen en documentos históricos, los más habituales son las recreaciones de la época medieval, principalmente mercados medievales.

Estos tipos de atracciones culturales forman un continuo sobre el que se desplazan las destinaciones turísticas, desde las tradiciones donde los turistas sólo son espectadores hasta las atracciones sacadas de los libros de historia. Las poblaciones con tradiciones vivas cuando empiezan a recibir turistas inician un proceso de abandono de las prácticas y creencias tradicionales, adoptando los usos y costumbres de los países de origen de los turistas, pero los elementos tradicionales más vistosos no desaparecen sino que, a la vez que los nativos los abandonan, se van enfocando hacia los turistas. Al final llega un momento en que para mantener la afluencia no es suficiente con las tradiciones existentes y se busca en el pasado nuevas tradiciones. Los cambios culturales en las regiones aisladas se producen en dos fases²¹:

- En la primera fase la región se abre al exterior e inicia relaciones comerciales de una forma más intensa. En este nuevo entorno los habitantes reciben una importante cantidad de rentas, con relación a la situación precedente, pero la influencia exterior es suave. En esta fase las tradiciones no sólo no se pierden sino que aumenta el dispendio realizado en ellas, se aumentan las dimensiones de las viviendas y el lujo de los materiales, las vestimentas tradicionales se enriquecen con telas delicadas y joyas, las fiestas aumentan en grandiosidad y gastos, etc. Ejemplos de ello son las tribus nativas de Norteamérica las cuales mejoraron o engrandecieron muchos de los elementos tradicionales gracias al comercio con los colonos europeos²². En Ibiza durante siglos aplicó una economía autárquica pero en el siglo XIX inició las exportaciones de productos agrícolas. Al ser mayores las exportaciones que las importaciones se producía un aumento de riqueza que permitió aumentar el tamaño de las

fueron los primeros exploradores e investigadores de las regiones más apartadas de estas islas. Los engaños sufridos por los antropólogos han sido elemento de preocupación en los estudios de campo realizados en la región y tema de burla en cine y prensa escrita.

²⁰ El negocio de la artesanía puede desembocar en los destinos consolidados en artículos sin relación cultural con la región y creados con el sólo fin de aprovechar el valor de marca que posee el destino (Nueva York, Ibiza, Mallorca, Bali, Miami, etc.).

²¹ Estas dos fases se pueden dar separadas por un periodo muy amplio de tiempo o coincidir ambas fases con el inicio del desarrollo turístico.

²² Un caso concreto son las Potland celebradas por los jefes Kwakiutl de la isla de Vancouver (Harris, 1999). El Potland consistía en un festín en que se agasajaba a los jefes rivales y a sus tribus con comida ropa, aceite, etc. pero con el inicio del comercio con los europeos las nuevas enfermedades redujeron la población y el comercio enriqueció a los jefes hasta el punto que había excedente de bienes y en las celebraciones ya no se repartían bienes sino que se destruían.

casas y mejorar los utensilios, pero donde se dio el mayor cambio fue en las joyas típicas que pasaron de ser sencillas y de materiales austeros a enormes joyas de oro.

- La segunda fase del cambio de la sociedad se produce cuando hay una fuerte entrada de personas foráneas. Este hecho suele ir unido al desarrollo turístico de la región y en él se produce la evolución descrita con anterioridad desde unas tradiciones vinculadas a las creencias y valores de la población nativa hacia unas tradiciones enfocadas como atracción turística.

En la primera fase se produce una evolución en el aspecto de las tradiciones, aumentando sus muestras de opulencia, mientras que en la segunda fase se produce un cambio en los valores y creencias de los residentes. Si un nuevo destino turístico poseía una situación económica previa que no permitía la consecución de la primera fase, se producirán ambas fases de forma simultánea con el desarrollo del turismo. McKean (1978) observó que en la sociedad balinesa el turismo había aumentado la demanda de artesanía y productos locales. A este fenómeno le llamó "involución cultural" y se caracteriza por unas formas y prácticas culturales mucho más elaboradas, prevaleciendo la cultura material en detrimento de las tradiciones. La artesanía es promovida y salvada de la extinción (Besculides, Lee, y McCormick, 2002), pero tiene como contrapartida la pérdida de su sentido original al producirse lo que muchos críticos con el turismo denominan la "mercantilización" de la cultura.

Como conclusión se puede afirmar que los efectos del turismo sobre la cultura tienen consecuencias positivas y negativas sobre las actitudes de los residentes, en función del tipo de turismo que se desarrolle y la visión que tengan los residentes de su cultura:

- Si se desarrolla un turismo respetuoso con la cultura y las tradiciones locales se consigue que la relación cultura-turismo tenga un predominio de los efectos positivos sobre las actitudes de los residentes, ya que los residentes perciben el turismo como una muestra de aprecio hacia la cultura local.
- Si el desarrollo turístico es lento y los cambios en la cultura local son pocos y lentos, siendo fácilmente asimilable la situación por los residentes y mejorando las actitudes hacia el turismo. Los residentes perciben pocos cambios a lo largo de su vida y, por tanto, muestran pocas críticas. La relación entre cambio cultural y aumento de las críticas al turismo se debe al predominio de la visión estática de la cultura.
- El concepto de cultura que posean los residentes es fundamental en la determinación de las actitudes. Si predomina un concepto estático de cultura, el cual se relaciona fuertemente con las visiones románticas que muchos poseen (Newby, 1979) de la cultura como algo inmutable en el tiempo, las actitudes de los residentes serán fuertemente negativas, ya que el turismo cambia la cultura. Por el contrario, si se posee una visión dinámica de la cultura se generan reacciones positivas de la población porque los cambios sufridos son vistos como la evolución natural de la cultura. En las sociedades suele abundar la visión estática de la cultura, aunque los datos históricos indican que es una imagen ficticia provocada por el desconocimiento del pasado.

2.2.3. Molestias a los residentes.

En este punto nos referimos a las molestias provocadas por la actividad turística sobre los residentes, como puede ser ruido, suciedad (Pizam, 1978), alcoholismo (Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978), consumo de drogas (Belisle y Hoy, 1980; Pizam, 1978), contrabando (Belisle y Hoy, 1980; Milman y Pizam, 1988), prostitución (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986), actitud arrogante o desagradable hacia los residentes, daños en la propiedad privada, destrozos en el mobiliario público, algaradas, batallas campales contra la policía, protestas pacíficas o no, etc. Este tipo de molestias son debidas a la permisividad que siguen las autoridades con los turistas y la única solución consiste en un control policial más estricto en las zonas turísticas, para minimizar al máximo este efecto negativo sobre la población residente y los turistas.

La actitud de los residentes frente a los elementos molestos generados por el turismo empeora cuando aumenta la renta o tienen contacto laboral con el sector turístico y se suaviza cuando el

individuo obtiene beneficios personales derivados del turismo (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).

- *Niveles de delincuencia.*

Dentro de estas molestias se puede mencionar la delincuencia (Belisle y Hoy, 1980), aunque sólo la delincuencia de menor gravedad (pequeñas agresiones, hurtos, vandalismo, etc.) es achacable al desarrollo turístico. Los delitos de mayor envergadura no parecen encontrarse relacionados con la presencia turística sino con factores más vinculados a la población residente.

Comunidad Autónoma	Residentes 2006	Condenas 2006	Condenas X 1000 residentes	Turistas 2006	Turistas X 1000 residentes
Ceuta y Melilla	142.732	1.978	13,86		
Castilla-La Mancha	1.932.261	4.855	2,51	226.486	117,21
La Rioja	306.377	1.241	4,05	52.240	170,51
Asturias	1.076.896	3.833	3,56	206.264	191,54
Extremadura	1.086.373	2.860	2,63	216.443	199,23
Navarra	601.874	1.782	2,96	150.680	250,35
Aragón	1.277.471	3.072	2,40	401.137	314,01
Murcia	1.370.306	5.977	4,36	576.880	420,99
Galicia	2.767.524	8.893	3,21	1.255.148	453,53
Castilla y León	2.523.020	5.727	2,27	1.246.269	493,96
País Vasco	2.133.684	6.727	3,15	1.055.055	494,48
Madrid	6.008.183	14.713	2,45	3.920.703	652,56
Cantabria	568.091	1.327	2,34	392.615	691,11
Andalucía	7.975.672	30.960	3,88	8.547.466	1.071,69
Valencia	4.806.908	16.049	3,34	5.484.966	1.141,06
Cataluña	7.134.697	23.087	3,24	15.003.317	2.102,87
Canarias	1.995.833	5.546	2,78	9.608.180	4.814,12
Baleares	1.001.062	4.119	4,11	10.107.291	10.096,57
Total	44.708.964	142.746	3,19	58.451.140	1.307,37

Tabla 4: Condenas emitidas en 2006.

Fuente: www.ine.es

Las zonas turísticas son zonas de mucho bullicio y donde abundan las víctimas de atracos y hurtos "fáciles". Los turistas suelen padecer un elevado grado de desconcierto debido a encontrarse en un lugar que no conocen, con diferencias importantes en el día a día respecto de su lugar de origen y suele existir la barrera del idioma entre ellos y el resto de la sociedad. Este hecho es un potente atractivo para los delincuentes de poco calado que ven en los turistas una presa fácil y se desplazan a los destinos turísticos en la época de máxima afluencia turística. Este tipo de delincuentes elige "presas" fáciles evitando las "víctimas problemáticas", y por este motivo suelen atacar a los turistas y evitan a los residentes. Esta delincuencia, si llega a ser muy numerosa, puede causar un elevado daño a la imagen del destino turístico y provocar que los potenciales turistas cambien de destino vacacional buscando tranquilidad. Los residentes, a pesar de no ser habitualmente víctimas de estos hurtos, sufren un daño económico debido a la mala imagen del destino y al consecuente descenso del turismo.

Además de pequeños delincuentes, llegan a la región individuos y grupos mucho más peligrosos que si representan una amenaza directa para turistas y residentes. Pero quizá el tipo de delincuencia que agota en mayor grado la paciencia de los residentes es la debida a la

permisividad con los turistas, muchas veces debida a la dependencia económica y al miedo que provoca perder turismo. En bastantes destinos la normativa legal, que se cumpliría al pié de la letra en zonas no turísticas, se relaja o simplemente no se aplica con el objetivo de no molestar con su exigencia a los turistas o incluso atraer turistas que se encuentran tentados de saltarse normas o leyes pero no se atreven por temor a las consecuencias. Este tipo de turismo se puede ver en Ibiza y llega a su máximo extremo en los destinos de turismo sexual como Tailandia.

La criminalidad causada por el desarrollo turístico es uno de los impactos negativos más frecuentemente analizados (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002), pero su implicación en la determinación de las actitudes de los residentes hacia el turismo no ha sido determinada de forma concluyente (Lankford, 1996), ya que algunos autores han encontrado una relación entre crimen y turismo en la percepción de los residentes (Belisle y Hoy, 1980; Lankford, 1996; Liu, Sheldon, y Var, 1987; Long, Perdue, y Allen, 1990; Milman y Pizam, 1988; Pizam y Pokela, 1985; Rothman, 1978; Runyan y Wu, 1979; Senth, 1980) y otros no (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; McCool y Martín, 1994; Pizam, 1978; Var, Kendall, y Tarakcoglu, 1985). Lankford (1996) encontró que la población rural con muchos años de residencia en la región, personas dedicadas a los servicios de ocio y la población joven perciben que el turismo contribuye al aumento del crimen²³. En el caso de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002) la falta de un efecto sobre las actitudes de los residentes es debido, probablemente, a que se trata de un destino con un desarrollo incipiente en un tipo de turismo caracterizado por los elementos culturales, históricos y folclóricos y podría ser totalmente distinto en destinos de otro tipo, como son los basados en grandes infraestructuras o masificados.

Por tanto, aunque la pequeña delincuencia parece que aumenta con el desarrollo turístico, en las percepciones de los residentes no existe una relación clara entre delincuencia y turismo, posiblemente porque no consideran que sea un elemento exclusivo del turismo sino del desarrollo económico. El resultado es que, aunque, la pequeña delincuencia, en teoría, debería empeorar las actitudes de los residentes hacia el turismo, los datos empíricos no indican un efecto claro.

2.3. Valores personales.

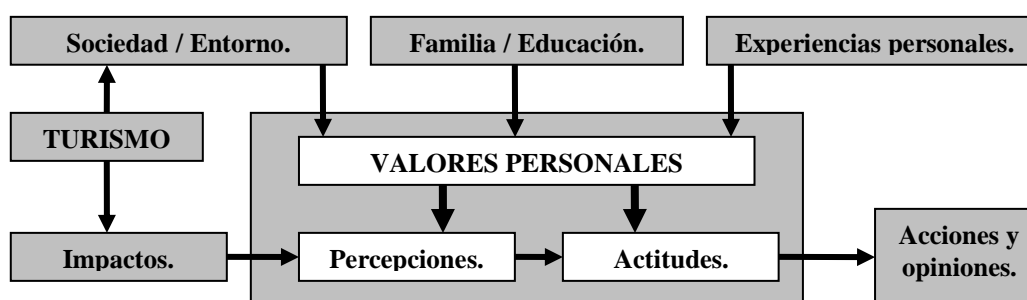


Figura 4: Proceso cognitivo de formación de las percepciones, actitudes, valores y acciones.

Fuente: elaboración propia.

²³ De los tres grupos mencionados por Lankford (1996): el primero (población rural con muchos años de residencia en la región) es debido a que recuerdan los cambios sucedidos a lo largo de un gran periodo de tiempo; en el segundo caso (personas dedicadas a los servicios de ocio) es debido al enorme contacto profesional con los puntos más conflictivos de las zonas turísticas, y el tercer grupo (población joven) es el más peculiar de los tres, pero probablemente se deba a que hacen un mayor uso de las infraestructuras de ocio turístico y, por tanto, al igual que el grupo anterior, tienen un mayor contacto con las zonas y actividades más conflictivas.

Los valores son como las actitudes pero referentes a elementos mucho más abstractos que en el caso de las actitudes. Los valores tienen efecto sobre las actitudes ya que actúan como unos parámetros generales para la toma de decisiones y las valoraciones que realiza el individuo a lo largo de su vida. Los valores de cada persona vienen marcados por elementos particulares de cada uno como pueden ser la sociedad en que se ha criado, los valores inculcados por sus padres y tutores y las experiencias personales vividas, hasta el momento. Debido a la influencia social y, sobre todo, a las experiencias personales vividas, los valores pueden cambiar con el paso del tiempo. Un posible elemento de cambio de los valores es la llegada de personas foráneas a una sociedad cerrada, como es el caso de la llegada del turismo a destinos socialmente cerrados y atrasados.

Las percepciones, actitudes, valores y acciones son elementos del proceso cognitivo. El proceso cognitivo humano es muy complejo, aunque puede dividirse en cuatro niveles principales (Llul, 2002, p. 85):

1. Nivel de Conocimiento. Grado de conocimiento por parte del sujeto de la información relativa a una determinada cuestión.
2. Nivel de Percepción Cognitiva o de Comprensión. El individuo, a partir de la información que le llega, construye una imagen mental propia sobre el problema.
3. Nivel Afectivo o de Valoración Personal. Tras conocer la información y comprenderla el individuo la relaciona con su particular escala de valores, y adopta una actitud personal.
4. Nivel de Comportamiento. El sujeto adopta (o no) una línea de actuación concreta con respecto al problema que nos ocupa.

Evidentemente, las personas no completan todos los niveles de forma simultánea, sino que de forma normal se produce un progreso desde el conocimiento hasta la acción.

2.3.1. Ecocentrismo (preocupación por el medioambiente).

Dentro de los valores personales, la importancia que den los residentes al medio ambiente²⁴ es uno de los elementos clave. La concreción de los impactos²⁵ debidos al turismo no resulta fácil ya que con frecuencia los efectos sobre el medio ambiente son producto de un conjunto de causas que se interrelacionan y que pueden no venir exclusivamente determinadas por el turismo (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 37), dificultando las investigaciones al respecto. Estudios sobre la percepción de los impactos del turismo sobre el medioambiente indican una relación o positiva (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Murphy, 1983b; Perdue, Long, y Allen, 1987; Ritchie, 1988) o negativa (Liu, Sheldon, y Var, 1987; Pizam, 1978). Una posible explicación de la disparidad de resultados estaría en la existencia de distintas actitudes acerca de la relación entre los seres humanos y el medioambiente (Gursoy, Jurovski, y Uysal, 2002).

La relación entre actitudes y comportamiento en referencia al medioambiente encontrada en diversos estudios es débil (Fuhrer *et al.*, 1995; Fransson y Garling, 1999; Hines *et al.*, 1986). Aunque parece que debería tenerse en cuenta si son acciones generales o específicas ya que pueden existir variaciones en el peso de los distintos valores (Seligman, Syme, y Gilchrist, 1994). El resultado es que si las actitudes no son medidas en un momento lo más cerca posible y a un nivel de especificidad similar al del comportamiento estudiado, rara vez se detecta una relación fuerte entre actitud y comportamiento (Fransson y Garling, 1999, p. 379). La importancia del entorno en que se analice el comportamiento de la gente es muy importante, al igual que el apego que posean las personas al lugar (Bonaiuto *et al.*, 2002). El principal problema de los espacios naturales es el frecuente conflicto de opiniones entre diversos grupos de individuos, entre individuos e instituciones o entre instituciones, y es frecuente que las

²⁴ Entendido el medio ambiente en su acepción restringida referida al entorno natural y urbanístico (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 37).

²⁵ Como son la alteración del entorno y el consumo de recursos escasos (Stanners y Bourdeau, 1995).

negociaciones para poner de acuerdo a los distintos grupos fallen si las posiciones están muy polarizadas (Eisto, Hokkanen, Ohman, y Repola, 1999).

Impacto.	Consecuencias potenciales.
Fauna y flora.	Trastornos en los hábitos de reproducción. Muerte de animales por caza. Muerte de animales para el comercio de suvenires. Migraciones de animales, hacia o desde la zona en cuestión. Aplastamiento y daños de la vegetación a través de las pisadas y de los vehículos. Destrucción de la vegetación por la demanda de madera y plantas. Cambios en las extensiones y/o naturaleza de la vegetación para construir infraestructuras turísticas. Creación de una reserva/santuario de vida salvaje o restauración de hábitats.
Polución.	Polución del agua a través de la desembocadura de aguas residuales, vertidos o petróleo/gasolina. Polución del aire por las emisiones de los vehículos, combustión de derivados del petróleo para calefacción e iluminación. Contaminación acústica por el transporte de turistas y sus actividades.
Erosión.	Compactación de los suelos y erosión. Cambio en el riesgo de desplazamientos de tierras. Daños en los rasgos geológicos (peñascos, cuevas, etc.). Daños en las riberas de los ríos.
Recursos naturales.	Agotamiento de las reservas de agua. Agotamiento de los combustibles fósiles para generar energía para la actividad turística. Cambio en el riesgo de generar incendios. Agotamiento de los recursos minerales para la construcción. Sobreexplotación de los recursos biológicos (pesca, etc.).
Impacto visual.	Creación de servicios diversos (edificios, telesillas, aparcamientos, etc.). Basuras. Aguas residuales, floración de algas, etc.

Tabla 5: Principales impactos del turismo sobre el medioambiente.

Fuente: Hunter y Green (1995).

Gagnon-Thompson y Barton (1994) proponen distinguir entre dos motivaciones o valores detrás del apoyo hacia acciones medioambientales: el “ecocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en si mismo, y el “antropocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor entanto que posee efectos positivos en las vidas humanas. Distintos investigadores sugieren que los individuos con inclinaciones ecocéntricas preferirán que se prime la protección del medioambiente sobre la mejora de la economía, mientras que los individuos antropocéntricos preferirán que se dé preferencia a las necesidades y los deseos humanos, aunque ello implique alteraciones del medioambiente (Jurowski, Uysal, Williams, y Noe, 1993, 1995; Uysal, Jurowski, Noe, y McDonald, 1994). Los valores antropocéntricos y ecocéntricos pueden existir en una misma sociedad (Jones, Jurowski, y Uysal, 2000), ya que no son dos categorías cerradas sino los dos lados de una línea continua que va desde el antropocentrismo más radical (lo único que importa es el beneficio económico) al ecocentrismo extremo (opuesto a cualquier cambio que no sea para reducir el impacto ecológico actual). Las actitudes ecocéntricas tienen un impacto directo en el grado de apoyo hacia el turismo (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997) e implican un mayor apoyo hacia el turismo cultural y de

eventos que hacia el turismo basado en el atractivo del paisaje y la naturaleza (Jurowski, 1994). En el estudio de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002) los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada y los beneficios de forma menos importante que el resto de residentes.

Las actitudes medioambientales sufren cambios con el paso del tiempo. En los momentos iniciales las penurias económicas de la población junto con la enorme cantidad de espacios naturales existentes hacen que las actitudes sean básicamente antropocéntricas ya que la situación de la economía local y de los residentes se considera mucho más dañina que la pérdida de una parte de la riqueza natural. Pero con el paso del tiempo las penurias económicas iniciales empiezan a mitigarse, los impactos ecológicos aumentan y se reduce el entorno natural de la región peligrosamente. Con el devenir de los cambios las actitudes ambientales empiezan a desplazarse del antropocentrismo hacia el ecocentrismo y la preocupación por la economía local deja paso a la preocupación por el entorno. Con el tiempo cada vez toma mayor fuerza el objetivo de salvar el medio ambiente que queda.

Hunter y Green (1995) elaboraron una relación de los impactos potenciales del turismo en el entorno natural dividida en cinco grupos: efectos sobre la fauna y flora de la zona, polución, erosión, uso de recursos naturales e impacto visual (Tabla 5).

La percepción del impacto del turismo sobre el entorno es distinta entre los turistas y los residentes. Diversos estudios han determinado que los turistas tienen una percepción limitada del desgaste y deterioro medioambiental producido por la actividad turística, pero si son muy sensibles a impactos más claros, como son la suciedad, el vandalismo, etc. (Lucas, 1979; Marion y Lime, 1986), sobre todo cuando no son ellos los culpables (Hammit, Bixler, y Noe, 1996). La población local es más sensible a los impactos medioambientales y realiza un análisis a un nivel más concreto que los turistas, los cuales evalúan la situación medioambiental a un nivel global de todo el destino (Hillery, Nancarrow, Griffin, y Syme, 2001; Holdnak, Drogin, Graefe, y Falk, 1993). Las diferencias entre turistas y residentes en cuanto a percepción de los impactos negativos en el entorno hacen que los residentes muestren preocupación por el deterioro antes que los visitantes. Esto se debe a dos motivos: los residentes tienen una percepción más completa de los daños sufridos por el entorno, y los turistas que podrían tener una mayor percepción de los daños no visitan el destino.

En los últimos años parece que se produce un aumento en la concienciación y sensibilización hacia los impactos medioambientales obligando a tener en cuenta los impactos ecológicos en los planes de desarrollo turístico (Hammit, Bixler, y Noe, 1996), ya que el aumento de concienciación ha desplazado a la población hacia posturas más ecocéntricas.

2.4. Características de la sociedad local.

Diversos elementos de la sociedad local, como son su tamaño, el apego de los individuos a la comunidad y las pautas de influencia mutua de los individuos, también tienen capacidad para influenciar en las actitudes expresadas por los individuos hacia el turismo.

2.4.1. Tamaño de la sociedad local.

Capenerhurst (1994) argumenta que el tamaño de la sociedad local es importante en la determinación de la reacción de los residentes frente al turismo. La preocupación de los residentes hacia el desarrollo turístico se vincula a espacios pequeños (con unos límites bien definidos) que actúan como destino turístico y en donde el desarrollo turístico es percibido como una amenaza al *status quo* y a la identidad propia (Capenerhurst, 1994). Este autor sostiene que las sociedades pequeñas tienen una reacción más fuerte al desarrollo turístico porque residentes y visitantes se encuentran en estrecho contacto y el apego de los residentes es mayor que en sociedades mayores. El estudio de Mason y Cheyne (2000) coincide con las afirmaciones de Capenerhurst (1994) al afirmar que el tamaño de la sociedad es importante.

Las sociedades de las que habla Capenerhurst (1994) coinciden con la situación de las pequeñas islas que se han convertido en destino turístico: son pequeñas, tienen unos límites perfectamente definidos y forman en su conjunto un destino turístico.

2.4.2. El apego a la comunidad.

El apego a la comunidad ha sido definido como un conjunto de lazos sociales como amistad, sentimiento y participación social (Goudy, 1990; Jurowski, 1994). También se puede definir como la relación afectiva o los lazos emocionales que las personas tienen con el lugar en el que viven (Fried, 1963, 2000; Giuliani, 2002). Este apego parece ser mayor en los grupos de personas con negocios en la región y menor entre las personas pertenecientes a grupos ecologistas (Bonaiuto *et al.*, 2002), hecho que podría explicarse por una dependencia económica y por las características sociales de cada uno de los dos subgrupos. Diversos autores argumentan (Mason y Cheyne, 2000; McCool y Martin, 1994; Williams, Patterson, Roggenbuck, y Watson, 1992) que el apego a la comunidad se encuentra más relacionado con la elección de un lugar para residir, en base a un conjunto de atributos que posee, que no con la existencia de un círculo de amistades. Los nuevos residentes tienen una visión más negativa del desarrollo de la comunidad que los nativos porque buscan que la región sea como era cuando ellos la eligieron para vivir (Ayers y Potter, 1989; Goudy, 1977).

Los residentes con lazos más fuertes con la región (dependencia económica, residencia muy larga en la región, etc.) tienen distintas percepciones y actitudes que los que no tienen estos lazos tan fuertes. Además la proximidad cultural del individuo con la corriente cultural principal de la región tienen una mayor preferencia por el turismo cultural basado en esta cultura predominante, ya que perciben un mayor impacto beneficioso del turismo (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). En el estudio de Besculides, Lee y McCormick (2002) la población no hispana se preocupa más por las acciones, beneficios y costes que genera el turismo para ellos y la comunidad, en cambio los hispanos muestran mayor preocupación por los planes de desarrollo que afectan directamente a la cultura de la zona. Esto es debido a que estos últimos son activos participantes de la cultura hispana y por tanto les afecta en mayor medida.

Algunos autores han investigado la relación entre este concepto y las actitudes de los residentes hacia el turismo (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, 1994; Mason y Cheyne, 2000; McCool y Martin, 1994; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Um y Crompton, 1987; Williams, Patterson, Roggenbuck, y Watson, 1992; Yoon, 1998), pero los resultados son contradictorios. Um y Crompton (1987) encontraron una relación negativa entre el apego a la comunidad y la percepción favorable de los impactos turísticos, Jurowski, Uysal y Williams (1997) encontraron una relación positiva con los impactos económicos y sociales pero negativa con los impactos medioambientales. Algunos autores (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, 1994; McCool y Martin, 1994) no encontraron una relación significativa entre apego y actitudes. El hecho de no encontrar un resultado claro puede ser debido a que hay otros factores que intermedian el efecto del apego a la comunidad.

2.4.3. Comportamiento social.

Al analizar las actitudes de los individuos no sólo hay que tener en cuenta los elementos individuales sino también las tendencias generales del grupo social. El ser humano es un animal gregario y los individuos buscan la integración en un grupo para evitar la soledad y la sensación de aislamiento. La búsqueda de la integración social suele comportar que los individuos adapten sus comportamientos y actitudes a las pautas generales del grupo actuando en muchos casos de una forma diferente o más extrema de como hubieran actuado si tomaran las decisiones sin influencias externas. Este hecho se comprueba cuando a un grupo de individuos se les pregunta él porque de sus acciones. Los individuos dan como explicación que era lo que hacía el grupo, pero al preguntar a todos los miembros del grupo se comprueba que todos responden igual y que si cada uno hubiese actuado según su conciencia el grupo hubiera actuado de forma homogénea pero distinta de como lo hizo.

El porqué de que un grupo actúe mayoritariamente de forma distinta a como hubiera actuado de no recibir influencias externas se encuentra en el orden en que los individuos toman las decisiones. Si los individuos deciden de forma aislada e independiente usan los valores, datos y apreciaciones personales en la toma de decisiones, pero si deciden de forma sucesiva cada individuo tiende a adherirse a la respuesta mayoritaria si tiene problemas de indecisión y a la opinión más cercana a su opinión personal si tiene una opinión más o menos formada. Si analizamos la secuencia individuo por individuo veremos que hay una tendencia cada vez mayor a pronunciarse en el mismo sentido que el primer individuo cuando la secuencia de exposición de opiniones avanza. Este efecto se tiene en cuenta por ejemplo en las elecciones al no ofrecer resultados de las votaciones antes de que finalicen, con las limitaciones existentes a la publicación de encuestas en los días previos y con la existencia de un día de reflexión. Otro ejemplo de esta pauta de comportamiento es el caso de los jurados populares²⁶. En el caso de los estudios basados en un panel de expertos deben buscarse formulas que impidan que la opinión de uno de ellos influya a uno o varios de los otros miembros del panel.

En el caso del sector turístico la opinión de una o varias personas con influencia social y credibilidad pueden decidir a favor o en contra del desarrollo turístico de una localidad al dirigir la opinión del resto de personas. Cuando un tema empieza a ser habitual en las discusiones entre los miembros de la sociedad se forma una preocupación social que tiende a condicionar y a amplificar la opinión que poseen los individuos en la dirección aparentemente mayoritaria. El apego que posea el individuo hacia la sociedad a la que pertenece y su preocupación por los temas de discusión social pueden amplificar el efecto que los debates sociales tengan sobre su valoración personal. Entre los temas de preocupación social pueden encontrarse el medio ambiente, la seguridad, la economía local, el empleo o la cultura. La importancia de estos temas en las discusiones sociales se encuentra unida en muchas ocasiones a las actividades de asociaciones, y lobbies en general, que actúan sobre la sociedad hasta que consiguen que sus preocupaciones particulares sean las preocupaciones principales de la sociedad.

El efecto de la opinión pública sobre los individuos es que un mismo impacto se percibe diferente según la tendencia de la opinión pública. Un mismo dato objetivo recibe distintos grados de atención y preocupación por parte de los individuos según los temas de discusión social de actualidad en cada momento. Ejemplos de ello los encontramos en los datos económicos o de criminalidad y delincuencia, que pueden no recibir ningún tipo de atención por parte de los individuos o convertirse en la preocupación principal según el grado de tratamiento que se haga de la información en el ámbito mediático. En este comportamiento hay dos elementos a considerar:

- El primero es que al tratarse un determinado tema se produce un aumento de la información que poseen los individuos y puede deberse la preocupación al paso de la ignorancia a la consciencia sobre el tema.
- Pero en muchos casos más que información lo que se recibe es desinformación que causa de forma intencionada, o no, una preocupación innecesaria. El resultado es aumentar el nerviosismo y provocar que se tomen peores decisiones. En el sector turístico se suele dar esta situación una vez iniciada la actividad y existe el peligro de que se creen fobias, estereotipos y, en general, comportamientos que no conducen a ningún beneficio. Aunque los turistas no tienen un efecto inocuo en el lugar que visitan, la discusión y el tratamiento de los problemas que causan debe hacerse de forma calmada y meditada si no se quiere destruir un recurso económico del que depende la región.

²⁶ Según el país de que se trate los jurados populares están formados por nueve o doce personas, pero en algunos de los sistemas judiciales se ha reducido a seis el número de personas del jurado para evitar que el primero en opinar durante las deliberaciones condicione la decisión final del jurado, mediante la reducción de la presión sobre los miembros del jurado que provocaba el hecho de formar parte de un grupo grande. Al usar jurados más pequeños se espera fomentar la discusión entre los miembros del jurado y evitar sentencias polémicas, cuando no erróneas.

El efecto de las opiniones expresadas públicamente ha llevado al uso de esta capacidad como distracción. Consiste en crear una preocupación o un entusiasmo por algo de forma artificial con la finalidad de ocultar problemas o actuaciones que por su efecto directo en la población acapararían el máximo de atención si no existiera otro elemento que lo ocultara ("soltar la liebre a los galgos"). Ejemplos de ello son las "cazas de brujas" que se han perpetrado a lo largo de la historia contra brujas, comunistas, extranjeros, judíos, negros, blancos o empresarios (entre ellos los hoteleros) con la finalidad de esconder la mala gestión diaria o la falta de proyectos factibles.

2.5. Implicación de los residentes en la gestión local.

Las actitudes de los residentes hacia los impactos negativos del turismo en la vida cotidiana mejora cuando los habitantes dependen laboralmente del sector, tienen un mayor nivel educativo (visión dinámica de la cultura) o tienen acceso al proceso de decisión, pero empeora al aumentar el nivel de renta (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).

La gestión local es un elemento importante en la determinación de las actitudes de los residentes. Si la gestión del sector turístico permanece en manos de personas e instituciones de fuera de la región, los residentes sienten una gran desafección e indiferencia. Pero, además, la gestión externa al territorio suele generar que las decisiones tomadas sean lentas y no ajustadas a las condiciones locales, provocando problemas a los residentes. Por tanto, el turismo es visto como algo extraño, ajeno y que causa molestias. En este caso, las actitudes de los residentes son negativas ya que es casi imposible que el turismo no genere problemas a los residentes. La gestión externa podría explicar la rápida evolución de actitudes en algunos destinos con reciente desarrollo, como es el caso de República Dominicana (Buades, 2006).

Por otra parte si la gestión turística se realiza por personas e instituciones de la propia región se consigue implicar a los residentes, reducir los inconvenientes que sufre la sociedad local por culpa del turismo y minimizar las críticas de los residentes, ya que ellos mismos son los responsables de los problemas que critican. En Baleares el hecho de que la iniciativa empresarial haya sido llevada a cabo por personas de las islas y que a partir de los años ochenta se tenga gran capacidad de decisión administrativa a nivel insular a favorecido que las actitudes de los residentes se mantengan más favorables al turismo, en relación al ciclo de vida, que en destinos de más reciente creación pero que se caracterizan por poseer un empresariado extranjero y una gestión administrativa situada lejos del destino turístico. En este caso nos encontramos con un factor positivo similar a las posibilidades de iniciativas empresariales, en ambos casos los residentes valoran mejor el turismo si pueden tomar las riendas de su desarrollo, tanto a nivel empresarial (posibilidad de iniciativa empresarial) como a nivel de la Administración (gestión local), aunque luego no lleguen a tomar tal control.

2.5.1. La preocupación de los residentes hacia temas locales.

La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local como son el medioambiente, las escuelas, la criminalidad, infraestructuras, oferta de ocio y entretenimiento, etc. puede afectar la forma de percibir los costes y beneficios del turismo (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Pero la dirección del efecto no está clara (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002) ya que las investigaciones sobre los efectos que produce la preocupación de los residentes hacia algunos aspectos da resultados confusos, especialmente en los impactos medioambientales (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Ritchie, 1988), en la cultura local (Mathieson y Wall, 1984) y en las oportunidades de ocio (Keogh, 1990a; O'Leary, 1976; Perdue, Long, y Allen, 1990). Además de afectar la forma de percibir los costes y beneficios, la preocupación de los residentes se encuentra relacionada con la percepción que tienen de la economía local, a mayor preocupación peor es la percepción que tienen de la economía local (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). En realidad el efecto de la preocupación social sobre la percepción de los costes y beneficios no es directo sino mediatizado por la percepción de la situación de la economía local, tal y como indica el trabajo de Gursoy, Jurowski y Uysal (2002). Esta relación indirecta entre grado de

preocupación y actitudes de los residentes se puede mostrar de forma gráfica en la Figura 5. Las diversas preocupaciones de los residentes afectan la valoración general que realizan de la economía local y eso afecta la valoración de costes, beneficios y actitudes de forma indirecta.

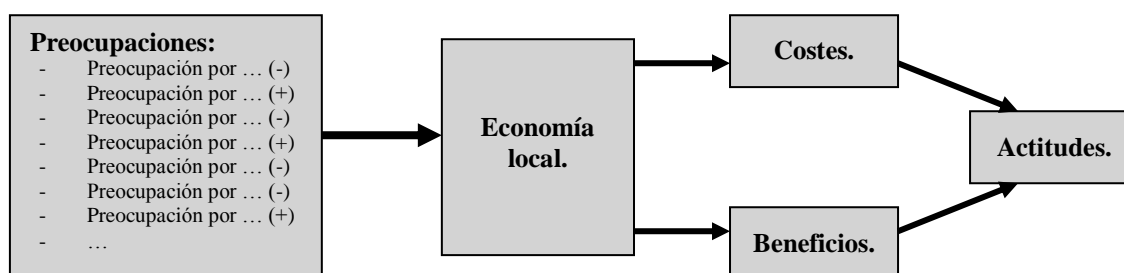


Figura 5: Relación entre las preocupaciones de los residentes y las actitudes.

Fuente: elaboración propia.

Los residentes más preocupada por el medioambiente, las infraestructuras educativas, los índices de criminalidad, la oferta sociocultural, el desarrollo económico, los transportes y las infraestructuras viarias están dispuestos a pagar más impuestos y fomentan la intervención del gobierno en la creación de nuevas oportunidades de empleo (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Por tanto, a mayor preocupación mayor capacidad de sacrificio se posee para corregir la fuente de preocupaciones. El resultado es que la preocupación por los impactos negativos del turismo empeora las actitudes de los residentes, pero la preocupación por otros problemas que padece la sociedad local, solucionables gracias al turismo, hace que mejoren las actitudes de los residentes hacia el turismo.

El efecto indirecto de las preocupaciones de los residentes, combinado con la existencia de efectos positivos y negativos simultáneamente hace que resulte lógica la falta de una dirección clara del efecto en la bibliografía, ya que este factor es, en realidad, un conjunto de factores, o preocupaciones, que tienen efecto positivo o negativo según el caso y las peculiaridades de cada destino pueden provocar que el resultado global sea negativo, positivo o indiferente.

2.5.2. Conocimientos de la industria y la región.

El conocimiento de la industria (Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Keogh, 1990b), la proximidad a la zona turística y el contacto con los turistas (Belisle y Hoy, 1980; Sheldon y Var, 1984) pueden tener efectos sobre las actitudes de los residentes. La proximidad del lugar de residencia a la zona turística puede ser un factor con gran influencia en las opiniones de los residentes hacia el turismo (Mason y Cheyne, 2000). El nivel de conocimiento e inmersión en el sector puede variar las actitudes de los residentes.

El conocimiento que poseen los residentes sobre el sector turístico y el contacto previo que hayan tenido con este tipo de actividad influye en la actitud de los residentes hacia el sector. El efecto de los conocimientos sobre el sector y el contacto con el día a día de la actividad turística no suele tener efectos que podamos considerar claramente positivos. El aumento en el conocimiento del sector suele implicar un aumento en el conocimiento de la problemática diaria de tener una masa de personas foráneas en la región. La distancia del punto de residencia a las zonas turísticas y la necesidad de moverse por estas zonas tiene un efecto reductor en el primer caso y amplificador en el segundo caso del conocimiento del turismo, y de las actitudes resultantes.

El hecho de trabajar en el sector turístico no mejora esta situación sino todo lo contrario. Los trabajos en el sector turístico suelen ser de baja cualificación, e implican salarios relativamente bajos respecto a otros sectores económicos y una cantidad de horas de trabajo diarias muy elevada. Además generalmente se trata de trabajos cuyo principal elemento característico es el contacto con el público (entiéndase los turistas en este caso), por tanto más que un esfuerzo

físico hay un esfuerzo psicológico de aguante de las distintas actitudes de los turistas. Por tanto la combinación de salarios bajos, muchas horas, turistas problemáticos y la convivencia con el sector económico a todas horas tiene un efecto catastrófico en las actitudes de los residentes. En este caso las malas condiciones laborales y las desavenencias con los turistas provocan un “conocimiento negativo” del sector turístico. Un ejemplo de cómo puede empeorar la actitud lo tenemos en el estudio de Teye, Sirokaya y Sönmer (2002) sobre las ciudades de Cape Coast y Elmina en la costa de Ghana.

La excepción a lo mencionado la encontraríamos en el caso de que los turistas se caracterizaran por un nivel de gasto medio y/o alto y una actitud respetuosa con la población, cultura y entorno del destino turístico que visita. Además de ello los beneficios del turismo deben ser percibidos claramente por la población residente en forma de salarios adecuados y beneficios en el día a día. Cuando se dan ambos elementos una actitud a priori negativa puede cambiar hacia una actitud más positiva con el contacto con el sector turístico. Los conocimientos que posea la población del sector turístico junto con el conocimiento de la región (cultura, población, entorno medioambiental, etc.) son elementos importantes a la hora de planificar el crecimiento turístico y evitar posibles problemas futuros entre turistas y residentes y la degradación de la región.

2.5.3. Participación en la gestión y control de la actividad turística.

La gestión y control del desarrollo turístico tiene un efecto importante sobre la opinión que los residentes poseen del turismo. Muchos estudios han mostrado los miedos de muchos miembros de las comunidades locales hacia los cambios que perciben causados por el desarrollo turístico (Capenerhurst, 1994). Para muchos residentes el desarrollo del turismo representa una pérdida de control de su entorno. Cabe mencionar que si la gestión y control del sector se encuentra en manos de los habitantes locales, los beneficios económicos que se obtengan del turismo quedarán distribuidos entre los residentes con lo cual se maximiza el elemento que más valoran los residentes. Por contra si el desarrollo turístico es llevado desde fuera de la región los beneficios derivados de la inversión, gestión y dirección del sector salen de la región quedando en la región sólo los trabajos de menor cualificación y los costes derivados del turismo²⁷. Keller (1983) consideraba que la pérdida del control financiero podía cambiar las actitudes de los residentes, mientras D'Amore (1983) consideraba que la inversión y la propiedad local eran necesarias para evitar problemas con las capacidades de carga sociales. En resumen, que el control del sector no venga desde fuera de la región (Rubio, 2003, p. 274).

Otro elemento de importancia a la hora de valorar el efecto de la gestión local en las actitudes de los residentes es la capacidad de decisión, en sí mismo, de los residentes sobre el sector. Los habitantes de una localidad o región están dispuestos a asumir mayores costes sociales si tienen la capacidad de tomar las decisiones, es decir se reduce el efecto de los impactos negativos del turismo sobre las actitudes de los residentes. La exclusión de los residentes del proceso de decisión puede conllevar cierto resentimiento hacia el desarrollo turístico y los turistas (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).

En el intercambio entre residentes y turistas los residentes ofrecen, además de los recursos materiales, apoyo al desarrollo turístico, hospitalidad y la tolerancia hacia inconvenientes como son la contaminación, la congestión viaria y la masificación en los servicios. La mejor forma de aminorar estas contrapartidas es consiguiendo la participación e implicación de la comunidad local en el sector turístico. Por desgracia, en muchos casos los miembros de la comunidad local son excluidos de la decisión, planificación y gestión de los proyectos turísticos. Esta exclusión es muy común en los países en vías de desarrollo, en donde el desarrollo es dirigido desde las

²⁷ Durante los últimos años se ha usado como acusación contra las cadenas hoteleras de Baleares que invertían los beneficios obtenidos en Baleares fuera de las islas y por tanto los beneficios del turismo de Baleares estaban saliendo de las islas, pero considero que debería valorarse a la hora de realizar este tipo de análisis el retorno de inversiones a la central del grupo (situada en las Islas) y sobre todo los beneficios económicos generados por la central de un grupo hotelero que ahora es una multinacional.

capas altas de la sociedad, pero esta falta de participación de la población es aún mayor cuando los proyectos turísticos son iniciados o implementados por agentes externos al país.

En el caso de Elmina y Cape Coast en Ghana la falta de involucración de la población local en la actividad turística llega hasta el punto de existir una separación física entre la población residente por una parte, y los órganos de decisión y las atracciones del sector turístico. En los casos en que existe un deseo de implicación de los residentes en el proceso de toma de decisiones o familiares que trabajen en el sector, las actitudes hacia la capacidad del turismo de aportar bienestar a la comunidad local empeoran. Cuando los residentes se encuentran concienciados e implicados con los proyectos de desarrollo las actitudes de la comunidad local mejoran (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).

El hecho de que los residentes posean capacidad de decisión sobre los asuntos que afectan a la economía local contrarresta los efectos negativos que las preocupaciones y el conocimiento del sector puedan generar, ya que poseen la capacidad de intentar corregir lo que no les gusta.

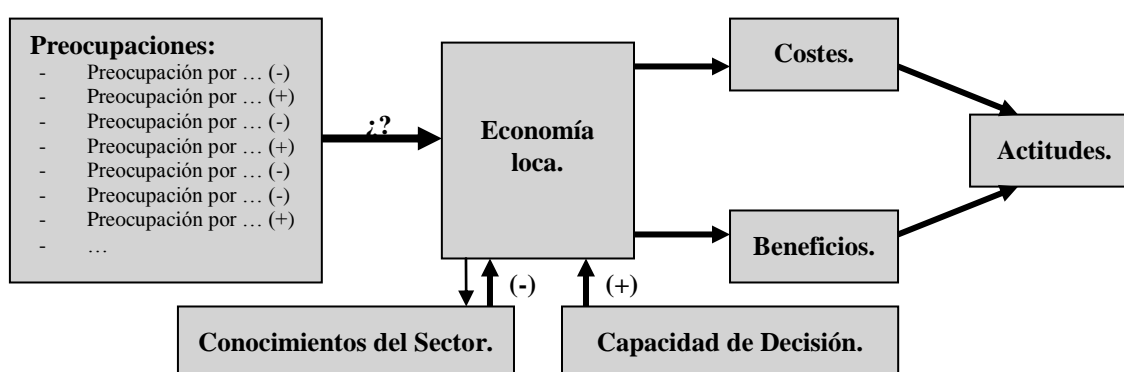


Figura 6: Influencia de la capacidad de decisión y el conocimiento del sector.

Fuente: elaboración propia.

Si se añaden a la Figura 5 los dos nuevos elementos planteados vemos que el grado de conocimiento del sector turístico y la valoración de la capacidad de decisión de los residentes afectan a la valoración realizada de la economía local y de forma indirecta a la valoración de los costes, beneficios y actitudes de los residentes (Figura 6). El conocimiento del sector no tiene un efecto global claro, pudiendo ser positivo o negativo, pero parece esperable que predominen las situaciones con efecto global negativo por los inconvenientes menos visibles del turismo sufridos por los individuos con mayor conocimiento e interacción con el turismo. La capacidad de decisión posee un claro efecto positivo ya que a mayor capacidad de decisión más elevadas son las valoraciones positivas y menores las valoraciones negativas.

2.6. Tipos de turismo.

Los tipos y formas de turismo, y sobre todo, la percepción y actitud de los turistas tienen influencia en cómo evolucionan las actitudes de los residentes con el paso del tiempo una vez iniciada la actividad turística (Murphy, 1981, 1985; Ritchie, 1988; Williams y Lawson, 2001). Su importancia es tan grande que las actitudes y percepciones de los turistas y de los residentes deben estudiarse como elementos interrelacionados y no de forma separada.

A la hora de estudiar los tipos de turistas la clasificación debe realizarse según sus percepciones y actitudes en un determinado destino más que por cualquier otro elemento de clasificación. No es lo mismo un turista que muestra respeto e interés por la cultura y la sociedad local que un turista que sólo busca libertad para hacer lo que quiera a precios muy baratos y en un ambiente

similar a su lugar de origen. En relación al turismo mediterráneo, se puede dibujar el perfil de 4 tipos de turistas (Lanquar, 2001):

- El “Sedentario” es una persona de rentas medias, trabaja como comercial o funcionario, posee pocos estudios y es mayor de 60 años. Sus principales motivaciones para el viaje son el sol, el mar y la playa, no le apetece apartarse de sus hábitos y realiza vida diurna, frecuenta establecimientos de categoría media, le gustan las fotos y los recuerdos, y posee afición por las excursiones. Son personas sin gran curiosidad intelectual y que viajan en verano.
- El “Sedentario-Móvil” es una persona de rentas medias o altas, profesional liberal o profesor que posee educación secundaria o superior y una edad comprendida entre los 30 y los 50 años. Les gusta el deporte, visitar lugares y monumentos y realizar fotografías. Realizan estancias vacacionales de más de una semana, para rentabilizar la distancia recorrida.
- El “Itinerante” es una persona que busca un cambio cultural y social, y que pertenece a la élite económica o economiza para viajar. Posee una edad de entre 30 y 70 años si viaja en grupo y de entre 20 y 50 años si viaja de forma individual. Le gusta visitar todo lo que aparece en las guías, realizar fotografías y actividades folclóricas, adquirir recuerdos exóticos, comer comida internacional y probar la comida local. Es un tipo de turista poco numeroso y que realiza viajes de dos o tres semanas de duración.
- El “Nómada” es una persona que busca el verdadero contacto con la población local y la naturaleza. Está muy motivado (las motivaciones son muy variadas), posee un buen nivel educativo y es joven. Realiza el viaje de forma individual o en pequeños grupos, está abierto a experiencias culinarias, se aloja en hoteles locales y busca el folclore auténtico.

Otra tipología psicográfica de los turistas es la propuesta por Bigné, Font y Andreu (2000):

- Los “extremos impulsores” viajan por motivos educativos o culturales, búsqueda de lo exótico y lo nuevo, encontrar amistades de otras culturas, búsqueda de libertad e independencia, etc.
- Los “de intereses especiales” se desplazan por motivos religiosos, asistir a competiciones deportivas o espectáculos especiales, realizar viajes de aventura, etc.
- Los “intermedios” buscan el descanso y relax, la salud, el cambio de vida, el encanto del lugar, la naturaleza, el lujo y el romance, las compras, etc.
- Los “extremos conformistas” desean ambiente familiar, posición social, viajes a lugares conocidos, etc.

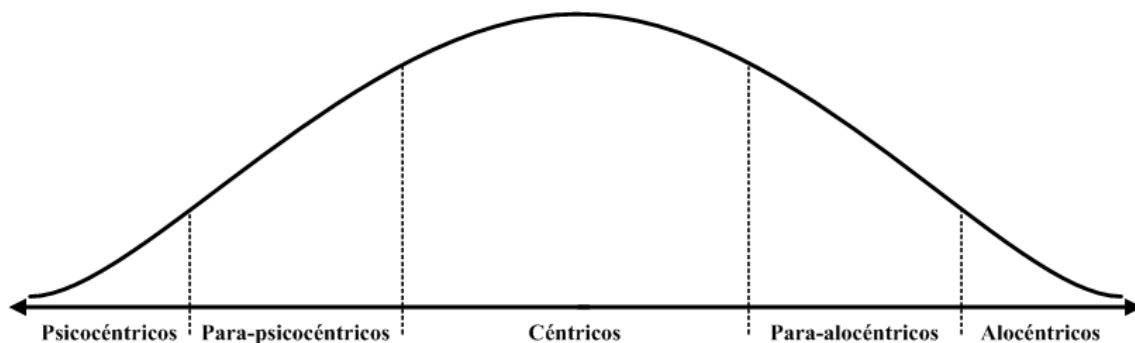


Figura 7: Tipologías de turistas.

Fuente: Plog (1974).

Según los tipos de destino elegidos por los turistas, Plog (1974) estableció una tipología con los aloocéntricos (buscan lugares desconocidos sin desarrollo turístico) y los psicocéntricos (huyen

de lugares desconocidos y visitan destinos consolidados) en los extremos. Entre ambos se sitúan los céntricos como grupo mayoritario. Los psicocéntricos suelen causar más problemas y son habituales en destinos consolidados como Baleares.

Los turistas con motivaciones culturales (nómadas, extremos impulsores, alocéntricos, etc.) suelen mostrar mayor respeto por la población residente y suelen realizar un mayor índice de actividades durante su estancia. Pueden llegar a ser molestos por excesivamente curiosos pero suelen tener una imagen del destino²⁸ buena, y eso ayuda a que los residentes tengan mejor actitud hacia los turistas y ofrezcan mayor grado de hospitalidad. Otro tipo de turismo que puede influir positivamente en la actitud de los residentes son los poco activos, es decir los que buscan tranquilidad y descanso, con lo cual molestan poco²⁹.

En el otro extremo podemos encontrar los turistas sin ningún interés cultural por la región, que no buscan la tranquilidad, más bien huyen de ella y consideran que el destino turístico, residentes incluidos, es quien debe adaptarse a los turistas y no viceversa (sedentarios, extremos conformistas, alocéntricos, etc.). Como ejemplo de este tipo de turistas encontramos los grupos de jóvenes que buscan lugares económicos y sin normas con la finalidad de pasar una estancia lo más económica posible, gratis si pueden, y con libertad total para hacer lo que quieran sin que se les exijan responsabilidades, es decir libertad total o mejor dicho ausencia de normas y reglas ("*Freedom: free of charge & free of law, rules and order*"). Dentro de este grupo se encontrarían los hippies³⁰ de los años sesenta y setenta y sus réplicas posteriores³¹. Este tipo de grupos suelen causar más perjuicios que beneficios y los principales perjudicados son los residentes de los lugares donde se concentran.

Las tipologías de turistas que menciona Plog (1974) se encuentran vinculadas, en parte, a la evolución del destino turístico. Los cambios en la tipología de los turistas se encuentran relacionados con el Ciclo de Vida del Destino Turístico. Puede visualizarse un destino desplazándose a través de un espectro, de forma gradual e inexorable, desde un turismo alocéntrico a un turismo psicocéntrico (Butler, 1980). Uno de los aspectos de este cambio es el correspondiente cambio en la estancia media de los visitantes (Strapp, 1988).

En las fases Preturística, de Exploración, de Implicación y el principio de la fase de desarrollo la estancia media es muy elevada, básicamente porque las dificultades de acceso hacen necesario una larga estancia para compensar. Cuando el desarrollo aumenta, las mejoras en el acceso a la zona permiten realizar cortas estancias. Si se produce una reducción del número de turistas y de la estancia media de los mismos el declive será claro, pero si la reducción de turistas se ve compensada por un aumento de la estancia media se producirá una estabilización del destino turístico (Strapp, 1988).

²⁸ La definición ofrecida por Moutinho es una de las más completas: "La imagen es una descripción de la actitud del turista hacia una serie de cuestiones relacionadas con los atributos del producto. Esta actitud está basada parcialmente en sentimientos, no sólo en conocimiento. La imagen de un destino tiende a ser una simplificación de la mente del turista y, al mismo tiempo, una configuración consistente construida de acuerdo con la información disponible. La imagen no es lo que el producto realmente es sino lo que el turista cree que es" (Moutinho, 1987). La influencia de la imagen no se limita a la etapa de elección de destino, sino que afecta al comportamiento del turista en todas sus etapas (Ashworth y Goodall, 1988; Cooper *et al.*, 1998; Mansfeld, 1992a; Sanz, 2008).

²⁹ Un ejemplo son los viajes de novios. Los recién casados además de realizar un gasto importante, lo cual permite desarrollar una infraestructura hotelera de alto nivel en los destinos donde predominan este tipo de viajes, suelen realizar relativamente pocas actividades y las que realizan suelen ser excursiones, visitas y rutas turísticas, que no alteran significativamente la tranquilidad de los residentes. Ejemplos de destinos con importante presencia de este tipo de turismo son Caribe, Bali, Maldivas, Mauricio, Fidji, Seychelles, etc.

³⁰ Los residentes les recibieron inicialmente con cierta curiosidad y sorpresa pero cuando empezaron a verse desbordados, o mejor dicho invadidos, por estas personas los sentimientos de desconfianza y rechazo se generalizaron apareciendo odio y enfrentamientos. El festival de Woodstock fue un ejemplo de este cambio de actitudes.

³¹ Este tipo de comportamiento ha evolucionado en varios grupos sociales caracterizados por ser jóvenes de clase social media-alta y con una ideología y comportamiento más o menos caracterizada por el enfrentamiento a los estándares sociales de todo tipo actualmente establecidos. Entre estos grupos tenemos los restos del anarquismo, independentistas, "okupas", "antiglobalización", etc. caracterizados por sus enfrentamientos y su demagogia. Son lo que en Formentera algunos han llamado "ecopijos".

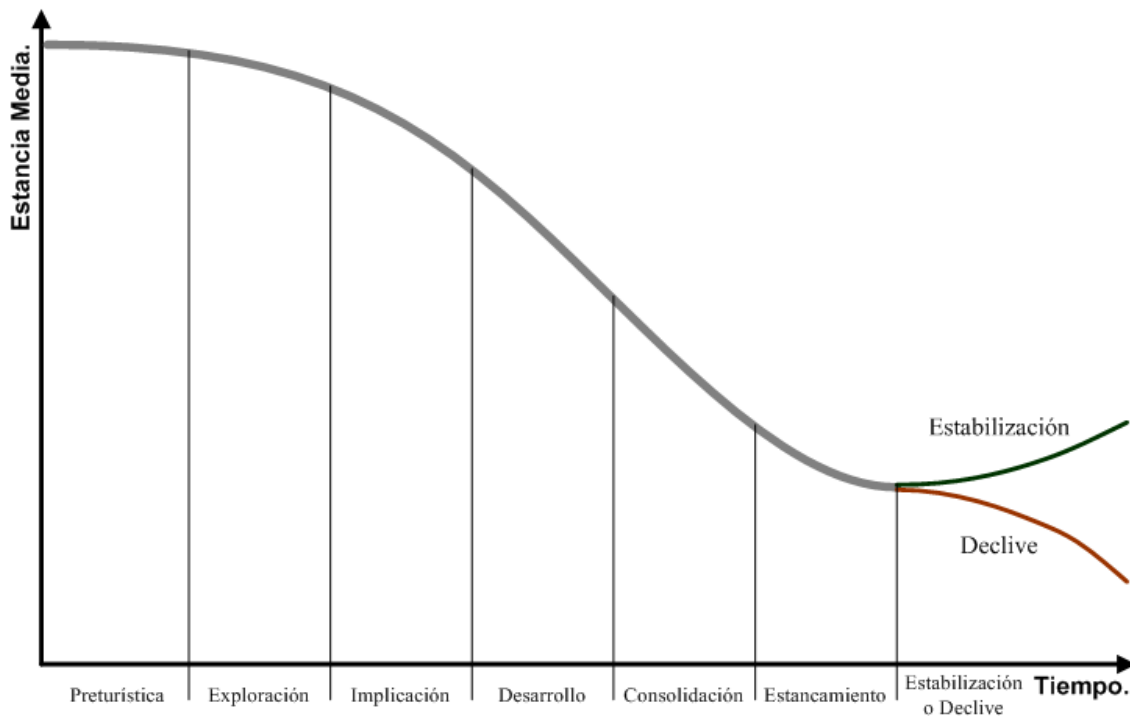


Figura 8: Cambios en la duración de la estancia media de los turistas a lo largo del CVDT.

Fuente: Elaboración propia a partir de Strapp (1988).

Para solucionar el problema de los grupos de turistas conflictivos la única opción se encuentra en una actitud, por parte de las autoridades de intransigencia con el gamberrismo de los turistas. En muchos casos por miedo a ahuyentar a los turistas se toma una posición permisiva, justificando su comportamiento, y ahuyentando a los turistas más pacíficos y tranquilos, que buscan destinos más plácidos. Por si fuera poco el hastío de los residentes aumenta enormemente mientras se mantiene esta situación. Por tanto la mejor solución pasa por unas actuaciones en el ámbito policial y promocional de clara intransigencia hacia los delitos y las conductas no aceptables. En este caso también hay unos grupos que abandonan el destino en favor de otros, pero son los grupos conflictivos los que abandonan el destino.

2.6.1. Las actitudes de los turistas.

En muchos casos las actitudes de los turistas hacia el destino cambian una vez finalizada la estancia a causa del formato de viaje y las actitudes previas³². El formato de viaje organizado no ayuda a mejorar las actitudes de los turistas al limitar el contacto entre turistas y residentes. Las diferencias entre los viajes organizados y los viajes "por libre" respecto a las actitudes de los turistas y a su efecto en los residentes son:

- Los turistas que sólo contratan en origen el transporte al destino y, a veces, el alojamiento en destino, dejando sin planificar las actividades a realizar una vez allí suelen mostrar preferencia por los destinos poco masificados y por el contacto con la población residente, en muchos casos hay un importante componente motivacional de búsqueda de culturas diferentes y en definitiva de búsqueda de la aventura en rutas poco trilladas por los turistas de masas. Se trata de personas con estudios superiores a la media y con una cierta experiencia en viajar que buscan experimentar el lugar sin las ataduras y rigideces de ir en

³² Las actitudes previas son muy importantes para la determinación de los cambios surgidos durante el viaje (San Martín, 1997).

grupo o con guías. Este tipo de turistas es una vanguardia que representa la demanda inicial necesaria para fomentar el desarrollo de la infraestructura turística necesaria para recibir grandes masas de turistas. Desgraciadamente suelen ser personas jóvenes y con medios económicos insuficientes para realizar viajes turísticos más exclusivos y cumplir sus ambiciones turísticas (Jacobsen, 2000).

- Por otra parte hay los viajes organizados, en que los turistas suelen tener planificadas todas las actividades de su estancia y se mueven en grupos más o menos numerosos acompañados por guías. Los viajes organizados no permiten el contacto entre los residentes y los turistas, influyendo en la satisfacción de las vacaciones y en el cambio de actitudes de los turistas (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999). La falta de contacto se debe a que los miembros del viaje organizado suelen ser de la misma nacionalidad e incluso, a veces, de la misma región con lo cual además de tener poco tiempo para el contacto con los residentes suelen relacionarse sólo con los otros miembros de su grupo debido a la convivencia y a que no existe barrera lingüística o cultural entre sus miembros, a diferencia de con otros grupos o con los residentes. En este aspecto es aplicable lo referente a los inmigrantes llegados de forma masiva y la tendencia que tienen a formar guetos en vez de integrarse en la sociedad de acogida.

El contacto cultural entre turistas y residentes es importante para cambiar las actitudes de los turistas hacia el destino turístico a través de un aumento del nivel de satisfacción que obtienen los turistas con la estancia en el destino. Gómez, San Martín y Bertiche (1999) proponen un modelo en donde la interacción intercultural (turistas con residentes, principalmente), las actividades turísticas realizadas y la calidad de los servicios recibidos afectan de forma indirecta sobre las actitudes y los estereotipos de los turistas hacia el destino a través de la satisfacción de los turistas. En su estudio se diferenciaron tres tipos de motivaciones para realizar el viaje: culturales (conocimiento de otras culturas y sus diferencias con respecto a la del lugar de origen del turista), atractivo del destino (pull) y necesidades psicosociales del individuo que realiza el viaje (push) que le animan a alejarse de su rutina diaria.

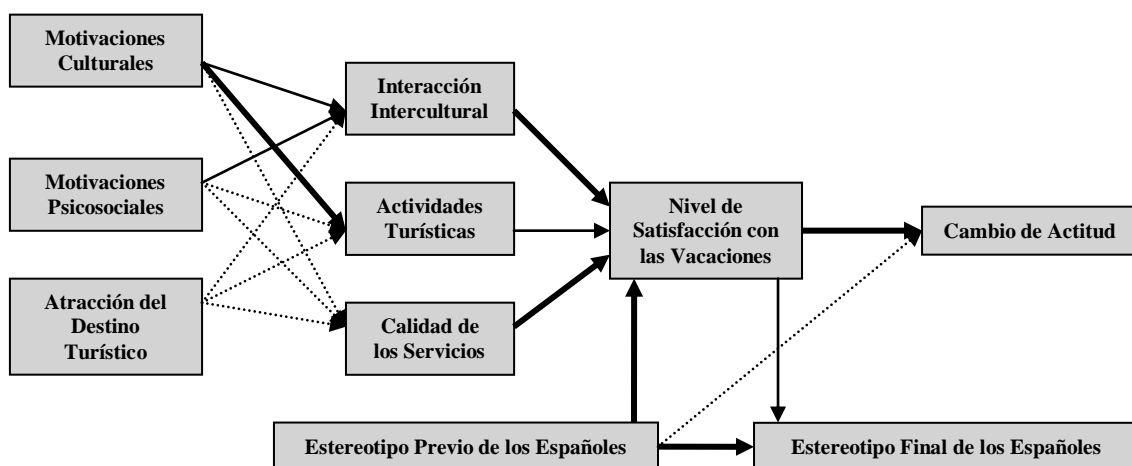


Figura 9: Determinación de las actitudes de los turistas.

Fuente: Gómez, San Martín, y Bertiche (1999)

Entre los resultados que obtienen se puede mencionar que los turistas que viajan por motivos culturales realizan más actividades en el destino turístico (con un mayor contacto con la población autóctona), lo cual es lógico si pensamos que su objetivo es empaparse de los elementos culturales del lugar, lo cual implica muchos desplazamientos y la participación en actividades y celebraciones locales. Los turistas que se desplazan por motivaciones psicosociales suelen interactuar de forma más fuerte que los demás con la población local y la explicación es simple si pensamos que lo que buscan estas personas es contactar con individuos

distintos a los de su cotidianidad. La interacción entre turistas y la población local es un aspecto vital para la experiencia del turista (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999), y por tanto un elemento fundamental en la prosperidad de la industria turística.

Las variables estudiadas por Gómez, San Martín y Bertiche (1999) demuestran un efecto importante sobre las actitudes de los turistas pero más tenue sobre la imagen que poseen del destino (estereotipo final). La imagen del destino previa, tiene un efecto positivo en la satisfacción y la imagen posterior a la visita pero no afecta a las actitudes significativamente. Esto muestra la presencia de dos elementos en la mente del turista: uno volátil, y por tanto fácil y rápido de cambiar, que son las actitudes, y otro más rígido, cuya formación y cambio es lento y a largo plazo, la imagen del destino.

- **Las actitudes “antiturísticas”.**

Una de las características de algunos turistas es, curiosamente, la presencia de actitudes "antiturísticas" (Bruckner y Finkielkraut, 1979, pp. 37-41; Jacobsen, 2000; Márquez, 1984). Los turistas con actitudes "antiturísticas" no quieren mezclarse con los turistas, es decir quieren vivir una experiencia original y no preparada para ser vivida por una masa de turistas, ya que no se consideran turistas, mostrando que ser turista tiene connotaciones peyorativas en algunos contextos (Fischer, 1984; Hennig, 1997). Las expectativas de estos individuos (viajeros) son diferentes de las de los individuos que no muestran este tipo de actitudes (turistas). En el caso de los viajeros se percibe una tendencia a experimentar la comida local y a explorar los lugares por ellos mismos (Pearce, 1982, p. 32). En el estudio de Sedmak y Milhalic (2008) en Piran (Eslovenia) encontraron que los elementos que más valoran los turistas a la hora de medir la autenticidad de la experiencia vivida es el entorno natural intacto y la comida típica de la región. Por contra el turismo tradicional aporta protección en las experiencias en el extranjero y “evita” la involucración de los turistas en la cultura local. Como argumenta Scheuch (1972) el turismo organizado ha sido desarrollado para evitar el problema del cambio de lugar y la inadaptación inicial que se sufriría si se viajara de forma independiente. Los individuos con actitudes "antiturísticas" adoptan una posición de distancia al realizar viajes y, aunque realicen viajes organizados, buscan permanecer separados y distintos del que se considera el típico turista (Jacobsen, 2000), no se consideran turistas conformistas y no quieren que se les identifique como tales (Goffman, 1961, pp. 85-108).

Las actitudes "antiturísticas" son, en parte, una crítica del turismo organizado y los paquetes turísticos (Jacobsen, 2000) y se encuentra relacionado con la idea de esperar una superficialidad de la experiencia que aporta el turismo tradicional, especialmente en el turismo de grupos organizados (Urbain, 1991, p. 82). La tendencia a condenar las experiencias superficiales, ejemplificadas por la realización de rutas con pequeñas paradas en distintos lugares, es una característica de este tipo de actitudes con una larga historia (Jacobsen, 2000), como muestra Hibbert (1974) en la Italia del siglo XVIII.

Se encuentra muy asumido que los turistas con actitudes "antiturísticas" consideran que la posibilidad de experimentar autenticidad en sus visitas se encuentra inversamente relacionada con el número de turistas presentes en el área. Vinculado a esta actitud encontramos la creencia de que los verdaderos viajes sólo sucedían en el pasado, mostrando nostalgia por los viajes aristocráticos y exclusivos de los inicios del turismo. Este hecho implica que tengan un enorme interés en visitar lugares que se encuentren en una fase lo más temprana posible del desarrollo turístico, y a ser posible antes de que los viajes organizados lleguen a la zona (Jacobsen, 2000). Este tipo de turistas suelen ser de los primeros en llegar a un nuevo destino, permitiendo el desarrollo de las infraestructuras turísticas, y tienden a abandonar el destino turístico cuando este se desarrolla, y a buscar un nuevo destino más alejado de la civilización que se encuentre en una fase de desarrollo turístico sólo incipiente. Este abandono del destino provocado por el desarrollo turístico de la zona está afectando a destinos consolidados como Mallorca e Ibiza y favorece destinos de creación más reciente, como las islas griegas (Jacobsen, 2000), en las cuales la sensación de ser un pionero y un aventurero aun acompaña a los turistas. Facilitar el acceso y mejorar las infraestructuras turísticas provoca que el destino sea visto como menos

exclusiva y extraordinaria (Helms, 1988, p. 60; Jacobsen, 1997), y se convierte en menos interesante para aquellos que buscan lugares únicos para sus viajes.

Las actitudes "antiturísticas" se han convertido en un símbolo de prestigio ya que con ellas se busca no ser considerado un turista ordinario (Bruckner y Finkielkraut, 1979). Estas actitudes son una acentuación del individualismo y tiene elementos en común con los turistas alocéntricos, como son el espíritu aventurero, el gusto por la libertad que da el hecho de viajar de forma autónoma o viajar fuera de las rutas y temporadas de mayor presencia turística (Plog, 1974). Aunque las actitudes "antiturísticas" fomentan la preferencia por los viajes no organizados no se pueden descartar estas actitudes entre los turistas que realizan viajes organizados por el simple hecho de que una cosa es querer y otra muy distinta es poder, y puede suceder que aunque no se quiera viajar como uno más dentro del sistema de paquetes turísticos no haya otro remedio si se quiere viajar (Jacobsen, 2000; Munt, 1994). Este tipo de viajeros declaran (Jacobsen, 2000) una mayor intención de regresar al destino que el resto de turistas, aunque en la práctica repiten menos y cuando lo hacen es a la misma región y no al mismo lugar de forma estricta.

Los individuos con actitudes "antiturísticas" son, mayoritariamente, jóvenes (el 75% son menores de 35 años) de clase media, inquietos, sin pareja estable y sin hijos, con un nivel educativo muy superior a la media (el 54% son graduados superiores) y un elevado porcentaje de estudiantes, prefieren informarse sobre el destino a través de libros, revistas y suplementos de periódicos y no tanto de folletos y catálogos, prefieren viajar fuera de la temporada alta, muestran menos interés en planificar sus vacaciones con antelación, prefieren organizar sus propias excursiones, alquilan vehículos (especialmente bicicletas y ciclomotores) en una mayor proporción que la media, participan en las actividades preparadas por el turoperador menos que la media, poseen una impresión negativa de las fiestas organizadas para los turistas en los hoteles, bastantes de ellos buscan ver la vida de la calle para experimentar el "espíritu local" y tienen una imagen más negativa de la oferta de ocio que el resto de visitantes, mostrando una mayor conciencia de lo que hay detrás de una experiencia turística (Jacobsen, 2000; McCannell, 1973). A las personas con actitudes "antiturísticas" les desagradan las destinaciones que cambian como resultado de las influencias comerciales (Jacobsen, 2000). Este tipo de visitantes destacan el bagaje cultural adquirido en la visita y les gusta ver sus viajes como una forma de aprendizaje y no como mero descanso u ocio.

Estos individuos se parecen bastante, en estas características (jóvenes, inteligentes y cultos), a los pioneros anteriores a la democratización del turismo (Jacobsen, 2000). Mucha gente ve o se imagina los lugares lejanos como contexto de viajes y acciones heroicas, lo cual podría ayudar a explicar porque mucha gente prefiere los viajes de ocio que implican desplazarse al extranjero y a ser posible a destinaciones lejanas, exóticas y poco conocidas. Las actitudes "antiturísticas" pueden ser consideradas una respuesta a las dificultades de ser heroico y único en la era de los viajes organizados.

Pero los visitantes con actitudes "antiturísticas" poseen algunas contradicciones: muestran interés en obtener una experiencia vital del lugar que visitan a la vez que buscan unas vacaciones en la playa, consideran, más que otros, que yendo a la playa experimentan algo típico de la localidad y el resultado es que pasan más tiempo en la playa o la piscina que el resto de turistas; compran pocos souvenirs típicos del destino pero destacan por encima de la media en la compra de vinos, licores y tabaco libres de impuestos, aunque las principales compras son de ropa, zapatos, baratijas y joyería (Jacobsen, 2000).

En el trabajo de Jacobsen (2000) se comprueba que los turistas consideran que las destinaciones de Grecia y Turquía tienen un ambiente más auténtico y característico, mientras que en Mallorca predomina un estilo internacional o "Euro-style" que la hace menos interesante para los turistas que buscan un mayor grado de originalidad. Muchos de estos turistas buscan un ambiente más relajado y realista que les permita cierto grado de participación.

La importancia de conocer las actitudes de los turistas hacia el destino turístico es fácilmente comprensible si tenemos en cuenta que interactúan, en menor o mayor grado, con los residentes e influyen en las actitudes de los residentes hacia el turismo.

2.6.2. Volumen de turistas y estacionalidad.

Dos elementos a tener en cuenta a la hora de analizar el efecto del turismo en las actitudes de los residentes son el volumen de turistas y el grado de estacionalidad con el que llegan (Bigné, Font, y Andreu, 2000; Murphy, 1983a; Williams y Lawson, 2001). De ambos elementos se pueden comentar varios parámetros y su influencia en los residentes:

- Volumen total de turistas llegados a lo largo del año. Permite ver la importancia del sector turístico en la región, si se compara con la extensión y con la población residente permite medir de forma general el impacto que tiene el turismo en la sociedad residente y sobre recursos como es el agua, la energía, etc. Si se comparan los valores económicos generados por los turistas con las macromagnitudes de la región se puede medir su importancia económica, y consecuentemente la dependencia económica. Por tanto el volumen de turistas es una medida aproximada de la importancia de los efectos negativos y positivos del turismo, pero no puede usarse en solitario ya que muchos otros parámetros amplifican o reducen el efecto del número de turistas sobre las actitudes de residentes y turistas.
- Máximo número de turistas en la región en un momento determinado. En este caso lo que medimos es el nivel máximo de agobio que sufren los residentes y turistas. Cuanto mayor sea la punta máxima de turistas más negativas serán las actitudes de los residentes hacia el turismo y el hecho de que el periodo de duración de esta punta sea corto no consigue reducir de forma significativa el efecto del máximo. Los residentes se sienten desbordados por la cantidad de gente que hay en la región, los colapsos de las infraestructuras, la cantidad de trabajo a realizar y las prisas que imponen estos enormes volúmenes, y el resultado es que los residentes empiezan a sufrir agotamiento físico y psicológico, el cual se convierte en agobio, hastío y sobre todo mal carácter. Este mal humor se transmite al resto de residentes no vinculados directamente con el sector turístico y a los turistas, con lo cual las relaciones personales y profesionales se ven resentidas. Podemos comprobarlo en cualquier zona turística de Baleares en el mes de agosto, cuando se produce la punta del turismo de sol y playa. Se trata por tanto de un elemento a intentar reducir con la finalidad de mejorar las actitudes de los residentes hacia el turismo.
- La duración de la temporada es un elemento determinante en las condiciones laborales de los residentes, ya que determina las épocas de trabajo y por exclusión las épocas de paro forzoso. Los trabajadores de las regiones turísticas no trabajan once meses y realizan un mes de vacaciones, sino que trabajan en la temporada turística y permanecen inactivos el resto del año. Este ciclo de trabajo e inactividad obliga a los habitantes locales a trabajar durante la temporada turística lo suficiente para poder hacer frente a los gastos de todo el año y si a esto le unimos el hecho de que en muchos casos los trabajos relacionados con el turismo no tienen elevados salarios por hora trabajada, conlleva que realicen muchas horas de trabajo durante las temporadas turísticas. Por si fuera poco, al ser trabajos que requieren poca cualificación, y con la ayuda del caos general que padece la región, se realiza un uso de contratos por horas, de contratos de aprendizaje y de trabajos de economía sumergida sin igual en otras regiones sin un peso tan grande del turismo. El resultado es que en algunas ocasiones se trabaje en unas condiciones más propias del siglo XIX que del siglo XXI, con jornadas de 10, 12 o 14 horas diarias y en muchas ocasiones sin días libres semanales. Y cuanto menor es la duración de la temporada turística mayor es el efecto en las condiciones laborales. En el caso de Baleares, donde la temporada fuerte es de tres o cuatro meses, la brevedad de la actividad turística provoca problemas económicos a las familias para llegar a fin de mes, un deterioro del capital humano al contratar a los estudiantes para los meses de verano, causando perjuicios en su rendimiento y motivación en los estudios, y un empeoramiento en el servicio ofrecido al tener que trabajar con poco personal para muchos clientes con la finalidad de que tanto empresario como trabajadores ganen lo suficiente para aguantar todo el año.

- La infraestructura necesaria para atender a los turistas varía enormemente con el nivel de estacionalidad, tanto como con el valor absoluto de turistas. En realidad el nivel de infraestructuras necesario es el nivel que permite atender correctamente la máxima afluencia turística. Con un turismo muy estacional la cantidad de infraestructuras necesarias aumenta con gran rapidez respecto al turismo poco estacional. Como ejemplo se puede afirmar que con las infraestructuras existentes en Baleares hay capacidad suficiente para 18 o 19 millones de turistas si su llegada se produce repartida a lo largo del año y no concentrada en la época estival.
- La diferencia entre el número máximo y mínimo de turistas a lo largo del año tiene consecuencias en la valoración que hacen los residentes de la mejora en infraestructuras y servicios que provoca el turismo. Si las diferencias entre ambos valores es pequeña los establecimientos enfocados hacia los turistas no cierran durante todo el año o sólo lo hacen durante un periodo de tiempo muy corto. Al no cerrar, los residentes no perciben la diferencia entre los establecimientos enfocados hacia los residentes y los establecimientos creados para atender a los turistas, con lo cual la percepción es que los establecimientos están dirigidos hacia ambos tipos de público y ven de forma más favorable la apertura de nuevos establecimientos. En cambio si hay una gran estacionalidad turística los establecimientos creados para atender a los turistas cierran en la temporada baja con lo cual se hace evidente para los residentes que se crean sólo para los turistas, con lo cual las nuevas aperturas son recibidas como la apertura de una industria pesada, es decir con costes directos sobre la vida de los residentes pero sin beneficios directos. Igual puede decirse de las infraestructuras públicas como carreteras, puertos y aeropuertos. Por tanto el aumento del número de comercios, lugares de ocio e infraestructuras provocado por el turismo pierde su efecto positivo sobre la actitud de los residentes cuando aumenta la estacionalidad. Un ejemplo claro lo encontramos en Baleares, en donde los establecimientos de las principales zonas turísticas cierran en temporada baja convirtiéndose en pueblos fantasma. También las infraestructuras de Baleares padecen un efecto similar, sobretudo en puertos y aeropuertos, en los cuales grandes áreas de las instalaciones permanecen cerradas y fuera de servicio en invierno. Por tanto los aumentos de infraestructuras y establecimientos no se perciben como una mejora para los residentes si hay fuerte estacionalidad, mientras que, además de ser un aumento inferior, en los destinos poco estacionales la confusión entre uso turístico y uso residencial permite una valoración más positiva por parte de los residentes.

- ***Volumen de turistas.***

Doxey (1975) proponía un índice de irritación, o "Irridex", en el que describe cuatro fases temporales por las que se pasa al aumentar el número de turistas. Doxey argumenta que cuando el número de turistas aumenta, la población residente reacciona con una hostilidad creciente hacia el turismo, pasando de la euforia al antagonismo. El modelo de Doxey ha tenido gran influencia en los trabajos posteriores, que han intentado encontrar evidencias que apoyen o rechacen el modelo propuesto por este autor (Ryan, Scotland, y Montgomery, 1998).

Pearce, Moscardo y Ross (1996) consideran que tiene un mayor peso en la visión que poseen los residentes del turismo el pequeño tamaño de la comunidad³³ y el grado de visibilidad que tiene el desarrollo turístico que el grado de dependencia que posee la región de la industria turística y la estacionalidad turística. En realidad estos factores hacen referencia a un mismo elemento el impacto provocado por el turismo y percibido por los residentes. El impacto provocado por el turismo se puede considerar vinculado al ratio máximo entre población foránea (turistas y no turistas llegados gracias a la atracción de la industria turística) y población local.

³³ En las comunidades pequeñas o muy pequeñas la población residente tiene un elevado grado de interrelación (Capenerhust, 1994), haciendo que sea muy notoria la presencia de personas foráneas (Mason y Cheyne, 2000) y, por tanto, el impacto percibido por los residentes es máximo. Mientras que en las poblaciones grandes (destinos turísticos muy consolidados) el mayor volumen de la población local y un mayor grado de anonimato de los individuos dentro de la sociedad hacen que los turistas pasen más desapercibidos, sobre todo cuando las diferencias culturales entre la población residente y la población foránea son mínimas.

El grado de visibilidad de los turistas dentro del destino depende, por tanto, del tamaño de la sociedad local, las interrelaciones entre los individuos residentes, el volumen máximo de turistas que llega al destino y del grado de diferenciación cultural que exista entre turistas y residentes. La dependencia que la economía local tiene del sector turístico es un indicador del impacto provocado por el sector en la sociedad local, cuanto mayor sea la dependencia mayor será el ratio entre turistas y residentes y mayor el impacto percibido por la población local. El volumen de turistas total es importante para determinar el impacto sobre la población residente, pero un mismo volumen de turistas causa distinto grado de impacto según la distribución temporal del mismo. El resultado es que en las regiones con una fuerte estacionalidad el efecto que tiene el turismo sobre las actitudes de la población residente es mayor que si ese mismo volumen de turistas llegara de forma escalonada a lo largo del año.

- **Estacionalidad.**

La estacionalidad puede deberse a factores naturales o institucionales (Bar On 1976, 1999; Capó, Riera, y Rosselló, 2007; Hartman 1986; Lim y McAleer, 2001), pero también puede deberse a presiones sociales, temporadas deportivas (esquí o surf) y a la inercia o tradición (Butler, 1994). Una parte significativa de los destinos turísticos basados en atractivos turísticos de tipo climático (por ejemplo destinos de nieve y muchos de sol y playa) padecen un gran problema de estacionalidad (Butler, 1994; Kreutzwiser, 1989). En otros casos, las normas y prácticas sociales (periodos de vacaciones, peregrinaciones religiosas, ferias o congresos, etc.) pueden generar estacionalidad (Hinch y Hickey, 1997).

Algunos autores han mencionado variables económicas que influyen en la estacionalidad: la renta de los turistas, los precios relativos del destino y, en relación a los precios, el tipo de cambio vigente (Crouch, 1994a, 1994b; Lim, 1999; Rosselló, Riera, y Sansó, 2004). Si la renta de los turistas es elevada y los precios relativos del destino bajos la estacionalidad es menos acusada, ya que las personas con mayor renta disponible tienden a dividir sus vacaciones a lo largo del año entre destinos que les resulten económicamente atractivos (Rosselló, Riera, y Sansó, 2004). Otros autores dividen las causas de la estacionalidad de formas distintas o tienen en cuenta otros elementos. Lundtorp, Rassing y Wanhill (1999) dividen las causas en factores push (clima, temporada deportiva, eventos, etc.) y pull (institucional, calendario, modas, etc.). Butler y Mao (1997) distinguen entre causas en origen y en destino, las cuales están interrelacionadas e interactúan entre sí. Baum y Hagen (1999) tienen en cuenta la fuerza laboral disponible y los usos alternativos de los recursos. Frechtling (1996) añade los efectos del calendario (fiestas, vacaciones, etc.). El resultado, independientemente de las causas, es que sólo durante uno o varios cortos periodos de tiempo es posible la actividad turística. Este hecho tiene efectos eminentemente negativos en la sociedad local que se unen a la problemática habitual de los destinos turísticos. Además estos efectos negativos suelen ser comunes a los distintos destinos turísticos.

La estacionalidad en turismo es un problema universal que aparece en diferente grado de importancia según el destino (Yacoumis, 1980) y que ha tenido cobertura en la literatura académica (Baum y Lundtorp, 2001; Edgell, 1990; Go, 1990; Goh y Law, 2002; Gustafson, 2002; Jeffersos y Lickorish, 1988; Jolliffe y Farnsworth, 2003; Koenig y Bischoff, 2005; Laws, 1990; Lockwood y Guerrier, 1990; Poons, 1993; Robinson, 1979; Spencer y Holecek, 2007; Whelihan y Chon, 1991; Witt y Moutinho, 1994). En unos casos han modelado (Gonzalez y Moral 1996; Greenidge, 2001; Kim, 1999; Kulendran, 1996; Sorensen, 1999), en otros han medido (Ashworth y Thomas, 1999; Coenders, Espinet, y Saez, 2003; Fernández-Morales, 2003; Fernández-Morales y Mayorga-Toledano, 2008; Goh y Law, 2002; González y Moral, 1996; Jang, 2004; Jeffrey y Barden, 1999; Kim, 1999; Koenig y Bischoff, 2004; Kulendran, 1996; Lasanta, Laguna, y Vicente-Serrano, 2007; Lim y McAleer, 2001; Rosselló, Riera, y Sansó, 2004; Sorensen, 1999; Wanhill, 1980), en otros han estudiado la temporada baja y sus posibilidades de desarrollo (Bonn, Furr, y Uysal, 1992; Calantone y Johar, 1984; Hank, 1992; Jordan, 1980; Lundtorp, Rassing y Wanhill, 1999; Manning y Powers, 1984; O'Driscoll, 1985; Spencer y Holecek, 2007; Spotts y Mahoney, 1993), y, en algunos, han planteado como hacer frente al problema (Baum, 1999; Wanhill, 1980; Yacoumis, 1980).

La mayor parte de la literatura se centra en medir la demanda y en examinar las consecuencias de la estacionalidad (Jang, 2004) en destinos de Estados Unidos (Janiskee, 1995; Snepenger, Houser, y Snepenger, 1990; Soesilo y Mings, 1986; Spotts y Mahoney, 1993; Uysal, Fesenmaier, y O'Leary, 1994), Canada (Owens, 1994), Australia (Kim, 1999; Kulendran, 1996; Lim y McAleer, 2001), Nueva Zelanda (Higham y Hinch, 2002; Mitchell y Hall, 2003), Reino Unido (Ashworth y Thomas, 1999; Jeffrey y Barden, 1999), Irlanda (Kennedy, 1999), Turquía (Koc y Alinay, 2007; Soybali, 1996), Dinamarca (Getz y Nilsson, 2004; Lundtorp, Rassing y Wanhill, 1999; Sorensen, 1999), Estonia (Ahas *et al.*, 2007; Ahas, Aasa, Silm y Roosaare, 2005), España (Capó, Riera, y Rosselló, 2007; Fernández-Morales, 2003; Fernández-Morales y Mayorga-Toledano, 2008; Lasanta, Laguna, y Vicente-Serrano, 2007; Rosselló, Riera, y Sansó, 2004; Sutcliffe y Sinclair, 1980), Italia (Cuccia y Rizzo, 2011) Grecia (Donatos y Zairis, 1991; Drakatos, 1987; Vaughan y Andriotis, 2000), Sri Lanka (Yacoumis, 1980), etc. Todos los destinos tienen algún tipo de estacionalidad, en unos casos es extrema (Pearce, 1989; Murphy, 1997) como los destinos de costa o de deportes de invierno y en otros mínima (Butler y Mao, 1997) como los destinos urbanos.

El empleo en situación de estacionalidad (Jolliffe y Farnsworth, 2003; Lundberg, Gudmundson, y Andersson, 2009; Vaughan y Andriotis, 2000) y la mala imagen que transmiten estos trabajos (Baum, Amoha, y Spivack, 1997; Hjalager y Andersen, 2000) también han sido tratados en la literatura.

La concentración de la actividad económica durante unos pocos meses del año produce desequilibrios importantes, tales como congestión en los sistemas de transporte en los meses de temporada alta, aumento del desempleo en temporada baja, infrautilización de infraestructuras y sobredimensionamiento de las mismas con relación a la utilización media, etc. Aunque es necesario mencionar que en los destinos con fuerte estacionalidad, la temporada baja, o sin actividad turística perceptible, actúa como válvula de escape que permite soportar la temporada alta (Rozenberg, 1990). Estos desequilibrios han llevado a numerosos autores a considerar la estacionalidad como uno de los problemas más importantes de la industria turística (Allcock, 1996; Butler, 1991; Garau, de Borja, y de Juan, 2007; McEniff, 1992; Ritchie y Beliveau, 1974; Spotts y Mahoney, 1993; Zeithaml, Parasuraman, y Berry, 1985).

Si descartamos el peso económico en la región podemos reducir a dos elementos el anterior desglose de parámetros, ambos relacionados con la estacionalidad:

- Máxima afluencia turística. Este parámetro ya se ha comentado y es el número máximo de turistas que coinciden en un momento determinado en la región o localidad a analizar. La magnitud de este parámetro no depende del volumen total de turistas sino de la estacionalidad del turismo. Un destino puede tener un enorme volumen de turistas al año pero si la afluencia es homogénea no se producen aglomeraciones, que es lo que medimos con este parámetro, y se reduce la problemática derivada del turismo. Por otra parte un destino con una fortísima estacionalidad tiene un valor muy elevado de máxima afluencia turística con lo cual los efectos negativos del turismo se amplifican enormemente, aunque el total anual de turistas sea modesto.
- Variación en el número de turistas a lo largo del año. Relacionado con este parámetro encontramos el mínimo número de turistas y el grado de estacionalidad del destino turístico. Este parámetro permite conocer el grado de disparidad en el número de turistas a lo largo del año y permite medir el riesgo de que surjan los problemas sociales derivados de la existencia de una temporada alta y una temporada baja muy marcadas.

Podemos observar lo comentado con anterioridad en un ejemplo teórico. Supongamos dos regiones turísticas A y B que reciben igual número de turistas al año (para simplificar las comparaciones y centrarse en la estacionalidad). La región A representa un destino turístico muy estacional. Estas destinaciones muy estacionales suelen ser regiones de clima muy variable entre las distintas estaciones del año y cuyo turismo predominante tiene una fuerte relación con las condiciones climáticas. Este es el caso de los destinos de sol y playa de latitudes mayores como los destinos del Mediterráneo y Europa o las estaciones de esquí. La región B se

caracteriza por tener menor estacionalidad. Los destinos poco estacionales suelen ser destinos cuyo turismo principal no depende del clima, por ejemplo turismo cultural (Nueva York, Londres, París, Viena, Praga, Roma, Atenas, etc.), o este es tremendamente constante durante todo el año, por ejemplo regiones tropicales (Caribe, el Mar Rojo, Indonesia, Polinesia, etc.).

Butler y Mao (1997) distinguen entre tres formas de estacionalidad: “one-peak”, “two-peak” y “non-peak”. El primer tipo corresponde con los destinos de sol y playa del Mediterráneo (España, Portugal, Grecia, Croacia, Turquía y Chipre) con tres o cuatro meses fuertes y el resto con baja afluencia turística. La estacionalidad tipo “one-peak” es la más habitual y la región A del ejemplo teórico es de este tipo. La región B puede considerarse del tipo “non-peak” ya que las diferencias estacionales son casi nulas.

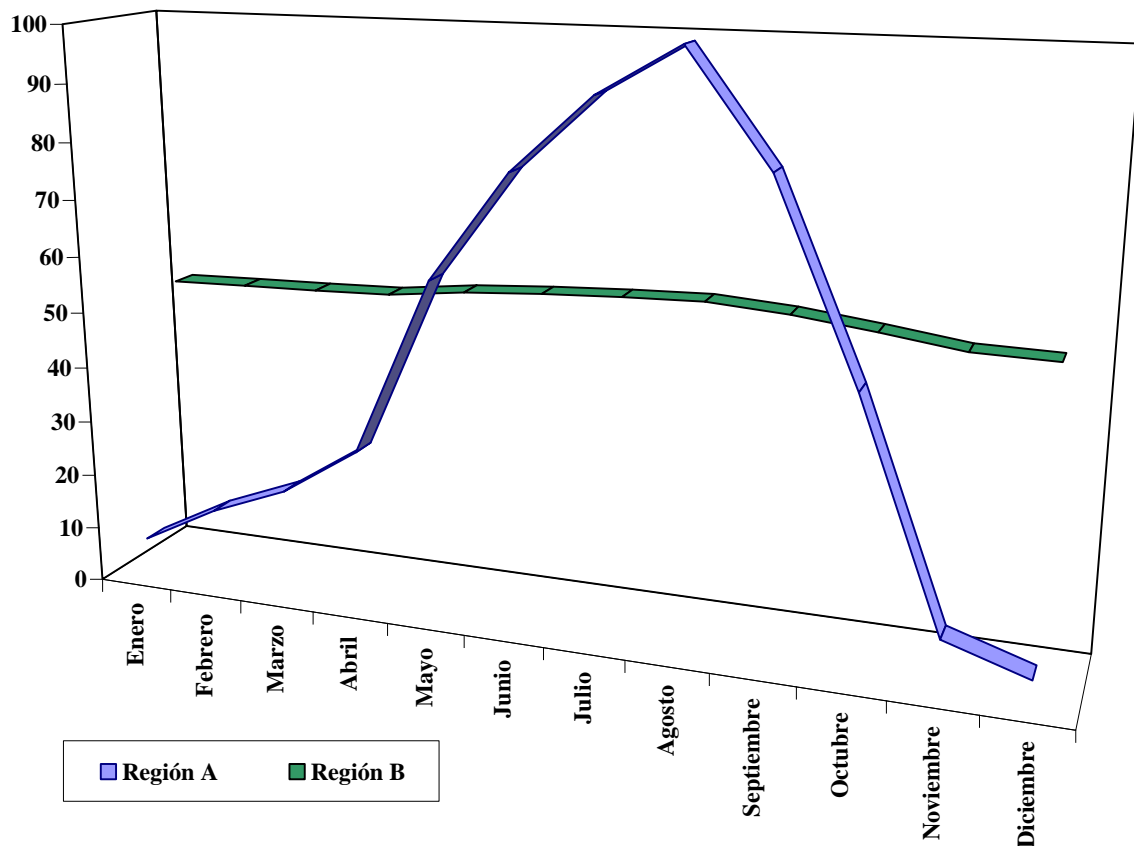


Figura 10: Evolución a lo largo del año de los destinos turísticos A y B.

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 10 aparecen representadas las evoluciones anuales de ambos tipos de regiones a lo largo del año. El número de turistas se mide en base 100, la cual es igual al número máximo de turistas que recibe la región A. La región A es una región con una gran estacionalidad con niveles de ocupación que oscilan entre el 5% y el 100%. La región B es una región con poca estacionalidad, con un nivel de ocupación de entre el 90% y el 100% y con un máximo de turistas igual al 55% del máximo de la región A, a pesar de que recibe el mismo número de turistas al año. Las infraestructuras necesarias son de entre el 103% y el 105% del nivel máximo de turistas que recibe el destino³⁴, es decir 104 para la región A y 57 para la región B aproximadamente, con lo cual es necesario casi el doble de infraestructuras en la región A para

³⁴ Es necesario dejar un margen de capacidad para casos de imprevistos.

un número total de turistas igual al de la región B. Si aplicamos lo comentado hasta ahora a estas dos regiones vemos que:

- *Iguals consumos de recursos.* El consumo de agua y energía derivado de la estancia de los turistas no se puede considerar distinto, a priori, entre ambas regiones debido a que al final del año se han producido el mismo número de estancias y por tanto, salvo diferencias de comportamiento entre los turistas de los dos destinos, parece lógico suponer unos consumos similares.
- *Menor estrés en la región B.* Al no producirse puntas de llegadas tan elevadas la sensación de agobio y agotamiento de los residentes es menor en la región B. Además de mejorar la opinión que tienen los residentes sobre el turismo, respecto a la región A, los turistas que visitan la región B reciben un mejor trato por parte de los empleados y los habitantes de la región, lo cual mejora la opinión sobre el destino y la satisfacción de los turistas.
- *La mitad de infraestructuras en B.* El uso ineficiente de los recursos turísticos es una de las mayores preocupaciones de la gestión de destinos turísticos (Capó, Riera, y Rosselló, 2007; Sutcliffe y Sinclair, 1980), siendo difícil mantener la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas (Jang, 2004). Puede evitarse el colapso de la región B con poco más de la mitad de infraestructuras de la región A. Al necesitar muchas menos infraestructuras para atender un mismo número de turistas se consigue aumentar su rentabilidad con lo cual se pueden reducir los costes y realizar mayores inversiones iniciales y de mejora con la finalidad de ofrecer un mejor servicio. Además al no necesitar tantas infraestructuras se consigue una mayor conservación medioambiental, principalmente en los aspectos referentes al paisaje, lo cual mejora el atractivo turístico. Imaginemos una playa con dos líneas de hoteles (región A), si no hay estacionalidad (región B) sólo habría una primera línea de hoteles y de una categoría, en promedio, superior a la que poseían las dos líneas de hoteles, lo cual unido al hecho de que hay menos turistas y el lugar tiene un aspecto más pequeño y acogedor hace que la mejora cualitativa percibida por turistas y residentes sea notoria.
- *Problemas de rentabilidad de las inversiones realizadas en la región A.* En las regiones con alta estacionalidad las inversiones de capital asumen un elevado riesgo debido a las fluctuaciones e inestabilidad de los ingresos turísticos entre temporadas y por las grandes diferencias en nivel de uso de las infraestructuras (Butler, 1994; Hinch y Jackson, 2000). Además, la infrautilización de estas inversiones alarga el plazo de recuperación de las mismas.
- *Menor masificación y mayor percepción de las mejoras en la región B.* El hecho de que el volumen de infraestructuras sea menor (región B) causa que la masificación percibida por turistas y residentes sea mucho menor. Si a esto añadimos que los establecimientos, hoteles, puertos y aeropuertos permanecen abiertos y a pleno rendimiento todo el año conseguimos que la sensación de que el turismo aporta mejoras en la oferta comercial y en las infraestructuras sea percibida con mucha más intensidad que en el caso de la región A, a pesar de que las infraestructuras y establecimientos sean el doble en la región A.
- *Mejores recursos humanos y relaciones laborales en la región B.* Otro de los efectos importantes es en el capital humano y sus condiciones laborales (Baum, Amoha, y Spivack, 1997; Hjalager y Andersen, 2000; Jolliffe y Farnsworth, 2003; Lundberg, Gudmundson, y Andersson, 2009; Vaughan y Andriotis, 2000). Los residentes buscan cubrir sus gastos anuales trabajando en el turismo, es decir deben ganar en la temporada turística suficiente para todo el año. Si no hay estacionalidad (región B) no necesitan realizar tantas horas de trabajo diarias o semanales ya que el plazo de tiempo para ganar lo necesario es mucho mayor. El resultado es que si no hay estacionalidad tampoco hay la acuciante necesidad de ingresos económicos que podría elevar los costes laborales, por horas extras o reclamaciones salariales. Además el hecho de que no se produzca un aumento espectacular de la demanda laboral para los meses de verano evita el atractivo que tienen estos trabajos para los estudiantes y no se produce un deterioro en los resultados académicos y en el capital humano futuro.

- *Mejora educativa en la región B.* Los destinos turísticos con gran estacionalidad, sobre todo si es en la época veraniega (región A), provocan bajos niveles educativos en la población y niveles enormes de fracaso escolar, sólo superable por zonas con altísima inmigración (elemento presente en las regiones con gran importancia del turismo estacional). En las regiones con poca estacionalidad (región B) se "financia" la dedicación al aprendizaje de los hijos a través de la estabilidad laboral de los padres, garantizando futuro personal cualificado para el sector. El resultado global es que a largo plazo la región B tiene mayor estabilidad laboral y poblacional, reduciendo la problemática social y mejorando la tranquilidad y bienestar de los residentes. Además el empleo tiene mejores condiciones laborales y los trabajadores mejor formación.

En conjunto el resultado es que la región con poca estacionalidad (región B) puede ofrecer una mejor relación calidad precio. La región B recibe igual número de turistas que la región A pero da empleo a un número inferior de trabajadores de forma más estable (convierte varios trabajos de unos meses en un trabajo para todo el año), mejorando las condiciones laborales, preparación de los trabajadores y los costes laborales de los empresarios. Se reducen los problemas derivados del movimiento de grandes masas de turistas o trabajadores evitando o reduciendo los choques culturales y las condiciones de "tensión contenida" que acompañan los grandes desplazamientos de población. Al ser escasos los movimientos migratorios en la región y no existir el atractivo de los trabajos de verano, mejora la educación y formación de los jóvenes aumentando el capital humano. Las infraestructuras son inferiores, pero mejor aprovechadas, permitiendo una mejora en las infraestructuras sin un aumento en los costes que perjudique la competitividad precio. Al reducirse las infraestructuras y los establecimientos se consigue conservar una mayor proporción del entorno natural mejorando la calidad de vida de turistas y residentes.

Cuando las regiones A y B tienen el mismo tipo de turismo las diferencias entre la región con turismo estacional y la región con turismo no estacional son tantas que es lógico que, *ceteris paribus*, las inversiones turísticas se desplacen de la región con estacionalidad a la región sin estacionalidad. En el caso del turismo de sol y playa puede verse una tendencia a buscar los nuevos destinos en regiones con climas cálidos y soleados (el turismo se dirige hacia los trópicos y el ecuador del planeta), sin apenas variación climática (Caribe, Mar Rojo, Indonesia, Polinesia, África Ecuatorial, etc.), mientras los destinos con mayor disparidad climática, cuyo desarrollo se debió a su proximidad geográfica a los lugares de origen de los potenciales turistas (costa norte del Mediterráneo), se ven lentamente relegados a cubrir la demanda que ve imposible desplazarse a los nuevos destinos por razones, principalmente, económicas. Si comparamos Baleares con el Caribe vemos que las inversiones en el Caribe tienen un periodo de recuperación mayor que en Baleares, y esto es debido al menor nivel de precios, las ventajas fiscales y de contratación laboral existentes en algunos de estos destinos, pero principalmente a la eliminación de la estacionalidad que se consigue en climas tropicales.

Aunque el ejemplo teórico planteado pueda parecer extremo y algo ficticio, la verdad es que existen destinos que encajan con bastante exactitud en el. Todos los destinos de sol y playa del Mediterráneo norte y los de nieve encajan en el comportamiento de la región A, mientras que los destinos turísticos de sol y playa del Caribe, el Pacífico y el Índico encajan con la región B. Todos los destinos culturales y urbanos se parecen bastante a la región B, sobre todo las grandes ciudades de Europa y Norteamérica.

Los dos tipos de destino turístico tienen buenos ejemplos en Baleares y Hawái. Debido al clima Baleares tiene una estacionalidad muy superior a Hawái, donde es mínima. El 80% de los turistas que recibe anualmente Baleares llegan entre mayo y octubre, mientras que en Hawái llega el 52% de los turistas en esos mismos seis meses. En cuanto a infraestructuras, Baleares poseía 2.621 establecimientos de alojamiento con 423.112 camas con una ocupación del 72,8% de la planta abierta en 2005, pero sólo el 42,3% de la planta construida. Mientras que Hawái poseía 1.266 establecimientos de alojamiento con 145.778 camas y una ocupación anual del 77,8%. El turismo genera el 30% del PIB de Hawái y el 53% del PIB de Baleares, siendo Baleares mucho más dependiente de este sector. En Baleares hay síntomas de estrés de la

población residente durante la temporada alta debido a la masificación. Otra diferencia es que Hawái se encuentra con una limitación de crecimiento debida a limitaciones en su transporte aéreo que no padece Baleares (Bardolet y Sheldon, 2008), a causa de la distancia que tienen cada uno de estos archipiélagos respecto de su continente y mercado principal.

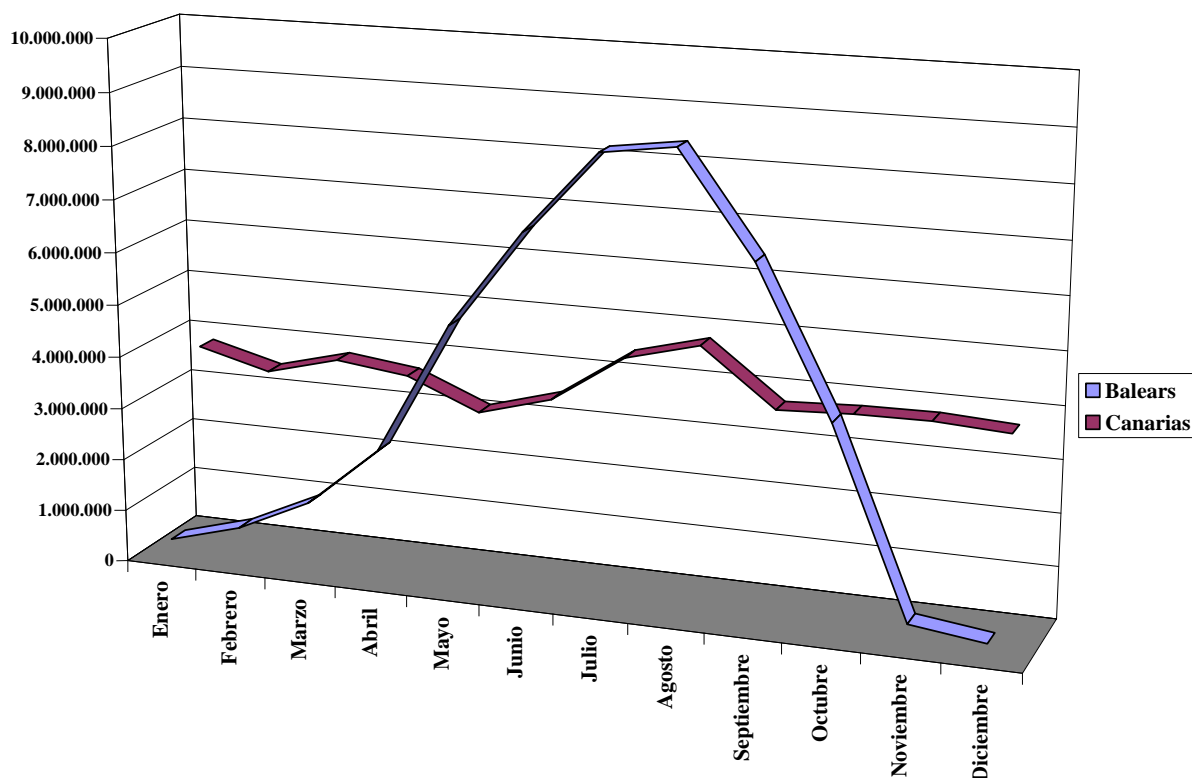


Figura 11: Evolución de las pernoctaciones hoteleras en Baleares y Canarias (2009).

Fuente: INE (2010) y elaboración propia.

Pero no es necesario salir de España para encontrar ejemplos de destinos turísticos que se parecen al ejemplo teórico. Baleares y Canarias podrían servir para realizar una comparación de este tipo ya que sus diferencias climáticas los asemejan a las regiones A y B respectivamente. Según el Instituto de Estudios Turísticos ambas regiones poseen un sector turístico de tamaño similar, pero si tomamos los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera de 2009 (INE, 2010) observamos que Baleares tiene una estacionalidad muy superior a Canarias (Figura 11), aunque las pernoctaciones en establecimientos hoteleros son muy parecidas (45.769.098 en Baleares y 45.170.035 en Canarias). Según la Encuesta de Ocupación Hotelera de 2009 (INE, 2010):

- En Baleares las plazas estimadas pasan de 322.978 en agosto a 27.181 en diciembre y la ocupación de los establecimientos abiertos es muy baja en diciembre (34,68%) y elevada en agosto (81,77%). Hay una variación entre el mínimo y el máximo anual enorme. Las plazas abiertas y los trabajadores ocupados en agosto son 11,8 veces más que en diciembre pero, si tenemos en cuenta los diferentes grados de ocupación, vemos que las pernoctaciones de agosto son 29 veces las de diciembre.
- En Canarias las plazas oscilan entre las 191.659 y las 206.080, aunque suelen rondar las 200.000. La ocupación de las plazas nunca baja del 50% y rara vez supera el 70%. La variación anual es mínima en cuanto a la oferta: 8% en plazas y establecimientos y 10% en empleados (tomando siempre los datos más extremos). En pernoctaciones, el máximo es un 55% superior al mínimo.

	Baleares				Canarias			
	Establecimientos Abiertos	Plazas Estimadas	Pernoctaciones	Personal Ocupado	Establecimientos Abiertos	Plazas Estimadas	Pernoctaciones	Personal Ocupado
Enero	179	31.181	368.782	4.511	483	200.832	3.789.452	34.240
Febrero	263	58.977	759.340	7.794	480	200.691	3.433.707	33.792
Marzo	345	82.775	1.406.485	10.694	485	200.688	3.791.794	33.409
Abril	601	141.759	2.581.254	18.270	484	199.609	3.622.527	32.810
Mayo	1.106	289.109	5.084.655	35.543	468	191.659	3.055.173	31.235
Junio	1.233	313.377	6.929.028	41.341	494	204.966	3.448.890	32.954
Julio	1.256	317.913	8.469.148	43.720	505	206.080	4.379.068	33.872
Agosto	1.268	322.978	8.665.985	45.333	498	200.679	4.747.211	34.374
Septiembre	1.262	320.312	6.747.955	42.367	497	200.734	3.687.859	33.324
Octubre	935	246.903	3.992.107	29.652	497	202.943	3.753.330	33.537
Noviembre	196	37.012	471.778	4.860	494	201.941	3.771.633	33.355
Diciembre	158	27.181	292.581	3.835	497	203.350	3.689.390	33.547

Tabla 6: Evolución a lo largo del año 2009: Baleares y Canarias.

Fuente: INE (2010) y elaboración propia.

Vemos que Baleares necesita una infraestructura hotelera un 57% más grande que la de Canarias para tener un volumen de pernoctaciones un 1% mayor. Aunque la ocupación de los establecimientos abiertos es superior en Baleares (66,24% frente al 60,74%), cuando se mide la ocupación de la planta construida Canarias supera de lejos a Baleares (60% frente al 39%). Si a estos datos añadimos que Canarias posee el doble de población (2,1 millones frente a 1,1 millones) y una superficie mayor que Baleares, es posible afirmar que los impactos causados por el turismo en Baleares son mucho más intensos.

Los destinos europeos de sol y playa han conseguido mantenerse debido al aumento de la población que viaja. A principios del siglo XX sólo los estratos superiores de la población realizaban viajes y en muchos casos los destinos elegidos eran dentro del propio continente: sur de Francia, Península Ibérica, Baleares, Italia, etc. Con el desarrollo de los sistemas de transporte se produce un aumento de las distancias que recorren en búsqueda de destinos más exóticos viajando actualmente a destinos de África, Océano Índico, Indonesia, Océano Pacífico, etc. las clases altas. Paralelo al aumento de las distancias a las que viajan los turistas con mayores recursos se ha producido un aumento de la población que realiza viajes turísticos, viajando estratos sociales cada vez con menos recursos económicos. Por tanto los destinos más cercanos se encuentran recibiendo cada vez estratos con menos recursos económicos pero mayores en número, con lo cual el nivel de ingresos se mantiene o incluso aumenta.

Ibiza es un buen ejemplo de destino tipo A. Padece los problemas propios de destinos de sol y playa con fuerte variabilidad climática, es decir una fuerte estacionalidad del turismo, que genera fuertes aglomeraciones de turistas en los meses de verano (principalmente julio y agosto) y niveles casi insignificantes de actividad turística en los meses más fríos del año (de noviembre a marzo). La sensación de agobio y agotamiento que sufren los residentes a causa de las prisas y aglomeraciones que sufre el destino turístico son evidentes, principalmente en la segunda quincena de agosto. Las infraestructuras necesarias para atender a los turistas en verano son

enormes y se encuentran infrautilizadas el resto del año. Por ejemplo la oferta de alojamiento existente tiene una ocupación anual que rara ocasión supera el 40%, ya que gran parte de la planta hotelera sólo abre durante unos meses al año (de media abren seis meses) y, aun así, es poco frecuente ocupaciones hoteleras cercanas al 100%. La estacionalidad vivida en las Pitiüsas tiene como otra de sus consecuencias más inmediatas sobre los residentes la proliferación de trabajos de temporada de baja cualificación y remuneración que obligan a ganar en unos meses, rara vez más de seis o siete, lo suficiente para vivir todo el año.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Enero	3,6%	3,8%	3,5%	2,1%	2,3%	1,0%
Febrero	4,6%	5,1%	3,9%	3,0%	4,4%	5,5%
Marzo	4,2%	6,5%	5,0%	3,6%	7,8%	7,2%
Abril	14,5%	8,1%	6,6%	8,0%	7,3%	9,6%
Mayo	64,0%	61,1%	55,1%	44,5%	39,6%	45,4%
Junio	79,6%	74,8%	74,8%	67,4%	65,9%	72,5%
Julio	89,9%	81,7%	77,8%	80,4%	77,8%	81,2%
Agosto	95,3%	92,2%	92,9%	88,4%	86,6%	93,4%
Septiembre	83,5%	78,4%	69,7%	72,5%	77,4%	72,7%
Octubre	49,6%	41,3%	31,3%	29,6%	28,5%	28,8%
Noviembre	4,4%	2,4%	1,8%	4,3%	2,6%	2,7%
Diciembre	2,9%	3,7%	1,2%	0,7%	0,8%	1,3%
Total anual	41,1%	37,8%	34,9%	33,5%	33,3%	34,4%

Tabla 7: Porcentaje de ocupación de la planta hotelera construida (planta abierta x ocupación): Ibiza.

Fuente: IBAE y elaboración propia.

La estacionalidad conlleva importantes efectos negativos en los destinos turísticos que la sufren, siendo muy recomendable reducirla por el bien de la sociedad local. Hinch y Jackson (2000) consideran la estacionalidad uno de los aspectos más problemáticos al generar bajas rentabilidades, problemas en la contratación de personal (Ashworth y Thomas, 1999; BarOn, 1993, 1999; Fernández-Morales, 2003; Koenig y Bischoff, 2005; Krakover, 2000), ineficiencia de las instalaciones (Sutcliffe y Sinclair, 1980), dificultades en el suministro de servicios públicos (Murphy, 1985) y daños en los recursos naturales (Manning y Powers, 1984). El único elemento positivo de la estacionalidad es que la temporada baja permite descansar y reparar o mejorar las infraestructuras y el entorno (Rozenberg, 1990). Muchos destinos lo sufren en mayor o menor grado pero en pocos casos se plantean soluciones (Calantone y Johar, 1984; Jang, 2004; O'Driscoll, 1985; Sasser, 1976; Yacoumis, 1980). Por ejemplo Jang (2004) describe la "Seasonal Demand Efficient Frontier" para seleccionar un mix de turismo óptimo.

Las estrategias para reducir la estacionalidad pasan por extender la temporada o introducir nuevas temporadas (Baum y Lundtorp, 2001; Capó, Riera, y Rosselló, 2007; Cuccia y Rizzo, 2011; Lim y McAleer, 2001). Recurrir a eventos y festivales es una de las estrategias más comunes para atraer turistas fuera de la temporada alta (Baum y Hagen, 1999; Fredline y Faulkner, 2000; Getz, 1991, 1997; Janiskee, 1995; Ritchie y Beliveau, 1974). Incentivar nuevos productos y mercados que permitan un uso más eficiente de los recursos del destino, como es el cicloturismo, agroturismo, turismo sénior, turismo de golf, turismo de congresos, etc., al presentar un componente estacional que permite atraer turistas en temporada baja (Baum y Hagen, 1999; Garau, de Borja, y de Juan, 2007; Getz, 1997; Hank, 1992; Spencer y Holecck, 2007; Spotts y Mahoney, 1993). El deporte (cicloturismo, golf, senderismo, vela, etc.) permite

aumentar el atractivo del producto turístico y, en algunos casos, atraer turistas durante los meses de temporada baja, ayudando a desestacionalizar (Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé, y Ramos, 2006, p. 13). El objetivo siempre es la creación, desarrollo y comercialización de productos que complementen a los ofrecidos en las fases de desarrollo previas (Bar On, 1976; Garau, de Borja, y de Juan, 2007; Leuty y Moore, 1997; Manning y Powers, 1984; Soybali, 1996).

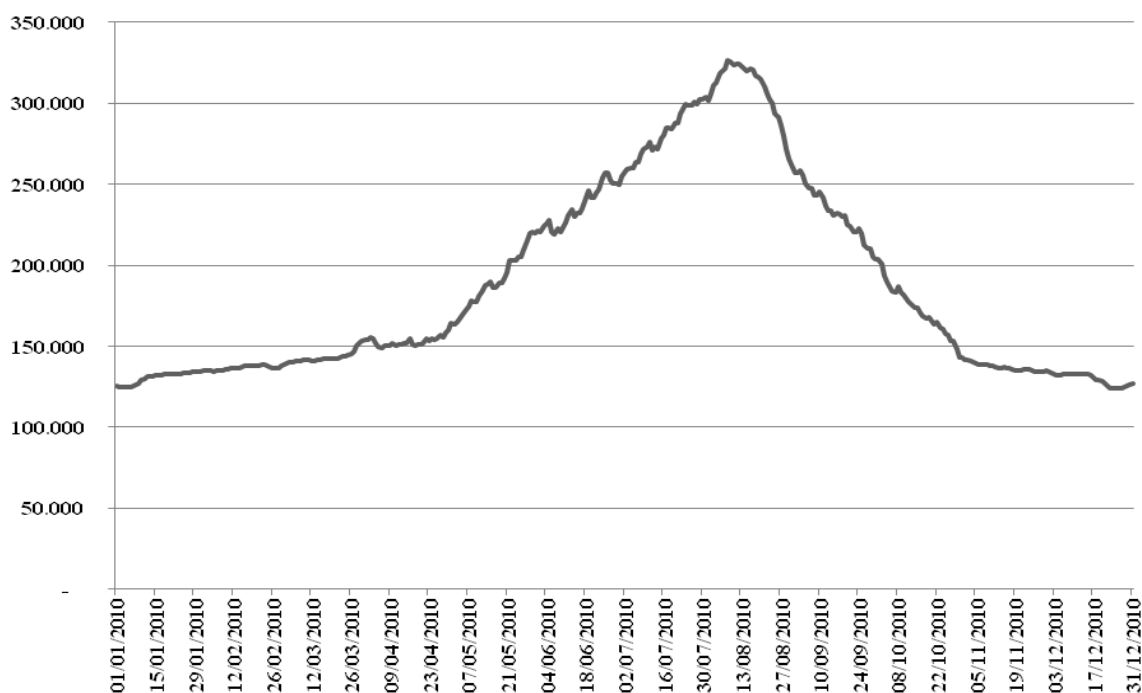


Figura 12: Evolución del número de personas presentes en Ibiza a lo largo de 2010.

Fuente: IBAE y elaboración propia.

Otras alternativas de acción consisten en desviar los turistas existentes en temporada alta hacia las temporadas de menor afluencia turística: políticas de precios destinadas a atraer turistas en las épocas de menor ocupación (Butler y Mao, 1997; O'Driscoll, 1985); reducir la demanda dirigida a la temporada alta mediante tasas o protección de zonas naturales (Weaver y Oppermann, 2000), o crear circuitos turísticos que permitan redistribuir el turismo entre destinos con alta y baja afluencia turística (Allcok, 1996). Pero la solución habitual es ampliar la capacidad para atender las puntas de demanda y cerrar las empresas e infraestructuras durante las épocas de menor actividad (Baum y Lundtorp, 2001; Capó, Riera, y Rosselló, 2007) para evitar los costes fijos de permanecer abiertas.

Finalmente, hay que tener en cuenta que no sólo son posibles las soluciones que busquen reducir la estacionalidad turística, también hay que tener en cuenta otros sectores económicos. Lo más importante no es reducir la estacionalidad del turismo, sino reducir la estacionalidad de la actividad económica de la región. Por tanto, el desarrollo de otros sectores económicos de comportamiento estacional opuesto al sector turístico característico de la región debe ser tenido en cuenta por los gestores regionales.

2.7. Interacción entre los residentes y los turistas.

El tipo y la intensidad de los contactos entre visitantes y residentes han sido consideradas variables importantes en la determinación de las actitudes de los residentes, sobre todo cuando se trata de trabajar o depender económicamente del turismo (Milman y Pizam, 1988). La dependencia económica suele implicar unas actitudes más positivas hacia el turismo (Getz,

1994), pero Liu y Var (1986) no encontraron que los residentes de Hawái variaran sus actitudes respecto a la dependencia o el contacto con el turismo. En Hawái se encontró que la etnia y el tiempo que hace que se reside en la región eran las variables socio-demográficas más importantes para explicar las actitudes. Otros autores encontraron que el tiempo de residencia en la región era importante (Liu y Var, 1986), pero este factor puede encontrarse vinculado con distintos niveles de conocimiento y percepción además de por los motivos para residir en el área (Getz, 1994).

Varios autores (Pearce, 1996) han destacado la importancia que tienen la interacción entre turistas y residentes, reconociéndose en la actualidad que el éxito y la sostenibilidad de la actividad turística depende, en gran medida, del apoyo que recibe por parte de la comunidad receptora. La hospitalidad es un intangible básico para las estrategias de comunicación³⁵ que evocan la elección de un destino determinado y permiten reforzar el sentimiento de aceptación mutua (Gutiérrez y Díaz, 2006). Así, como señala Pearce (1996), cuando no existe dicho apoyo, el residente no se mostrará dispuesto a trabajar en la industria del turismo, existirán pocas iniciativas emprendedoras e innovadoras y las interacciones entre turistas y residentes tendrán muchas posibilidades de ser negativas.

Por tanto, al estudiar las actitudes hacia el turismo hay que hacerlo de los turistas y de los residentes³⁶ simultáneamente porque se trata de dos grupos que se encuentran en contacto directo en los destinos turísticos y sus actitudes, percepciones y acciones se encuentran interrelacionadas. La interacción entre la población residente y los visitantes es uno de los factores más importante tanto para determinar las percepciones y actitudes de los residentes (Murphy, 1985), como para determinar los niveles de satisfacción de los turistas a través de la percepción que obtienen del destino turístico (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999).

Las actitudes de los turistas cuando llegan a la región determinan las acciones que realizan. Si tienen una actitud de respeto hacia los elementos locales sus acciones son respetuosas dentro de los conocimientos de que disponen. Por el contrario cuando la actitud de los turistas es de desprecio hacia todos los elementos locales suelen realizar acciones "agresivas" hacia la cultura, normas sociales y convivencia en general de los habitantes de la región. Las acciones de los turistas se convierten en un elemento muy importante cuando los residentes valoran el turismo. En la valoración de las percepciones se produce un efecto acumulativo de forma que los elementos habituales, sean negativos o positivos, son percibidos con poca intensidad pero su efecto acumulado sobre la actitud es mucho mayor que el de los hechos más extraños, infrecuentes e impactantes.

Las actitudes de los residentes también son expresadas a través de sus acciones. Las acciones de los residentes se concretan principalmente en la hospitalidad ofrecida a los turistas y en la oferta diseñada. Cuando las actitudes son positivas hay un elevado grado de hospitalidad y la oferta creada para atender a los turistas es amplia y en continua expansión. Por contra si las actitudes de los residentes son negativas el trato que reciben los turistas es poco agradable y la oferta turística no sufre mejoras significativas. Las acciones de los residentes se convierten en uno de los elementos que determinan con mayor fuerza la percepción que tienen los turistas del viaje, provocando de esta forma que las actitudes de los residentes se transmitan a los turistas mejorando o empeorando la imagen que tienen del destino. Finalmente las percepciones de los

³⁵ La búsqueda de factores competitivos de los destinos, según la literatura, es una herramienta de marketing necesaria para la gestión sostenible del mismo. Uno de los factores a potenciar es un posicionamiento adecuado y diferenciado (Buhalis, 2000; Pearce, 1996). Posicionamiento restringido a los factores que emanan de las experiencias turísticas, entre ellas la interacción de la comunidad con el turista. La hospitalidad es un intangible básico para las estrategias "pull" que evocan la elección de un destino determinado y permiten reforzar el sentimiento de aceptación mutua (Gutiérrez y Díaz, 2006).

³⁶ En los destinos con turismo residencial hay un continuo que va de los residentes a los turistas pasando por los propietarios de segundas residencias (Strapp, 1988), resultando de difícil realización la separación entre ambos grupos.

turistas acerca del destino influyen su actitud hacia la región y condicionan la imagen y actitudes previas que tendrán los futuros turistas.

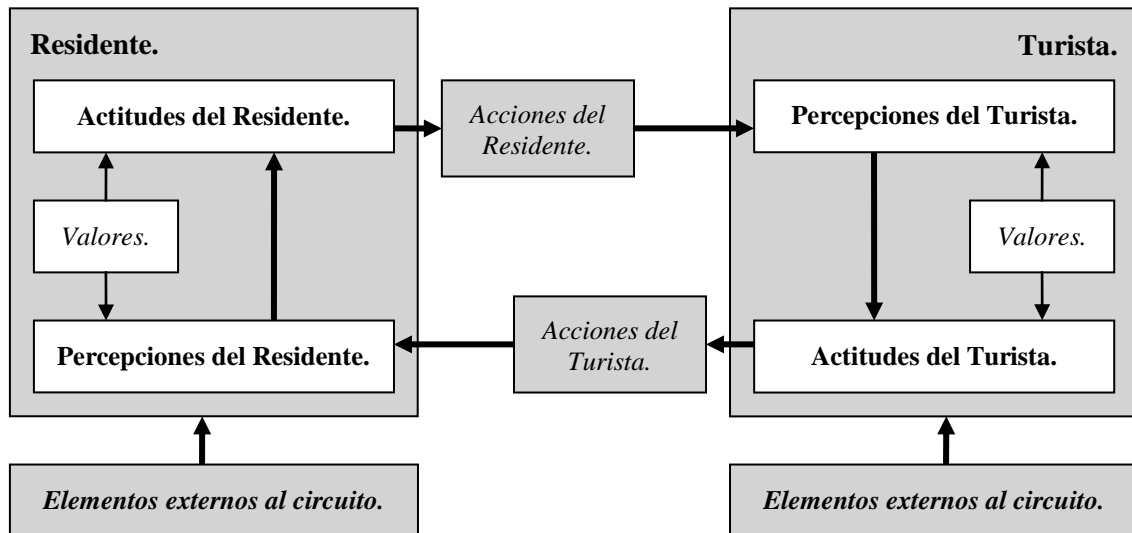


Figura 13: Circuito de interrelaciones entre residentes y turistas.

Fuente: elaboración propia.

Los valores personales y sociales influyen en la percepción de los acontecimientos y en las actitudes adoptadas respecto de estos acontecimientos, tanto en el caso de los residentes como en el de los turistas. Al proceder de culturas muy distintas y tener valores distintos, unos mismos hechos se perciben y valoren de formas distintas por residentes y turistas dificultando la clarificación de los efectos exactos de un mismo elemento sobre la totalidad de personas.

Por tanto se forma un circuito en donde los residentes y los turistas pueden recibir efectos externos al circuito. Cuando por causas externas al circuito la actitud de turistas o residentes cambia se produce un efecto en el mismo sentido, que avanza por el circuito de forma continua y que produce un efecto acumulativo en ambos agentes que no se detiene salvo que se produzca una intervención externa al circuito en sentido contrario. Por ejemplo si las necesidades económicas de los residentes introducen un efecto positivo en los residentes se iniciará un proceso por el cual las actitudes positivas de los residentes provocaran que la atención prestada a los turistas sea mejor, a su vez la percepción que tengan los turistas del lugar mejorará, y su actitud y la de los futuros turistas que visiten la localidad será más positiva. Finalmente, al mejorar las actitudes de los turistas, las acciones de los turistas serán también más respetuosas mejorando la percepción que tengan los residentes del turismo y consecuentemente su actitud hacia el desarrollo turístico, iniciándose de nuevo el circuito.

Si por contra se trata de un destino masificado y la preocupación por la situación económica está siendo sustituida por la preocupación por el medioambiente, la actitud de los residentes hacia el turismo empeorará y este efecto se transmitirá de forma continuada a través del circuito acumulando mayores efectos negativos en cada vuelta. Aunque en los ejemplos se toma un sólo efecto negativo o positivo y siempre sobre las actitudes de los residentes en la realidad hay múltiples efectos positivos y negativos que se suceden de forma casi ininterrumpida afectando en unos casos a los residentes y en otros a los turistas, siendo el efecto general el marcado por el conjunto mayor de ambos (efectos negativos o efectos positivos).

La evolución de este circuito marca enormemente la calidad de vida de los residentes (molestias o beneficios que sufren) y el nivel de hospitalidad que reciben los turistas por parte de los residentes y que determina el nivel de satisfacción de los turistas con su viaje. El grado de

interacción de los residentes con los turistas, es decir la fuerza con que se produce la transmisión dentro del circuito puede depender de diversos factores:

- Cuando las personas son miembros de asociaciones (sociales, religiosas, educativas, profesionales, etc.) su actitud hacia la interacción con los turistas es menos positiva, posiblemente por representar una amenaza para la sensación de seguridad que buscan en las asociaciones a las que pertenecen.
- Los residentes que desean estar involucrados en cuestiones de desarrollo local tienen menos interacción con los turistas, probablemente porque son personas con un mayor apego a la región, y perciben con mayor fuerza los puntos negativos del turismo. Por tanto, puede afirmarse que los residentes con menos contacto con los turistas buscan tener mayor peso en las cuestiones turísticas (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), aunque el orden de los factores de esta afirmación no está claro (Sirakaya, 1997).
- Los individuos con menor renta tienen una posición más positiva hacia la interacción con los turistas, ya que las personas con más beneficios económicos personales derivados del turismo ya entran en contacto con los turistas muy frecuentemente, debido al trabajo, y evitan los contactos más allá de lo necesario.
- Un nivel elevado de proyectos turísticos en el área reduce la voluntad de contacto con los turistas, mostrando un empeoramiento de las actitudes de los residentes hacia el turismo (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002).
- Los individuos con un mayor nivel educativo muestran mayor interés por relacionarse con los turistas (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), ya que buscan que se les asocie con ellos y de esta forma diferenciarse del resto de la sociedad gracias a un cierto halo de cosmopolitismo. Estos resultados difieren de otros estudios (Liu y Var, 1986) en los que se encuentra que las variables sociodemográficas no tienen un efecto claro a la hora de explicar las actitudes de los residentes hacia el turismo.

En resumen se puede afirmar que el apego a la sociedad y el efecto de agotamiento del entusiasmo de los residentes hacia el turismo producido por la saturación psicológica que produce vivir sumergido en un entorno fuertemente involucrado en la actividad turística reducen las ganas de mantener contacto con los turistas y atenúa el circuito. Por otra parte, las personas con mayor cosmopolitismo y el efecto imitación favorecen que los residentes busquen un mayor contacto con los turistas. Por suerte, las personas con peores opiniones evitan el contacto con los turistas y las personas con mejores opiniones lo buscan, provocando un sesgo positivo de las percepciones de los turistas.

2.8. Características sociodemográficas.

Estudios realizados en Nueva Zelanda (Mason y Cheyne, 2000), Canadá (Keogh, 1990b) y Puerto Rico (Hernández, Cohen, y García, 1996) muestran la presencia simultánea de grupos de residentes con actitudes favorables y grupos de residentes con actitudes contrarias al desarrollo turístico. Estos resultados contradictorios hacen pensar que la explicación de las actitudes de los residentes es más compleja de lo que indican los modelos de Doxey (1975) y Butler (1980), y que las actitudes de los residentes dependen de la situación personal de cada individuo y que no son un parámetro general y homogéneo de la región.

Diversos autores (Ap y Crompton, 1993; Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Brougham y Butler, 1981; Dogan, 1989; Hall, 1994; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Hernández, Cohen, y García, 1996; Husbands, 1989; Joppe, 1996; Keogh, 1990b; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Mason y Cheyne, 2000; Ryan y Montgomery, 1994; Ryan, Scotland, y Montgomery, 1998) sostienen que las comunidades locales se encuentran constituidas por grupos de individuos con opiniones dispares en relación con los efectos producidos por el turismo. Para algunos residentes el turismo tiene, principalmente, efectos negativos, mientras que otras personas consideran que es eminentemente beneficioso (Mason y Cheyne, 2000).

Para entender el conjunto de actitudes que se observan en una sociedad local es necesario tener en cuenta el contexto en que se generan (Pearce, Moscardo, y Ross, 1996), las características sociodemográficas de la población (Brougham y Butler, 1981; Ritchie, 1988) y la posición social de los individuos (Mansfeld, 1992b; Thomason, Crompton, y Kamp, 1979). El grado de implicación de los individuos en la actividad, el tipo de sociedad previa al desarrollo turístico, la sociedad que se genera como efecto de la actividad turística y, sobre todo, la forma de ver e interpretar el mundo que les rodea son importantes causas de las actitudes y valoraciones que los residentes realizan del desarrollo de la actividad, y en esta visión del entorno influye en gran medida la posición relativa que ocupan los individuos dentro de la sociedad local.

Por ejemplo, en el estudio de Besculides, Lee y McCormick (2002) los no hispanos perciben los beneficios del turismo como menos importantes que los hispanos, debido a que el atractivo turístico se basa en la cultura hispana. En general, en las comunidades en donde se puede dividir la comunidad local entre población nativa y población no nativa hay diferencias significativas entre ambos grupos en cuanto a la percepción y actitudes hacia el turismo (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Canan y Hennessy, 1989; Um y Crompton, 1987).

Perdue, Long y Allen (1990) consideran que muchos de los estudios en actitudes han encontrado diferencias en los impactos percibidos según el tipo de residentes: hay pequeñas diferencias en los impactos percibidos debidas a variables sociodemográficas; los impactos percibidos decrecen al aumentar la distancia entre el lugar de residencia y la zona turística; la visión de los impactos del turismo es más favorable cuando el individuo tiene una dependencia económica del sector. Siguiendo la Teoría del Intercambio Social, estos autores consideran que la literatura apoya la conclusión de que la gente que se beneficia del turismo percibe más los impactos económicos y menos los impactos sociales y medioambientales que los individuos que no se benefician del turismo. Perdue, Long y Allen (1990) también sugieren que el apoyo al turismo es mayor en comunidades pesimistas con su futuro económico. A continuación se comentan algunas de estas diferencias personales con mayor profundidad.

- ***Antigüedad de la residencia en la región.***

Las diferencias entre las actitudes de la población nativa y la población no nativa no son más que un ejemplo extremo del efecto que el tiempo de residencia puede tener sobre las actitudes de los residentes. En muchos estudios se llega a la conclusión de que el tiempo de residencia puede afectar a las actitudes (Aguiló y Rosselló, 2005; Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Brida, Osti, y Barquet, 2010; Liu y Var, 1986; Ryan y Montgomery, 1994; Sheldon y Var, 1984; Stynes y Stewart, 1993; Um y Crompton, 1987; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001), pero en algunos estudios en regiones rurales con un desarrollo turístico mínimo no encuentran relación (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Clements, Schultz, y Lime, 1993; McCool y Martin, 1994). Las personas que llevan mucho tiempo residiendo en una región tienen una visión más negativa hacia el desarrollo turístico (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984; Um y Crompton, 1987), a causa de que perciben de forma más clara los cambios que ha producido el turismo en la comunidad residente y consideran que estos cambios significan una pérdida de calidad de vida.

Vinculado a la antigüedad de la residencia en la región se suele analizar si tiene influencia en las actitudes el hecho de ser nativo o no (Aguiló y Rosselló, 2005; Canan y Hennessy, 1989; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Evans, 1993; Madrigal, 1995; Um y Crompton, 1987). Los residentes no nativos tienen una visión más negativa del desarrollo de la comunidad que los nativos porque buscan que la región sea como era cuando ellos la eligieron para vivir (Ayers y Potter, 1989; Goudy, 1977). La fuerte oposición de algunos nuevos residentes al desarrollo turístico y a las infraestructuras necesarias para ello, se debe al hecho de que pretenden que la región siga siendo igual a como era cuando ellos decidieron establecerse a vivir en ella. Pero los elementos que conforman el bucólico recuerdo de la región a su llegada pueden ser recordados por la población autóctona como un suplicio y un atraso, y por tanto poseer una visión mucho más positiva del cambio producido que los residentes no nativos.

En resumidas cuentas puede afirmarse que los individuos que eligen la región como lugar de residencia de forma voluntaria empeoran su visión del turismo con el paso de los años al aumentar las diferencias entre la situación presente y la situación en que se encontraba la región en el momento en que decidieron asentarse. Por contra las personas que han nacido en la región o que deben residir en ella de forma forzosa no tienen una visión tan optimista de la situación de partida y se encontrarán más predispuestas a aceptar los cambios que aporte el turismo. Por tanto se podría considerar que hay dos efectos: uno negativo que aumenta con el paso de los años y que se debe a la pérdida de los elementos percibidos como positivos en la sociedad inicialmente conocida por el individuo, y uno positivo que reduce su efecto con el paso del tiempo y que se debe a la subsanación de los elementos negativos de la sociedad inicialmente conocida. El primer efecto se produce mayoritariamente entre las personas llegadas de fuera de la región, ya que sobrevaloran los elementos positivos e infravaloran los elementos negativos de la sociedad inicial, y el segundo efecto se produce entre la población nativa ya que sobrevaloran los elementos negativos e infravaloran los elementos positivos de la sociedad primitiva. La conjunción de ambos efectos hace que los residentes con más años de residencia posean las actitudes más negativas, mientras que los nativos y los recién llegados tienen una visión más positiva, a excepción de que el desarrollo turístico sea visto como una amenaza para la cultura local en cuyo caso los nativos poseerán una visión negativa.

- ***Cercanía de la residencia a los “polígonos turísticos”.***

Varias investigaciones han hallado que los residentes que viven muy cerca de las infraestructuras turísticas tienen mayor preocupación por los impactos turísticos que los que viven lejos (Belisle y Hoy, 1980; Keogh, 1990b; Wall, 1996), por el mero hecho de que sufren con mayor intensidad estos impactos. En este caso la distancia entre la zona turística y el lugar de residencia atenúa las actitudes (negativas o positivas) que se puedan tener hacia el turismo al atenuar los impactos.

Las personas que viven apartadas de las aglomeraciones de infraestructuras turísticas, que en un símil con la industria podríamos llamar "Polígonos Turísticos", consiguen un poco de tranquilidad cuando se encuentran en sus hogares y sólo se enfrentan a los inconvenientes de la actividad turística en la medida que frecuenten o trabajen en esas zonas, por lo tanto son más benévolas con la actividad turística a la hora de valorar los costes sociales.

En cambio las personas que viven dentro de estas zonas sufren los inconvenientes del turismo a todas horas, y en una escala que en algunos casos les obliga a abandonar la zona para buscar vivienda en otros lugares más apartados y tranquilos, tienen una opinión bastante negativa debido a la intensidad con que sufren los costes sociales y ambientales del turismo.

- ***La dependencia laboral del turismo.***

La dependencia que un individuo tenga del sector turístico, junto con el contacto con los turistas que implica esta dependencia, representa uno de los elementos fundamentales a la hora de determinar las percepciones y actitudes de los residentes (Murphy, 1985). El hecho de trabajar o tener un familiar que trabaje en el sector turístico puede tener efectos negativos o positivos según las condiciones laborales que tengan los trabajadores. Si las condiciones laborales y los salarios son buenos tendrá un efecto positivo, pero si las condiciones laborales son malas generará un efecto negativo elevado. En algunos casos los salarios y las condiciones laborales (horas al día, tipo de trabajo, condiciones de trabajo, etc.) son calificables de explotación laboral (Teye, Sirokaya y Sönmez, 2002) y en estos casos cada trabajador del sector es una opinión desfavorable hacia el turismo.

- ***Nivel educativo.***

Se puede indicar que la actitud de los residentes puede variar según el nivel educativo. En el caso de los residentes con un nivel educativo muy bajo la actitud no se puede considerar muy eufórica ya que son personas que suelen ocupar los empleos menos cualificados, caracterizados por muchas horas y sueldos muy bajos, que junto con la típica tendencia inflacionista de las zonas con predominio del turismo, provoca que estén en una situación poco optimista. Los

habitantes con un nivel educativo suficientemente alto como para aprovechar las buenas oportunidades que se ofrezcan con el inicio del turismo tendrán una actitud más positiva en favor de la actividad turística (Thyne y Lawson, 2001). Pero al aumentar aún más el nivel educativo (estudios superiores, por ejemplo) puede perderse optimismo por el turismo al empezar a realizar análisis más generales y objetivos de lo que implica el turismo, valorándose en este caso todos los costes y beneficios potenciales y para toda la sociedad, y moderando las actitudes respecto a las personas con estudios ligeramente inferiores.

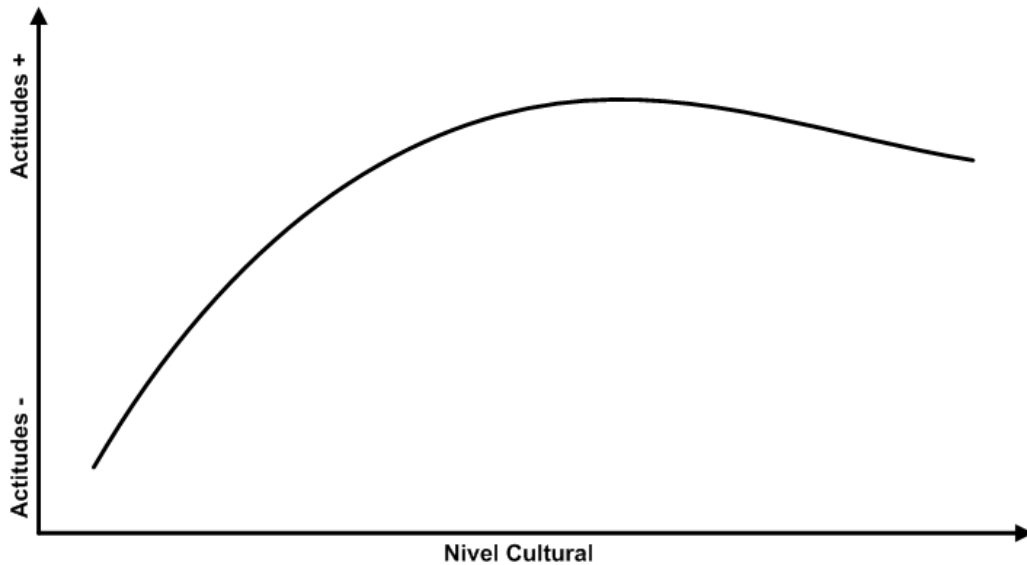


Figura 14: Relación entre nivel cultural y actitudes de los residentes.

Fuente: elaboración propia.

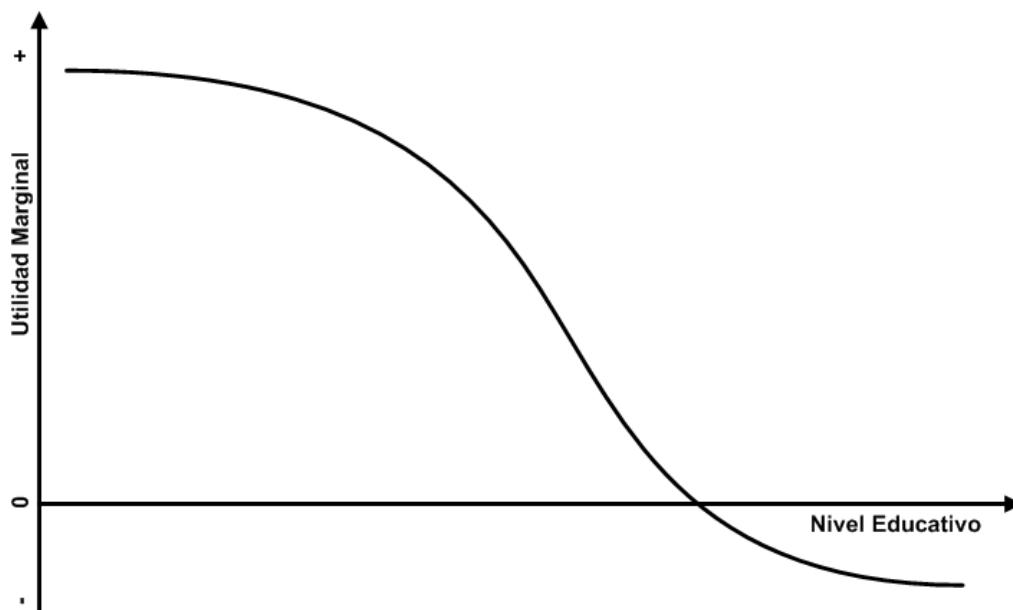


Figura 15: Relación entre nivel educativo y utilidad marginal del turismo percibida por los residentes.

Fuente: elaboración propia.

Existen pocos estudios empíricos donde se encuentre una relación entre el nivel educativo y las actitudes de los residentes, pero parece lógico pensar que exista una relación similar a la

expuesta en la Figura 14. Debe indicarse que el aspecto menos claro es el ligero descenso que se produciría en los niveles educativos-culturales más altos. Esta misma relación puede representarse de una forma alternativa, como es relacionar el nivel educativo-cultural de las personas con la utilidad marginal que tiene para ellos un incremento del desarrollo turístico (Figura 15).

El nivel de estudios de los residentes puede afectar el comportamiento de los turistas hacia los habitantes de la región y los trabajadores del sector turístico³⁷. Los estudios superiores, aunque no sean útiles en el sector turístico, actúan de "vacuna" (no eliminan el riesgo pero lo reducen) contra las actitudes groseras de los turistas lo cual redundaría en unas mejores condiciones laborales y en un mejor trato con los turistas, con lo cual se consiguen frenar actitudes contrarias al turismo por parte de los residentes. Los títulos universitarios aun ejercen cierto respeto entre la población, tanto española como extranjera.

3. Factor tiempo.

La actitud tal y como es definida por los investigadores se retroalimenta de forma constante, siendo interesante que los estudios de actitudes confirmen sus resultados al considerar la evolución temporal en la predisposición del residente. No sólo es importante en la planificación del destino conocer la realidad de un momento, valorando el impacto de los beneficios y costes, así como la incidencia de factores o condicionantes intrínsecos y extrínsecos al residente, también, para una toma de decisiones acorde con la realidad, se hace necesaria la evaluación permanente y constante de qué ocurre con la actitud del residente (Gutiérrez y Díaz, 2006).

Una vez analizados los factores que influyen de una forma más o menos intensa en las actitudes de los residentes puede estudiarse un elemento que puede considerarse otro factor o un parámetro que influye en el efecto de todos los factores comentados. El elemento tiempo se convierte, por tanto, en el factor a tener en cuenta en todo el análisis de las actitudes ya que no es igual el efecto de un factor al inicio de la actividad turística que cuando llevan varias décadas como destino turístico, ya que la sociedad cambia (Aguiló, Barros, García, y Rosselló, 2004, p. 19). Es decir que los destinos turísticos sufren una evolución en las actitudes de los residentes con el desarrollo del sector. Gutiérrez y Díaz (2006) consideran que la actitud es un intangible turístico dinámico en su formación, por tanto el análisis estático sólo nos aclara en qué punto estamos, pero no establece la línea evolutiva necesaria para la toma de decisiones. Además es un concepto complejo en su formación y requiere de la confirmación reiterada en el tiempo de los aspectos que la determinan aunque vinculados a una realidad específica.

La mayor parte de los estudios son una imagen fija de un tiempo y lugar concreto, que en la mayoría de los casos ya vive un desarrollo económico significativo (Keogh, 1990b), en la que se relacionan aspectos concretos de la comunidad (factores demográficos, dependencia del turismo, relaciones entre turistas y residentes, etc.) con la visión que poseen los individuos sobre el turismo (Mason y Cheyne, 2000). Muchos de estos estudios tienen por objetivo ver los efectos que tiene el desarrollo turístico en la comunidad local y en las actitudes de los residentes ante la expansión económica de este sector (Mathieson y Wall, 1984; Murphy, 1981, 1983; Pizam, 1978) a través de las relaciones descritas. Son escasos los estudios que buscan averiguar las actitudes previas a un proyecto de desarrollo turístico (Hernández, Cohen, y García, 1996; Mason y Cheyne, 2000), y aún más raros son los estudios referentes a destinos turísticos maduros y con un nivel de desarrollo importante.

³⁷ Aunque el nivel de estudios tiene poca prestigio entre gran parte de la población, aún confiere cierta respetabilidad a quién posee estudios superiores. La mayor parte de los turistas provienen de regiones o países con poco peso del turismo y en muchos casos suponen, aunque no siempre de forma errónea, que los trabajadores y los residentes de las zonas eminentemente turísticas tienen un nivel cultural bajo, con lo cual en sus relaciones con los habitantes de la región suelen actuar con ciertos aires de superioridad. Ante esta situación el hecho de que los trabajadores y los habitantes de la región realicen o posean estudios superiores hace que los turistas tengan una actitud más amable y con menos aires de superioridad, si conocen este hecho.

Hernández, Cohen y García (1996) realizaron una investigación previa al desarrollo turístico de un enclave situado en Puerto Rico. Los residentes analizados en este estudio tienen sentimientos cruzados en relación al desarrollo turístico, ya que reconocen los costes y los beneficios que conlleva el turismo. Los habitantes del enclave se muestran especialmente preocupados por los cambios en su estilo de vida, el incremento del crimen y el final de la tranquilidad del lugar, pero también valoran los beneficios que aporta el turismo a la sociedad. No ven el turismo como el responsable directo de los efectos negativos (Hernández, Cohen, y García, 1996) que surgen de forma simultánea al desarrollo turístico. Con esta postura ambigua muestran un nivel de análisis crítico elevado, ya que reconocen todos los aspectos del desarrollo turístico, tanto negativos como positivos, y reconocen su parte de culpa en la generación de los impactos negativos que surgen. El nivel de análisis crítico no era tan elevado en los inicios de los destinos turísticos más veteranos a causa de que no se conocían precedentes de desarrollo turístico en otras regiones del mundo.

Los resultados de los estudios realizados en momentos previos al desarrollo turístico (Hernández, Cohen, y García, 1996; Mason y Cheyne, 2000) hacen pensar en que los modelos propuestos por Doxey (1975) y Butler (1980) necesitarían ser mejorados con la inclusión de una fase previa al desarrollo inicial del turismo, es decir un momento cero del desarrollo, cuando pretendamos analizar las actitudes de los residentes en relación al turismo. Pensemos que el turismo tiene un momento en que se inicia pero, salvo contadas excepciones, antes del inicio del turismo ya hay personas viviendo en la región. En muchos casos cuando los primeros viajeros-aventureros llegan a una región ya encuentran un debate importante entre parte de los residentes de la zona en relación al desarrollo turístico, las necesidades de infraestructuras que implica, los beneficios que aporta y los costes que produce. En Ibiza podemos encontrar estos debates en la prensa escrita de principios del siglo XX, cuando sólo algunos viajeros esporádicos recalaban en la isla y no había ningún tipo de infraestructura pensada para atender las necesidades que implica el desarrollo de la industria turística (Ramón, 2001). Estudios realizados en destinos que se han desarrollado en tiempos mucho más recientes (Hernández, Cohen, y García, 1996; Mason y Cheyne, 2000) muestran, aún con más claridad, que las actitudes, opiniones y discusiones referentes al turismo son previas al desarrollo del mismo.

3.1. El Ciclo de Vida del Destino Turístico.

El desarrollo turístico puede tener efectos en las percepciones y actitudes de los residentes (Mason y Cheyne, 2000; Murphy, 1985; Pizam, 1978). Es decir el parámetro “volumen de turistas”, y sus consecuencias, tomado como elemento dinámico y cambiante influye en las reacciones de los residentes. Con el paso del tiempo se suele producir un aumento del número de turistas llegados a la región y que añade sus efectos sobre la sociedad local a los turistas llegados previamente. Hay dos efectos: un efecto debido a las mayores cifras del sector, y un efecto acumulativo debido a los años de antigüedad del sector.

Una de las mayores paradojas del turismo es que los elementos de la comunidad local que motivan la llegada de los turistas (riqueza ecológica y cultural) son deteriorados o destruidos por el desarrollo de la actividad turística (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Hillery, Nancarrow, Griffin, y Syme, 2001; Morey, 1990, 2000; OCDE, 1980), y diversos estudios han mostrado preocupación por este hecho (Budowski, 1976; Butler, 1980; Cole, 1989; Deaden y Harron, 1994; Doggart y Doggart, 1996; Drost, 1996; Goldsmith, 1974; Martín y Uysal, 1990; Nelson, 1993). En el estudio de Besculides, Lee y McCormick (2002) muchos residentes consideran que el turismo y el desarrollo asociado puede destruir su tierra y su cultura. Además, algunos observadores consideran el turismo como otra forma de invasión cultural (Peña, 1999; Pulido, 1996). Este hecho obliga a tener en cuenta las capacidades de carga física, ecológica, económica y perceptual (Goldsmith, 1974) con la finalidad de evitar la consumación del ciclo destructivo antes mencionado.

No hay duda de que las áreas turísticas son dinámicas, ya que cambian y evolucionan constantemente. Esta evolución se produce por diversos factores: cambios en las preferencias y

necesidades de los visitantes, deterioro gradual de las infraestructuras y los recursos turísticos, y mutación o desaparición de los atractivos que inicialmente atrajeron al turismo. Los visitantes llegan inicialmente a un área en escaso número a causa de las restricciones existentes (falta de accesos, pésimas infraestructuras, etc.). Cuando las infraestructuras mejoran y se inician acciones de marketing se produce un aumento del número de visitantes en la región, que con el tiempo se populariza y crece rápidamente en número de turistas. Es probable que el crecimiento se reduzca al acercarse el destino a su límite de capacidad de carga (factores medioambientales, planta física, factores sociales, etc.). Cuando el atractivo del área declina en relación a otras áreas, a causa del excesivo uso o al impacto de los visitantes, es posible que se produzca un descenso en el número de turistas (Butler, 1980).

Los cambios en el destino turístico hacen lógico plantearse la pertinencia de aplicar el Ciclo de Vida del Producto al Destino Turístico. Además, la fase en el ciclo de vida del destino puede ser un elemento importante para determinar las actitudes de los residentes hacia el turismo (Haywood, 1986; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994; Williams y Lawson, 2001) y su evolución en el tiempo.

La utilización del concepto de ciclo de vida del producto (CVP) en turismo es mucho más reciente que en el caso de los bienes de consumo y se centra en su aplicación a los destinos turísticos para la predicción del volumen de turistas e ingresos turísticos del mismo (Haywood 1986). El ciclo de vida de los destinos turísticos (CVDT) toma como hipótesis que el destino turístico, entendido como una amalgama de productos turísticos, experimenta un ciclo vital similar al CVP de los productos de consumo (Serra, 2002). El CVDT fue introducido por Butler (1980), pero Gilbert (1939), Christaller (1963), Plog (1974), Miossec (1976) y Stansfield (1978) ya esbozaron ideas similares (Mitchell y Smith, 1989; Priestley y Mundet, 1998). En algunos trabajos previos (Christaller, 1963; Gilbert, 1939) al de Butler (1980) se dividía el proceso en sólo tres fases: descubrimiento, crecimiento y declive (Cooper y Jackson, 1989; Getz, 1992).

En los estudios turísticos ha tenido bastante peso el estudio del CVDT (Butler, 1980; Din, 1992; Lanquar, 2001; Meyer-Arendt, 1985; Wever, 1990). La aplicación del ciclo de vida de la familia al turismo y el ocio a tenido mucha menos aplicación (Bojanic, 1992; Cosenza y Davis, 1981; Lawson, 1991; Rapoport y Rapoport, 1975), y el estudio del efecto de las diversas generaciones ha sido muy escaso (Becker, 1992). El número de aplicaciones en investigación turística en las que se usa el Ciclo de Vida de la Familia es menor que en el caso del Ciclo de Vida del Destino Turístico por la dificultad de estandarizar y hacer operativas las fases del Ciclo de Vida de la Familia y por la dificultad de obtención de datos. La variabilidad en las tipologías de familias hace que en diversos estudios que han intentado usar este concepto (Bojanic, 1992; Lawson, 1991; Murphy y Staples, 1979; Zimmermann, 1982) haya un importante volumen de individuos inclasificados o una cantidad de tipologías que no es operativa. Además el paso de una fase a otra y la evolución cíclica no es asumible.

Diversas teorías han relacionado las actitudes y comportamientos de los residentes con diversas etapas del desarrollo turístico (Doxey, 1975; Butler, 1980; England y Albrecht, 1984; Ap y Crompton, 1993; Vong, 2009; Vong y McCartney, 2005), aunque probablemente la más famosa es la teoría del ciclo de vida de Butler (1980). Para el estudio de las actitudes se usa una versión modificada del CVDT (Butler, 1980), ya que se añade una fase preturística (Figura 16). El CVDT suele relacionarse con los cambios en el volumen de visitantes, pero debe recordarse que asociado a los cambios en el volumen de turistas hay cambios en el tipo de turistas, en la forma de organización de la industria turística, en la estrategia de marketing y en la implicación local (Oppermann, 1995), tanto de las administraciones como de los residentes. Estos aspectos subyacentes en la evolución del destino turístico ya fueron mencionados por algunos autores (Christaller, 1963; Cohen, 1972; Plog, 1974; Stansfield, 1978), aunque la contribución de Butler (1980) es la más reconocida (Wall, 1982). El CVDT usado divide la evolución de un destino turístico en las siguientes fases:

- En la fase preturística, no hay presencia significativa de turistas y sólo algunos viajeros muy esporádicos visitan la región. En esta fase la población conoce poco o nada del turismo y su

actitud hacia el mismo una vez empiece a conocerlo depende de las características de la sociedad y la economía local. Si la economía local es muy deficiente y la población residente tiene un carácter abierto surgirán actitudes positivas, pero si tienen un carácter cerrado y la economía local es aceptable a los ojos de los residentes, la actitud hacia el turismo será inicialmente negativa.

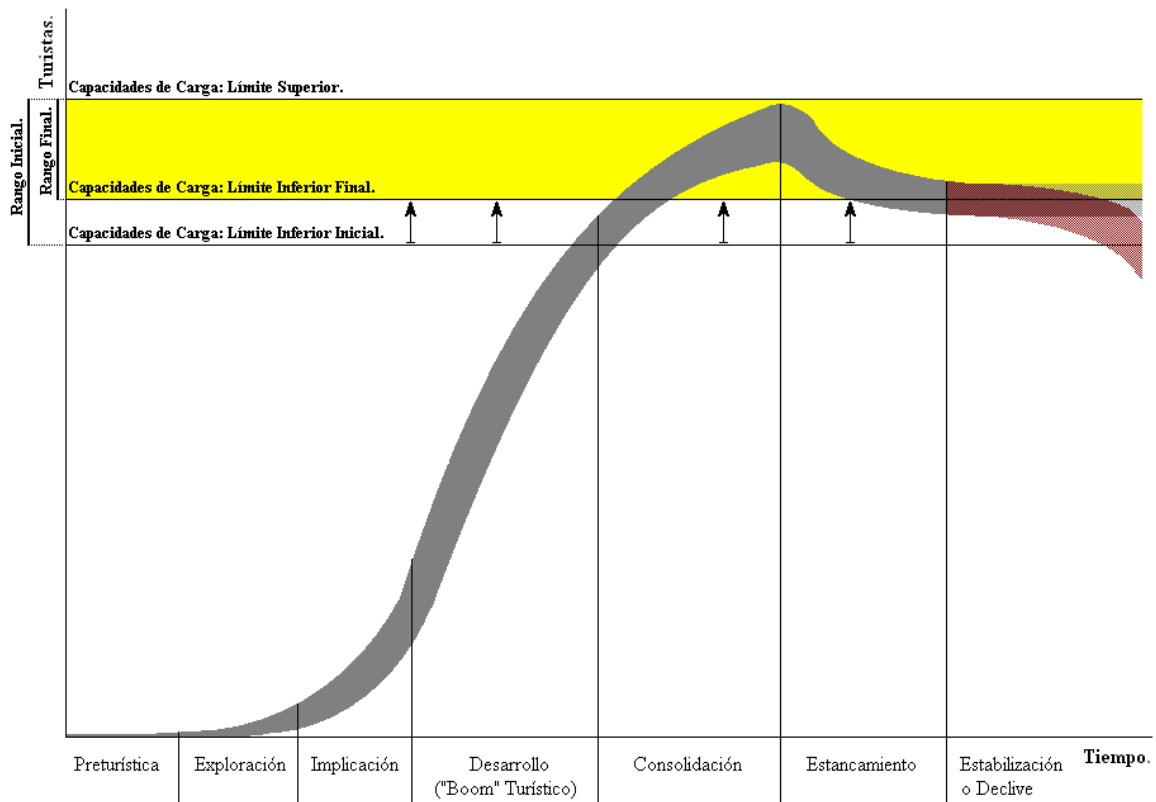


Figura 16: Ciclo de Vida del Destino Turístico.

Fuente: elaboración propia.

- En la fase de exploración, el destino es visitado de forma irregular por un reducido grupo de personas de carácter aventurero³⁸, como los “alocéntricos”³⁹ descritos por Plog (1974) o los “exploradores” descritos por Cohen (Cohen, 1972, 1979a), que rehúyen los viajes organizados y las masas de turistas, y se caracterizan por las actitudes “antiturísticas” mencionadas por Jacobsen (2000). Estos viajeros son atraídos por la belleza paisajística y cultural del destino, y su afluencia es limitada por las dificultades de accesibilidad del destino y la ausencia de instalaciones turísticas. El uso de las infraestructuras y servicios diseñados para los residentes y el contacto con la población local es muy fuerte en esta fase, y el atractivo turístico radica en que no ha habido impactos negativos en la “autenticidad” de la población y las costumbres nativas. El turismo aun no ha cambiado la sociedad y el aspecto físico del área, y los turistas tienen poca significación en la economía y la vida social de los residentes. Las actitudes de los escasos visitantes y de los residentes son positivas

³⁸ Butler (1980) describe un cambio o evolución en el tipo de turistas asociados con cada fase del CVDT. Estas tipologías suelen basarse en el esfuerzo requerido para visitar el destino, su tolerancia a la falta de infraestructuras y el tiempo de permanencia en la región (Cohen, 1972; Plog, 1974; Strapp, 1988).

³⁹ A pesar de su escaso número, estos primeros viajeros inician el desarrollo del destino turístico e introducen el producto a los céntricos, y estos a su vez introducen a los psicocéntricos en las últimas fases del modelo de destino turístico (Pearce, 1993; Plog, 1987).

debido a que ambos grupos perciben los beneficios del desarrollo turístico y descubren sus virtudes, pero aún no hay suficiente turismo como para notar los principales costes. El gasto de los turistas se dirigirá directamente a la economía local, concienciando a los residentes de los beneficios del turismo. En esta fase el atractivo turístico radica en que no ha habido impactos negativos fácilmente perceptibles provocados por el turismo, en la autenticidad y en la posibilidad de contactar con la población y las costumbres nativas de forma intensa.

- En la fase de implicación, el número de visitantes crece y se regulariza debido a las iniciativas locales para crear equipamientos y a la implicación de los residentes en el desarrollo turístico⁴⁰. El destino turístico inicia un rápido crecimiento acompañado de un aumento de las infraestructuras turísticas y el desarrollo de un verdadero sector económico. En algunos casos, como Grand Isle (Meyer- Arendt, 1985) e Ibiza, el elemento que inicia esta fase es un suceso traumático (guerra civil) con grandes efectos negativos sobre la población y el deterioro fuerte y rápido de los sectores principales previos al desarrollo turístico, generalmente agricultura, ganadería y pesca. En esta etapa los residentes intentan explotar el nuevo filón descubierto y se inicia el problema de los bienes públicos⁴¹. Los contactos entre residentes y turistas siguen siendo muy intensos e incluso aumentan para las personas que se encuentran involucradas en el nuevo sector económico. En esta etapa se inician las acciones destinadas a la promoción turística, más allá de la simple anécdota, y empiezan a perfilarse las zonas turísticas y el tipo de producto turístico ofrecido. La estacionalidad turística se empieza a mostrar claramente y se producen cambios en las conductas sociales de los residentes que se encuentran implicados en el sector turístico. Además, en esta fase aparecen las primeras muestras de organización y planificación del sector, y presiones hacia las autoridades para mejorar los transportes y otros elementos importantes para el sector. El producto ofrecido inicialmente (bastante básico) aumentará para satisfacer a los diversos gustos.
- En la fase de desarrollo, los turistas llegan en grandes cantidades (en esta fase se produce el popularmente conocido como “boom” turístico de la región), el destino turístico se encuentra bien definido y la población local pierde control sobre el desarrollo turístico. Es la fase de mayor tasa de crecimiento, tanto de la demanda como de la oferta. El principal elemento que marca el inicio de esta fase es la creación de nuevas infraestructuras de transporte que permiten la llegada rápida, fácil y cómoda de un gran volumen de turistas. Esta nueva infraestructura puede ser una línea férrea (Meyer-Arendt, 1985), un aeropuerto, un puerto o una nueva autopista. En los periodos de mayor afluencia turística, es posible que el número de turistas supere al de población residente. El volumen del sector hace necesaria la aparición de servicios auxiliares de la industria turística y se inicia la llegada de trabajadores inmigrantes. El peso del empresariado local dentro del sector se reduce a favor de grandes empresas foráneas, principalmente en el sector del alojamiento. En el éxito alcanzado en esta fase pueden encontrarse las bases del futuro fracaso y el continuo proceso de crecimiento en los volúmenes de turistas destruir el atractivo⁴² que inició la afluencia turística. La gran popularidad y los crecientes números de turistas pueden provocar que el destino sufra problemas de congestión y sobreexplotación y deterioro de sus instalaciones y recursos

⁴⁰ Priestley y Mundet (1998) encontraron que en las localidades catalanas estudiadas (Lloret de Mar, L'Estartit, Sitges) la implicación local en el desarrollo del sector no decrecía con el tiempo, como predecía Butler (1980) o como identificó Debbage (1990) en Bahamas.

⁴¹ Los atractivos turísticos de un destino se basan en elementos como el paisaje, las playas, los monumentos históricos, etc. que se caracterizan por ser bienes públicos, ante este hecho los empresarios se ven incentivados a crear muchas plazas de alojamiento con la finalidad de llevar el mayor número de turistas hasta el atractivo turístico (por ejemplo una playa). El resultado es que la playa termina masificada. En muchos de los destinos consolidados las autoridades no lograron llegar a tiempo a regular las edificaciones para evitar la masificación. Y en los destinos de creación reciente se intenta poner freno al crecimiento en número de plazas con la finalidad de evitar perder sus atractivos turísticos, pero, aún así, reconocen que no ven fácil conseguirlo.

⁴² Los elementos que lo hacían singular y auténtico desaparecen convirtiéndose en un destino de masas, progresivamente relegado a segmentos de menor poder adquisitivo, predominando los turistas que Plog (1974) denomina céntricos y Cohen (1979) institucionalizados.

turísticos. Los cambios en la apariencia física del sector son notables y no siempre bien aceptados por la población residente. Los atractivos naturales y culturales que inicialmente atrajeron a los turistas son modificados o suplantados por nuevos atractivos importados. La involucración del sector público en la planificación turística se hace más necesaria para hacer frente a los problemas que surgen y para ayudar en la comercialización del destino. La masificación y sus efectos hacen acto de presencia: el medio ambiente padece un deterioro destacable, la cultura ha sufrido alteraciones importantes (uno de los mejores indicios es la medición de la salud de la lengua o dialecto local), la saturación de las infraestructuras se hace rutinaria y la euforia o alegría de las etapas iniciales se convierte en resignación.

- En la fase de consolidación la tasa de crecimiento de los visitantes disminuye, aunque los números totales sigan aumentando, y el número total de turistas supera el número de residentes, es decir, hay más turistas que residentes en la región. El final de la fase de desarrollo y el inicio de la fase de consolidación viene marcado, en algunos casos, por la aparición de grupos ecologistas y de oposición al crecimiento turístico (Meyer- Arendt, 1985). En esta fase del ciclo de vida del destino la economía local se caracteriza por una fuerte dependencia del turismo. En el destino existen zonas turísticas perfectamente delimitadas y los elevados niveles de ventas y las economías de escala hacen que los beneficios sean elevados. La estrategia de marketing del destino turístico se reenfoca hacia la extensión del área turística y hacia la reducción de la estacionalidad del destino. Se produce un impulso del sector de las segundas residencias, el cual toma un peso importante en la siguiente fase (estancamiento), tal y como muestran diversos autores (Cooper y Jackson, 1989; Sanz, 2008). Las mayores empresas del sector turístico son presentes en el destino. El atractivo del destino que atraía a los primeros visitantes se pierde al popularizarse y aumentar las visitas, consecuentemente los segmentos más veteranos de turistas abandonan el destino en búsqueda de lugares más de su agrado, mientras tanto los inconvenientes del desarrollo turístico llevan a los residentes hacia la apatía e incluso la hostilidad, particularmente entre los residentes no involucrados en la industria turística. En los destinos con turismo residencial hay un continuo que va de los residentes a los turistas pasando por los propietarios de segundas residencias (Strapp, 1988), dificultando el estudio de las actitudes de turistas y residentes por ser difícil la segregación de ambos grupos. A partir de esta fase determinar quien es residente y quien turista será cada vez más difícil.
- En la fase de estancamiento⁴³, el número de turistas alcanza un máximo y aparece una resistencia al crecimiento⁴⁴. Las capacidades de carga de muchas variables se encuentran al máximo o superadas, generando problemas medioambientales, sociales y económicos. La entrada del destino turístico en esta fase no se produce de forma gradual sino de manera drástica, tras un descenso brusco en el número de turistas sin causa explicable externa al propio destino, como en el caso de Grand Isle (Meyer- Arendt, 1985) e Ibiza. El destino turístico tiene una imagen bien establecida pero pierde popularidad. El tipo de visitante del destino se corresponde con el turista de masas organizadas de Cohen (1979) y el turista psicocéntrico de Plog (1974). La demanda se basa en las visitas de repetición y en la celebración de congresos, convenciones y actos similares. Además, cada vez es más difícil mantener el volumen de turistas y las atracciones originales del destino turístico desaparecen

⁴³ En el estudio de Priestley y Mundet (1998) los autores encuentran dificultades para definir la fase de estancamiento, ya que Lloret de Mar sí presenta una pauta parecida a la del modelo teórico del ciclo de vida, pero L'Estartit sufre un estancamiento debido a problemas estructurales y Sitges sufre un estancamiento debido a las políticas realizadas conducentes a desincentivar el desarrollo del turismo de masas. En este caso la viabilidad económica y la competitividad del destino son indicadores más válidos que las capacidades de carga para determinar cuando se encuentra un destino en la fase de estancamiento (Priestley y Mundet, 1998). El autor considera que la pérdida de viabilidad económica o de competitividad del mercado en realidad es un indicador de que alguna capacidad de carga del destino ha sido superada.

⁴⁴ Priestley y Mundet (1998) consideran que puede darse la situación de que el nivel de desarrollo del destino turístico se encuentre limitado en un nivel inferior al que podríamos considerar como de estancamiento a causa de la autoimposición de limitaciones al crecimiento que buscan mantener el desarrollo en el nivel óptimo y así poder mantener el sector de forma indefinida.

definitivamente, siendo substituidas por elementos "artificiales" importados de fuera. El resultado del cambio de atractivos turísticos es que la imagen del destino queda desvinculada del entorno del mismo (Wolfe, 1952). Los nuevos desarrollos empresariales se producen en zonas periféricas al área original de desarrollo turístico y los establecimientos existentes sufren frecuentes cambios de propiedad, generalmente debido a la menor rentabilidad a corto y largo plazo que se espera de estos establecimientos. La capacidad de aguante de muchos segmentos de residentes y de turistas⁴⁵ se agota. En el caso de los residentes cada vez son necesarios mayores beneficios económicos para compensar la irritabilidad provocada por muchos años de inconvenientes.

- En la fase de declive, se produce una gran pérdida de visitantes en favor de destinos mejor valorados. El declive puede ser más suave si el destino es accesible a un gran volumen de población ya que se mantendrá cierto volumen de visitas de un día o de fin de semana. Ante esta situación los gestores tendrán que reducir precios u optar por "rejuvenecer" el destino. Si no se produce un rejuvenecimiento del destino turístico, la actividad empresarial de la zona abandonará paulatinamente el sector turístico reconvirtiendo las infraestructuras turísticas hacia otros usos. Es probable que la implicación de la población local en el sector aumente al ser más accesibles a los residentes los servicios locales a causa de la reducción de precios que provoca un mercado en declive (Butler, 1980). También es muy probable que los residentes recuperen el control del sector a causa de los más que probables abandonos de la región que experimentaran los trabajadores e inversores atraídos por el desarrollo turístico⁴⁶. Si el proceso de declive continúa sin producirse un rejuvenecimiento del destino, se llegará a un punto en que el sector turístico será residual o inexistente. El rejuvenecimiento implica la búsqueda de nuevos usos, nuevos clientes, nuevos canales de distribución, el diseño de nuevos productos, el reposicionamiento del destino y la estrecha colaboración entre los sectores público y privado del destino. Es necesario implementar iniciativas de planificación proactivas antes de que se extienda el pánico causado por el inicio del declive (Fayos, 1992). Por desgracia la planificación estratégica no es habitual y las acciones a corto plazo suelen ser la norma (Knowles y Curtis, 1999). Cooper y Jackson (1989) ponen como ejemplos de rejuvenecimiento el establecimiento de casinos en Scheveningen, Holanda (van de Weg, 1982), y Atlantic City, Estados Unidos (Stansfield, 1978). Si tales medidas tienen éxito, el destino puede continuar siendo competitivo y estabilizar el número de visitantes. Una vez llegado a este punto sólo se puede intentar reorientar el sector evitando caer en los mismos errores, incluyendo los elementos que han destrozado las actitudes iniciales de los residentes.

Varios autores han discutido la posibilidad de que el ciclo de vida pueda ser reorientado (Agarwal, 1994), revitalizado o rejuvenecido (di Benedetto y Bojanic, 1993): Diggadike (1981) planteo la extensión del ciclo de vida del producto mediante la captación de nuevos segmentos de mercado, Enis, La Garce y Prell (1977) propusieron que las ventas de un producto en la fase de madurez⁴⁷ podían ser revitalizadas mediante la modificación del producto. En el sector turístico se puede revitalizar o extender el ciclo de vida del destino turístico introduciendo y

⁴⁵ La mejora en la oferta turística desde los inicios del destino hasta el momento actual tiene que ser superior a las mejoras producidas globalmente, al necesitar un plus de calidad para convencer a los turistas de que visiten un destino ya muy agotado. Los turistas aceptan niveles de calidad inferiores en destinos que se encuentran en sus inicios, ya que el hecho de ser una región que conserva sus riquezas culturales y naturales compensa al turista de las deficiencias en infraestructuras y calidad del servicio. Por contra en un destino muy explotado, donde ya se ha formado un "Euro-style" (Jacobsen, 2000) sin peculiaridades culturales o paisajísticas que resulten atractivas, el turista exigirá que los años de experiencia del destino compensen las deficiencias en experiencias "auténticas" con calidad en el servicio.

⁴⁶ En la sabana africana los animales carnívoros migran siguiendo a la migración de los herbívoros porque son su fuente de alimento. En el sector turístico los trabajadores e inversores foráneos siguen las tendencias de los turistas, abandonando y desinvirtiendo en los destinos que se encuentran en fase de estancamiento o declive, y desplazándose e invirtiendo en los destinos en fase de desarrollo. Como su fuente de ingresos son los turistas se desplazan a donde van las masas de turistas.

⁴⁷ La fase de madurez del destino turístico es comúnmente relacionada con las fases de consolidación y estancamiento del ciclo de vida (Agarwal, 1997).

promocionando nuevas atracciones en el área. Pero no sólo hay factores internos que afectan al ciclo de vida del destino turístico (factores estratégicos), también hay factores externos (factores ambientales) determinados no por los gestores del destino sino por el entorno (di Benedetto y Bojanic, 1993). En un estudio de caso realizado en Ciprés Gardens (Florida) se modelizó la evolución del destino teniendo en cuenta elementos estratégicos (internos y controlados por los gestores) y ambientales (externos y no controlados por los gestores del destino). El resultado fue que ambos tipos de elementos afectaban al ciclo de vida del destino turístico, aunque no es posible predecir los elementos externos que impactaran en el destino ni el grado de impacto de los elementos internos (di Benedetto y Bojanic, 1993).

La duración de cada una de las fases y, por tanto, del Ciclo de Vida será distinta de un destino a otro y estará en función de diversos factores, tales como la intensidad de las tasas de desarrollo, la accesibilidad del destino, la política gubernamental o la existencia de destinos competidores emergentes. Además, no todas las áreas experimentan estas fases con claridad (Butler, 1980; Cooper y Jackson, 1989), siendo normal que no se produzca un ajuste total entre las fases teóricas y la evolución real. En muchos casos encontraremos que elementos descritos para una fase se adelantan o atrasan respecto al modelo teórico, con lo cual, deben definirse las fases de los casos reales buscando un elevado grado de ajuste al modelo teórico pero sin buscar que encaje totalmente con la teoría, ya que es prácticamente imposible.

Butler (1980) habla de los “instant resort” como ejemplo de destinos que no se ajustan al modelo teórico, ya que las fases de exploración e implicación se reducen al mínimo o desaparecen. Pero se debería plantear si estos complejos son destinos turísticos en sí mismos o sólo elementos, de grandes dimensiones, del verdadero destino turístico. En el segundo caso estos complejos turísticos deberían ser tratados como un hotel u otro tipo de establecimiento y no como un destino por sí mismo. El autor se decanta por la opción de considerar a los “instant resort” que menciona Butler (1980) como una parte del destino y no como un destino turístico independiente, ya que en muchos casos la aparición de un primer complejo turístico conlleva la aparición de nuevos complejos en la zona buscando aprovechar la imagen de destino iniciada por la promoción del primero, generándose un CVDT de un destino caracterizado por el enorme tamaño y complejidad de los elementos constituyentes. En el polo opuesto de los “instant resort” se encontraría casos como el de Scarborough (Inglaterra) que ha tardado 350 años en pasar por las diversas fases del CVDT (Cooper y Jackson, 1989). En la práctica nos encontramos con una gran variedad de tipos de Ciclo de Vida (Buttle, 1986) que son la concreción de la idea general antes mencionada.

Las fases más importantes, por su implicación práctica, son las finales (estancamiento, declive, rejuvenecimiento). Que el área turística se mantenga como destino turístico con atractivo para los turistas es un elemento implícito en la planificación turística, es decir se busca conseguir un destino turístico sostenible. La curva, después del periodo de estancamiento, puede tomar diversos cursos según Butler (1980):

- Un redesarrollo del destino puede reiniciar el crecimiento y expansión del destino, como fue el caso de Atlantic City con la legalización del juego (Stansfield, 1978). En este caso nos encontramos con destinos que han llegado a su límite de desarrollo en algunos productos turísticos, pero que realizan un uso muy bajo de otros potenciales productos turísticos del destino y que poseen un gran margen de crecimiento antes de llegar a sus respectivos límites de capacidad de carga. En este caso no se ha llegado, realmente, al límite de capacidad del destino turístico ya que de lo contrario sería imposible el desarrollo de nuevos productos o mercados. Lo que sucede es que el vector o vectores principales de crecimiento del destino turístico han llegado a su límite y se inicia el desarrollo prioritario de otros vectores que hasta ahora se encontraban poco o nada desarrollados. En este caso la curva de evolución del destino turístico presenta “escalones” en su evolución y cada “escalón” es un momento en el que el principal producto o mercado turístico llega a su límite y se desarrolla un nuevo elemento para seguir creciendo.

- Si se producen modificaciones de menor calado se puede conseguir un crecimiento, aunque con tasas reducidas. En este caso lo que se hace es apurar las capacidades de carga potenciales del destino, mediante un mejor uso de los recursos disponibles. En este caso se procede a apurar los pequeños márgenes de crecimiento que aún quedan.
- En algunos casos lo que se produce es un reajuste que busca mantener el nivel de turistas en el límite de las capacidades de carga del destino de forma estable. En este caso se suele producir un descenso inicial de reajuste que busca llevar el volumen de turistas a una cifra que respete todas las capacidades de carga existentes (cifra inferior del “rango límite” que aparece en el gráfico). Este proceso de ajuste del volumen de turistas parece que a veces se produce de una forma “automática” al llegar a la fase de estancamiento del destino turístico, es decir el crecimiento llega al límite de la capacidad de carga e inmediatamente desciende a un nivel asumible para el destino, quedándose el volumen de turistas estancado en este nivel durante, al menos, un cierto tiempo.
- Si continua la sobreexplotación de los recursos, no se repone la planta hotelera y las infraestructuras y se reduce la competitividad del destino turístico puede producirse un declive del sector. Este declive se produce por el lógico proceso de obsolescencia, tanto de las infraestructuras existentes en el destino como de la experiencia turística ofrecida a los visitantes.

Para acomodar la variabilidad que posee el ciclo de vida en sus fases finales se han propuesto diversas alternativas: Hovinen (1981) propuso la fusión de las fases de consolidación y estancamiento en una fase de madurez, y Haywood (1986) propuso una variedad de posibles ciclos de evolución en oposición al modelo universal de Butler (1980). La necesidad de redefinir la fase de post estancamiento fue mencionada por Agarwal (1994), y Knowles y Curtis (1999) consideraban que podían observarse tres fases después del estancamiento:

- Un parcial rejuvenecimiento del destino turístico gracias a políticas en el corto plazo que buscan recuperar o incrementar el volumen de turistas.
- Declive en el volumen de turistas una vez pierden su ímpetu inicial las políticas que buscaban rejuvenecer el destino turístico.
- Estabilización del sector una vez sufrida un importante declive. Esta estabilización se produce en un nuevo nivel de turismo más sostenible que el anterior.

Finalmente, cabe mencionar que guerras, terrorismo, catástrofes, crisis internacionales, etc. pueden generar un declive de los turistas inmediato y sin necesidad de llegar a los límites marcados por las capacidades de carga del destino. Cuando el descenso se debe a problemas surgidos en otras regiones del mundo, pero que tienen efectos a nivel internacional, la recuperación del turismo en el destino se iniciará de forma casi automática en cuanto se inicie la recuperación internacional, ya que la reducción en el número de turistas se debe a una reducción de la demanda y cuando la demanda se recupere se recuperará con pocos cambios la senda seguida antes del descenso. Un ejemplo de esto son las crisis económicas internacionales, en este caso se produce una bajada del turismo en todos los destinos y se recupera la tendencia inicial en el momento en que es perceptible que se ha producido el inicio de la recuperación. Cuando el descenso de turistas es debido a problemas en los que se ve implicado de lleno el destino turístico la recuperación del volumen de visitas anterior al suceso es muy difícil y laborioso de conseguir. Casos de este tipo son los problemas de terrorismo, las grandes catástrofes y, sobre todo, las guerras.

El mayor problema para testar el ciclo de vida del destino turístico en un destino concreto es la obtención de series de datos para periodos de tiempo muy extensos. Estos datos existen en pocas ocasiones y cuando existen se inician cuando el desarrollo turístico es ya importante y se ha constatado la importancia cuantitativa del sector para la región. Otro problema es que los datos, a veces, cambian de metodología de obtención con el paso del tiempo, siendo difícil realizar comparativas entre momentos distintos de tiempo salvo a un nivel muy general.

La validez y universalidad del CVDT y su utilidad para la planificación turística no ha sido provada con total fiabilidad (Getz, 1992). La principal lección que aporta el CVDT a los gestores de destinos turísticos es que el crecimiento no es ilimitado y que deben tenerse en cuenta los límites de capacidad. El resultado es que debe diseñarse una evolución del destino que evite rebasar los límites de capacidad y garantizar el mantenimiento del destino turístico durante largo tiempo.

Tras la publicación del modelo de ciclo de vida del destino turístico por Butler (1980) hubo una gran aceptación del concepto de CVDT y diversos autores (Cooper y Jackson, 1989; Dahms, 1991; Debbage, 1990; di Benedetto y Bojanic, 1993; Day, 1986; Din, 1992; Foster y Murphy, 1991; France, 1991; Getz, 1992; Haywood, 1986; Hinch y Butler, 1988; Hovinen, 1981, 1982; Ioannides, 1992; Keller, 1987; Lundgren, 1983; Meyer-Arendt, 1985; Oglethorpe, 1984; Stansfield, 1978; Strapp, 1988; Weaver, 1990; Wilkinson, 1987) lo usaron para explicar la evolución de diversos destinos turísticos: Lancaster County (Hovinen, 1981, 1982), Grand Island en la costa de Luisiana (Meyer-Arendt, 1985), Wasaga Beach en Ontario (Strapp, 1988), Paradise Island en Bahamas (Debbage, 1990), Cataratas del Niágara (Getz, 1992), etc. Day (1996) encontró que el ciclo de vida viene determinado en parte por las acciones estratégicas de las empresas. Lundgren (1983) encontró que los cambios en el modelo de evolución se encontraban relacionados con cambios en factores tecnológicos. En algunos casos estos estudios son esencialmente una narración histórica (Cooper y Jackson, 1989) más que una consideración del ciclo de vida del destino (Clary, 1984; Helleiner, 1983; Moffat, 1982; Snow y Wright, 1976). En otros casos se usa el CVDT para analizar los cambios en la región (Hovinen, 1981; Meyer-Arendt, 1985; Oglethorpe, 1984; Stansfield, 1978; Wilkinson, 1987). Por ejemplo, Stansfield (1978) menciona como la legalización del juego en Atlantic City permitió rejuvenecer esta ciudad como destino turístico.

Algunos autores (Keller, 1987; Lundgren, 1982; Nelson y Wall, 1986) han intentado ampliar los usos del modelo (Cooper y Jackson, 1989). En algunos estudios se apoya la validez de la teoría general pero con diferencias con el modelo ideal teórico (Hovinen, 1981, 1982; Meyer-Arendt, 1985; Stansfield, 1978). Otros autores han criticado o propuesto modificaciones al modelo (Agarwal, 1994; Dhalla y Yuspeh, 1976; Getz, 1992; Hart, Casserly, y Lawless, 1984; Haywood, 1986; Hovinen, 1981, 1982; Ioannides, 1992; Oppermann, 1995; Smith, 1992; Wall, 1982) y cuestionado su utilidad (Hart, Casserly, y Lawless, 1984; Haywood, 1986). Estas discrepancias han favorecido nuevas investigaciones que buscan aumentar la comprensión del CVDT (di Benedetto y Bojanic, 1993).

Agarwal (1994) encontró una falta de validación de la fase final de post-estancamiento en el modelo de Butler (1980). Agarwal (1994) redefine lo que Butler (1980) denomina "rejuvenecimiento" como "reorientación", indicando que más que seguir creciendo en el área clásica del destino lo que se hace es reorientar el sector hacia nuevos mercados y nuevas ofertas. La fase de reorientación representa un continuo esfuerzo por reestructurar que se caracteriza por la búsqueda de nuevos mercados, la especialización⁴⁸ y la segmentación, además de una radical transformación de la imagen del destino (Agarwal, 1994). Ejemplos de destinos situados en la fase de reorientación serían l'Estartit y Sitges (Priestley y Mundet, 1998).

A parte de las críticas al modelo de CVDT (Haywood, 1985, 1992) y a su aplicación práctica (Morgan, 1991), y al hecho de que el CVDT de un destino suele encontrarse vinculado a elementos específicos de ese destino concreta (Argawal, 1997), siendo difícil aplicar el modelo de CVDT a la comparación de destinos diferentes (Knowles y Curtis, 1999), uno de los problemas de la aplicación del CVDT es la excesiva literalidad que se busca en la misma.

⁴⁸ En cuanto ha que estrategia es mejor la diversificación o la especialización como estrategia del destino turístico, hay posturas encontradas. Hovinen (1981) considera que es mejor tener un producto turístico variado, pero otros autores (Debbage, 1990; Meyer-Arendt, 1990) consideran mejor la especialización. Haywood (1986) considera que ambas estrategias tienen puntos fuertes y puntos débiles, pero considera que la especialización puede conducir a que el destino tenga un ciclo de vida más corto.

En el estudio de Lancaster County (Pennsylvania), Hovinen (1981, 1982) llegó a la conclusión de que ni el modelo de ciclo de vida ni el modelo propuesto por Plog (1974) eran adecuados para estudiar la evolución de esa región en concreto, y además propuso que las fases de consolidación y estancamiento podían ser condensadas en una fase llamada “madurez”, ya que en algunos casos (Foster y Murphy, 1991; Hovinen 1981, 1982; Keller, 1987) se producía una alternancia de declive y recuperación. Strapp (1988) encontró que el declive en el número de turistas era compensado por el aumento de las segundas residencias en Wasaga Beach. En su estudio, Foster y Murphy (1991) analizan si en Parksville y Qualicum Beach la función residencial es una sucesora o una actividad paralela del turismo. El resultado del estudio fue que la función residencial aumenta cuando el destino ha empezado a sufrir una falta de turistas, apoyando lo comentado por Butler (1980)⁴⁹. Si se toman los dos sectores conjuntamente se observa que se consigue alargar considerablemente las últimas fases del ciclo de vida, coincidiendo con Strapp (1988) y dando soporte a la propuesta de Hovinen (1981, 1982) de fusionar las fases de consolidación y estancamiento en una fase llamada de madurez.

En un estudio de caso referente a la zona de las Cataratas del Niágara (Getz, 1992) fue imposible determinar las fases del ciclo de vida del destino turístico y en qué fase se encontraba la región ya que había un gran número de divergencias con el modelo teórico. La fase de exploración parece encontrarse en la década de 1820 y la fase de implicación en la década de 1880, pero los elementos de la fase de desarrollo se extienden entre 1820 y 1880, mezclándose elementos de las tres fases. Actualmente hay elementos como el elevado porcentaje de visitas de repetición (indicador de la fase de estancamiento), se realiza una importante promoción turística y se reconoce la gran importancia del sector (indicio de fase de consolidación), hay acciones de mejora y repunte del sector (rejuvenecimiento), etc. Tampoco hay un declive permanente y elementos de las fases de consolidación, estancamiento, declive y rejuvenecimiento coexisten de forma cíclica. En este caso el autor optó por adoptar el concepto de Madurez, descrito por Hovinen (1982) como la suma de las fases de consolidación y estancamiento, para describir la situación de la región. Getz (1991) considera que para viejos destinos turísticos y para destinos turísticos urbanos la fase de madurez puede ser una condición permanente.

A pesar de las críticas que ha recibido por ser simplista (Butler, 2001; Gale y Boterill, 2005), el modelo de ciclo de vida del destino turístico se cumple en la mayoría de destinos turísticos europeos de sol y playa (Sedmak y Milhalic, 2008). Durante los años noventa, diversos autores (Knowles y Curtis, 1999; Morgan, 1991; Priestley y Mundet, 1998) consideraron que los destinos de turismo de masas del Mediterráneo Occidental se encontraban entrando en las fases de estancamiento o declive que menciona el modelo de Butler (1980). Pero otros autores (Aguiló, Alegre, y Sard, 2005) realizan un análisis distinto, indicando que los procesos de reestructuración que buscan un desarrollo sostenible pueden conseguir la supervivencia del turismo de sol y playa que caracteriza estos destinos, y las cifras de turistas y de ingresos en estos destinos turísticos parecen indicar que aun se encuentran lejos del declive (Sardá *et al.*, 2009).

Según Debbage (1990), en muchos casos el estudio del CVDT se centra en el número de visitantes y en las capacidades de carga, adoptando la idea de que cuando el volumen de visitas decrece es porque se ha alcanzado el límite de las capacidades de carga, pero esta premisa es controvertida (Getz, 1983). Martin y Uysal (1990) argumentan que cada fase del ciclo de vida se encuentra vinculada con diferentes capacidades de carga y requiere distintas respuestas por parte de las administraciones. Ellos sugieren que en la fase de exploración las capacidades sociales son casi infinitas mientras que hay serias limitaciones en las capacidades vinculadas con las infraestructuras. En la fase de estancamiento existe una capacidad muy amplia en lo que ha infraestructuras se refiere, pero los problemas sociales y la oposición de los residentes al

⁴⁹ El modelo de Butler (1980) sugiere que cuando un destino turístico entra en la fase de declive la región adopta una función de lugar de retiro de una forma más prominente. La planta hotelera que no se usa es reformada para convertirse en planta residencial cuando la región pierde su posición competitiva. Las segundas residencias y la región como lugar de retiro es una actividad que sustituye a la previa actividad turística, ya en retroceso.

desarrollo turístico que esto implica muestra que se están agotando las capacidades de carga sociales. Las acciones de las administraciones responsables deben tener presente este tipo de interacciones entre capacidades y ciclo de vida del destino turístico: creación de regulación y protección medioambiental en la fase de exploración, gestión de los cambios acontecidos durante el crecimiento y madurez con la finalidad de evitar el declive, y rejuvenecer el destino si ya se produce el declive. Es necesario realizar una planificación a largo plazo con la finalidad de anticipar los cambios y evitar el declive (Strapp, 1988).

Haywood (1986) planteó la cuestión de si era posible pasar del modelo teórico a un elemento operacional, es decir si era posible averiguar en qué fase del CVDT se encontraba una región. Haywood (1986) indicó la necesidad de determinar varios aspectos en la aplicación práctica del ciclo de vida del destino turístico:

- Definir el “destino turístico” al que se aplicará el concepto de CVDT y que elementos incluye (área geográfica, elementos de la oferta turística que componen el “producto” destino turístico, etc.) es crucial (Cooper y Jackson, 1989). El nivel de agregación al que se aplica el CVDT es difícil de determinar (Brownlie, 1985; Rink y Swan, 1979). Esta decisión es importante en las regiones compuestas por un mosaico de complejos turísticos y tipologías de oferta turística. Dependiendo de la escala tomada podemos encontrarnos en diferentes fases del ciclo de vida (Cooper y Jackson, 1989). Habitualmente el ciclo de vida de un destino turístico se aplica a pequeños países o a regiones grandes (Hovinen, 1981; Keller, 1987; Meyer-Arendt, 1985; Weaver, 1986) y no en comunidades diminutas (Strapp, 1988). A pequeña escala la principal diferencia es que hay menos control local sobre las decisiones importantes que afectan a su bienestar (Keller, 1987).
- Definir el mercado relevante. En la mayoría de casos se toma como mercado relevante el total de turistas llegados al destino, pero este total suele encontrarse compuesto por diversas tipologías de turistas que llegan y abandonan el destino de forma secuencial, y puede resultar de interés el estudio del CVDT en relación a estos segmentos específicos (Brownlie, 1985; Cooper y Jackson, 1989; Haywood, 1986). Plog (1974) considera que el destino apela a los aloécnicos en las primeras fases de la evolución, a los céntricos en las fases de desarrollo y consolidación y a los psicocéntricos en las fases de estancamiento y declive. Cohen (1972) vinculaba a los turistas “exploradores” con las primeras fases de evolución del destino turístico y el turismo organizado de masas en las últimas.
- La curva y las fases del ciclo de vida pueden diferir del modelo teórico. Algunas fases pueden desaparecer o reducirse enormemente, en otros casos puede producirse un declive en el número de turistas por causas coyunturales de la situación internacional y no estructurales del destino, iniciándose tras el descenso una nueva fase de crecimiento en el número de turistas.
- Determinar la fase en que se encuentra un destino turístico y cuando este destino turístico pasa de una fase a otra es difícil (Brownlie, 1985; Haywood, 1986). Generalmente no es posible determinar estos elementos sólo con el número de turistas. Haywood (1986) propone el uso de la evolución temporal en el número de turistas: variación anual menor a -0'5% declive, variación anual superior a 0'5% crecimiento, entre 0% y 0'5% consolidación, y entre -0'5% y 0% estancamiento. La variación interanual en el número de turistas puede ser útil pero debe combinarse con otros elementos. La identificación de los puntos en los que se cambia de fase es importante, sobre todo en las últimas fases del ciclo de vida, a causa de que es la época en que es más necesario reaccionar ante los cambios del destino (Cooper y Jackson, 1989). Estos puntos de cambio de fase pueden ser identificados con la ayuda de indicadores como el ratio de crecimiento de las visitas, el nivel de visitas en comparación con el mercado potencial, porcentajes de turistas de repetición, número de competidores, promoción, nivel de precios, etc. (Day, 1981; Doyle, 1976; Haywood, 1986; Rink y Swan, 1979). La variedad de posibles puntos de cambio de fase y la velocidad a la que evoluciona el destino y los factores externos son los elementos que dificultan la determinación de la fase del ciclo de vida del destino turístico (Cooper y Jackson, 1989). Los puntos de inflexión

entre las diversas fases del ciclo de vida del destino turístico sólo son evidentes a posteriori, al depender de factores internos y externos (Haywood, 1986). Esto es debido a que el ciclo de vida del destino turístico es un hipotético camino de evolución y no un proceso mecánico e independiente (Ioannides, 1992). Identificar la fase exacta del ciclo de vida del destino en que se encuentra es difícil, ya que el destino turístico se compone de un conjunto de complejos turísticos que pueden encontrarse en fases distintas de su propio ciclo de vida (Priestley y Mundet, 1998).

- Determinar la unidad de medida. El número de turistas es una unidad de medida que debe ser mejorada con otra información como es: la duración de la estancia de estos turistas, la dispersión de los turistas por el destino turístico, las características de estos turistas y el momento del año en que se realiza la visita. Otro posible elemento de medida es el gasto turístico pero no tiene por que encontrarse vinculado a la fase del CVDT. Otro elemento que podría usarse como unidad de medida es la rentabilidad conseguida por las inversiones en el destino turístico, pero es un dato difícil de obtener. El declive en el número de turistas de una región no implica necesariamente el declive de la región. Cambios en el tipo de turismo pueden mejorar los beneficios económicos a pesar de una disminución en el número total de turistas que recibe la región (Strapp, 1988). En este caso es necesario usar otros métodos de medición del sector turístico, distintos del número de turistas recibidos para poder analizar la evolución del sector (Haywood, 1986; Strapp, 1988). Dewar (1983) y Nelson y Wall (1986) utilizaron los datos del registro de los hoteles.
- Determinación de la unidad de tiempo relevante. En muchos casos se toman datos anuales para los estudios del ciclo de vida del destino turístico básicamente porque son los que ofrecen las administraciones.

La aplicación del ciclo de vida del destino turístico tiene diversos problemas y limitaciones (Agarwal, 1997; Haywood, 1986; Wall, 1982):

- La discontinuidad temporal de la información turística. En este caso tenemos lagunas en los datos disponibles, siendo imposible encontrar secuencias de datos lo suficientemente largas como para realizar el análisis. En este caso es necesario examinar datos de diversos tipos y procedentes de diferentes fuentes para poder analizar la tendencia del destino a lo largo de toda su vida.
- El alcance espacial de los datos no suele ser el idóneo para el fin del estudio.
- Falta de estandarización de la información, haciendo difíciles los análisis de los datos.
- Falta de fiabilidad de los datos. Es muy habitual que haya errores, omisiones o descuidos en los datos usados.
- Determinación de las fases y los puntos de cambio de fase entre los modelos. Es muy difícil asignar fechas a los cambios de fase. Incluso se ha demostrado imposible asignar una fecha muy concreta para el inicio y final de las fases ya que en realidad no es un punto discreto sino un intervalo o un proceso gradual que ocurre a lo largo de varios años.

Pearce (1995) considera que hay dos factores con fuerte influencia en el ciclo de vida: el desarrollo del área antes del inicio del turismo, y la época en que comenzó este desarrollo turístico.

La primera generación de destinos turísticos surgió antes de la segunda mitad del siglo XX en puntos del norte de Europa, inicialmente eran frecuentados por la aristocracia y las capas altas de la sociedad. Estos destinos deben su desarrollo a la expansión del ferrocarril, que conectaba las metrópolis cercanas con el destino turístico. Vivieron un fuerte crecimiento entre finales del siglo XIX y los años 1930's, la fase de consolidación entre los años 1920's y los años 1960's, y el inicio del declive a partir de finales de los años 1960's, cuando el desarrollo del transporte aéreo permitió a los mercados tradicionales de estos destinos dirigirse a destinos más alejados. Estos destinos tardaron entre 100 y 150 años en recorrer las fases previas al estancamiento y la evolución posterior al estancamiento tuvo una duración de 25 o 30 años ya que el declive se

produce muy lentamente. Ante el declive del turismo estos destinos turísticos optaron por la diversificación de la economía local, aceptar la contracción económica o reorientar el sector hacia nuevos mercados (congresos, visitas de un día, viajes cortos de fin de semana, etc.). Estos destinos se caracterizan por un desarrollo lento y a lo largo de un gran periodo de tiempo, el turismo no es la única fuente de riqueza de la región, no existe dependencia de los turoperadores y se encuentran cerca de grandes metrópolis, facilitando las visitas de un día (Knowles y Curtis, 1999).

La segunda generación de destinos turísticos en Europa surgió en los años 1960's en la costa mediterránea. En este caso los turistas no llegan al destino en tren sino en avión, generalmente compañías chárter, y lo hacen desde el norte de Europa. Estos destinos tienen una fuerte dependencia de los turoperadores para la distribución y para la financiación de las infraestructuras de alojamiento. La intervención de agentes externos al destino permitió un crecimiento muy acelerado de estos destinos turísticos, ocurriendo que entre la fase de exploración y la de estancamiento transcurrieron alrededor de 30 años. Son destinos caracterizados por una elevada densidad de plazas de alojamiento, la homogeneidad de la oferta y por la adaptación de la oferta a los gustos de los turistas mayoritarios (Williams, 1996), buscando economías de escala. Este tipo de desarrollo generó una fuerte dependencia económica de la región hacia el turismo (monocultivo turístico) y de los empresarios del sector hacia los turoperadores. La búsqueda por parte de los turistas de ofertas situadas en destinos más alejados y con mayor calidad de servicio, y la proliferación de los turistas que viajan por libre sin recurrir a los paquetes turísticos generados por los turoperadores son los puntos vulnerables de estos destinos turísticos. Estos destinos entraron en la fase de consolidación en la década de 1970 y en la actualidad se encuentran en mayor o menor grado en una situación de estancamiento. El declive en estos destinos puede ser muy dramático debido a la fuerte dependencia económica de los residentes hacia el sector. Para conseguir hacer frente a la amenaza de declive es necesario realizar una potente reorientación del destino turístico y conseguir recuperar el control del sector que perdieron en la fase de desarrollo a favor de los turoperadores (Knowles y Curtis, 1999). Knowles y Curtis (1999) consideran que se trata de destinos poco flexibles y muy dependientes que tienen difícil solución a largo plazo. Los destinos desarrollados en el siglo XIX poseen importantes patrimonios arquitectónicos y la reorientación hacia otros tipos de mercado es más factible, pero en el caso de los destinos de segunda generación es mucho más complejo conseguir esto.

La tercera generación de destinos turísticos apareció en los años 1980's en los países en vías de desarrollo. Esta nueva generación de destinos turísticos ha evolucionado todavía más deprisa que la anterior, encontrándose en la actualidad en la fase consolidación en muchos casos. La principal diferencia entre esta generación de destinos turísticos y la anterior es que en estos se ha procedido a una importante planificación y control del desarrollo turístico, buscando no caer en los errores de los destinos de segunda generación. La oferta de estos destinos se caracteriza por el elevado grado de calidad, concretado por ejemplo en el predominio de los hoteles de 4 o más estrellas (Knowles y Curtis, 1999).

En todo caso, el CVDT es un modelo más descriptivo que prescriptivo (Cooper y Jackson, 1989; France, 1991) y aparecen problemas cuando es usado de forma prescriptiva. Algunos consideran que más que una guía para determinar la estrategia del destino, es el resultado de las decisiones de gestión tomadas y de elementos externos al destino (Dhalla y Yuspeh, 1976), siendo específico de cada destino turístico (Hovinen, 1981). El Ciclo de Vida del Destino Turístico como elemento descriptivo si resulta de utilidad y permite examinar la evolución del destino y su mercado, y sólo se pueden detectar las fases del CVDT a posteriori (Cooper y Jackson, 1989). Hay que reconocer que la contribución de Butler (1980) es la aportación de un modelo general aplicable en estudios de diversos destinos (Oppermann, 1995). Los intentos de construir una teoría en los estudios turísticos son raros (Smith, 1990) y en muchos caso son estudios de caso o modelos que no son aplicables en destinos distintos al que lo generó (Mitchell y Smith, 1989).

Diversos elementos influyen en la evolución del destino turístico (Haywood, 1986): la competencia entre destinos turísticos existentes, la aparición de nuevos destinos turísticos, sustitutivos de la experiencia turística (otras actividades de ocio), grupos proteccionistas opuestos al desarrollo turístico, el poder de las empresas implicadas en el sector, las características de los turistas (necesidades, expectativas, actitudes, etc.) y la administración pública (regulación, políticas del gobierno, etc.). Haywood (1986) considera que el ciclo de vida del destino turístico aporta insuficiente capacidad explicativa como para permitir la planificación y gestión de destinos turísticos, ya que la alteración de cualquiera de los elementos antes mencionados puede generar un impacto considerable en el área turística. Por tanto, propone como posible alternativa al ciclo de vida del destino turístico la teoría de la selección natural aplicada al destino turístico, siguiendo la idea propuesta por Gross (1968) para los productos en general. Esta propuesta se basa en que la teoría de la selección natural propuesta por Darwin y el desarrollo de los destinos turísticos poseen muchas similitudes, e ideas como que la especialización es una ventaja frente a la fuerte competencia, la hiperespecialización puede generar problemas de adaptación al cambio y ciclos de vida muy cortos o que los cambios en el entorno generan desarrollos evolutivos que buscan la supervivencia en las nuevas condiciones del entorno son aplicables a los destinos turísticos con gran paralelismo con la naturaleza (Haywood, 1986).

El autor considera que el modelo del ciclo de vida del destino turístico es válido si se adopta como pauta general de evolución del destino turístico y no como una evolución muy concreta. En cuanto a la teoría de la selección natural aplicada al destino turístico debe verse, más que como un sustituto del CVDT, como un elemento complementario que ayuda a explicar las diferencias o desviaciones entre la evolución teórica descrita por el CVDT y la evolución real del destino turístico. Además las ideas que aporta la selección natural pueden ser útiles a los gestores para alargar el ciclo de vida del destino o para evitar descensos u oscilaciones en la evolución del destino que generen graves problemas a los agentes implicados en el sector turístico.

El Ciclo de Vida del Destino Turístico es generado, principalmente, por dos tipos de fuerzas: unas que aceleran la llegada de turistas y otras que frenan la llegada de turistas.

La principal fuerza que acelera el crecimiento turístico es la popularidad del destino turístico. Para que lleguen turistas a la región es necesario, obviamente, que los potenciales turistas conozcan la existencia de la región y les resulte llamativa como destino turístico. Estos turistas potenciales (personas que conocen la existencia del destino turístico y les gustaría visitarlo) tienen limitada su conversión en turistas reales por las limitaciones de acceso y alojamiento de la región. Ambos elementos describen la evolución básica del CVDT desde su inicio hasta el final de la fase de desarrollo. Los primeros exploradores, aventureros y científicos dan a conocer la existencia de la región a un grupo de personas que poseen espíritu aventurero y este grupo de personas se convierten en los primeros turistas durante la fase de exploración, difundiendo su experiencia en la región entre un grupo mayor de personas. De esta forma cada nueva oleada de turistas es mayor que la anterior y aumenta, a su vez, el número de personas que tienen interés en visitar la región. Los destinos compiten básicamente mediante su imagen dado que, antes de ser visitados, los turistas se forman una imagen sobre ellos que será la que los atraiga al lugar. Asimismo, la experiencia vivida en el destino podrá conducir a una modificación de la imagen inicial percibida por el turista (Sanz, 2008).

El principal freno son las capacidades de carga del destino turístico. En las primeras fases su presencia se limita al freno que representa para el sector turístico la imposibilidad económica y técnica de desarrollar las infraestructuras necesarias para permitir que todos los turistas potenciales visiten la región. Es con la entrada en la fase de consolidación cuando el efecto de frenado de las capacidades de carga empieza a ser notorio, reduciendo el porcentaje de crecimiento del sector. Las limitaciones medioambientales, sociales, etc. frenan pero no detienen ya que son capacidades de carga "ampliables" por la acción de los agentes sociales y la administración. Es decir la información y una mejor gestión del destino turístico pueden aumentar el volumen de turistas que permiten las capacidades de carga. En la parte final de la

fase de consolidación se produce una superación temporal de algunas de las capacidades de carga, las cuales ya son difíciles de ampliar. La superación de capacidades de carga genera un efecto corrector que lleva el volumen de turismo hasta el volumen máximo que permite la región, es decir el límite inferior del rango final de capacidades de carga. Tras la corrección producida por la superación de las capacidades de carga se pueden dar dos opciones: el inicio del declive del destino turístico provocado por la inercia de la corrección o, lo más probable, una estabilización del sector turístico debida a la acción de los planificadores de la región. La segunda opción es la más probable en la realidad porque las tendencias del sector, en la parte final de la fase de consolidación y la corrección del inicio de la fase de estancamiento, actúan como señal de alarma para los planificadores del destino turístico e inician los estudios para diseñar una estrategia que evite el declive (entre ellos la aplicación del CVDT a la región y el estudio de las actitudes de los residentes) y generan políticas que buscan mantener el volumen turístico a largo plazo mediante mejoras en la oferta y diversificación.

El CVDT aporta la visión de que el crecimiento del turismo no es ilimitado y que hay que limitar ese crecimiento a unos parámetros controlables y desarrollar el destino acorde con las preferencias de la comunidad (Cooper y Jackson, 1989; Murphy, 1985). La conclusión del modelo de CVDT es que, sin una correcta planificación, el destino turístico se encuentra abocado a un declive del mismo más pronto o más tarde (Strapp, 1988).

3.2. Aplicaciones del CVDT en diverso destinos turísticos.

Spey Valley (Escocia) puede considerarse un destino turístico situado en la fase de madurez, en la cual coexisten elementos de las fases de crecimiento, declive y rejuvenecimiento (Getz, 1994). Muchos de los destinos contemporáneos del turismo de masas son producto del crecimiento económico de la posguerra y se encuentran en las fases iniciales o en las fases centrales del CVDT (Cooper y Jackson, 1989). La mayoría de los destinos costeros de Europa han entrado en la fase de madurez o de post-madurez en las dos últimas décadas (Agarwal, 2002). Estos destinos turísticos adquirieron sus características en los años sesenta y setenta (Gale, 2005), y se orientaron hacia el turismo de masas con una oferta de sol y playa, un producto muy estandarizado y fuerte estacionalidad concentrada en verano (Sedmak y Milhalic, 2008).

Los primeros destinos en desarrollarse, como es el caso de la Isla de Man (Cooper y Jackson, 1985; Cooper y Jackson, 1989), se caracterizan por el hecho de que ya han pasado por todas o casi todas las fases del CVDT. En la isla de Man los principales cambios de fase son: el paso de una destinación pequeña y exclusiva a una destinación de turismo popular, como ocurrió entre 1880 y 1913; la consolidación de un particular estilo de vacaciones entre las dos guerras mundiales, y el intento de gestionar el declive y rejuvenecimiento después de 1945. La fase de exploración se encontraría acotada por el final del siglo XVIII y principios de 1880 con un número muy reducido de turistas constituidos por profesionales de Liverpool y East Lancashire con mentalidad aventurera y un buen nivel económico, y grandes limitaciones de acceso. Además las infraestructuras y los servicios eran claramente inadecuados para la demanda de la época. Entre 1880 y 1913 se produjo un importante incremento en el volumen de turistas gracias a las importantes inversiones iniciadas por el gobierno autónomo de la isla durante las dos décadas previas. La posesión de un gobierno autonómico con capacidad de decisión y financiamiento permitió que la isla de Man tuviera cierta ventaja sobre otros destinos del Reino Unido. El papel de las autoridades locales pasó, gradualmente, de la promoción turística al apoyo al sector, al igual que en otros destinos turísticos de Inglaterra (Heeley, 1981). Entre las dos guerras mundiales se produjo una estabilización del número de visitantes, salvo por el declive que se produjo en los años 1930 por la recesión económica mundial (Birch, 1964). Después de la Segunda Guerra Mundial se produjeron algunos cambios en la tipología del turismo que recibía la isla y se tomaron medidas para revitalizar el sector ante la amenaza de nuevos destinos turísticos (costa mediterránea) y se vio que eran necesarias fuertes inversiones para mantener los niveles de turismo. Los problemas eran la fuerte estacionalidad,

infraestructuras de alojamiento obsoletas, un estilo de vacaciones asociado con bajos niveles de gasto y con una reducción de la popularidad del destino. Para revitalizar el destino se planteó la creación de nuevas ofertas turísticas como es el caso de la apertura de un casino en 1963. A partir de finales de los setenta se puede hablar de la entrada de la isla de Man en la fase de declive, percibiéndose desmoralización entre la población y la intención de cambiar de usos las plazas de alojamiento (Cooper y Jackson, 1989).

Meyer-Arendt (1985) realizó una aplicación del ciclo de vida del destino turístico descrito por Butler (1980) a Grand Isle en Luisiana. Grand Isle es una pequeña isla en la costa y fue el primer destino de turismo de sol y playa en la costa de Luisiana. Meyer-Arendt (1985) divide la evolución turística de Grand Isle en las siguientes fases:

- La fase de exploración (1811-1866) se caracteriza por la llegada de turistas con alto poder adquisitivo procedentes de Nueva Orleans, principalmente a partir de 1850. (Si se hubiese tomado el modelo con fase preturística, la fase preturística llegaría hasta los años 1840).
- La entrada en la fase de implicación (1866-1890) se caracteriza por el deterioro del sector agrario (salinización de los terrenos) previamente existente y por los efectos de la Guerra de Secesión, lo cual explica la implicación de los residentes en el sector turístico. En esta fase se produce la construcción de una oferta turística ya significativa y la llegada a la región de escritores e intelectuales de la época.
- La fase de desarrollo (1890-1960) se caracteriza por que ya existe un modelo de turismo de veraneo bien establecido y por que llegar hasta Grand Isle se facilita enormemente por la construcción de una línea ferroviaria que conectaba la isla con Nueva Orleans. El resultado es que el número de turistas en verano supera al de residentes. Esta fase se puede dividir en tres subfases: hasta 1893 el crecimiento es muy importante pero un potente huracán destruye gran parte de la isla, entre 1893 y 1945 se produce una recuperación de las infraestructuras destruidas y hay diversos proyectos de inversión pero las guerras mundiales, las crisis económicas y nuevos huracanes posponen el boom turístico de la isla, y entre 1945 y 1960 se produce una fuerte expansión turística (el “boom” turístico de Grand Isle) y los primeros lobbys en defensa del medioambiente y de la creación de un parque nacional, el cual se obtuvo en la siguiente fase, (años 1970).
- En la fase de consolidación (1960-1975) la velocidad de crecimiento del destino turístico disminuye al aumentar la competencia de destinos de Mississippi, Alabama y Florida, salvo tras el huracán Betsy de 1966, que generó una pequeña etapa de gran crecimiento. En la década de los 1970 el destino llega a un límite que marco el fin de esta fase, y tras el huracán Carmen de 1974 se considera que el atractivo de Grand Isle como destino turístico es cuestionado.
- La fase de estancamiento (1975-1984) se inicia con un descenso en el número de residentes (la población residente de los destinos maduros es muy volátil) y de los turistas. Tras este primer descenso un conjunto de inversiones y mejoras hacen pensar en la posibilidad de rejuvenecer el destino pero la experiencia de Betsy en 1966 hace sospechar que puede ser el “canto del cisne” de Grand Isle antes de entrar en la fase de declive.

Una de las peculiaridades de Grand Isle es la presencia de grandes huracanes con cierta periodicidad, lo cual marca en gran medida la evolución del ciclo de vida del destino. En algunos casos la destrucción provocada por el huracán frena el crecimiento turístico, como es el caso de 1893 o de 1915, en otros casos simplemente marca el fin de una fase, como el huracán Carmen de 1974, y en otros casos permite la revitalización del destino, como es el caso de Betsy en 1966 (Meyer-Arendt, 1985).

En el estudio de Grand Isle (Luisiana), realizado por Meyer-Arendt (1985), se confirma la aplicabilidad del modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico. Wilkinson (1987) estudió diversas islas del Caribe (Araba, Santa Lucía, Antigua y Las Islas Vírgenes Americanas) y encontró que seguían la misma pauta de crecimiento y desarrollo que describía Butler (1980).

También se encontró apoyo hacia el modelo de ciclo de vida en los estudios realizados en Coney Island (Smith, 1992; Snow y Wright, 1976).

Las fases detectadas en Grand Isle (Meyer-Arendt, 1985) son muy parecidas a las que se observan en Ibiza con ligeros matices, como el efecto de los huracanes en Grand Isle, el hecho de que el desarrollo de Ibiza sea cronológicamente posterior (en gran parte por las dificultades de acceso a Ibiza desde grandes ciudades cercanas), y el hecho de que en Grand Isle llegaron primero turistas con alto nivel de renta y después intelectuales (hecho típico en los destinos turísticos desarrollados primero) mientras que en Ibiza los intelectuales fueron la primera oleada de turistas (elemento peculiar de Ibiza y que se ha dado en algunos otros destinos de desarrollo posterior).

En un estudio realizado en Torbay (Reino Unido) fue difícil determinar las fases del ciclo de vida del destino turístico a causa de que el destino se componía de tres zonas (Torquay, Paignton y Brixham) con evoluciones diferenciadas. Aún así fue posible determinar las distintas fases del destino de una forma aproximada (Agarwal, 1997):

- Fase de exploración (1760-1920): en Torquay de 1760 a 1830, en Paignton de 1790 a 1870 y en Brixham de 1880 a 1920. Los turistas que llegan son escasos y vienen atraídos por los atractivos naturales de la zona. En contra del modelo teórico, Torquay presenta un elevado nivel de implicación local en el desarrollo turístico durante las tres primeras fases de desarrollo turístico (exploración, implicación y desarrollo).
- Fase de Implicación (1831-1950): en Torquay de 1831 a 1910, en Paignton de 1871 a 1918 y en Brixham de 1921 a 1950. El número de visitantes aumenta, hay una oferta local de alojamiento y ocio, y la red de transportes mejora.
- Fase de desarrollo (1910-1975): en Torquay de 1910 a 1950, en Paignton de 1919 a 1950 y en Brixham de 1950 a 1975. Siguen aumentando las infraestructuras turísticas, aumenta el volumen de inversión en promoción y marketing en las tres zonas, Torbay deja de ser un destino selecto, aumentando los turistas de clase media y baja (Travis, 1988). En Paignton la tipología de los turistas no cambia durante la fase de desarrollo, en contra de lo que predice el modelo teórico.
- Fase de consolidación (1950-1975). El número de visitantes excede al de residentes, el ratio de crecimiento del número de turistas disminuye. Aparecen claras muestras de enfado y resentimiento hacia los visitantes por parte de los residentes por los costes incurridos a causa de la industria turística, principalmente la estacionalidad del empleo.
- Fase de Estancamiento (1976-1985). El volumen de turistas parece alcanzar su límite a mediados de los años setenta y, entre 1978 y 1984, sufre una paulatina reducción en el número de visitantes. La región sufre un claro deterioro físico en sus edificaciones y el exceso de capacidad de alojamiento se convierte en una característica de la región. El resultado es que se inicia la reconversión de la planta hotelera en planta residencial y la región adquiere una imagen poco atractiva.
- Fase post-estancamiento (1986 y sucesivos). En las tres zonas la fase de post-estancamiento se caracteriza por el rejuvenecimiento y la reorientación del destino turístico con la finalidad de adaptarse a las necesidades y expectativas de un mercado cambiante. A mediados de los años ochenta se produce un mayor esfuerzo para regenerar el turismo en la región. Se inicia la planificación estratégica y se producen iniciativas que se centran en estimular la demanda turística, aumento de las oportunidades de empleo y proporcionar nuevas ofertas recreativas y de ocio.

En Parksville y Qualicum Beach el ciclo de vida del destino turístico es un poco distinto al modelo teórico y se puede dividir en las siguientes fases (Foster y Murphy, 1991):

- Fase de exploración (1900-1936). En esta fase se abren los primeros establecimientos turísticos de la zona (1917 en Parksville y 1912 en Qualicum Beach).
- Fase de implicación (1937-1946).

- Fase de desarrollo (1947-1964). Esta fase se produjo después de la Segunda Guerra Mundial y llegó a su máximo desarrollo en 1963-1964. Este crecimiento ilustra el boom turístico que experimentó toda la isla de Vancouver en la posguerra (Nelson y Wall, 1986).
- Fase de contracción o declive (1965-1974). Tres causas explican esta contracción. Primero, es un caso claro de cómo los destinos consolidados sufrieron un aumento de la competencia y una reducción del negocio por la aparición de nuevos destinos con un clima más soleado (Middleton, 1988; Murphy, 1985). También sufrió el cansancio de las nuevas generaciones por los destinos que frecuentaron en su infancia y la búsqueda de destinos nuevos por parte de estas personas. Y tercero, la planta hotelera era vieja y necesitaba renovación o modernización.
- Fase de recuperación (1975 en adelante): Rejuvenecimiento en Parksville y estancamiento en Qualicum Beach. Esta recuperación se debe en parte a la crisis del petróleo de finales de los setenta y, consecuentemente, el encarecimiento de los destinos más alejados de los mercados emisores tradicionales de Parksville y Qualicum Beach (D'Amore, 1985). Otros factores que ayudaron fueron: la expansión de los campings, principalmente en Parksville, y el regreso de la generación que abandonó el destino en busca de nuevos lugares en la fase anterior, ya que ahora tienen hijos y buscan destinos más clásicos y seguros.

En general, el crecimiento y declive de los destinos turísticos de sol y playa británicos muestra que les es aplicable el modelo de ciclo de vida del destino turístico. A finales de los setenta, a causa de la competencia de nuevos destinos turísticos y los cambios en el mercado turístico, los destinos tradicionales británicos sufrieron un importante cambio en su suerte y, a finales de los ochenta, muchos de estos destinos se caracterizaban por sufrir un importante declive (Agarwal, 1997).

En la segunda parte de esta tesis se realiza la descripción de las fases del CVDT por las que ha pasado Ibiza hasta la actualidad. Este estudio se parece a los trabajos que acaban de comentarse pero con el añadido de dar gran importancia a las actitudes de los residentes.

3.3. Evolución de las actitudes de los residentes según el CVDT.

En cuanto a las actitudes de los residentes hacia el turismo, estas cambian a lo largo del ciclo de vida del destino (Butler, 1980) pasando por un proceso que Doxey (1975) describe en su "irridex" (índice de irritación turística): se pasa por diversas etapas que van de la euforia al antagonismo pasando por la apatía y la irritación. Pero las investigaciones mostraron desde el principio que las reacciones de los residentes hacia el turismo son más complejas y dependen de otros factores (características de los turistas y los residentes, desarrollo del destino, etc.) a parte del volumen de turistas y el grado de contacto entre turistas y residentes (Brougham, 1978; Butler y Brougham, 1977; Murphy, 1979).

El modelo Irridex de Doxey (1975) y la teoría del ciclo de vida del destino creado por Butler (1980) han sido cuestionados por otorgar un elevado grado de homogeneidad a las actitudes y reacciones de la comunidad residente. Muchos autores han encontrado que las respuestas de la sociedad hacia el turismo son muy heterogéneas y las actitudes de los residentes muy diversas (Ap y Crompton, 1993; Brougham y Butler, 1981; Husbands, 1989; Hall, 1994; Joppe, 1996; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Ryan y Montgomery, 1994; Ryan, Scotland, y Montgomery, 1998), usando este hecho como argumento para defender la poca fiabilidad de los modelos de Doxey (1975) y Butler (1980). Hall (1994) y Joppe (1996) apoyan la heterogeneidad de las actitudes y respuestas de los residentes ya que no necesariamente comparten los mismos intereses todos los miembros de la sociedad, pudiendo haber grupos e individuos con puntos de vista opuestos. Diversos autores (Ap y Crompton, 1993; Faulkner y Tideswell, 1997; Mason y Cheyne, 2000) han encontrado un importante grado de heterogeneidad dentro de las sociedades locales y no confirman el modelo de Doxey (1975), ya que el inicio de la actividad turística no se encuentra acompañado de una actitud de "euforia" generalizada. La existencia de heterogeneidad dentro de la población no implica que no pueda

darse una evolución temporal de las actitudes de los residentes, lo que si puede ocurrir es que los distintos grupos de individuos representen distintos porcentajes de la población a lo largo del tiempo.

A pesar de esta crítica, los modelos de Doxey (1975) y Butler (1980) son de utilidad por que dan una orientación sobre cómo evolucionan las actitudes a lo largo del tiempo. La idea general es que los residentes aumentan su sensación de "burn out" por el cansancio y las molestias acumuladas con el paso del tiempo. Esta evolución puede verse a lo largo de la historia de un destino turístico, pero también en el corto plazo de una temporada turística⁵⁰. Esto no implica que haya un sentimiento general de oposición al turismo, ya que en muchas ocasiones se combina con una dependencia económica que hace del turismo un "mal necesario" para evitar una situación de pobreza y atraso mucho peor que los problemas generados por la actividad turística. Los pocos estudios longitudinales existentes (Getz, 1994; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994) encontraron un apoyo general al turismo, pero reconocieron que aparecía un alto nivel de opiniones negativas al final del estudio. Getz (1994) afirmaba que los sentimientos negativos sólo dan un apoyo parcial al Irridex de Doxey (1975) ya que los residentes están dispuestos a aceptar más llegadas de turistas, posiblemente porque no hay alternativas económicas.

En el inicio de la actividad turística los beneficios y los costes esperados son el elemento que determina la actitud que adopte la población residente. Una vez iniciada la actividad turística no sólo son los valores esperados sino también la valoración de los beneficios y costes constatados hasta ese momento lo que determina las opiniones de los residentes y su actitud hacia el turismo.

4. Evolución de las actitudes de los residentes.

El índice "Irridex" desarrollado por Doxey (1975) y apoyado por el trabajo de Long, Perdue y Allen (1990) y parcialmente por el de Getz (1994), sugiere que las actitudes de los residentes hacia el turismo evolucionan desde una inicial "euforia" a un "antagonismo" final, pasando por la "apatía" y "irritación", cuando los costes percibidos superan los beneficios reales o esperados. La secuencia que propone el "Irridex" no debe ser interpretada como algo determinístico (Getz 1994). Rothman (1978) considera que las comunidades con una larga experiencia en turismo son capaces de desarrollar mecanismos para sobrellevar los inconvenientes. Un modelo más complejo fue propuesto por Butler (1975) caracterizado por el potencial que tiene una comunidad para poseer simultáneamente actitudes positivas y negativas y un apoyo u oposición activo o pasivo. La orientación de las actitudes puede ser flexible, en respuesta a percepciones y condiciones cambiantes. Este modelo recibió apoyo del trabajo de Murphy (1983a).

Dogan (1989) considera que la respuesta de los residentes, en forma de actitud y comportamiento, hacia el turismo puede incluir: resistencia, retirada, mantenerse al margen, revitalización y adopción. El defiende que la respuesta inicial al desarrollo turístico, especialmente en espacios rurales y del Tercer Mundo, puede ser uniforme dentro del conjunto de la población residente. Posteriormente es cuando se forman grupos con percepciones y actitudes diferenciadas. Una de las teorías que intentan explicar las actitudes de los residentes con mayor difusión entre los autores es la Teoría del Intercambio Social (Ap, 1990), la cual sugiere que los residentes evalúan los beneficios y costes esperados generados en un intercambio. En este caso las actitudes positivas de los residentes se producen cuando la recompensa percibida en relación a los costes es satisfactoria y equilibrada. El estudio realizado en Spey Valley (Escocia) por Getz (1994) aporta soporte empírico a la Teoría de Intercambio Social de Ap (1990).

⁵⁰ Es fácil comprobar como a principios del verano (mayo y junio) la amabilidad que se percibe entre los trabajadores y residentes de destinos como Ibiza es mucho mayor que a finales de temporada (agosto y septiembre), cuando parece que todo el mundo esta malhumorado.

El desarrollo turístico induce, a largo plazo, actitudes negativas en la mayoría de casos, pasando de la euforia inicial a la apatía, enfado y desconfianza. En los momentos iniciales del sector y con la llegada de los primeros turistas, generalmente llegados a la aventura, se produce una actitud muy positiva debido a que con el turismo se consigue subsanar una situación económicamente precaria, y los turistas que llegan son escasos y tienen una actitud muy favorable hacia el conocimiento de los habitantes del lugar y su cultura. Con el paso del tiempo la llegada de turistas se convierte en masiva y los grupos organizados se convierten en habituales con lo que el contacto con los residentes se reduce. La situación de “avalancha” provoca que la apatía por la rutina, el enfado por la ignorancia que muestran los turistas y el agobio provocado por el bullicio dominen a los residentes. La desconfianza e irritación que llegan a acumular se transmite a los turistas a través de las acciones de los residentes que trabajan en el sector turístico, y ello conlleva la desgana de los turistas por el destino y que busquen otro destino para sus vacaciones, provocando que la región entre en crisis. Esta evolución puede expresarse formando un circuito de evolución de las percepciones y actitudes de los residentes, que permite resumir los efectos de los diversos elementos sobre las actitudes.

4.1. Circuito de Evolución de las Percepciones y Actitudes de los Residentes.

Puede proponerse un esquema resumen del proceso de formación de las actitudes de los residentes y su interacción con los diversos factores expuestos, semejante al de turistas y residentes donde cada elemento del circuito provoca un efecto sobre otro elemento. Este Circuito de Evolución de las Percepciones y Actitudes de los Residentes muestra de forma simplificada las principales interacciones entre los diversos elementos expuestos, las actitudes de los residentes y el desarrollo turístico (Figura 17). El circuito puede dividirse en dos partes principales:

Tramo Central (Percepción-Actitud-Acción). Partiendo de las percepciones realiza una valoración de los costes y beneficios y crea una actitud que influye en el desarrollo turístico a través de las acciones de los individuos. En este caso nos encontramos con el proceso mental que realizan los residentes y que ya aparecía expuesto en la Figura 4. Los residentes parten de un primer elemento, las percepciones, que son una interpretación subjetiva de la información que recibe el cerebro. Con estas percepciones realizan una valoración de los beneficios y costes generados por el turismo:

- En el caso de la “Percepción del Estado de la Economía Local” predominará el efecto sobre la valoración de los beneficios al generarse esta percepción a partir de un conjunto de elementos que poseen efectos habitualmente positivos en la inmensa mayoría de los casos. Estos elementos suelen ser mejoras de tipo económico que se esperan obtener con el desarrollo turístico, en su mayoría.
- En el caso de la “Percepción de los Cambios Producidos por el Turismo” el efecto predominante será sobre la valoración de los costes. Esta percepción recopila un conjunto de cambios en el entorno del residente que no eran previstos en los inicios del desarrollo turístico. Algunos de estos cambios son claramente negativos y otros pueden ser vistos como negativos o positivos, pero predomina la visión negativa en muchos casos por un cierto miedo innato del ser humano a los cambios y por el surgimiento de una añoranza del pasado con el paso del tiempo.

A partir de la valoración de los costes y los beneficios los residentes realizan una valoración general del turismo que definirá su postura hacia el desarrollo turístico. Pero estas valoraciones es un elemento interno de la mente del residente. Lo que sí se puede medir y estudiar son las acciones de los residentes, reflejo de estas actitudes. Estas acciones van desde la expresión de una opinión (por ejemplo contestar al cuestionario de esta tesis) hasta la colaboración con la creación de infraestructuras o la promoción turística (como hicieron diversos empresarios de Ibiza en los años cincuenta y sesenta), pasando por la participación en manifestaciones ciudadanas (protestas a favor de la protección de Ses Salines de Ibiza en los ochenta) o el voto

en las elecciones, entre otras. El conjunto de acciones de los residentes de una región es un elemento fundamental para determinar el tipo y grado de desarrollo turístico de la región.

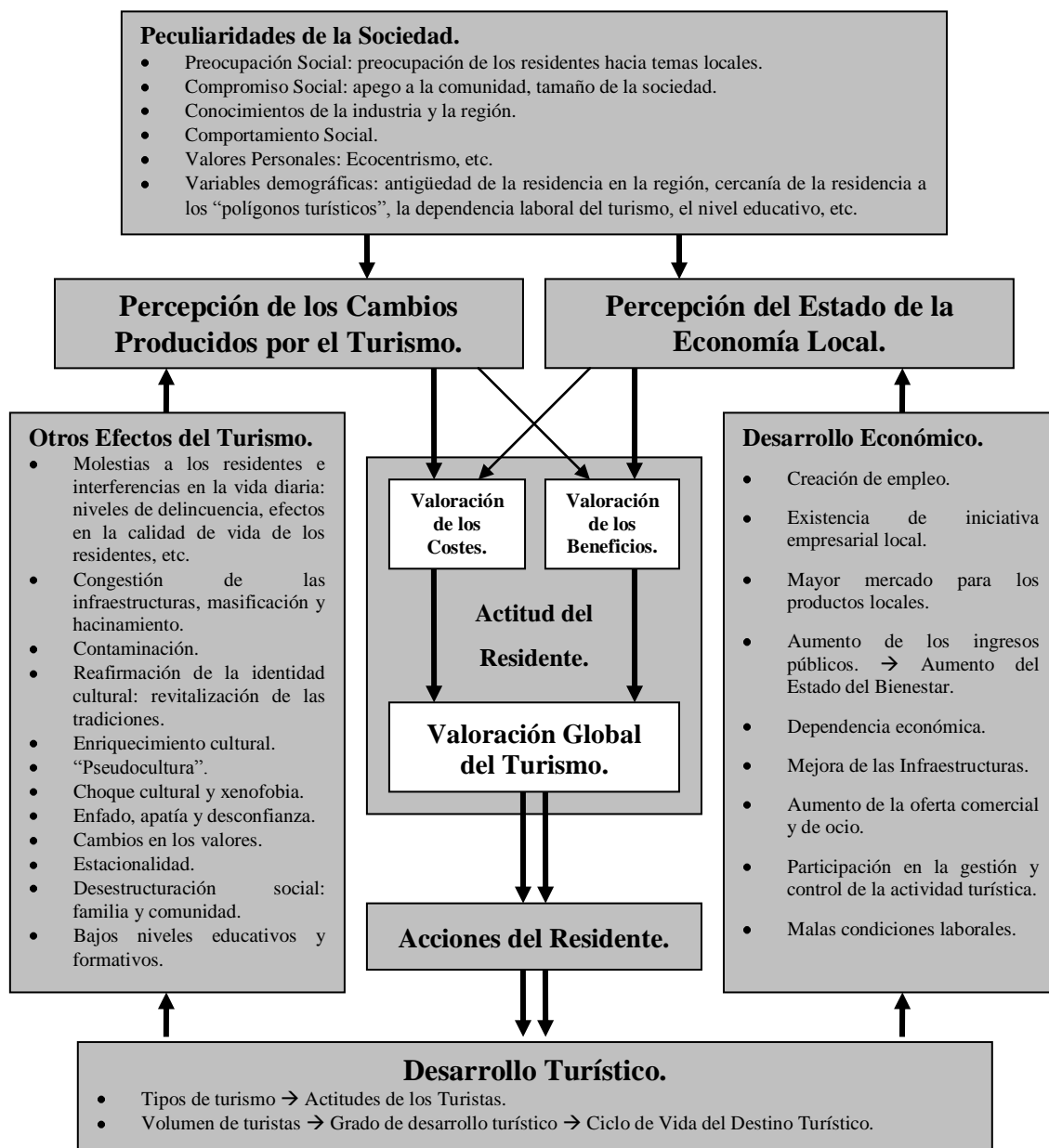


Figura 17: Circuito Percepciones-Actitud de los Residentes de un destino turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Bucle Desarrollo Turístico-Percepciones. El tramo que partiendo del desarrollo turístico desemboca en las percepciones de los residentes se encuentra duplicado con la finalidad de simbolizar la importancia que tiene el desarrollo económico en las decisiones de los habitantes:

- **Bucle Desarrollo Turístico-Percepción de la Economía Local.** El desarrollo turístico y sus características genera un conjunto de efectos de trasfondo mayoritariamente económico y de gestión que poseen en la mayor parte de los casos un efecto positivo a criterio de los residentes. A partir de todos estos efectos se genera la “Percepción del Estado de la Economía Local” que como se ha indicado tiene habitualmente un efecto eminentemente positivo sobre las valoraciones de los residentes.

- **Bucle Desarrollo Turístico-Percepción de los Cambios en el Entorno.** El desarrollo turístico y sus características genera un conjunto de efectos de trasfondo mayoritariamente sociocultural y medioambiental que poseen en la mayor parte de los casos un efecto negativo a criterio de los residentes. A partir de todos estos efectos se genera la “Percepción de los Cambios Producidos por el Turismo” que como se ha indicado tiene habitualmente un efecto eminentemente negativo sobre las valoraciones de los residentes. Dentro de esta parte del circuito cabe incluir las interrelaciones entre los turistas y los residentes.

Este bucle constituye el sistema de retroalimentación del proceso de formación de las actitudes denominado *Tramo Central (Percepción-Actitud-Acción)*. El “Bucle Desarrollo Turístico-Percepción de la Economía Local” está separado del resto de efectos del desarrollo turístico debido a su importancia en el resultado final del sistema. La valoración de la economía local se convierte en el principal elemento para explicar el inicio, la continuidad o el final del sector turístico en una región. En la mayoría de casos es la situación de la economía local lo que determina que una región se decante de una forma clara por la industria turística, y una vez desarrollado el sector turístico es la evolución económica lo que determina el futuro del sector.

Finalmente, hay que mencionar la presencia de un conjunto de “Peculiaridades de la Sociedad” que no tienen un efecto directo en las valoraciones de los residentes pero si pueden alterar de forma significativa las percepciones que poseen de distintos elementos, afectando de forma indirecta las valoraciones de los residentes. Las peculiaridades sociales tienen la característica de ser el único elemento del esquema que introduce la influencia de las tendencias generales de la sociedad en el proceso individual. Cuando hay una tendencia, preocupación o unos valores ampliamente difundidos entre los individuos de la sociedad, estos elementos expresados como mayoritarios condicionan el proceso de decisión personal forzando el acercamiento a la tendencia expresada como general de la sociedad, bajo amenaza de exclusión social del individuo.

En este circuito, igual que en la relación turista-residente, la permanencia de un efecto tiene efectos amplificados con el paso del tiempo. No se trata de un sistema en el que ante un cambio en uno de sus elementos se producen cambios en busca del equilibrio sino de un sistema en el cual los efectos son amplificados con el paso del tiempo hasta que se produce un nuevo cambio en los efectos que es introducido en el circuito.

5. Ideas generales del capítulo.

La importancia de estudiar las actitudes de los residentes se encuentra en que el desarrollo turístico en una región concreta tiene como finalidad principal aportar una mejora a la sociedad local. Es necesario comentar que el turismo surge para cubrir las necesidades psicológicas de esparcimiento y evasión de las personas que se convierten en turistas, pero el desarrollo turístico en una región concreta depende de dos elementos: los atractivos potenciales de la región y la predisposición de la población local a desarrollar esta actividad en su región. Si tenemos en cuenta que, con un poco de imaginación, se pueden encontrar atractivos turísticos en muchas regiones del mundo vemos que es el segundo factor el de mayor peso en el desarrollo regional. Por tanto, cuando se estudia el desarrollo de un destino concreto, son las opiniones, actitudes y objetivos de los residentes lo que induce el desarrollo turístico de una región en concreto.

Algunos autores consideran que no se ha podido establecer una teoría general sobre las percepciones y actitudes de los residentes, a pesar de los estudios existentes en la materia, ya que consideran que no parece existir un modelo que permita relacionar una serie de indicadores de los destinos y predecir las opiniones de los residentes. A pesar de ello estos autores reconocen que existen ciertas relaciones que están siempre presentes. El doctorando considera posible el establecimiento de un modelo que relacione distintos indicadores y las actitudes hacia el turismo. El problema es que este modelo exige la inclusión de muchos indicadores abstractos y difíciles de medir, con complejas interrelaciones.

A causa de estas dificultades se deben estudiar todos los potenciales candidatos a factores determinantes de las actitudes y ver si son relevantes, como parte de un proceso de mejora constante del modelo de determinación de las actitudes de los residentes. También se complica el estudio por el hecho de que las diferencias personales pueden generar actitudes muy diferentes, dando como resultado que en una misma región existan grupos de personas con actitudes opuestas. Por si no fuera suficiente, es necesario introducir un nuevo elemento, el factor tiempo.

Por tanto, el estudio de las actitudes de los residentes hacia el turismo se resume en el estudio del efecto de un conjunto, probablemente incompleto, de factores cambiantes (factor tiempo), y difíciles de precisar en muchos casos, que actúan sobre individuos muy heterogéneos y que evolucionan con el tiempo. El resultado es un estudio que puede resultar muy complejo y, aún así, las conclusiones no ser del todo exactas.

Pero a pesar de la dificultad y la imposibilidad de conseguir resultados perfectos, se pueden conseguir resultados útiles tomando los factores de mayor peso y recurriendo a la segmentación y al ciclo de vida del destino turístico. En este caso se recurre a una simplificación del modelo que persigue una mayor factibilidad del estudio aplicado manteniendo unas conclusiones generales útiles para la gestión del desarrollo turístico. De entre los distintos factores, lo más destacable es la importancia que tienen elementos como la economía local y la capacidad de control sobre el sector. No deben olvidarse las relaciones de interdependencia que tienen las actitudes de residentes y turistas, y el efecto potencialmente importante que tiene el transcurso del tiempo y la reiteración de una situación para crear actitudes extremas.

CAPÍTULO 3. SEGMENTACIÓN DE LOS RESIDENTES SEGÚN SUS ACTITUDES

La segmentación⁵¹ de la población en grupos parte de la idea de que las personas y sus actitudes no son homogéneas. En este caso más que analizar las respuestas promedio del conjunto de la población se analizan las respuestas promedio de grupos de población o comunidades con una baja variabilidad interna y una alta variabilidad entre grupos (Williams y Lawson, 2001). Para definir los segmentos de población o comunidades que forman la sociedad local se recurre a variables demográficas, habitualmente.

Al confluir varios impactos agrupados en dimensiones pueden observarse impactos-dimensiones más o menos relevantes según grupos o segmentos. Los intereses de cada grupo de residentes serán distintos en predisposición hacia el turismo según les afectan diferentes dimensiones. Cada grupo o segmento de residentes, sub-comunidad, presentarán intereses comunes y propios, en su grupo, mostrando costes o beneficios, preocupaciones, etc. que afectan a su actitud hacia el turista visitante (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Diversos autores (Allen, Hafer, Long, y Perdue, 1993; Gutiérrez y Díaz, 2006; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990b; Lankford y Howard, 1994; Um y Crompton, 1987) respaldan que el residente está predispuesto positivamente ante modelos turísticos necesarios para el desarrollo económico de una comunidad. Aunque, se determinan variaciones en la predisposición si la población residente se segmenta a partir de criterios intrínsecos o extrínsecos (Lankford 1994; Murphy 1985), observando diferencias en la intensidad o dirección de los impactos, beneficios y costes, por segmentos poblacionales (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007; Gutiérrez y Díaz, 2006).

En este sentido, la segmentación de los residentes a partir de los impactos percibidos (beneficios y costes) para identificar grupos, caracterizarlos, es totalmente necesaria. Para posteriormente, y una vez definidos los perfiles de los segmentos, poder llevar a cabo un seguimiento más adecuado de los cambios o derivaciones en la predisposición del residente, según grupos previamente identificados (Gutiérrez y Díaz, 2006).

Algunas de las segmentaciones empíricas, según actitudes de los residentes, que se han realizado en la literatura académica durante las últimas décadas se exponen a continuación.

Florida, Estados Unidos.

En el trabajo de Davis, Allen y Cosenza (1988) en Florida se identificaron cinco grupos: los "lovers" (20%) poseían una imagen extremadamente positiva del turismo y casi no tenían opiniones negativas; los "haters" (16%) se caracterizaban por poseer opiniones radicalmente negativas del turismo y los turistas, y son la Némesis del anterior grupo; los "cautious romantics" (20%) se diferencian de los "lovers" en que, aunque ambos poseen una opinión positiva, están de acuerdo con algunas apreciaciones negativas acerca del desarrollo turístico; los "in-betweeners" (18%) tienen opiniones más moderadas que los "lovers" y los "haters" y son parecidos a los "cautious romantics" pero son más favorables al crecimiento del sector turístico; y los "love 'em for a reason" (26%) son favorables al turismo pero no tanto como los "lovers", además en su caso el apoyo es debido a los beneficios económicos.

Los autores determinaron que las variables sociodemográficas no eran estadísticamente significativas a excepción del lugar de nacimiento (nacidos en Florida o no) y el conocimiento sobre los impactos de la industria en Florida. En este estudio se encontró que muchos de los "haters" eran nacidos en Florida y tenían un bajo nivel de conocimiento del sector y muchos de

⁵¹ El objetivo de la segmentación es describir una situación de un conjunto de individuos de una población con relación a determinados fenómenos mediante su congregación en grupos homogéneos. Se trata de clasificar una población mediante el número menor de grupos posible pero que a la vez se diferencien el máximo posible (Aguiló, Barros, García, y Rosselló 2004, p. 83).

los "lovers" no eran nacidos en Florida y poseían un alto nivel de conocimiento sobre el sector turístico.

Sedona (Arizona), USA Vs. York, UK.

En el estudio de Madrigal (1995) se comparan dos destinos, uno rural (Sedona), con turismo basado en la naturaleza y la artesanía, con un destino urbano (York). En ambos destinos fueron determinados los mismos tres grupos: los "Haters" (31%) están de acuerdo con los impactos negativos y en desacuerdo con los positivos; los "Lovers" (13%) están de acuerdo con los impactos positivos y en desacuerdo con los negativos, y los "Realists" (56%) están de acuerdo con ambos impactos. Los "Realists" son la "mayoría silenciosa", no muestran interés en participar en debates sobre la planificación futura del destino pero son mayoritarios y poseen una visión menos parcial de la situación.

Este estudio encuentra mayores diferencias entre los grupos que entre las ciudades (la pertenencia a un grupo explica el 31% de la varianza y la ciudad el 2%), ratificando lo afirmado por Molotch (1976). Los residentes de Sedona tienen una mayor dependencia económica del turismo, habiendo un 9% más de "Realists" que en York, y los residentes de York residen en la ciudad desde hace mucho más tiempo y son nativos mayoritariamente (99% de población nativa en York y 1% en Sedona), habiendo un 17% más de "Haters" que en Sedona, al poseer mayor proporción de población nativa (Madrigal, 1995). En diversos estudios se ha detectado que la población nativa tiene una postura más negativa hacia el desarrollo turístico (Canan y Hennessy, 1989; Davis *et al.*, 1988; Um y Crompton, 1987).

Los grupos detectados en el estudio de Madrigal (1995) probablemente deban su composición al hecho de que los dos destinos estudiados, Sedona y York, reciben tres millones de visitantes al año cada uno con poblaciones residentes de 7.720 y 100.000 habitantes respectivamente. En ambos casos los impactos turísticos son muy visibles, siendo la situación ideal para la proliferación de posturas contrarias o críticas con el turismo. Destaca el pequeño tamaño de los partidarios a ultranza debido precisamente al enorme volumen de visitantes. No aparece ningún grupo con posturas ambiguas debido a que la gran presencia turística impide la existencia de individuos que vivan al margen de los impactos del turismo.

Otros estudios realizados en Estados Unidos.

Canan y Hennessy (1989) encontraron sustanciales diferencias entre los residentes agrupados según su actitud hacia el desarrollo turístico en Moloka'i (Hawái). Schroeder (1992) detectó tres grupos en su estudio de Flagstaff (Arizona): los residentes favorables al desarrollo turístico eran el 35% del total y los residentes con posturas opuestas o neutrales representan el 51%. Martin (1995) encontró cuatro grupos en Teton Country (Montana), el 59% favorable al turismo y el 13% contrario (el resto de grupos tienden a la neutralidad).

Bakewell, Inglaterra.

El trabajo de Ryan y Montgomery (1994) en Bakewell (Inglaterra) se basa en el de Davis, Allen y Cosenza (1988) en Florida y usa una muestra muy reducida. Tres grupos fueron identificados en el estudio de Bakewell: los "enthusiast" (22%) apoyan el turismo pero no excesivamente; los "somewhat irritated" (23'5%) tienen opiniones negativas acerca de los impactos del turismo y son escépticos hacia sus beneficios; y los "middle-of-the-roaders" (54'3%) que se encuentran entre los otros dos grupos. Al igual que en Florida, los autores determinaron que las variables sociodemográficas no eran estadísticamente significativas a excepción de la presencia de niños en la familia y el tiempo que se lleva residiendo en la población. Además no encuentran grandes cambios entre la temporada baja y la temporada alta.

The Gold Coast IndyCar Race, Australia.

Este estudio hace referencia a un acontecimiento, The Gold Coast IndyCar Race, y determina cinco grupos de residentes en relación a su actitud hacia el evento en cuestión (Fredline y Faulkner, 2000):

- Los “Ambivalent Supporter (Cautious Romantics)” (29%) poseen respuestas muy ambivalentes y tienden a posturas moderadas o a responder neutro. Por ejemplo, están ligeramente de acuerdo con los beneficios económicos y con los impactos negativos a corto plazo pero no tienen una postura clara en relación a los impactos económicos y físicos negativos. Viven fuera de la zona afectada por el evento.
- Los “Haters” (15%) se caracterizan por un elevado nivel de desacuerdo con los puntos referentes a los beneficios que aporta el evento y un gran nivel de acuerdo con los impactos negativos. Este grupo está constituido por residentes de edad avanzada que se oponen a la continuidad del evento y viven en la región desde hace más de 20 años.
- Los “Realists”(24%) se encuentran de acuerdo con impactos tanto positivos como negativos. El 51% de los residentes de este grupo que posee un empleo trabaja en el turismo y un 32% en sectores con diversos grados de dependencia del turismo.
- Los “Lovers” (23%) son defensores entusiastas del evento. Están muy de acuerdo con los beneficios que aporta y son el único grupo en desacuerdo con todos los efectos negativos del evento, excepto en la dificultad de encontrar aparcamiento.
- Los “Concerned for a Reason” (9%) se caracterizan por estar preocupados por algunos efectos negativos. Están en desacuerdo con algunos de los impactos positivos y muestran gran acuerdo con algunos de los impactos negativos. En general, este grupo apoya la continuidad del evento a pesar de su preocupación por algunos impactos, pero preferirían otra localización. Muchos de ellos viven en la zona de la carrera.

Tamborine Mountain (Gold Coast), Australia.

Tamborine Mountain se puede considerar en la fase de desarrollo del modelo de ciclo de vida descrito por Butler (1980). En el estudio de Weaver y Lawton (2001) se detectaron tres grupos: los “Supporters” (27%) asocian el sector con fuertes beneficios económicos y sociales para la comunidad, son los últimos en llegar y trabajan en el sector; los “Opponents” (22%) son personas con muchos años de residencia en la región, tienen un menor contacto con los turistas y son los menos predispuestos hacia el desarrollo turístico, y los “Neutrals” (51%) reconocen las ventajas pero también algunas desventajas sociales, aunque su valoración global es favorable. Los “Opponents” son de edad más avanzada y residen en la región desde hace más tiempo que el resto de grupos, además el motivo de su llegada a la región se encuentra vinculado con la búsqueda de un lugar tranquilo, de retiro, que les permita llevar un estilo de vida distinto del que llevaban anteriormente.

Nueva Zelanda.

En el estudio de Evans (1993) realizado con datos de Nueva Zelanda se identificaron cuatro grupos. En contraste con Florida y Bakewell, en este caso se encontraron diferencias estadísticamente significativas en relación a las variables sociodemográficas de los individuos de los distintos grupos (edad, sexo, renta familiar, estado civil, situación laboral), probablemente por el hecho de usar una muestra mayor. Los cuatro grupos detectados son: “lovers”, “haters”, “controlled” y “selfish”.

- Los “lovers” (20%) son muy favorables al turismo y demográficamente se caracterizan por tener un alto nivel de renta, estar casados, tener trabajo, pertenecer a los Pakeha (neozelandeses descendientes de europeos) y ser de mediana edad.
- Los “haters” (11%) poseen una actitud fuertemente contraria al turismo, son diferentes de los “lovers” en casi todo y tienen una amplia proporción de personas viudas, divorciadas o separadas, personas sin empleo o retirados, no-Pakeha (Maoris o grupos étnicos del Pacífico), y hay más mujeres que hombres.
- Los “controlled” (32%) son similares a los “lovers” pero reconocen tanto los costes como los beneficios, sus valoraciones son más moderadas que las de los “lovers” y los “haters”, no les entusiasman los cambios (están en desacuerdo con los cambios en los horarios comerciales y

con la realización de nuevas edificaciones) y demográficamente son mayoritarios los casados, retirados o con empleo, Pakeha y las mujeres.

- Los "selfish" (37%) están de acuerdo con los factores positivos y negativos del turismo pero en menor grado que los anteriores grupos, desean que aumente el ocio nocturno, los casinos y la inversión extranjera, ven el turismo como un medio para mejorar su situación personal, y demográficamente se caracterizan por ser, mayoritariamente, hombres, jóvenes, solteros, estudiantes y no-Pakeha.

Ryan, Scotland y Montgomery (1998) compararon Rangitikei (New Zealand) y Bakewell (United Kingdom). Partiendo de una muestra de 176 encuestas realizadas en Rangitikei se obtuvieron tres grupos de residentes. Los "Moderate Enthusiasts" (42,5%) apoyan el turismo. Los "Extreme Enthusiast" (17,5%) poseen un fuerte apoyo hacia el turismo y se oponen a la planificación si implica una restricción del crecimiento. Los "Cautious Supporters" (40%) son muy partidarios del desarrollo turístico pero poseen las puntuaciones más bajas al valorar los impactos positivos y les preocupa mucho la planificación turística.

El trabajo de Williams y Lawson (2001) analiza las actitudes de los residentes en diez ciudades de Nueva Zelanda (Auckland, Blenheim, Christchurch, Hokitika, Kaikoura, Napier, Queenstown, Rotorua, Taupo y Whangarei). En su estudio detectaron cuatro grupos de residentes según su actitud hacia el turismo: "Lovers", "Cynics", "Taxpayers" e "Innocents".

- Los "Lovers" (45%) son los que más aprueban el turismo y demográficamente se caracterizan por tener mayor proporción de personas casadas, con casa propia y con mayor riqueza que el grupo de los "Cynics". Los "Lovers" son los residentes más favorables al turismo y con menos preocupación social, dan mucha importancia al aprendizaje de otras culturas, son muy tolerantes hacia las personas procedentes del exterior y les gustaría ver más turistas, independientemente del tipo.
- Los "Cynics" (10%) son los que menos aprueban el turismo y demográficamente se caracterizan por ser más viejos, tener menos renta, tener una menor proporción de personas casadas y de propietarios de viviendas que el resto de la muestra. Los "Cynics" muestran una alta preocupación por el medioambiente, por el mantenimiento del control de la comunidad en manos de la población local y por el aumento del coste de la vida y sus consecuencias. Los "Cynics" consideran que a veces el turismo les hace sentir como extranjeros en su propia tierra, consideran que el turismo no aumenta el orgullo de los residentes por su comunidad y, de entre los distintos tipos de turistas, prefieren las familias y rechazan los turistas que viajan con paquete turístico.
- Los "Taxpayers" (25%) sólo muestran una mayor preocupación por los factores de carácter económico y por los servicios públicos, se caracterizan por ser residentes que viven en la población desde hace menos de dos años, consideran que el turismo provoca importantes cambios en los valores y estilos de vida de la población local, y demográficamente se caracterizan por una mayor proporción de separados, divorciados y propietarios de casas. En general, los "taxpayers" tienen opiniones de igual signo a las de los "lovers" pero en menor grado de intensidad.
- Los "Innocents" (20%) no perciben los beneficios del turismo al tener escaso contacto con la esfera turística. Los "Innocents" son personas que viven en zonas con muy poca presencia turística, con lo cual su postura es indiferente, no perciben ni los costes ni los beneficios, o negativa cuando hay una falta de desarrollo turístico combinado con la necesidad de mejoras en la zona en que residen. La diferencia entre los "Cynics" y los "Innocents" se encuentra en que los primeros viven en zonas con un alto desarrollo turístico y valoran negativamente sus efectos, y los segundos valoran negativamente los efectos porque al vivir en una zona con baja incidencia no perciben los beneficios que genera.

Thyne y Lawson (2001) realizaron un estudio de Southern Lakes Region (Alexandra, Cromwell, Clyde, Omarama, Twizel, Arrowtown, Otematata, Queenstown, Te Anau y Wanaka), en Nueva

Zelanda, con una muestra de 1094 encuestas válidas y obtuvieron 4 grupos: Lovers, We Miss Out, Self-Interest Supporters y Critics.

- Los "Lovers" (14,4%) son los más favorables hacia el turismo, gustándoles todo del turismo y no viendo ningún impacto negativo. No ven problemas de tráfico, entorno natural o inflación. Es el único grupo que no considera que los turistas deberían ser más considerados con los residentes. Este grupo tiene mayores niveles educativos y culturales.
- Los "We Miss Out" (39,6%) sienten que no son partícipes de los beneficios del turismo. Son los más contrarios a considerar que el turismo ha generado mejoras en la oferta recreativa y comercial, en las oportunidades de empleo y en los servicios públicos. Poseen actitudes relativamente negativas hacia el turismo, pero no por los impactos negativos sino por la falta de beneficios personales. La causa más probable de estas actitudes es que son personas que viven al margen del desarrollo turístico y no obtienen beneficios financieros del turismo.
- Los "Self-Interest Supporters" (29,7%) apoyan el turismo por los beneficios personales que les reporta. Consideran que ha mejorado la oferta comercial y de ocio, los servicios públicos y las oportunidades de empleo. Son personas jóvenes con bajos salarios y poca formación. Valoran del turismo, el ocio nocturno y son los que llevan menos tiempo viviendo en su comunidad y no tienen planeado permanecer en ella por mucho tiempo.
- Los "Critics" (16,3%) consideran que el turismo no aporta beneficios y son el único grupo contrario a un aumento en el número de turistas, preferirían que se redujera. Solo reconocen los impactos negativos del turismo y ninguno de los positivos. Consideran que los mejores trabajos que genera el turismo van a parar a personas llegadas de fuera de la comunidad. Los "Critics" poseen los menores niveles de renta y formación, no perciben beneficios económicos del turismo y se sienten agobiados por la presencia de turistas. Son los menos satisfechos con su vida en general y ello puede ser la causa de su actitud.

Los "Haters" de Evans (1993), los "Cynics" de Williams y Lawson (2001) y los "Critics" de Thyne y Lawson (2001) sugieren que las personas con una peor valoración de la actividad turística tienen un menor nivel de satisfacción con su vida en general. Es decir, la gente con una vida en pésimas condiciones es más negativa en sus valoraciones de distintos elementos, sean acciones de marketing⁵² (Lawson y Todd, 1997) o de otro tipo.

⁵² El termino marketing suele usarse corrompido en turismo, ya que es habitual asimilarlo con la promoción turística al ser esta el elemento principal del "marketing turístico" ejecutado por las administraciones. El poco uso del marketing en el sector turístico se debe a cinco posibles explicaciones (March, 1994):

- Las investigaciones turísticas están al servicio de las administraciones públicas, y su prioridad es la promoción del destino.
- El turismo es una de las últimas industrias en pasar del enfoque de ventas al enfoque de marketing (Calantone y Mazanec, 1991).
- Como el "producto" turístico es una amalgama de productos y servicios el énfasis se a colocado en la promoción del destino, más que en los elementos individuales que lo componen (Faulkner, 1993).
- Existe la percepción de que las acciones de marketing tienen poca influencia en la demanda turística. Crouch y Shaw (1991) encontraron que de 58 estudios sobre determinantes de los flujos turísticos internacionales analizados sólo cinco incluían el gasto en marketing como variable explicativa.
- Se argumenta que el marketing falla a la hora de aportar una teoría y herramientas de gestión a las administraciones y a los agentes del sector.

Además, March (1994) considera que hay varias áreas en las que el marketing turístico puede contribuir:

- Los productos y servicios turísticos deben clasificarse de mejor manera, ya que se tiende a confundir sectores turísticos con productos turísticos y los turistas sólo se segmentan en relación a características demográficas, cuando elementos como los valores (Muller, 1991), el estilo de vida o variables psicográficas son tanto o más útiles.
- Es necesario estandarizar los términos turísticos. En el sector turístico se sufre una falta de estandarización de la terminología que genera confusión y dificultades a los investigadores.
- Los turistas y sus culturas difieren y esto afecta a la industria turística. Es habitual que se describa en términos de universalidad las conclusiones alcanzadas en una determinada región.

El hecho de que los grupos con una visión más negativa vivan en una casa de alquiler y los que tienen una visión más entusiasta tengan casa en propiedad no debe interpretarse de forma indirecta, ya que el alquiler o compra de la casa es un indicador del coste real de vida (Williams y Lawson, 2001). En las zonas con un coste de vida más elevado la compra de casa propia se convierte en algo muy oneroso, al igual que el resto de bienes y servicios, y provoca que la población residente sea muy flotante, siendo costosa y poco recomendable la compra de bienes duraderos. Es decir hay constantes flujos de llegadas y retornos entre la población residente, provocando que en muchos casos la residencia en destinos turísticos sea una estancia temporal de varios años sin un planteamiento de residencia definitiva.

Grecia.

En un estudio realizado en Heraklio, Chania, Rethymno y Agios Nikolaos (costa norte de Creta) con una muestra de 194 hogares, Andriotis y Vaughan (2003) detectaron tres grupos: los “Advocates” (42,5%) poseen la postura más favorable hacia el turismo y consideran el turismo fundamental para el bienestar de la isla; los “Socially and Environmentally Concerned” (39,5%) poseen las visiones más negativas hacia los impactos socioculturales y medioambientales del turismo, y los “Economic skeptics” (18%) poseen las visiones más negativas hacia los impactos económicos. La segmentación resultante es de difícil interpretación y análisis poco claro, no siendo comparable con los otros estudios (Andriotis y Vaughan, 2003).

Islas Baleares.

En los últimos diez años se han iniciado estudios sobre las actitudes de los residentes en las islas Baleares. El primero de los cuales es *Anàlisis de les actituds i percepcions de la població resident enfront del desenvolupament turístic a Balears* dirigido por el Dr. Antoni Serra en 2003 y financiado por el CITTIB. Posteriormente se han realizado algunos estudios más. En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) encontraron cinco grupos con un peso superior a 5% del total (Aguiló y Rosselló, 2005):

- Los “pro-desarrollo” (11%) son los que creen con más firmeza que gracias al turismo existen más oportunidades de trabajo y de negocio y que el balance global del turismo es positivo. Sin embargo, no reconocen con tanta intensidad determinados problemas asociados al turismo (saturación de los servicios públicos, congestión del tráfico, precios elevados, etc.), y tampoco acepta que el turismo sea el responsable de la destrucción del medio ambiente. Consideran que el turismo ha sido positivo para conocer gentes de otras nacionalidades y para la conservación de bienes culturales y naturales. Son muy favorables al desarrollo de nuevos proyectos turísticos y a que se organicen eventos especiales y atracciones turísticas. No consideran necesario la reducción del número de turistas e incluso ven con buenos ojos su incremento. Su perfil sociodemográfico presenta una ligera tendencia a pertenecer a hogares con trabajadores, hijos menores y de ingresos medios altos.
- Los “prudentes” (26%) creen que gracias al turismo existen más oportunidades de trabajo, si bien reconocen que el turismo ha generado un cambio importante en la cultura local. Al igual que el grupo anterior opinan que el balance del turismo es positivo, reconociendo que gracias a él existe una mayor oferta de ocio y se han podido conservar determinados monumentos, y valoran positivamente la interacción de los residentes con gente de otras nacionalidades. Pero a diferencia del grupo anterior, son especialmente conscientes de los efectos nocivos del turismo (congestión del tráfico, saturación de los servicios públicos, incremento de precios, inseguridad ciudadana, destrucción del medio ambiente, etc.). A pesar de lo cual, también se muestran sensiblemente más favorables que el resto ante la apertura de nuevos establecimientos turísticos (especialmente los de turismo rural), la organización de eventos y la apertura de nuevos museos. Su perfil sociodemográfico se caracteriza por unos ingresos

-
- El peso de los intermediarios y de la distribución turística es muy importante pero se ha ignorado durante mucho tiempo (Bitner y Booms, 1982).
 - Investigación de la satisfacción del turista y la repetición de la visita es muy importante, ya que como dice el axioma tiene menos coste retener un cliente que conseguir uno nuevo.

menores que la media y menos vinculados al turismo que el resto. Además tienen gran apego a la comunidad a pesar de ser mayoritariamente personas nacidas en el resto de España.

- Los “moderados” (24%) presentan una opinión bastante neutral a la hora de valorar los efectos positivos y negativos del turismo, y aunque otorgan un aprobado al balance entre ganancias y costes debidos al turismo su valoración está por debajo de la media. Muestran un cierto escepticismo hacia las posibilidades de que el turismo incremente las inversiones y las oportunidades de negocio, pero tampoco penalizan con fuerza los posibles problemas asociados con el turismo. Reconocen ciertos aspectos positivos como el incremento de la oferta de ocio, pero también culpan al turismo de ciertos aspectos negativos como son la destrucción del medio ambiente. Creen con menos fuerza que el conocer gente de otras nacionalidades haya tenido un efecto positivo sobre la mentalidad de los residentes. Son personas reacias a nuevos proyectos y a la organización de eventos. Presentan cierta tendencia a creer que tal vez debería disminuirse el número de turistas. Su perfil sociodemográfico muestra una ligera tendencia a que en este grupo se integren nativos residentes en Palma que suelen sentirse menos integrados y más dispuestos a cambiar de domicilio. Les preocupa la situación económica y son más indiferentes hacia el medio ambiente. Suelen tener unos ingresos medios bajos.
- Los “proteccionistas” (20%) son los que más énfasis ponen en los aspectos negativos del turismo, se muestran reacios a pensar que el turismo ha incrementado la oferta de ocio para los residentes y, consecuentemente, creen que el balance entre los aspectos positivos y negativos relacionados con el turismo es negativo. Es el grupo que más oposición muestra al desarrollo de nuevos proyectos turísticos y a la promoción turística de Baleares. Creen firmemente que el medio ambiente de las Baleares ha sido destruido por el turismo y para aumentar el bienestar de los residentes hay que disminuir el número de turistas. Su perfil sociodemográfico muestra a individuos integrados en su municipio, muy preocupados por el medio ambiente y poco preocupados por el desarrollo económico. Tienen ingresos menos dependientes del turismo que el resto y son individuos nacidos en las islas y con ingresos medio-altos.
- Los “impulsores alternativos” (18%) creen con más determinación que el resto que el turismo ha aumentado las posibilidades de trabajo para los residentes y no valoran tan negativamente los aspectos negativos. Creen con firmeza que el turismo ha incentivado la conservación de determinados monumentos históricos y recursos naturales, con lo que presentan una opinión conjunta sobre el turismo más favorable que la media. Son partidarios de nuevos proyectos y de la organización de eventos si buscan la consecución de un crecimiento moderado. Creen con gran énfasis que debería reducirse el número de turistas, especialmente en verano. Su perfil sociodemográfico muestra a individuos que no suelen haber nacido en las islas y sí en un país extranjero, y que poseen ingresos medios altos. En general no se sienten tan arraigados como el resto y poseen menos preocupación que el resto por la inseguridad ciudadana y el desarrollo económico.

Tenerife (Islas Canarias).

En el estudio de Gutiérrez y Díaz (2006), con una muestra de 651 encuestas realizadas en Tenerife en 2004 y 2005, se diferencian tres grupos de residentes, según su actitud expresada hacia el turismo, parecidos a los grupos determinados por Ryan y Montgomery (1994): ambiguos, anti-desarrollo y pro-desarrollo.

- Ambiguos, “normalizados”. Este segmento se caracteriza por considerar que la actividad favorece la economía de la comunidad, aunque no cree que se logren efectos positivos muy destacados sobre la dimensión social, cultural y aún menos medioambiental, donde destacan los costes. Simplemente creen en cierta prosperidad gracias al turismo, no obstante están de acuerdo en que existen impactos negativos desde la actividad turística que moderan su percepción a una cierta actitud no tan favorable. Muestran un elevado nivel de desacuerdo con las afirmaciones planteadas en el cuestionario, sean referentes a impactos negativos o positivos.

- Anti-desarrollo turístico, “radicales y sensibles a los impactos de la actividad turística”. Este segmento se caracteriza por considerar que la actividad turística favorece la economía de la comunidad, pero la rechaza y cree que es fuente importante de impactos negativos, sociales, culturales y medioambientales. Opina que la actividad turística no favorece en sentido positivo a las dimensiones consideradas. En este segmento se encuentran los jóvenes menores de 25 años que no viven ni trabajan del turismo.
- Pro-desarrollo turístico, “sensibles a los impactos positivos de la actividad turística”. En este segmento nos encontramos con los residentes que consideran a la actividad turística como fuente de impactos positivos en todas las dimensiones, entre la que destaca la económica. Los residentes creen que la actividad turística es el pilar fundamental de la economía insular. No obstante destaca una cierta sensibilidad ante costes medioambientales. En el segmento pro-desarrollo turístico destacan las personas de edad madura, que viven y trabajan en zonas turísticas, con baja cualificación y formación.

En el estudio de Gutiérrez y Díaz (2006) se observa que existe acuerdo general entre los diferentes segmentos de residentes en relación con el impacto económico del sector turístico, en sentido positivo. Por el contrario, otros factores como “coste de la vida”, “especulación inmobiliaria”, “conocer otras culturas” y “el tipo de turista recibido” no determinan actitudes, favorables o desfavorables, hacia la actividad turística. El encuestado considera que estos factores no sólo dependen del turismo. Los niveles de predisposición difieren según el punto de vista del encuestado, percepción de beneficio individual o para la isla de Tenerife. Por tanto, la percepción en la medición de la actitud determina la procedencia de los impactos. Es por ello que la dimensión económica del sector en la isla posee tanto peso en la determinación de las actitudes, mientras el contacto día tras día con la realidad turística será causa de una actitud menos favorable hacia el turismo.

Tenerife (Islas Canarias) Vs. Mallorca (Islas Baleares).

En el estudio de Díaz, Gutiérrez y Garau (2007) se comparan dos destinos turísticos con similitudes: Tenerife y Mallorca. En ambos casos se trata de islas con fuerte presencia turística y con comunidades de residentes con un elevado nivel de arraigo, apego a la tierra, e identidad con su realidad social y cultural.

Tenerife forma parte de las islas Canarias, tiene una superficie de 2.059 km² y 852.945 habitantes en 2006 (es decir una densidad de población de 414,12 hab./km²). Además recibe 5.451.013 turistas con datos de 2006, principalmente británicos (34,7%), españoles (28,7%), alemanes (12,7%) y nórdicos (7,9%), con una ocupación media anual del 70% y que muestran una satisfacción con la experiencia vivida de 7,3 sobre 10. El modelo turístico desarrollado en Tenerife ha generado varios segmentos, que se encuentran, en su gran mayoría concentrados en determinadas zonas de la isla, dedicadas plenamente al turismo, aunque estos mismos segmentos se trasladan con el objetivo de conocer la isla. Este hecho vinculado a que reciben 6,4 turistas por residente evita, en cierta medida, la sensación de agobio, fruto de la masificación turística de un modelo expansivo (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Mallorca forma parte de las islas Baleares, tiene una superficie de 3.625 km² y 790.763 habitantes en 2006 (es decir una densidad de población de 218,09 hab./km²). Recibe 9.614.055 turistas con datos de 2006, principalmente alemanes (38,4%), británicos (24,2%), españoles (19,6%), con una ocupación media anual del 78% (esta ocupación media varía del 23-36% en enero al 95% en plena temporada) y que muestran una satisfacción con la experiencia vivida de entre 7,15 y 7,5 sobre 10. El evidente éxito del destino, que se traduce en que por cada residente se reciben 12,1 turistas, y el desarrollo de nuevos segmentos de mercado, muchos de ellos con mayor movilidad territorial en la isla que los tradicionales turistas concentrados en una zona turística y sin apenas movimiento, ha provocado una ocupación turística de toda la isla y a veces un cierto sentimiento de agobio entre los residentes ante la presencia masiva de turistas, especialmente en determinados momentos del año, que podría hacer temer una disminución en la amabilidad de los residentes en relación a los turistas (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

En el estudio de Díaz, Gutiérrez y Garau (2007), con una muestra de 487 encuestas en Tenerife y 584 encuestas en Mallorca, realizadas en 2006, se diferencian tres grupos de residentes, según su actitud expresada hacia el turismo, parecidos a los grupos determinados por Gutiérrez y Díaz (2006) y por Ryan y Montgomery (1994): Positivos, Cautos y Críticos.

- Positivo: Este segmento posee una predisposición positiva hacia el turismo como actividad que fomenta los beneficios económicos, sociales y culturales. Creen que la actividad turística no es responsable de los costes de las diferentes dimensiones, a excepción de la dimensión medioambiental donde considera los efectos negativos que produce la actividad turística.
- Cauto: En su valoración no son extremistas y valoran poco importantes los beneficios y costes de las diferentes dimensiones, no consideran la actividad turística culpable de los males, aunque tampoco cree que de lugar a beneficios notables. Observan que el turismo es una actividad económica necesaria.
- Crítico: Las valoraciones de este segmento son totalmente las contrarias al primero valorando siempre poco importantes cada uno de los beneficios que reporta el turismo por dimensiones u amplificando los costes de las dimensiones social, cultural y mediambiental. Este segmento considera que la actividad es responsable de los diversos costes económicos, sociales, culturales y por supuesto medioambientales considerados en el análisis, aunque valoran positivamente el impacto en el bienestar económico de la comunidad.

El factor “oportunidad de empleo” no discrimina entre segmentos en ninguna de las dos islas. La explicación es que todo el mundo está de acuerdo con que el turismo genera oportunidades de empleo, aunque luego haya matizaciones en cuanto a la calidad de este empleo. El perfil de impactos es similar en ambas islas, aunque existen ciertas diferencias en la intensidad de la respuesta, amplificando beneficios o costes, pero cada segmento en cada isla es posible caracterizarlo de igual forma. En líneas generales, la actitud del residente es positiva ante la actividad turística. Aunque Mallorca muestra menor intensidad de beneficio, la opinión no es tan positiva, un 84% de los encuestados consideran beneficioso el turismo, mientras que en Tenerife la cifra asciende al 93% (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Al igual que en el estudio de Madrigal (1995), se observan mayores diferencias entre los segmentos que entre las islas. Se percibe que determinados impactos difieren en intensidad, amplificando o reduciendo la importancia del impacto y por tanto incidiendo sobre la predisposición hacia la actividad turística, opinión del residente, en cada isla de manera diferente. Así, Díaz, Gutiérrez y Garau (2007) observan que los destinos difieren algo en su valoración de impactos y, por tanto, en su actitud frente al turismo. Los mallorquines amplifican los impactos sociales positivos (“mejoras sociales” y “mejoras de infraestructuras”) y consideran en menor medida la importancia del “turismo como motor económico”, amplificando los costes económicos como “coste de vida” y “precariedad en el empleo”. Además, los mallorquines en la dimensión cultural, “se sienten más desplazados” que los tinerfeños, al valorar en menor medida el “mantenimiento de tradiciones”, creen “perder su identidad” y obtener en “menor medida riqueza cultural de los turistas” (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

En Mallorca el factor que incide sobre la valoración de los impactos es la permanente influencia del visitante en un espacio temporal reducido (estacionalidad), en todo el territorio y con una presión sobre el residente muy superior a Tenerife, 12,1 frente a 6,4. Para evaluar esta presión sobre el residente los autores del estudio (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007) definen dos variables, el “comportamiento del turista” y “la sensación de invasión del turista” que percibe el residente. Estas variables presentaban los siguientes resultados:

- En Mallorca el 24,5% de los encuestados perciben mal comportamiento en los turistas, mientras en Tenerife sólo el 8% de los residentes encuestados lo perciben.
- El 40,7% de los mallorquines perciben una mayor invasión del turista, frente al 26,3% de los tinerfeños.

El resultado es que la mayor presión percibida de la actividad turística sobre Mallorca, tienen como consecuencia que la actitud de los residentes hacia el turismo, aunque es positiva, lo es en menor intensidad que en Tenerife. Igualmente, los beneficios percibidos de la actividad turística tienen menor intensidad y los costes mayor intensidad en Mallorca que en Tenerife. Díaz, Gutiérrez y Garau (2007) concluyen que en ambos destinos la percepción del impacto positivo de la actividad turística sobre la dimensión económica es muy elevada, incluso para el residente del segmento crítico. De hecho, se observa que la variable que menos discrimina en el cluster es la oportunidad de empleo que genera el turismo para los destinos, que obtiene en todos los segmentos un grado de acuerdo muy elevado. Por el contrario, los impactos más negativos del turismo se centran en las dimensiones mediambientales, acentuándose significativamente en el segmento de los críticos.

Macao.

Vong y McCartney (2005) proponían en su trabajo la GIPM (*Gaming Impact Perception Matrix*) que pretende describir las distintas tipologías de actitudes hacia los casinos de Macao, aunque es aplicable al turismo en general. En la GIPM se describen cuatro tipos de actitudes (optimistas, escépticos, reservadamente optimistas y neutrales) planteando una división de los residentes parecida a la que plantearon Ryan y Montgomery (1994).

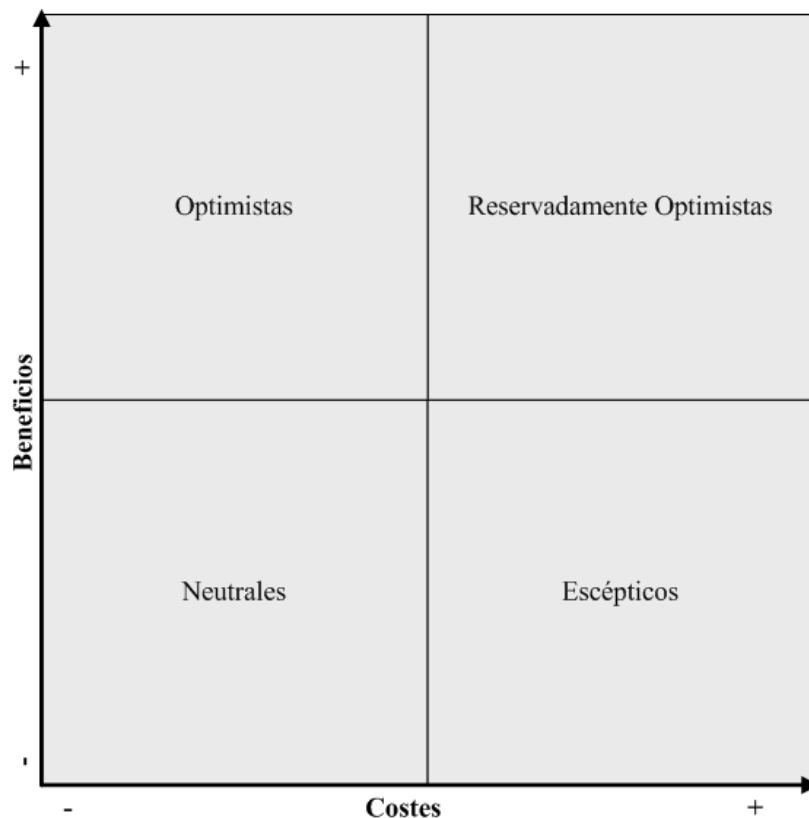


Figura 18: GIPM o Matriz de Percepción de los Impactos del Juego.

Fuente: Vong y McCartney (2005).

Vong y McCartney (2005) relacionan la GIPM con el ciclo de vida del destino turístico planteado por Butler (1980) representando las fases del ciclo de vida como un desplazamiento de los residentes sobre la GIPM. La fase de exploración del ciclo de vida correspondería con unas percepciones de los residentes *neutrales*, ya que los costes y beneficios percibidos son mínimos o virtualmente desconocidos. Las fases de implicación y desarrollo del ciclo de vida corresponderían con una situación en la que los beneficios percibidos son claramente superiores

a los costes percibidos por los residentes y por tanto las percepciones de los residentes pasan de *neutrales a optimistas*. Al aumentar los costes del desarrollo turístico la sociedad entra en las fases de consolidación y estancamiento, las cuales pueden encontrarse relacionadas con unas percepciones *reservadamente optimistas*. Si la actividad turística produce más costes que beneficios puede entrarse en la fase de declive y las percepciones de los residentes volverse *escépticas*.

En el caso concreto del desarrollo de casinos y juego tiene la particularidad de que puede no ser recibido positivamente por muchos miembros de la comunidad. El ciclo puede empezar con una mayoría de los residentes con percepciones *escépticas*, tal y como postulan algunos autores (England y Albrecht, 1984; Perdue, Long, y Kang, 1999). El motivo de producirse un inicio con tantas posturas contrarias puede ser debido a que es un sector con un inicio explosivo en cuanto a desarrollo. Si el posterior desarrollo del sector genera beneficios puede producirse el paso de los *escépticos* a los *reservadamente optimistas* al adaptarse los residentes al desarrollo que se ha producido y, posteriormente, dependiendo de la valoración subjetiva que realicen los residentes de la relación costes-beneficios, los residentes pueden cambiar sus opiniones a *optimistas* o volver a ser *escépticos* (Vong, 2009; Vong y McCartney, 2005). En este caso el punto de partida de las percepciones y actitudes de los residentes es más negativo que en el caso general.

La GIPM sugiere que es posible un renacimiento del sector después del estancamiento del mismo, generándose una evolución representada por estancamiento-renacimiento-estancamiento-renacimiento (Vong y McCartney, 2005). Este planteamiento recuerda a la fase de reorientación propuesta por Agarwal (1994), como fase intermedia entre el estancamiento y el declive y que puede extenderse durante un largo plazo.

Folgaria (Trentino-South Tyrol), Italy.

Brida, Osti y Barquet (2010) detectaron en su estudio de la pequeña comunidad de Folgaria cuatro grupos distintos: Environmental Supporters, Development Supporters, Protectionist y Ambivalent. Folgaria es un destino alpino maduro del norte de Italia.

- Los “Environmental Supporters” (40%) están parcialmente de acuerdo con los impactos positivos económicos y socioculturales, y con los impactos negativos medioambientales. Además, están parcialmente en desacuerdo con los impactos negativos socioculturales y los impactos positivos medioambientales. Este grupo se caracteriza demográficamente por estar formado en su mayoría por mujeres. Los “Environmental Supporters” se subdividen en dos grupos que se diferencian por el hecho de que el primero (25%) está formado por familias con menor renta y sin ningún miembro empleado en el sector turístico, mientras que el segundo (15%) sí tiene al menos un miembro trabajando en el sector y mejor renta.
- Los “Development Supporters” (27%) están de acuerdo con los impactos positivos del turismo y en desacuerdo con los impactos negativos. Este grupo está caracterizado por: mayoritariamente son hombres, viven en la región desde hace 35 años de media y un miembro de la unidad familiar trabaja en el sector desde hace más de cinco años.
- Los “Protectionists” (14%) están de acuerdo con los impactos negativos en el medioambiente y en desacuerdo con el efecto positivo en la región. No tienen postura clara en relación a los impactos socioculturales. Son mayoría los hombres y ningún miembro de la familia trabaja en el sector.
- Los “Ambivalents” (18%) están de acuerdo con los impactos positivos económicos y tienen una postura ambigua en relación a los impactos socioeconómicos y medioambientales. Este grupo está formado mayoritariamente por hombres que se encuentran cerca de la edad de jubilación, son los que llevan más tiempo viviendo en la región y ningún miembro de la unidad familiar trabaja en el sector.

Paralelismos entre los estudios empíricos.

Los diversos análisis clúster revisados se caracterizan por usar metodologías ligeramente distintas en destinos distintos. Aún así, se pueden observar algunas similitudes en el resultado

obtenido. En todos los estudios se detecta la presencia de dos grupos: los defensores del turismo y los detractores a ultranza. Ambos grupos aparecen siempre, aunque con proporciones distintas.

	CRITICOS	SIN OPINION FORMADA	PARTIDARIOS CON OPINION MATIZADA	PARTIDARIOS INTERESADOS	PARTIDARIOS ESTUSIASITAS
Davis <i>et al.</i> (1988)	Haters (16%)	In-betweeners (18%)	Cautious Romantics (20%)	Love'em for a Reason (26%)	Lovers (20%)
Evans (1993)	Haters (11%)		Controlled (32%)	Selfish (37%)	Lovers (20%)
Ryan y Montgomery (1994)	Somewhat Irritated (24%)	Middle-of-the-Roaders (54%)			Enthusiast (22%)
Madrigal (1995)	Haters (31%)		Realists (56%)		Lovers (13%)
Ryan <i>et al.</i> (1998)			Cautious Supporter (40%)	Moderate Enthusiast (42.5%)	Extreme Enthusiast (17.5%)
Fredline y Faulkner (2000)	Haters (15%)	Ambivalent Supporters (29%)	Realists (24%)	Concerned for a Reason (9%)	Lovers (23%)
Weaver y Lawton (2001)	Opponents (22%)	Neutrals (51%)			Supporters (27%)
Williams y Lawson (2001)	Cynics (10%)	Innocents (20%)		Taxpayers (25%)	Lovers (45%)
Thyne y Lawson (2001)	Critics (16%)	We Miss Out (40%)		Self-Interest Supporters (30%)	Lovers (14%)
Andriotis y Vaughan (2003)			Socially and Environmentally Concerned (40%)	Economic Skeptics (18%)	Advocates (42%)
Aguiló y Rosselló (2005)	Protectionists (20%)	Ambivalent and Cautious (24%)	Prudent Developers (26%)	Alternative Developers (18%)	Development Supporters (11%)
Gutiérrez y Díaz (2006)	Anti-desarrollo turístico	Ambiguos			Pro-desarrollo turístico
Díaz <i>et al.</i> (2007)	Críticos	Cautos			Positivos
Brida <i>et al.</i> (2010)	Protectionists (14%)	Ambivalent (19%)	Environmental Supporters (40%)		Development Supporters (27%)
Vong y McCartney (2005)	Escépticos	Neutrales	Reservadamente optimista.		Optimistas

Tabla 8: Comparativa entre los principales estudios.

Los partidarios representan porcentajes de la población que oscilan entre el 11% en los destinos maduros y masificados y el 45% en las áreas que se encuentran en sus fases iniciales. Son los “Lovers” de Davis *et al.* (1988), Evans (1993), Fredline y Faulkner (2000), Madrigal (2005) Thyne y Lawson (2001) y Williams y Lawson (2001), los “Enthusiast” de Ryan y Montgomery, los “Supporters” de Weaver y Lawton (2001), los “Development Supporters” de Aguiló y Rosselló (2005) y Brida *et al.* (2010), etc. Este grupo se caracteriza por dar enorme importancia

a los impactos positivos generados por el sector y minimizar los impactos negativos. Además reciben o esperan recibir importantes beneficios del turismo.

Los detractores representan porcentajes que oscilan entre el 11% en los destinos incipientes y el 31% en los destinos maduros y masificados. Son los “Haters” de Davis *et al.* (1988), Evans (1993), Fredline y Faulkner (2000), y Madrigal (2005), los “Somewhat Irritated” de Ryan y Montgomery (1994), los “Opponents” de Weaver y Lawton (2001), los “Cynics” de Williams y Lawton (2001), los “Critics” de Thyne y Lawson (2001), los “protectionists” de Aguiló y Rosselló (2005) y Brida *et al.* (2010), etc. Este grupo da enorme importancia a los impactos negativos y no consideran que reciban ningún beneficio del sector pero sí costes. En general, preferirían que el desarrollo turístico fuera menor o incluso nulo.

A parte de estos dos grupos, siempre presentes, los diversos estudios detectan entre uno y tres grupos más de difícil equiparación entre sí. Los paralelismos son difíciles de realizar debido a las variaciones en la metodología usada. Por ejemplo, el conjunto de variables usadas en cada estudio difiere bastante (entre ocho y 62 variables), los estadísticos usados son similares pero no iguales, etc. (Fredline y Faulkner, 2000). Además las regiones estudiadas poseen importantes diferencias. Estos grupos intermedios suelen estar caracterizados por poseer una postura general hacia el turismo y su desarrollo menos clara que en los dos grupos anteriores aunque siempre tienden hacia posturas generales positivas.

En los destinos turísticos muy consolidados y masificados los individuos con alta percepción de los impactos tanto positivos como negativos y que reconocen la dependencia que posee la región del sector suelen ser uno de los grupos más importantes en volumen. Son en sí mismos la constatación de que la población residente es consciente de su dependencia económica. El hecho de que estén altamente de acuerdo con los impactos negativos y positivos planteados ha llevado a algunos autores a denominarlos “Realists” (Fredline y Faulkner, 2000; Madrigal, 1995). El estudio de Fredline y Faulkner (2000) encuentra paralelismos entre los grupos Haters, Lovers y Realists de Gold Coast y del estudio de Madrigal (1995).

En las regiones con un desarrollo turístico escaso o con amplias zonas exentas de presencia turística se detectan grupos más o menos grandes de personas que muestran respuestas confusas. Estas respuestas confusas ocultan en muchos casos una falta de conocimiento de primera mano del sector debido a la falta de contacto con el mismo.

Finalmente cabe destacar que en algunos estudios se detecta un grupo de individuos que se caracterizan por responder en clave personal y no social como en el resto de grupos. Son personas que valoran el desarrollo turístico en relación a lo que reciben y lo que dan a cambio ellos a nivel individual y no tienen en cuenta los efectos globales sobre la sociedad o la región. En muchos casos son personas recién llegadas a la región para trabajar en el sector y con poca integración en la comunidad local.

La repetición de ciertas pautas en los distintos estudios lleva a aventurar que pueden existir tipologías preestablecidas de residentes cuyo peso en la sociedad dependerá del destino concreto que se analice.

1. Segmentación Teórica.

Tras revisar diversos estudios en los que se realiza una segmentación de los residentes según su actitud hacia el turismo y observar ciertos paralelismos, parece lógico intentar establecer una segmentación teórica que permita plasmar las distintas tendencias existentes en una región. Esta segmentación teórica dividiría la población en cinco grupos: Partidarios Entusiastas, Partidarios con Opinión Matizada, Partidarios Interesados, Críticos y Sin Opinión Formada.

- Partidarios Entusiastas (hasta el 45%, normalmente entre el 10% y el 25%). Este grupo de opinión existe a lo largo de todo el ciclo de vida del destino y parece que ronda entre el 10% y el 20% de la población en destinos maduros y masificados y entre el 20% y el 30% en destinos en fases de desarrollo más incipientes. Puede ser muy numeroso ante posibilidades

de desarrollo especialmente atractivas. Este grupo son las personas con una opinión más favorable, ya que valoran enormemente los impactos positivos e infravaloran los impactos negativos del turismo. Tienden a perder peso en la sociedad, al avanzar el desarrollo, en favor de los Partidarios con Opinión Matizada y los Críticos. Este grupo está formado por las personas que reciben, o esperan recibir, de una forma más directa los impactos positivos del desarrollo turístico, por ejemplo trabajadores y empresarios del sector con altas rentas.

- Partidarios con Opinión Matizada (entre el 20% y el 60%). Este grupo puede no estar presente en los inicios, pero aumenta su presencia con el desarrollo y se encuentra ampliamente vinculado a la dependencia turística que posea la región. Alcanza su máximo peso en regiones con un desarrollo muy fuerte y una elevada dependencia económica. Las opiniones expresadas por este grupo son favorables pero matizadas por el reconocimiento de los impactos negativos. En líneas generales su actitud es positiva, pero se debe a que reconocen la dependencia personal y regional que existe hacia los ingresos generados por el sector.
- Partidarios Interesados (entre el 10% y el 35%). Este grupo es insignificante en los inicios y crece al aparecer flujos de inmigración generados por la falta de mano de obra a causa del crecimiento turístico. En este caso se trata de personas que apoyan el turismo por intereses personales, ya que el turismo les aporta los ingresos económicos que les llevó hasta la región. Suelen ser personas inmigrantes llegadas por motivos económicos que llevan un corto periodo de tiempo residiendo en la región y no tienen apego a la comunidad local.
- Críticos (hasta el 40%, normalmente entre el 10% y el 25%). Las personas críticas con el turismo suelen rondar el 10%, pero puede variar en función de elementos culturales o sociales de la población local y del nivel de desarrollo y colapso turístico que viva la región, llegando a porcentajes muy elevados en casos extremos. Suelen ser personas que no perciben de forma directa los beneficios que aporta el turismo, pero si los costes, y que consideran muy grave el cambio cultural y la pérdida de capacidad de decisión sobre el futuro de la región.
- Sin Opinión Formada (entre 0% y 60%). En el inicio del desarrollo turístico este grupo es el mayoritario, pero con el paso del tiempo va reduciéndose debido a que la población incrementa continuamente su implicación en el sector turístico. En los destinos maduros este grupo es inexistente o insignificante al existir un enorme conocimiento del sector que convierte a estos individuos en Críticos o Partidarios, en sus diversas vertientes. Aun así, puede existir un grupo de personas con poco interés en el sector, poco apego a la comunidad, baja dependencia económica del turismo y opiniones poco formadas (los Neutros o Moderados), en los destinos consolidados. Generalmente la presencia de Neutros o Moderados en un destino consolidado se debe a la presencia de zonas o sectores económicos totalmente independientes del turístico. Estas zonas o sectores representan en muchos casos islas de la comunidad previamente existente.

No tienen porque aparecer en todas las regiones los cinco grupos. Si estarán los Partidarios Entusiastas y los Críticos, como vemos que se repite una y otra vez en los diversos estudios empíricos. Pero los otros tres grupos oscilarán enormemente o incluso desaparecerán en según qué casos. Los individuos Sin Opinión Formada serán la inmensa mayoría en los inicios del turismo, junto con un grupo de Partidarios Entusiastas que actuarán de motor de desarrollo y una pequeñísima presencia de Críticos.

En las primeras fases de desarrollo turístico los individuos Sin Opinión Formada irán integrándose en los Partidarios Entusiastas o los Partidarios con Opinión Matizada, según lo beneficioso que resulte para ellos la implicación en el sector. Las personas que resulten marginadas de los beneficios generados y que sufran los costes pasarán a integrar el grupo de los Críticos.

En la fase de madurez los Partidarios Entusiastas representan una parte pequeña de la población. Si el nivel de dependencia de la región es muy elevado el grupo mayoritario será el de los Partidarios con Opinión Matizada, desapareciendo el grupo de los Sin Opinión Formada. Si el

desarrollo no es tan intenso o el turismo se combina con otros sectores económicos, los Partidarios con Opinión Matizada serán menos numerosos y permanecerá un grupo significativo de Neutros o Moderados como supervivencia de los individuos Sin Opinión Formada.

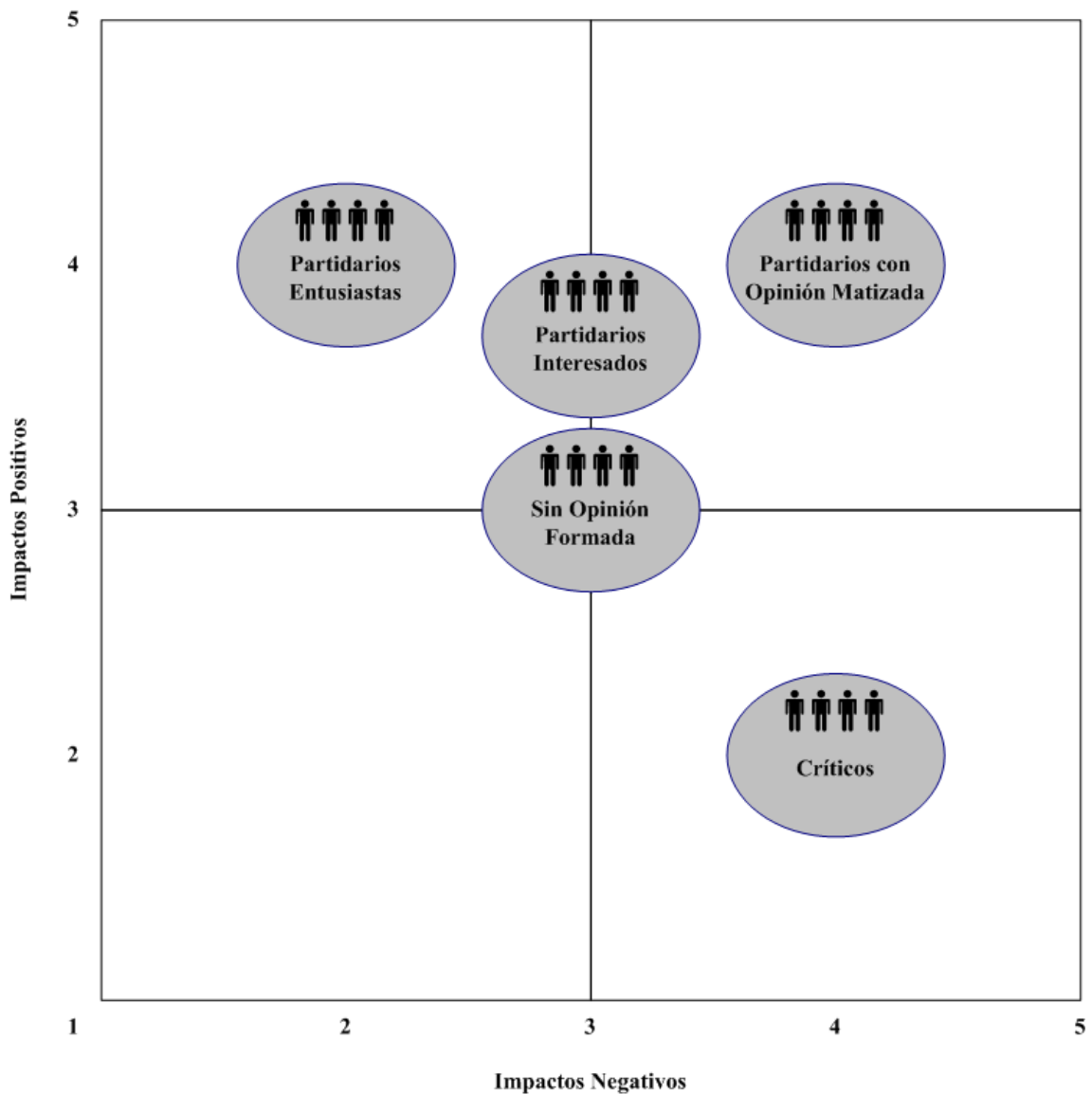


Figura 19: Grupos de residentes según actitud hacia el turismo: modelo teórico.

Fuente: elaboración propia.

Dependiendo de la planificación y grado de masificación que sufra la región en su evolución, será mayor o menor el grupo de los Críticos. Si el desarrollo ha sido planificado y toda la población resulta beneficiada, el grupo de los Críticos tendrá una presencia mínima y los impactos negativos se plasmarán en la fuerte presencia de Partidarios con Opinión Matizada. En cambio, si el desarrollo es descontrolado, tiende a la masificación, causa fuertes impactos negativos y hay un mal reparto de los beneficios, el grupo de los Críticos será muy significativo. Si los Críticos superan a los Partidarios, en sus distintas modalidades, el destino turístico llegará a su fin como tal ya que las presiones para reducir o eliminar este sector superaran a las presiones para mantenerlo. Esta evolución se produciría de forma parecida a lo que muestran los modelos Irridex de Doxey (1975) y GIPM de Vong y McCartney (2005), pero con el matiz de que en este caso en todo momento hay varios grupos interactuando en la región.

Las variables demográficas de la población residente afectan su actitud hacia el turismo al relacionarse con los valores y prioridades de los individuos, es decir, las variables demográficas actúan como aproximación de los elementos personales que afectan de forma directa a las actitudes y opiniones. Por tanto, es de esperar una cierta relación entre variables y actitudes. Con relación a las variables sociodemográficas se pueden mencionar varios grupos de residentes:

- El primer grupo estaría formado, mayoritariamente, por nativos de la región. Este grupo de personas lleva toda la vida residiendo en la localidad y descende de personas que residen o residieron en la región. Poseen un conocimiento muy amplio de la cultura y las tradiciones locales, y lo sienten como propio. Este grupo suele tener actitudes favorables hacia el turismo en el inicio de la actividad turística. El grado de euforia por el desarrollo turístico depende del nivel económico local y la forma de implantar la actividad turística. Con el desarrollo del turismo la actitud de los nativos del lugar sufre cambios. Los que han alcanzado prosperidad económica tienen una opinión ampliamente favorable hacia el sector turístico, pero los habitantes que casi no han obtenido mejoras individuales y sufren los problemas sociales del crecimiento turístico tienen una opinión poco favorable o desfavorable. Por tanto la actitud hacia el turismo de este grupo depende de las perspectivas de ganancia económica, en un principio, y posteriormente también de los beneficios realmente obtenidos.
- El siguiente grupo está formado por los residentes que no nacieron en la región pero que se trasladaron a vivir a la zona antes del inicio del turismo o en sus inicios. Este grupo no tiene como suya la cultura de la región pero la admira y conoce. Es este motivo el que impulsó a estas personas a residir en la región. Son gentes que conocían y admiraban la cultura y el modo de vida local, y decidieron abandonar su anterior lugar de residencia para vivir en un ambiente distinto. En este caso se trata de personas más satisfechas con el modo de vida y sus posibles deficiencias económicas que las personas nativas. Por tanto tienen mayores reticencias al cambio que la población nativa, ya que el desarrollo turístico significa para ellos renunciar a lo que habían buscado durante mucho tiempo, una vez lo han conseguido. Se trata de un grupo más conservacionista que el anterior y que ofrece resistencia a las innovaciones que conlleva el desarrollo turístico y que llevaría hasta su casa los elementos de los que había escapado en su lugar de origen. Pueden sufrir con el tiempo una transformación de su actitud similar a la del grupo anterior pero generalmente no llegan a tener una opinión muy positiva.
- Otro grupo estaría formado por los recién llegados. Son personas que residen desde hace poco tiempo en el lugar y que han llegado impulsadas por la perspectiva de obtener un beneficio económico que en su lugar de origen se les resistía. Suelen ser personas jóvenes o de mediana edad que viven solas o familias jóvenes. Su única prioridad es el beneficio económico, siendo los costes sociales poco importantes para ellos, y si los beneficios económicos son demasiado bajos o los costes demasiado elevados para seguir viviendo en la localidad se trasladan a un nuevo destino en donde haya mejores perspectivas económicas. Los costes más importantes para ellos son los costes económicos (nivel de precios, impuestos) y de una forma secundaria la inseguridad ciudadana. Este grupo de personas son las causantes de que haya una gran rotación de población residente en los destinos con un importante atractivo turístico. Además de la rotación de la población se produce un aumento de la población total residente, y ambos elementos provocan que cualquier dato o registro sobre la población quede inmediatamente desfasado. En las regiones con una amplia rotación de la población se produce la peculiaridad de que la población adulta nacida en la localidad es muy escasa (como es el caso de Los Ángeles) y los índices de natalidad muy elevados debido a que con la rotación y aumento de la población las parejas en edad fértil son un porcentaje superior a la media de otras regiones.
- Existe un grupo de residentes que llevan mucho tiempo en la región que podrían considerarse un subgrupo del anterior. En este caso se trata de personas que llegaron buscando una mejora económica personal y que al no encontrar una opción mejor fuera de la

región han permanecido en ella de forma indefinida. Estos residentes se comportan en sus inicios como recién llegados a los que sólo les importa el beneficio personal, pero con el paso del tiempo su comportamiento va asemejándose al de la población nativa y forman el núcleo no nativo de la población de larga residencia. Al adoptar las pautas de actitudes de los nativos, los residentes antiguos atraídos por las oportunidades de negocio se dividen en dos grupos: los que han conseguido una próspera situación económica gracias al sector turístico poseen actitudes muy entusiastas, y los que han conseguido trabajo pero de nivel retributivo modesto y no han dispuesto de mejores oportunidades ni dentro ni fuera de la región tienen una actitud indiferente o negativa del turismo.

Destino Turístico (100%)		Con Opinión Formada y Clara (%)				Sin Opinión Clara (%)	
		Partidarios Entusiastas (%)	Partidarios con Matices (%)	Partidarios Interesados (%)	Críticos (%)	Sin Opinión Formada (%)	Neutros o Moderados (%)
Nativos (%)	Menos de a años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre a y b años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre b y c años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre c y d años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre d y e años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre e y f años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Más de f años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Foráneos (%)	Menos de g años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre g y h años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre h y i años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre i y j años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Entre j y k años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	Más de k años (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)

Tabla 9: Modelo de Mapa de Actitudes.

Fuente: elaboración propia.

- Finalmente existe un último grupo formado básicamente por gente joven. Forman este grupo jóvenes nacidos y criados después del total desarrollo del turismo en el destino y algunos foráneos con ganas de unas "vacaciones continuas". Se trata de personas que han vivido siempre dentro del bullicio turístico y han asimilado tanto el estereotipo que se "vende" a los turistas que han llegado a considerarlo lo normal. Por tanto estas personas enfocan su existencia de cara al ocio y a las actividades típicamente ofrecidas a los turistas. Su actitud hacia el turismo es muy confusa mezclándose ideas de protección del medio ambiente y reducción de impactos ambientales con una afición enorme por el bullicio y la fiesta que vive la localidad como atracción turística. El principal problema de este grupo es que perpetua los problemas provocados por los turistas entre la población residente y tienen una enorme desgana por todo lo relacionado con el trabajo.

La población residente puede dividirse de dos formas, según la opinión expresada o según las características sociales que posean sus miembros, tal y como se acaba de comentar. Pero se puede ir un paso más allá de esta división teórica de la sociedad local mediante la intersección de ambas segmentaciones. El resultado es una tabla o mapa de actitudes que contiene frecuencias relativas y resume las actitudes generales de los residentes en una región y momento concretos, permitiendo realizar comparaciones entre regiones y momentos distintos (Tabla 9).

El beneficio percibido para la comunidad no aporta riqueza de información para la toma de decisiones y por tanto la visión personal del residente es el punto de partida para mejorar los niveles de predisposición hacia la actividad turística. En este proceso la segmentación de los residentes es un paso vital, debido a que la globalidad no aporta suficiente información para la toma de decisiones, en cambio el tratamiento de grupos de residentes con niveles de predisposición diferenciados permitiría adecuar las líneas estratégicas desarrolladas en el destino para reducir los impactos negativos y potenciar los positivos. El destino debe neutralizar o mejorar las percepciones de los grupos menos sensibilizados con el turismo (Gutiérrez y Díaz, 2006).

CAPÍTULO 4. IMPLICACIONES PARA LA PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

El conocimiento de la realidad social de las comunidades que acogen el turismo permite, en definitiva, llevar a cabo planes de acción específicos que potencien las ventajas del turismo y reduzcan la importancia de los impactos negativos. El conocimiento de la visión que posee la comunidad receptora del turismo es parte importante en el diseño, desarrollo y ejecución de cualquier plan estratégico de un destino turístico (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

La planificación de un destino turístico es muy compleja (Mathieson y Wall, 1984) por el propio desarrollo del destino y por el gran número de agentes involucrados, como es el caso de los residentes (Gunn, 1988). Es muy importante conocer la opinión y percepción que los residentes poseen del turismo y sus impactos para realizar una planificación sostenible del destino (Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé, y Ramos, 2006; Ritchie y Crouch, 1999; Choi y Sirakaya, 2006; Sheldon y Abenoja, 2001). Las opiniones de los residentes se concretan en el apoyo o rechazo del desarrollo turístico. El apoyo de los residentes es necesario por dos razones: deben soportar los costes de las infraestructuras necesarias para el turismo, y la hospitalidad y el trato amable de la población local hacia los turistas resulta fundamental (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Por tanto, identificar y entender los factores que influyen en las actitudes de los residentes es muy importante para los planificadores y los gestores de destinos turísticos. El conocimiento de los factores que afectan las actitudes de los residentes y sus interrelaciones puede permitir prever el apoyo de la población antes de comprometer grandes cantidades de recursos en un proyecto. Los gestores y los empresarios deben centrar su atención en los factores que resultan de gran preocupación para la población (medioambiente, educación, economía, oferta comercial y sociocultural, etc.) y dar a conocer como el desarrollo turístico puede ayudar a mejorar estos factores (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). Esta argumentación es válida, principalmente, para las regiones sin turismo o con un desarrollo incipiente o para nuevas iniciativas sin antecedentes en la zona; en el resto de los casos puede resultar una solución inútil.

Si los responsables turísticos saben por qué los residentes favorecen o rechazan el desarrollo turístico, será más sencillo elegir los productos turísticos adecuados o determinar las acciones que permitirían reducir o potenciar actitudes, negativas o positivas, costes o beneficios (Harrill, 2004). En este caso es necesario conocer el significado de la actitud y la respuesta necesaria en el proceso de planificación del destino, en definitiva, descubrir las relaciones entre impactos o el origen intrínseco-extrínseco de los factores que los potencian o reducen (Faulkner y Tideswell, 1997). Lankford (2001) determina que la investigación en impactos del turismo sobre la comunidad es parte de la información a considerar en un proceso de planificación del destino. Esta idea no es nueva y autores como Ritchie y Crouch (1999) en su modelo de competitividad de destinos turísticos ya la consideran, al proponer como recurso diferencial la “hospitalidad”. Una predisposición negativa afectaría los niveles de satisfacción de la experiencia turística. Los resultados del estudio de Sheehan y Ritchie (2005) son determinantes en este sentido: los residentes son considerados parte interesada en el turismo con elevado potencial para amenazar al destino, requiriendo estrategias de “colaboración” e “implicación” con el residente en el proceso de planificación del mismo (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Cada destino turístico debe encarar con decisión cómo poner a disposición del visitante una experiencia que satisfaga sus necesidades, mientras mantiene la forma de vida de los residentes. La complejidad radica en controlar los impactos positivos y negativos procedentes de las dimensiones económica, cultural, social y mediambiental, así como conocer los factores o condicionantes que intensifican o varían el sentido de dichos impactos (Díaz y Gutiérrez, 2005; Gutiérrez y Díaz, 2006). Ritchie y Crouch (1999) sostienen que un destino debe ser sostenible, para lo cual debería mejorar la calidad del destino, además de proteger su espacio natural (Hassan, 2000). En línea con este argumento un destino no sólo debe ser sostenible desde la dimensión ecológica y económica, además debe cuidar la dimensión social, cultural y política.

Por tanto es necesaria una visión holística de la planificación del destino (Díaz, 2002; Gutiérrez y Díaz, 2006).

De acuerdo con Mathieron y Wall (1984) los objetivos del proceso de gestión del destino se centran en mejoras del beneficio económico, mejora de infraestructuras y logro del bienestar en la comunidad local. Por tanto en función de cómo se desarrollen los productos y destinos, aportando valor constante al turista, el éxito residirá, en gran parte, en los beneficios sociales, económicos, culturales o medioambientales percibidos por las comunidades residentes (Gutiérrez y Díaz, 2006).

El uso de técnicas de marketing interno diseñadas para informar a los residentes de los beneficios que aporta el desarrollo turístico, principalmente económicos, puede conseguir el apoyo necesario para el desarrollo y adecuada gestión del destino turístico, y es importante para contrarrestar la opinión de los residentes que perciben que el turismo les aporta pocos beneficios. La comunicación de los beneficios indirectos puede ser fundamental para decantar la opinión de los residentes supuestamente neutrales (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). El residente debe poseer una actitud favorable ante todos los segmentos y productos turísticos, en caso contrario es necesario tomar medidas dirigidas a ello. Por tanto es especialmente importante el papel de un marketing interno que favorezca las acciones de un marketing interactivo, entre visitante y residente (Gutiérrez y Díaz, 2006).

Un factor crítico y de la máxima relevancia en destinos incipientes es la percepción de la situación económica de la comunidad local (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002), ya que es el principal impulsor de las actitudes favorables al desarrollo de una industria turística en la localidad. Las comunidades con una pérdida de nivel económico, especialmente aquellas que han sufrido el declive de sus sectores económicos principales anteriores (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002), o, simplemente, que nunca han disfrutado de un nivel de vida aceptable son más receptivas al turismo.

Es importante mencionar que las zonas con un fuerte desarrollo turístico tienen mayores proporciones de residentes poco entusiastas con la actividad turística. Este problema es análogo a la situación de las áreas con actividad industrial, en las que una gran parte de la población se encuentra altamente concienciada con el problema de la contaminación (Williams y Lawson, 2001). El hecho de que el apoyo de la comunidad local sea fundamental para el buen desarrollo del turismo (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Cooke, 1982; Lankford, 1994; Murphy, 1985; Ritchie, 1993) hace que sea necesario tener en cuenta, seriamente, los valores y las percepciones de los grupos menos entusiastas con la industria turística (Williams y Lawson, 2001) para evitar que torpedeen las actividades de promoción turística o que impidan el adecuado desarrollo del sector con su oposición activa. La acción más adecuada en estos casos es averiguar cuáles son los aspectos de mayor preocupación para estos residentes y promocionar los beneficios que el turismo aporta o puede aportar en esas áreas.

Para asegurar que los miembros de la comunidad local reciben los beneficios económicos y culturales generados por el turismo, los planificadores y gestores deben crear las condiciones adecuadas para que los residentes puedan participar activamente en la gestión. La comunidad puede cuidar de su cultura y obtener beneficios más allá de lo estrictamente económico si se la deja intervenir en la toma de decisiones (Besculides, Lee, y McCormick, 2002).

Uno de los valores con mayor importancia en la actualidad es la concienciación medioambiental. Un elevado ecocentrismo en la sociedad no implica, necesariamente, la oposición al desarrollo turístico, pero si es más difícil comunicar los beneficios del turismo a este tipo de población y hay que ser sensibles a sus preocupaciones. El desarrollo, aplicación y promoción de programas de conservación y preservación del medioambiente puede ser fundamental para ganar apoyos en esa área (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002). En este caso el tipo de desarrollo propuesto puede resultar crítico, ya que la reacción ante el turismo cultural no es igual a la del turismo de sol y playa.

Recoger las diversas visiones que poseen la comunidad local y actuar en consecuencia no es fácil, pero es necesario si queremos minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos

positivos, y con ello conseguir que el turismo sea visto como un camino de prosperidad por los residentes (Mason y Cheyne, 2000).

1. Posibles actuaciones para mejorar las actitudes de los residentes.

La revisión bibliográfica realizada nos induce a afirmar que, de cara a la planificación de destinos turísticos incipientes o consolidados, sería interesante tener en cuenta un conjunto de propuestas genéricas que pueden resultar útiles para mejorar la gestión del destino, es decir, para maximizar los beneficios percibidos, minimizar los costes sufridos o controlar la percepción que tienen los individuos de los impactos generados por el sector:

A) No superar las capacidades de carga de la región.

El primer paso a realizar, tanto en destinos incipientes como en destinos consolidados, es medir las capacidades de carga que posee la región y las posibles variaciones de estas capacidades en un futuro, ya que estas marcan los límites que no hay que rebasar si se quiere que el sector tenga futuro a largo plazo.

Los recursos físicos, tanto naturales como infraestructuras, son el elemento que determina la capacidad física de un destino turístico. Esta capacidad puede ampliarse con un mejor aprovechamiento de los recursos naturales (cuyo máximo nos viene dado) y con un aumento de las infraestructuras existentes (con un margen más flexible). En este caso los recursos naturales son el límite más importante, por ser menos flexible, y por tanto son los que determinan la capacidad física de un destino. Aunque se pueden adoptar algunas acciones para permitir soportar mayores niveles de actividad de lo que permiten los recursos naturales (trasvases, envíos especiales, etc.), su coste y complejidad no son viables más que para desajustes puntuales y excepcionales. Esta capacidad determina el máximo de personas que puede soportar la región, y este máximo engloba a residentes y turistas.

Los recursos financieros de que se dispone para el desarrollo del turismo marca la capacidad de carga económica. Esta es la capacidad de carga más fácilmente ampliable de todas y en la práctica sólo limita la velocidad del desarrollo turístico. Además, la capacidad de carga económica permite ampliar las capacidades de carga físicas previamente existentes (mejora de infraestructuras). Aunque se puede ampliar la capacidad de carga económica de la región con inversiones del exterior, no es recomendable abusar de esta fórmula por dos motivos: puede acelerar el crecimiento del sector más deprisa de lo que las capacidades psicológicas de la población local pueden aumentar (crecimiento excesivamente rápido para los residentes), y puede tener una baja repercusión económica en la sociedad local no generando actitudes positivas en los residentes (los residentes no obtienen beneficios). Por tanto es interesante que el crecimiento del sector se realice con recursos económicos de la región, salvo que la medición de las capacidades psicológicas nos indique que hay margen para una financiación externa, es decir la población quiere o está dispuesta a admitir un crecimiento superior al que puede financiarse localmente. En todo caso, cuando las capacidades financieras internas son limitadas es mejor crecer cualitativamente que cuantitativamente, ya que de esta forma la capacidad de carga psicológica (da más importancia a la cantidad) permitirá una mayor capacidad de carga financiera.

La capacidad de carga perceptual hace referencia al volumen de turistas que los residentes están dispuestos a soportar o tolerar. La superación de este límite puede generar conflictividad entre turistas y residentes, deteriorando la oferta turística gravemente. Este límite actúa de freno a la inversión y la realización de infraestructuras ya que, aunque técnicamente se puedan aumentar, la población no se encuentra mentalmente dispuesta a ello. Para expandir este límite es importante hacer pedagogía del turismo entre la población y sobre todo intentar que el desarrollo turístico revierta el máximo posible de beneficios en la población local. Para este segundo fin es necesario dar prioridad a la financiación local y que de esta forma los beneficios que queden en la comunidad local sean mayores.

La capacidad de carga paisajística es una capacidad de carga psicológica que hace referencia al volumen de personas que puede admitir el destino antes de que se produzca un deterioro estético que resulte inasumible para la población y los turistas. En este caso no es un límite marcado directamente por la presencia de los turistas sino por sus impactos negativos sobre el entorno. La tipología del turismo es un parámetro importante para ampliar el volumen de turistas sin rebasar la capacidad de carga paisajística. Vinculado a la tipología turística encontramos la estacionalidad del turismo: cuanto menor sea la estacionalidad más difícil es superar esta capacidad, y cuanto mayor es la estacionalidad mayor es la probabilidad de superar la capacidad de carga del destino en un momento dado.

La capacidad de carga ecológica o medioambiental se refiere a la capacidad de regeneración del medio ambiente ante la acción de los visitantes. En este caso nos encontramos ante una medida técnica y no psicológica, como en el caso de la capacidad de carga paisajística. Al igual que con los recursos naturales en este caso sólo se puede aumentar la capacidad por la vía de una mejor gestión que permita reducir los impactos en el medio ambiente que genera el turismo, pero sólo permite acercar la capacidad real a una capacidad potencial que viene dada por el entorno.

Las capacidades de carga física (recursos naturales) y ecológica tienen una capacidad potencial que se puede considerar inamovible y sólo se puede reducir el efecto de los impactos negativos del turismo para permitir que la capacidad real se aproxime a la potencial. La capacidad de carga psicológica es la siguiente capacidad más difícil de mover, pero esta ya permite un mayor recorrido y ampliación, aunque es un proceso delicado, lento y que depende de cómo se produzca el desarrollo turístico de la región. Las capacidades de carga que dependen del entorno natural o de la mentalidad de las personas son los límites más importantes por su dificultad de alteración y por las graves consecuencias que tiene su superación. Además actúan de freno para la ampliación de los otros límites, fácilmente ampliables.

Las capacidades de carga económica y física (infraestructuras), aunque no son fáciles de modificar son mucho más sencillas de alterar que la capacidad de carga psicológica o las capacidades de carga ecológica y física (recursos naturales). Aunque sea posible una gran ampliación de la capacidad de carga económica y física (infraestructuras) su ampliación se ve limitada por las capacidades de carga psicológica, ecológica y física (recursos naturales), lo cual hace que el crecimiento en infraestructuras sea inferior a lo que la capacidad económica existente permitiría. El resultado es que en ocasiones hay que rechazar o retrasar la realización de una infraestructura que económicamente es posible y viable.

Una vez estudiadas todas las capacidades de carga se puede definir una frontera formada por los límites más restrictivos de estas capacidades de carga, el cual no debe rebasarse si no se quiere entrar en un proceso de degradación del destino, y de las actitudes de turistas y residentes. Este límite, mediatizado por la forma de turismo existente, marca el volumen máximo de turistas que un destino puede asumir sin rebasar las capacidades de carga. En la gestión del destino turístico es importante conocer estas capacidades de carga, el límite que determinan y evitar rebasar en ningún momento estas capacidades de carga y el límite que las resume. Las capacidades de carga dan una visión general de la situación en que se encuentra el destino.

En los siguientes puntos se comentan actuaciones que pueden permitir apurar al máximo las capacidades de un destino sin caer en situaciones problemáticas que puedan llevar a su deterioro.

B) Implicar a los residentes en la actividad turística.

La implicación de la población en las actividades económicas de la región ayuda a mejorar las actitudes de los residentes hacia estos sectores. Además, siempre que sea posible, se debe implicar a la población en la gestión de la actividad. En el caso del turismo esta implicación es mucho más importante porque la mejora de las actitudes de los residentes facilita enormemente la actividad ya que la hospitalidad de los residentes es un elemento importante de la oferta turística y esta hospitalidad depende de una forma muy significativa de la existencia de unas actitudes positivas hacia el turismo entre la población local. La implicación de los residentes en la actividad turística necesita de varios elementos:

1. Un primer elemento es la correcta información al residente. Si la población local no dispone de información sobre el sector poseerá un fuerte sentimiento de desapego, debido a que la falta de información hará al sector opaco a sus ojos y lejano a su día a día. Además la información es necesaria para que los residentes puedan participar en el sector.
2. Los gestores del destino turístico deben orientar sus políticas hacia la consecución de la participación de los residentes en los beneficios del turismo, principalmente económicos. Sin acceso a los beneficios sólo quedan los costes e inconvenientes del desarrollo y es imposible una actitud favorable en este caso. Cuanto mayores sean los beneficios que reviertan en los residentes mayor será su efecto neutralizador sobre los impactos negativos percibidos por la población local. Estos beneficios se concretan en varios elementos: generación de puestos de trabajo en el sector que sean ocupados por los residentes, la calidad de los puestos de trabajo ocupados por los residentes, la posibilidad de obtener beneficios económicos generados de forma indirecta por el sector turístico, incremento de las posibilidades de prosperar iniciativas empresariales iniciadas por los residentes, mejora en la oferta comercial y de ocio accesible a los residentes, mejora de las infraestructuras y servicios públicos gracias al aumento de los ingresos públicos gracias a la actividad turística, aumento de los conocimientos y vivencias de los residentes gracias al contacto con los turistas, etc. Los gestores del destino deben maximizar estos beneficios concretos si quieren mejorar las actitudes o mantener las actuales opiniones de los residentes sin empeorar.
3. Para conseguir maximizar los beneficios que revierten en los residentes es importante conocer que es lo que quieren estos residentes y la mejor forma es mediante la participación vecinal en las decisiones que les afectan de forma directa. Este hecho se concreta en la realización de reuniones vecinales, o con los representantes vecinales, para comentarles los proyectos que se barajan y conocer sus opiniones y sugerencias al respecto. Esta participación vecinal es necesaria para concretar los beneficios que hay que potenciar para mejorar las actitudes. Además el hecho de preguntar a los residentes antes de implementar un proyecto o una política turística mejora, de por sí, las actitudes de los residentes porque sienten que son tenidos en cuenta por las Administraciones y empresas responsables.
4. Un elemento derivado de la participación vecinal y que tiene un efecto real y otro psicológico es el hecho de que las decisiones sobre turismo se encuentren en manos locales, sea en Administraciones de ámbito local o en personas originarias de la región. En este caso hay un efecto real consistente en que al descansar la toma de decisiones en personas de la zona son mejor conocedoras de la realidad local y de las inquietudes de los residentes. Pero también existe un efecto psicológico consistente en que los residentes poseen, a priori, una mejor opinión de los gestores que forman parte de la comunidad local por el simple hecho de que lo consideran un convecino con opiniones, actitudes y preocupaciones similares a las suyas. En este caso el hecho de que la gente tienda a confiar más en un vecino desconocido que en un foráneo igualmente desconocido genera este efecto psicológico positivo⁵³.

Determinados autores propugnan modelos de integración y colaboración de los grupos sociales en la planificación y gestión del destino junto al resto de gestores (Bramwell y Lane, 2000; Mitchell y Reid, 2001). En este sentido existe una amplia literatura que establece la necesidad de entablar lazos de colaboración con los participantes en la experiencia turística, para llevar a cabo una planificación conjunta del destino turístico como modelo de gestión sostenible (Bramwell y Lane, 2000; Gutiérrez y Díaz, 2006; Jamal y Getz, 1995; Keogh, 1990b; Pearce, 1996; Selin y Beason, 1991; Selin y Chávez, 1995; Selin y Myers, 1998; Yuksel, Bramwell, y Yuksel, 1999). Según Vázquez (1993) la tendencia futura se caracteriza por la presencia de redes o pluralidad de acuerdos entre los más diversos participantes (gobierno, fabricantes, distribuidores, intermediarios financieros), entre los que destaca, en el sector turístico, el residente o la comunidad local (Gutiérrez y Díaz, 2006).

⁵³ Este mismo elemento se puede observar en la creación de oferta turística. Los turistas confían más en un compatriota que en una persona local, incluso cuando la persona local se encuentra mejor preparada para ese trabajo.

Un destino bien posicionado define políticas de comunicación en colaboración y consenso entre grupos sociales, empresas e instituciones (Birtwistle, 1996; Donnelly y Vaske, 1997; Fayos-Solá, 1996; Gutiérrez y Díaz, 2006; Pritchard, 1998; Woodside, 1990; Yacoumis, 1989). La gestión compartida y participada de la imagen, difundida por todos y cada uno de los responsables del desarrollo económico y social del destino, genera una posición competitiva estable frente a las acciones de otros destinos (Gutiérrez y Díaz, 2006).

C) Generar oportunidades empresariales y de empleo para la población local.

Uno de los beneficios más importantes y que debe ser prioritario es el beneficio económico de los residentes. Este beneficio se concreta en varias tipologías:

1. Generación de ofertas de empleo para la población local. En este caso no sólo importan los parámetros cuantitativos, es decir generar muchos puestos de trabajo, sino también los parámetros cualitativos, concretamente las condiciones laborales de estos trabajos. Los empleos generados deben revertir, mayoritariamente, sobre la población local, salvo que se produzca una situación de pleno empleo o cercana al mismo entre la población local. En cuanto a las condiciones laborales, es necesario reducir algunas prácticas laborales bastante frecuentes en el sector turístico, como son:
 - La contratación de jóvenes sin formación. En un primer momento los jóvenes contratados tienen una valoración positiva de su trabajo a causa de que ganan su primer salario, pero con el tiempo se dan cuenta de que su pronta incorporación al mercado laboral y la consecuente falta de formación que poseen hace que no puedan mejorar sus condiciones laborales o incluso que empeoren con el paso del tiempo.
 - La baja complejidad de los trabajos del sector turístico causa que los jóvenes encuentren rápidamente un primer empleo, y esta rápida incorporación al mercado de trabajo provoca bajos niveles formativos. La baja cualificación requerida, y exigida a los trabajadores, lleva aparejado un gran poder de los empresarios para mantener los salarios bajos. Los salarios bajos, por tanto se encuentran vinculados a la baja productividad de los trabajadores turísticos y a la facilidad con que pueden ser reemplazados.
 - La baja productividad y el bajo salario provocan que los horarios sean muy extensos. La baja productividad y la facilidad de sustituir los empleados favorecen que los empresarios apliquen esta práctica. Por otra parte, los bajos salarios causan que los trabajadores acepten, no hay más remedio, estos horarios extremadamente largos.
 - La estacionalidad de muchos destinos provoca que se generen muchos empleos pero sólo durante una parte del año, la temporada alta, mientras que el resto del año casi no hay trabajo. Este hecho tiene una parte muy importante de la culpa de los horarios muy extensos, en vez de trabajar a lo largo del año se trabaja a destajo durante la corta temporada turística con la finalidad de ganar lo suficiente para poder vivir todo el año. La estacionalidad en el turismo y en el trabajo aumenta la precariedad laboral, incorpora a los jóvenes al mercado de trabajo antes de tiempo, empeora las condiciones laborales, reduce el valor de los salarios percibidos al no ganarlos más que durante un corto periodo de tiempo, etc.
 - Condiciones pésimas de ejercicio del trabajo. En muchos casos los trabajos vinculados al turismo tienen como característica, junto al bajo salario y los largos horarios, características que los hacen muy duros: turnos de noche, trabajos en condiciones de temperatura o clima extremas (un ejemplo son los cocineros de los restaurantes de playa), tratar con grupos de turistas borrachos y peligrosos (guías y recepcionistas), etc. En algunos casos, estas condiciones laborales hacen que los trabajos no sean cubiertos con facilidad.
2. Generación de oportunidades empresariales en el sector. La población local no sólo valora la generación de empleo por cuenta ajena, también las posibilidades de autoempleo y de crear empresas también son valoradas. Aunque el individuo nunca llegue a tomar la decisión de crear su propio negocio, el hecho de que sea posible ya aporta un efecto positivo en las

actitudes del residente. Este efecto positivo se debe a que ve factible un ascenso social gracias al turismo. Para que exista esta posibilidad se debe generar un desarrollo turístico que deje áreas de actividad económica accesibles para la iniciativa local. Además es conveniente que se faciliten formas de financiación de estas iniciativas desde la Administración, sobre todo en las primeras fases de desarrollo turístico.

3. Aumento de la demanda de sectores no vinculados al turismo de forma directa. Además de generar oportunidades empresariales y de empleo, el turismo genera demanda para sectores no directamente vinculados, como la agricultura o la pesca, que se ven beneficiados. Para maximizar este beneficio es necesario favorecer que la demanda del sector turístico hacia estos sectores sea atendida en el mayor grado posible por la oferta local o cercana al destino.

Un desarrollo eminentemente autóctono del sector turístico, junto a una oferta situada en los niveles altos de calidad son elementos muy importantes para generar puestos de trabajo y oportunidades empresariales de calidad y con buenas condiciones laborales. Por desgracia es difícil de conseguir este objetivo en destinos incipientes, ya que les faltan conocimientos y recursos para conseguirlo sin ayuda externa.

D) Controlar la llegada de inmigrantes inducida por el turismo.

Cuando las ofertas de empleo generadas por el turismo son superiores a la demanda local es necesario recurrir a personas de otras regiones o países para cubrir la demanda. Este hecho junto con el atractivo que tiene para mucha gente los destinos turísticos como lugar de residencia y trabajo hace que la inmigración que llega a las regiones turísticas sea muy grande.

La presencia de la comunidad local y de las comunidades atraídas por el turismo en un mismo entorno social hace que puedan aparecer conflictos sociales entre ellas y rechazo de la comunidad local hacia los recién llegados. Todo ello debido al fuerte aumento de la población residente y a las diferencias socioculturales entre las distintas comunidades. En este caso la mejor opción que pueden adoptar los gestores del destino para evitar estos problemas y las reacciones negativas que generan es:

- Controlar la llegada de inmigrantes, dentro de las posibilidades que tenga la Administración, con la finalidad de evitar que la población inmigrante sea superior a lo que la oferta laboral exige.
- Intentar integrar a la población recién llegada dentro de la sociedad y cultura local. En este caso debe ser una integración más cercana a la asimilación que a los conceptos de integración estricta o de multiculturalismo.

Si se modera la llegada de inmigrantes y estos son parcial o totalmente asimilados por la sociedad local los efectos negativos en las actitudes de los residentes serán nulos o casi nulos. Por el contrario si se produce una llegada masiva y aparentemente descontrolada de la inmigración, seguida por un bajo nivel de integración social los efectos negativos pueden ser muy graves.

E) Adecuado desarrollo de las infraestructuras y recursos turísticos.

El desarrollo turístico lleva parejo la creación de infraestructuras, oferta comercial y de ocio. Si en el desarrollo de estos elementos no se tienen en cuenta las necesidades y preferencias de los residentes, a parte de los turistas, pueden convertirse en una molestia para la población local. En cambio si se diseñan las infraestructuras y la oferta comercial y de ocio pensando en que satisfagan a turistas y residentes es más fácil que se vea de forma positiva por los residentes y ayude a mejorar las actitudes que muestran hacia el turismo. Por tanto es necesario:

- Mejorar las infraestructuras de la región, consiguiendo un elevado nivel de calidad de las mismas. En ello es fundamental la actuación de las administraciones responsables.
- Evitar la masificación y congestión de las infraestructuras es vital para no perder el efecto positivo que genera su mejora, para ello es necesario sucesivas ampliaciones que impidan que se rebasen sus capacidades. Pero también se debe actuar sobre su uso con la intención de

evitar que sean necesarias ampliaciones excesivamente importantes y frecuentes, ya que ello tendría un efecto negativo en las actitudes de los residentes al afectar al paisaje y el medioambiente.

- Incrementar la oferta comercial y de ocio tiene efectos positivos sobre las actitudes de los residentes si pueden disfrutar de la nueva oferta. Para ello es necesario que la oferta de ocio sea polivalente, es decir válida para turistas y para residentes. Para alcanzar esta polivalencia es necesario tener en cuenta los gustos de turistas y residentes a la hora de diseñarla y mantener la oferta fuera de los tiempos en que los turistas suelen usarla. Por ejemplo, hay que mantener oferta todo el año en los destinos estacionales.
- Finalmente hay que mencionar un elemento que resulta muy molesto a los residentes, y es el hecho de que se dé prioridad a los turistas en el uso de servicios. Si se produce un rebasamiento de la capacidad del servicio es casi inevitable aplicar criterios para dar prioridad a unos usuarios respecto a otros, pero se debe buscar un criterio lo más razonable posible y sin recurrir a ninguno que implique dar prioridad a las personas de fuera de la región frente a los residentes. La ofensa que representa para los residentes este tipo de discriminación es similar a la que sentían los indígenas de muchas colonias cuando veían que en muchos establecimientos su presencia se encontraba vetada o restringida más allá de cómo trabajadores del servicio.

F) Actuar sobre los líderes de opinión.

Las personas somos seres gregarios y en muchas ocasiones amoldamos nuestro comportamiento para encajar en un grupo social. Esta conducta causa que sea de gran importancia vigilar el comportamiento social dentro de la región con la finalidad de prevenir o corregir los efectos negativos que pueda producir sobre las actitudes. Los individuos suelen verse influidos en sus apreciaciones por las opiniones expresadas por personas de referencia, las cuales varían con cada individuo. Pero, a pesar de que las personas de referencia varían con cada individuo, hay algunas personas que son un referente para muchos individuos, son los llamados “líderes de opinión”, y actuar sobre ellos para mejorar sus opiniones hacia el desarrollo turístico de la región puede resultar muy útil para mejorar las opiniones de la población.

Junto con los líderes de opinión, es necesario vigilar e intentar intervenir sobre los temas de debate que se planteen en los medios de comunicación, ya que los temas planteados en los medios de comunicación y las preocupaciones planteadas en los mismos terminan influyendo en los temas que preocupan a los residentes y en las posturas adoptadas por los mismos al respecto.

También es necesario vigilar los movimientos de los “grupos de presión”, los cuales pueden convertirse en un duro adversario de los gestores, en la búsqueda de apoyos para sus puntos de vista. En el entorno social actual es cada vez más importante el peso y la presencia de estos grupos, siendo cada vez más importante tenerlos presentes en la toma de decisiones de los gestores de los destinos turísticos.

Por tanto, se puede concluir que es fundamental que los responsables del desarrollo turístico realicen una correcta gestión de la información y la desinformación:

- Es necesario gestionar la información, de manera que los agentes vinculados al turismo (residentes, líderes de opinión, asociaciones, empresas, etc.) reciban información veraz, clara e inteligible, en el momento más oportuno y en una cantidad asimilable. Si la información no es clara, es excesiva, no llega en el momento adecuado o tiene problemas de veracidad generará efectos no deseados y facilitará el camino a campañas de desinformación y manipulación social.
- La gestión de la desinformación hace referencia a que hay que tener preparados protocolos para enfrentarse a la difusión de información poco veraz, falsa o manipulada que pueda causar grave daño a través de la alteración que provoque de las actitudes de la población. En este caso la disposición de grandes volúmenes de datos y reaccionar a la desinformación con celeridad, respondiendo con información clara y fiable elaborada con los datos mencionados, es fundamental para mitigar los daños. Esta desinformación puede deberse a malentendidos o

informaciones alteradas por su deficiente transmisión, o puede ser generada de forma intencionada por agentes diversos con la intención de perjudicar al sector en beneficio propio. En el primer caso se pueden prevenir mediante una correcta gestión de la información y en el segundo caso es necesario detectar los elementos hostiles con la finalidad de anticiparse a sus acciones.

G) Actuar en el ámbito cultural.

La cultura y su evolución es uno de los elementos más relevantes dentro de los factores económicos que determinan las actitudes de los residentes hacia el turismo, por tanto es necesario tener en cuenta este factor a la hora de la planificación y gestión del destino turístico. Entre las acciones que pueden resultar de interés para maximizar los efectos positivos de la cultura sobre las actitudes de los residentes encontramos:

- Facilitar los intercambios culturales y la difusión de la cultura local tiene efectos positivos, salvo que las diferencias culturales entre turistas y residentes sean tan grandes que generen enfrentamientos. Por una parte, los intercambios culturales permiten que los residentes conozcan otras culturas, aportando los mismos beneficios que genera el turismo cultural sin necesidad de abandonar el lugar de residencia. Por otra parte la difusión de la cultura local gracias a los turistas enorgullece a los residentes y aumenta el aprecio de la población local por la propia cultura. No son una cultura marginal o atrasada, sino una cultura admirada.
- Es necesario evitar un peligro que viaja de la mano de la difusión de la cultura local, la “pseudocultura”. Cuando la cultura local se convierte en un atractivo turístico existe el riesgo de que se exagere, se teatralice o se modifique la cultura con la finalidad de aumentar la espectacularidad de las “tradiciones” y de esta forma aumentar el atractivo turístico del destino turístico. A veces se descontextualizan las representaciones tradicionales, pasando de ser representadas en templos y lugares tradicionales como parte de creencias ancestrales a ser representadas en hoteles y cruceros turísticos como parte de las actividades de ocio y entretenimiento. En este caso las representaciones pueden considerarse muertas ya que han perdido su sentido tradicional. En otros casos se exagera la ostentación de las representaciones pero no se extraen de su entorno tradicional. Estos cambios hacia tradiciones más ostentosas, si no es muy excesivo, puede considerarse una evolución natural de la cultura local y considerarse no negativo. En algunos casos, ante la falta de suficientes tradiciones como para competir como destino turístico se recurre a “resucitar” tradiciones o costumbres ya abandonadas por la población nativa, usando como fuente trabajos arqueológicos y de historiadores. Cuando se intentan recuperar tradiciones antiguas que ya no tienen ningún arraigo social nos encontramos ante puro teatro enmascarado por los estudios históricos, los cuales en muchos casos tienen errores. Como conclusión, se puede afirmar que los gestores del destino deben controlar los cambios que vive la cultura para que no se encuentre desligada de la sociedad tradicional pero sea accesible y atractiva para los turistas. Esto no quiere decir que se deban impedir absolutamente todos los cambios, ya que la cultura y la sociedad que la sostiene no son pétreas sino dinámicas, pero los cambios deben ser iniciados por la sociedad residente y no por los gestores o los animadores turísticos.
- Si tenemos en cuenta diversos estudios realizados (Goffman, 1961, pp. 85-108; Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999; Jacobsen, 2000; McCannell, 1973; Pearce, 1982, p. 32; Urbain, 1991, p. 82), vemos que los turistas que visitan el destino en grupo tienen menos contacto con la población y la cultura local que los que viajan por libre. Estos últimos buscan salir de las rutas más frecuentadas por los turistas debido a las actitudes “antiturísticas” que poseen muchos de estos individuos (Bruckner y Finkelkraut, 1979, pp. 37-41; Jacobsen, 2000; Márquez, 1984; Plog, 1974). Las actitudes “antiturísticas” suelen implicar un mayor interés por la cultura, aunque en la práctica no sea muy significativo (Jacobsen, 2000), y este mayor interés genera los intercambios culturales y la difusión de la cultura local, antes mencionado. Por tanto, los gestores deben potenciar en todo lo posible el turismo que viaja “por libre” para aumentar en todo lo posible los contactos culturales, además de conseguir que un mayor

porcentaje de lo pagado por el turista revierta en los agentes locales, aumentando los beneficios económicos que reciben los residentes. Esto no quiere decir que no deba haber viajes en grupo en el destino, ya que mejor esto que nada, pero el porcentaje de turismo llegado sin paquete turístico debe ser el mayor posible.

H) Dejar zonas de “intimidad” para los residentes.

El contacto entre turistas y residentes genera un efecto positivo en las actitudes de los residentes si no hay un problema de discrepancia cultural que lleve a choques entre ambas culturas. Pero este contacto no debe producirse en todo lugar y momento, ya que puede agotar al residente. Es decir, debe haber contacto entre ambas comunidades pero el residente debe tener la posibilidad de tener zonas y momentos de intimidad, sólo para los residentes. Este elemento es necesario para evitar el agobio psicológico que produce la rutina diaria dentro de la vorágine turística. Estos reductos de intimidad se consiguen de varias formas:

- Separando las zonas de fuerte actividad turística de las zonas residenciales. De esta forma los residentes disponen de un sitio tranquilo cuando no están trabajando, y cada residente puede regular su contacto con los turistas más allá del implícito en la actividad laboral.
- Reduciendo las molestias que el turismo y los turistas generan. En este caso se busca reducir las molestias que genera el turismo para que los residentes que viven en zonas con actividad turística también tengan cierta intimidad y tranquilidad. En este caso controlar los problemas de vandalismo, ruido y suciedad es básico.

En este punto se puede comentar el que es, probablemente, el único punto positivo de la estacionalidad turística. En los destinos turísticos con importante estacionalidad se produce una elevada presencia de turistas durante un tiempo (días, semanas o meses) que genera un fuerte agobio y estrés a los residentes, pero la temporada baja permite que los residentes tengan la tranquilidad necesaria para recuperarse mentalmente antes de la próxima temporada alta (Rozenberg, 1990).

I) Reducir las molestias a los residentes.

Uno de los elementos necesarios para no agotar la paciencia de los residentes y empeorar sus actitudes hacia el turismo es reducir los perjuicios y molestias que sufren los residentes a causa del turismo. Esto se traduce en perseguir la delincuencia y el vandalismo que generan algunos turistas y personas recién llegadas atraídas por el destino. Todo ello se traduce en varias actuaciones, necesarias para conciliar turismo y tranquilidad:

- Control policial de las zonas turísticas y áreas limítrofes. El elemento principal para reducir la delincuencia y el vandalismo es, obviamente, una importante presencia policial, la cual no sólo permite actuar en los casos delictivos sino que también disuade a los delincuentes y vándalos y transmite sensación de seguridad y tranquilidad a turistas y residentes. Por tanto, una presencia policial que sea visible pero no molesta resulta positiva para las actitudes de los residentes hacia el sector turístico y para las actitudes de los turistas hacia el destino turístico, es decir beneficia a ambos grupos y por tanto al desarrollo del sector.
- Para evitar malos entendidos es necesario que en la promoción turística se indique de forma explícita o implícita que no se toleraran comportamientos más allá de un cierto límite. Con ello se pretende evitar que a un destino tranquilo y con ciertos límites en el comportamiento turístico lleguen turistas conflictivos y no deseados. Esta mención debe ser explícita en destinos donde se quiera cambiar la tipología turística de forma muy brusca.
- Vinculado a lo anterior se encuentra la necesidad de que los gestores y responsables del destino turístico enfoquen su promoción y distribución turística a captar los tipos de turismo que encajen mejor en la política de “permisividad” del destino. Es necesario buscar tipologías que encajen dentro de los límites de tolerancia aprobados. Generalmente esto implicará la limitación de presencia de grupos de turistas conflictivos. Hace algunos años el ayuntamiento de Santa Eularia, en Ibiza, tomo cartas en el asunto para evitar que el

turoperador británico 18-30⁵⁴ trajera turistas al municipio y deteriorara la tranquilidad que disfrutaban en el municipio turistas y residentes.

En algunos destinos como Ibiza los gestores son reacios a parar el vandalismo y la delincuencia de forma contundente por falta de recursos y por una mentalidad derivada de la dependencia turística y la fuerte especialización del destino en turistas conflictivos. Hay miedo a que si se toman medidas estrictas desaparezca el actual turismo y no venga turismo de otro tipo. Por eso para evitar que este miedo se convierta en realidad es necesario que aparezca el cambio de política policial en la promoción turística.

J) Protección del medio ambiente.

En las últimas décadas se ha producido un aumento de la preocupación de los individuos por el medio ambiente a nivel mundial. Esta preocupación afecta a los residentes, que temen que su región se vea deteriorada por el turismo u otra actividad humana, y a los turistas, que valoran enormemente la conservación medioambiental de la región. De ambos grupos el que es más sensible es el de los residentes, debido a que tienen mayor información sobre la situación medioambiental del destino y su evolución.

El medio ambiente, por tanto, se convierte en un elemento de gran relevancia para la gestión del destino, ya que mejora las actitudes de los residentes y de los turistas. Además se convierte en un atractivo turístico para países como Costa Rica, que poseen un elevado patrimonio ecológico. Concretamente las políticas que deben llevarse a cabo son:

- Reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente. En este caso nos referimos al buen uso de los recursos naturales y a la reducción de los impactos negativos del turismo (contaminación y deterioro del entorno por el excesivo uso).
- Creación de espacios protegidos. La creación de espacios protegidos permite crear una reserva biológica que ayuda a resistir los impactos negativos del turismo, pero deben crearse estos espacios teniendo en cuenta la opinión de los residentes siempre. Si los espacios protegidos se convierten en un perjuicio para la población local su efecto sobre las actitudes será negativo y su protección muy difícil. La creación de espacios protegidos en los que se limiten usos tradicionales que siguen siendo practicados por los residentes es el principal tipo de problema que se da. Al verse afectadas sus actividades tradicionales, los residentes perciben la creación del espacio protegido no como una buena acción sino como una muestra de intrusismo de la Administración en las vidas de la población. Ejemplos de ello se han dado en África con algunos parques nacionales o en Ibiza con el Parque Natural de Cala d'Hort.

Se puede concluir que el medio ambiente es un elemento fundamental en la gestión de los destinos turísticos, pero se deben tomar las decisiones que lo afectan teniendo presentes las opiniones de los residentes.

K) Educación y cualificación profesional.

El sector turístico se caracteriza por la baja cualificación necesaria en sus empleos, lo cual redundará en que el nivel educativo y formativo de las personas implicadas en el sector tienda a no ser parejo con su nivel de avance económico. Pero aunque la formación necesaria sea poca, a mayor formación mayores posibilidades de desarrollo posee el destino y los individuos.

Si se quiere que el destino no pierda atractivo turístico es necesario un aumento superior al promedio del sector en la calidad del servicio y en la exigencia de formación a los empleados. Es necesario aumentar la calidad del servicio en la misma proporción que el sector a nivel internacional para no ofrecer un servicio obsoleto y, además, hay que añadir un plus de incremento de calidad para compensar que al envejecer el destino turístico pierde originalidad,

⁵⁴ El mayorista 18-30 es uno de los habituales de Sant Antoni de Portmany y sus grupos de jóvenes británicos son conocidos por los problemas que causan.

novedad y atractivo que deben compensarse con un servicio mucho mejor. Para poder aumentar la calidad de un servicio, caracterizado por la importancia del factor humano, es necesario un aumento de la preparación de los empleados, lo cual en una región fuertemente dependiente del turismo implica aumentar la formación y educación de toda la población. Entre los elementos que se deben favorecer, si se quiere mejorar las actitudes de los residentes, encontramos:

- El predominio de población nativa cualificada en los puestos de trabajo, sobre todo en los de mayor importancia. El hecho de que sea población nativa favorece que reciban los beneficios económicos generados por el turismo. Que sean personas con una buena cualificación provoca que los puestos de trabajo tengan mejores condiciones laborales y el servicio ofrecido sea mejor lo cual redundará en mejoras laborales para los trabajadores (no es lo mismo trabajar en un establecimiento barato y de baja categoría que en un establecimiento de alto *standing* aunque el trabajo sea equivalente).
- Vinculado a lo anterior es importante que los trabajos generados por el sector sean estables y con buenas condiciones laborales. Este hecho aumenta el atractivo del trabajo y mejora la preparación de las personas finalmente contratadas. El resultado son trabajadores con mejor formación y mejores condiciones laborales.
- El predominio de la estabilidad profesional y la exigencia de una mayor cualificación profesional desincentiva la contratación de jóvenes en edad escolar y sin formación. Al ser los contratos más estables hay menos oportunidades de conseguir un trabajo de temporada siendo imposible intentar combinar la formación convencional con el trabajo en el sector. Además, los trabajos son más atractivos pero es necesaria una mejor formación para conseguir el empleo. El resultado es que se pasa de trabajos de temporada, mal pagados y en los que se contrata a gente joven sin formación a trabajos que implican una incorporación más tardía al mercado de trabajo al exigir mejor formación, pero que también ofrecen mejores condiciones.
- Aumentar la formación de la población en general es muy útil ya que no sólo mejora el criterio de los residentes a la hora de opinar o decidir sobre el turismo, también facilita que los residentes ocupen los puestos de mayor responsabilidad dentro de la Administración y las empresas relacionadas con el sector, y genera mayor respeto de los turistas hacia la población residente. Aunque sólo sea como reliquia del pasado, la población mejor preparada sigue teniendo un cierto respeto social y si la población local es percibida como altamente formada será mucho más respetada por los turistas.
- Realizar pedagogía del turismo. Vinculado a la necesidad de informar se encuentra la necesidad de explicar a la población en qué consiste el turismo y sus entresijos ya que, en muchos casos, la falta de conocimiento de los entresijos del sector genera las actitudes contrarias al turismo o las críticas al mismo. En este caso es muy útil que se organicen actividades encaminadas a introducir el turismo y sus peculiaridades dentro de los centros docentes, como tema transversal.

La formación de la población de los destinos turísticos es básica para el desarrollo turístico porque afecta al mismo por múltiples vertientes: calidad del servicio, hospitalidad ofrecida (vía actitudes de los residentes), gestión local, posibilidad de desarrollar alternativas, etc.

L) Diversificación de los tipos de turismo y reducción de la estacionalidad.

Dos elementos de gran importancia a la hora de mantener o conseguir actitudes positivas es el tipo de turismo que recibe el destino turístico y la estacionalidad. El tipo de turismo y las actitudes de los turistas son un elemento importante, ya que influyen en los residentes por la interacción entre ambos grupos. En consecuencia es muy útil que los gestores intenten potenciar los siguientes elementos:

- Diversificación de los tipos de turistas. Permite reducir la estacionalidad, evitar que el destino turístico se convierta en un “gueto” frecuentado por turistas de un tipo y nacionalidad concreta (evitando que los residentes se sientan excluidos de su propia “casa”), reducir riesgos económicos derivados de crisis económica en uno o varios de los puntos de origen de

los turistas, mayor prevalencia de la cultura local en la oferta turística (al no predominar la cultura de un tipo de turistas predomina la cultura de los residentes, como grupo mayoritario), etc.

- Resaltar la cultura local y el entorno en la oferta turística, con la finalidad de potenciar ambos elementos y su protección.
- Dentro del tipo de turismo es interesante incentivar el turismo de larga estancia (viaja por libre y busca tranquilidad) y los visitantes (por ejemplo cruceros) pero no cortas estancias. Con la finalidad de conseguir reducir los efectos negativos generados en el territorio (visitantes) o potenciar el turismo más respetuosos con el destino (turistas que viajan por libre y buscan tranquilidad). Los grupos que permanecen durante cortas estancias en el destino turístico suelen tener un gran impacto en la región en relación a los beneficios que generan.
- Reducir la estacionalidad. La solución para reducir la estacionalidad se encuentra en incentivar nuevos productos y mercados (turismo cultural, medioambiental, deportivo, náutico, etc.) que permitan un uso más eficiente de los recursos del destino al presentar un componente estacional distinto al turismo tradicional de la región (Bar On, 1976; Garau, de Borja, y de Juan, 2007; Leuty y Moore, 1997; Manning y Powers, 1984; Soybali, 1996).
- Evitar aglomeraciones y hacinamiento turístico. Para evitar los efectos negativos de la estacionalidad, no sólo es necesario alargar la temporada turística sino también suavizar las puntas de mayor presencia turística. Con ello se busca evitar el colapso de las infraestructuras, reducir el agotamiento psicológico que sufren los residentes y mejorar la valoración que hacen los turistas de la visita.

M) Economía diversificada.

No sólo es necesario diversificar el sector turístico, también es necesario diversificar la economía general buscando evitar los efectos negativos de la dependencia económica del turismo. Por tanto es necesario buscar alternativas al turismo no para substituirlo, pero si para complementarlo y tener sectores refugio para los momentos de crisis turística.

Resulta importante que, de cara al futuro, se aproveche la riqueza y bienestar generados por el turismo para desarrollar una economía diversificada y basada en trabajos cualificados. Esta diversificación permite reducir riesgos económicos derivados de las peculiares características de la demanda turística (demanda muy inestable) y reducir el desanimo y resignación que provoca la dependencia económica hacia el sector.

En cuanto al nivel de diversificación de la economía, sólo puede afirmarse que cuanto mayor sea mejor y que toda diversificación alcanzada buena es. El objetivo sería llegar a la situación de algunas grandes metrópolis urbanas que poseen una economía diversificada y un importante sector turístico que aprovecha los excesos de capacidad de los servicios creados para atender a los residentes y a las necesidades de otros sectores, además de crear nueva oferta de ocio que resulte interesante para residentes, turistas y visitantes.

2. Implicaciones para la gestión de destinos insulares.

Los espacios insulares turísticos son un buen caldo de cultivo para las circunstancias descritas y por ello los residentes insulares deben ser objeto de permanente análisis, detección y respuesta para evitar problemas en el futuro. Un destino insular posee una limitación geográfica que favorece la aparición de impactos negativos, sociales, culturales y sobretudo medioambientales, si no existe una adecuada gestión de la actitud de la comunidad (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

En destinos insulares la actitud del residente posee aún mayor peso estratégico en la planificación del mismo. Una isla es un espacio geográfico limitado y con un entorno y medioambiente frágil, que implica contacto permanente con el turista o la actividad turística.

Toda actividad próspera, y el turismo es la actividad económica principal en muchas regiones y países, atrae actividad empresarial y mano de obra foránea. Este aspecto unido al propio desarrollo del modelo turístico provoca crecimiento poblacional, en infraestructuras, etc. conducente a diversos problemas sociales, culturales y medioambientales que no siempre son aceptados por la comunidad residente (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

Debido a ello, los destinos insulares, donde además predominan modelos de desarrollo del turismo expansivos (sol y playa), requieren de una escala de medición de actitudes y determinación de factores moderadores que permitan a los responsables turísticos, gestores del destino, o a las partes interesadas en el futuro sostenible de la actividad (gobierno local, empresas, asociaciones e instituciones, intermediarios turísticos, etc.) suavizar o potenciar las incidencias negativas o positivas en la predisposición del residente (Díaz, Gutiérrez, y Garau, 2007).

3. El CVDT y su efecto sobre las posibles actuaciones.

Al analizar un destino turístico y tomar decisiones es necesario tener en cuenta el factor tiempo. No se debe actuar con un enfoque estático de la realidad de la región, sino con una visión dinámica del mismo. Las personas cambian y por tanto las actuaciones emprendidas deben tener en cuenta estos cambios. Aunque cada región es distinta, representaciones esquemáticas como el ciclo de vida del destino turístico pueden resultar útiles para ayudar a decantarse por una u otra acción. Aunque todas las indicaciones comentadas se deben tener presentes y aplicar en todas las fases del ciclo de vida, se puede considerar que algunas tienen un mayor peso en las fases iniciales y otras en las fases de madurez del destino turístico.

En las primeras fases de desarrollo, lo más importante es conseguir un correcto desarrollo del turismo. En estos momentos se deben poner las bases para que el destino evolucione por el camino que se considere mejor: realizar pedagogía del turismo; favorecer la participación de la población local; el principal impulsor del desarrollo turístico es el beneficio económico; mejora de infraestructuras; facilitar los intercambios culturales y la difusión de la cultura local; evitar que el turismo genere molestias a los residentes; protección del medioambiente; fomentar la formación de la población; diversificar el turismo, e iniciar la diversificación de la economía en cuanto sea posible.

En las fases posteriores, cuando el destino ya es maduro y vive un fuerte desarrollo, las acciones más frecuentes consisten en corregir los errores que se han producido en el desarrollo pero que no se han podido evitar por ignorancia o por imposibilidad de actuar: mantener la participación de los residentes en la gestión del destino turístico; mantener los beneficios económicos; evitar la masificación del destino; controlar la llegada de inmigrantes e integrarlos dentro de la población local; gestión adecuada de la información y la desinformación; asegurar la separación de las zonas de fuerte actividad turística de las zonas residenciales; reducción de las molestias generadas por el turismo; reducción de los impactos negativos en el medioambiente; diversificar el turismo y reducir la estacionalidad; mejorar la formación de la población nativa, y diversificar la economía todo lo posible.

En todo caso lo importante es tener claro lo que quiere conseguir la población con el desarrollo turístico, planificar el desarrollo de la mejor forma posible atendiendo a los objetivos buscados, gestionar el sector buscando desviarse lo menos posible de lo planificado y corregir los desvíos siempre que sea posible.

**PARTE II. EVOLUCIÓN DEL TURISMO Y LAS
ACTITUDES DE LOS RESIDENTES: EL CASO DE
IBIZA**

CAPÍTULO 5. IBIZA ANTES DEL TURISMO DE MASAS

La fase del ciclo de vida del destino puede ser un elemento importante para entender las actitudes de los residentes hacia el turismo (Johnson, Snepenger y Akis, 1994; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Ryan, Scotland, y Montgomery, 1998; Williams y Lawson, 2001). No es lo mismo una región que está empezando a recibir visitantes y tiene una infraestructura turística mínima que un destino maduro, con décadas de desarrollo turístico a cuestas, con fuerte dependencia del sector turístico, con una enorme presencia de turistas en el día a día de la sociedad y con unas infraestructuras turísticas (hoteles, restaurantes, otros establecimientos, carreteras, aeropuertos, puertos, etc.) colosales. La extensión del desarrollo turístico existente en una comunidad puede tener efectos en las percepciones y actitudes de los residentes (Mason y Cheyne, 2000; Murphy, 1985; Pizam, 1978) y, por tanto, es de esperar que las actitudes sean diferentes en ambas situaciones. En el primer caso, sólo será necesario conocer y comprender la sociedad tradicional de la región que se está desarrollando como destino turístico y, a partir de esta información, interpretar las actitudes de los residentes frente a los primeros desarrollos del sector. En el caso de destinos turísticos consolidados, con un elevado desarrollo e historia, la sociedad tradicional ha ido “desapareciendo” o cambiando⁵⁵ al interactuar con los extranjeros (turistas, trabajadores, etc.) que llegan a la región, y la situación actual (sociedad local y sector turístico) es el resultado de las interacciones entre población local y turistas a lo largo de toda la historia de la región como destino turístico.

Por tanto, para poder comprender las actitudes expresadas por los residentes de un destino con larga tradición turística es necesario conocer la evolución que ha sufrido la región desde sus orígenes turísticos hasta el momento actual. De la historia del destino es importante conocer la evolución cuantitativa y tipología de los turistas en las diversas épocas, ya que esto determina la evolución de las actitudes de la población local (Allen, Long, Perdue y Kieselbach, 1988a; Jurowski, 1994; Mason y Cheyne, 2000; Martin y Uysal, 1990; Murphy, 1983b, 1985; Pizam, 1978; Ritchie, 1988; Williams y Lawson, 2001), y también se deben intentar conocer las actitudes de los residentes frente al turismo en las diversas fases de desarrollo, ya que influyen en el tipo de turismo y en las actitudes futuras por vía directa, interacción entre residentes, e indirecta, a través de los turistas (Murphy, 1985).

El peso de los hechos y actitudes pasados en las actitudes presentes hace de interés el estudio del pasado antes de interpretar el presente. Danielle Rozenberg resaltaba la importancia del turismo en la historia de Ibiza y comentaba que "los mismos ibicencos, para diferenciar el tiempo hablan de antes del turismo y de ahora. Saben que son dos épocas, dos eras muy distintas" (Planells, 1986, p. 33). La historia turística de Ibiza puede remontarse cien años atrás, aunque el desarrollo importante del sector no empezó hasta los años sesenta del siglo XX. Al dividir la historia del turismo en Ibiza en fases se ha intentado dividir en las mismas partes en que se divide el modelo teórico de Ciclo de Vida del Destino. Las divisiones entre las fases son aproximadas debido a que los cambios entre fases son graduales y no puntuales.

La metodología utilizada en esta parte de la tesis es de tipo historiográfico, mediante la consulta de la bibliografía existente sobre la historia de Ibiza, salvo para las últimas décadas en que se dispone de datos estadísticos como apoyo. La principal dificultad de seguir el rastro del turismo y las actitudes de los residentes a lo largo del periodo analizado son las fuentes disponibles: Los documentos de la época dan una visión que posee lagunas, los escasos autores que han tratado el tema tienen elementos contradictorios entre sí debido a las lagunas antes mencionadas y a

⁵⁵ Si tomamos la cultura como algo dinámico, lo que sucede es que la interacción con la población foránea cambia pero no destruye la cultura local. En cambio los conservacionistas, sean culturales o medioambientales, y mucha población, usa en el día a día un concepto estático de lo que es la cultura local, en este caso si que nos encontramos ante una “destrucción” de la cultura local. Este último punto de vista se relaciona con la visión romántica que tienen los individuos de su pasado (Newby, 1979).

sesgos ideológicos de los individuos, y las personas que vivieron en las distintas épocas poseen un recuerdo influenciado por elementos subjetivos personales. Al final ha sido necesario tomar los puntos de información disponibles y unirlos intentando dar una imagen lo más coherente posible con la información existente.

Joan Carles Cirer considera que en los años treinta Mallorca se encuentra en la fase de consolidación del CVDT e Ibiza entrando en la fase de consolidación y considera que el modelo de ciclo de vida es bueno aplicado a los destinos turísticos antiguos (Cirer, 2009a, p. 309). Esta consolidación se demostraría en que a pesar del gran inconveniente que supuso la Guerra Civil, la II Guerra Mundial y la posguerra el turismo resucitó con fuerza en cuanto pudo (Cirer 2009a, p. 339). Cirer asume la crítica de Russell y Faulkner (2004) al CVDT en el sentido de que el modelo no tiene en cuenta la figura del empresario, mientras que estos autores consideran fundamental el concurso del empresario. También considera importante tener en cuenta las matizaciones realizadas por Papatheodorou (2004) en el sentido de que la evolución no es lineal, pueden producirse cambios abruptos, largos periodos de calma aparente e interrupciones largas y drásticas seguidas de recuperaciones (Cirer 2009a, p. 310).

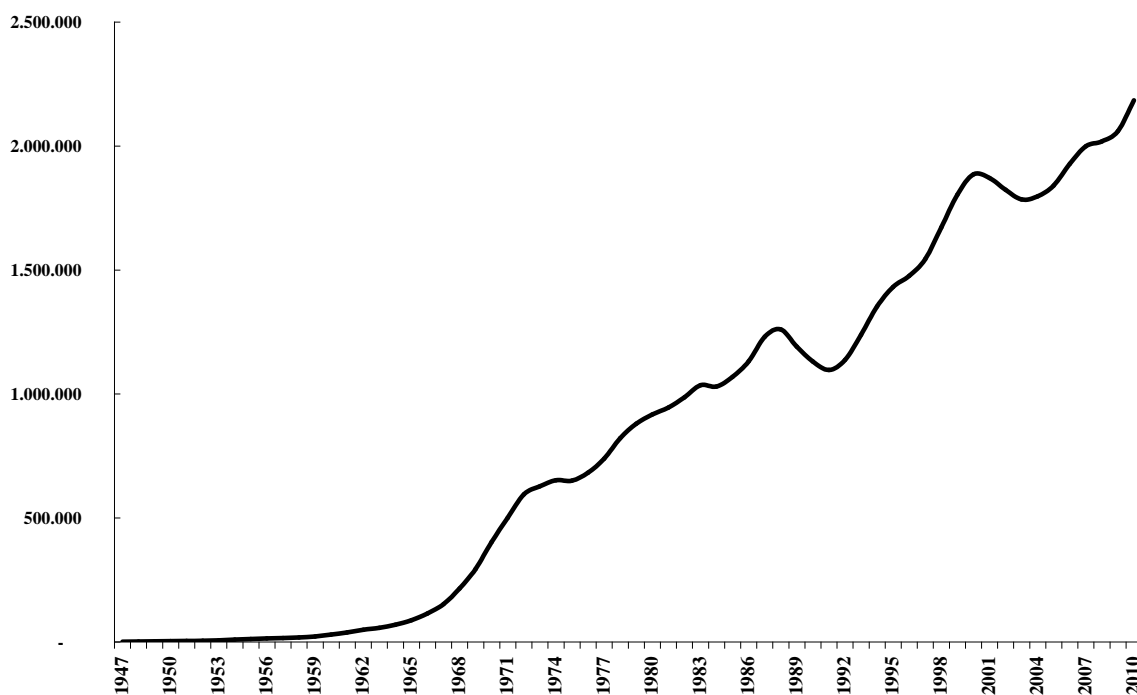


Figura 20: Evolución en el número de llegadas a Ibiza (aeropuerto y puerto).

Fuente: AENA, Zornoza (1964) y elaboración propia.

En la década de los sesenta se produjo la consolidación del turismo de masas de sol y playa como el principal sector turístico, antes se encontraba consolidado como sector económico⁵⁶, pero era uno más de la economía (Cirer 2009a, pp. 339-34, pp. 354-355). En este capítulo se exponen las primeras fases del ciclo de vida: Fase Preturística (antes de 1931), Fase de Exploración (1931-1936) y Fase de Implicación (1939-1958). Es decir la evolución del turismo en Ibiza antes del gran Boom turístico de los años sesenta.

⁵⁶ El autor no considera correcta la interpretación de la fase del ciclo de vida que realiza Cirer (2009a), salvo que se este refiriendo al sector económico y no al destino. En los años treinta se consolidó el turismo como actividad económica arraigada pero estaba lejos de la fase de consolidación del destino turístico.

1. Fase Preturística: Los Primeros Visitantes (antes de 1931).

Esta es la época que podríamos denominar la Prehistoria del turismo, es decir el periodo en que la industria turística era ausente. Este periodo llegaría hasta 1930 y se caracteriza por la insistencia de la prensa en destacar la necesidad de potenciar la industria turística (Ramón, 2001, p. 9). Hasta los años treinta del siglo XX Ibiza se mantiene al margen de los circuitos turísticos de la época⁵⁷, salvo contadísimas excepciones (visitas muy esporádicas de cruceros). La Fase Preturística se puede subdividir en dos partes:

- Antes de 1909 no hay menciones a la presencia de visitantes que puedan considerarse turistas y no hay documentos escritos que muestren preocupación entre algún miembro de la sociedad local, aunque es lógico suponer que el pequeño grupo de empresarios que realizarían las primeras actuaciones en relación al turismo en el primer tercio del siglo XX ya le daban vueltas al asunto entre la última década del XIX y la primera del XX. En esta fase los escasísimos visitantes que llegan a la isla son científicos (naturalistas, arqueólogos, etc.), escritores, pintores, algún periodista, y aventureros que llegan con una finalidad eminentemente de exploración de una sociedad primitiva. Los principales autores que describen la isla de Ibiza durante el siglo XIX son el Archiduque y Gaston Vuillier (Cirer, 2009a, p. 119).
- Con la aparición de la guía "Ibiza, Guía del Turista" de Arturo Pérez-Cabrero, editada en Barcelona en 1909, se inician las actividades de promoción del turismo. A partir de esa fecha hay constancia de que existía un pequeño grupo de empresarios de Ibiza ciudad que creían en las posibilidades del turismo e intentaban promocionarlo y desarrollar las infraestructuras necesarias para el mismo. Entre 1909 y 1930, se dan las primeras acciones promocionales del turismo en Ibiza y se producen las primeras llegadas de lo que podríamos llamar "turistas-aventureros", personas con buena posición social que visitan la isla con una finalidad de ocio y aventura. Pero aun su número es tan escaso que su llegada a la isla es motivo de mención en la prensa de la época.

Hasta principios de siglo, Ibiza se caracterizaba por unas elevadas tasas de natalidad y mortalidad y una corta esperanza de vida propia de las sociedades agrícolas de la época (Cirer, 1986). Con el paso de las décadas se produce una disminución de las tasas de natalidad y mortalidad, y aumenta la esperanza de vida de la población. Las dos principales anomalías (aumento acusado de la mortalidad) en esta tónica se dan en la década de 1910, por la gripe española, y de 1940, por la Guerra Civil y la posguerra.

En la época de su visita, año 1889, Vuillier supone una población de 7.000 habitantes en la ciudad de Ibiza (Vuillier, 2000, p. 18). Es descrita por Vuillier como sucia y mísera (Vuillier, 2000, pp. 19, 25-26), y con un fuerte antagonismo entre Dalt Vila y la Marina (Vuillier, 2000, pp. 26-37).

En 1900 la población de hecho de la isla de Ibiza es de 23.556 personas y en 1930 llega a los 28.646 habitantes (de este incremento la mayor parte se debe a la segunda mitad de los años veinte). La población de hecho no crecía al ritmo que marcaba el crecimiento vegetativo de las islas, dando indicios de que la emigración tenía un peso muy importante. Entre 1900 y 1920 Ibiza perdió aproximadamente un 24% de la población, vía emigración. Durante la década 1925-1935, gracias a una gran mejora de las condiciones económicas de la isla, aumentó la población muy por encima de la tasa vegetativa (Ramón, 2001, p. 28).

Durante esta etapa la economía se basaba en los productos agrícolas, ganaderos y forestales para la exportación y para consumo interno, pero con los años sufre un paulatino declive el sector primario. En el sector secundario, Ibiza se caracteriza por una baja industrialización (el sector se reduce a los artesanos). El sector servicios vive una leve tendencia hacia el aumento, pero siempre es muy residual (Cirer, 1998; Cirer, 2002; Cirer, 2004; Ramón, 2001).

⁵⁷ En estos tiempos aún nos encontramos con un turismo reservado a la alta sociedad europea y americana con destinos de gran lujo y sofisticados medios de transporte.

1.1. Primeros aventureros (antes de 1909).

Los foráneos que visitaron Ibiza en el siglo XIX fueron los primeros en darla a conocer, tanto en la Península como en el extranjero (Planells, 1984, p. 262). Hasta bien entrado el siglo XX, Ibiza era totalmente desconocida como posible destino vacacional y no se alejaba en exceso de la descripción dada por los visitantes del XIX. En el cambio de siglo hubo un grupo de personas denominadas turistas-innovadores que estaban a medio camino entre los exploradores y los turistas, y eran los ojos de sus sociedades de origen. Los libros y grabados de estos turistas-innovadores sirvieron de guía para los verdaderos turistas que llegaron después (Cirer, 2009^a, pp. 319-320). Vuiller menciona que "las Pitiüsas son menos conocidas, aún, que las Baleares y de ellas se cuentan cosas terribles" (Vuiller, 2000, p. 15). Estos comentarios peyorativos escuchados por Vuiller en Mallorca, cosa habitual desde tiempos inmemoriales, predisponen al viajero a una visión que da un gran protagonismo a las armas y a la violencia en el mundo rural ibicenco (Vuiller, 2000, pp. 39, 46-48, 52, 55-58, 60-62), visión acrecentada por la dicotomía ciudad-campo (Vuiller, 2000, p. 39). Finalmente, este autor considera Ibiza olvidada del progreso de las sociedades contemporáneas (Vuiller, 2000, p. 67) y de ahí el nombre de la obra en que se engloba, *Les îles oubliées*.

Ibiza y Formentera se caracterizaban por una enorme falta de infraestructuras. Las primeras carreteras y líneas regulares de buques se establecieron en la segunda mitad del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX. La siguiente descripción permite resumir la situación de la isla en la época de la visita de Gaston Vuiller en relación al negocio de los visitantes:

"En este país, donde los extranjeros rara vez desembarcan, es difícil penetrar dentro de las costumbres [...]. Sólo en la capital hay una fonda [...] pero, en el interior de la isla, las comunicaciones son casi imposibles; dicen que un desconocido podría aventurarse con total seguridad para su persona y su dinero, pero no sabría a quien había de pedirle alojamiento y comida" (Vuiller, 2000, p. 21).

Pero no sólo había grandes deficiencias en las infraestructuras, ya que la oferta enfocada a atender las necesidades de los viajeros era casi nula y de mala calidad. Pequeñas fondas como La Marina y El Comercio componían la precaria oferta de alojamiento. Su característica común era su limitado número de habitaciones y la ausencia total de servicios de calidad. Gracias a los visitantes del siglo XIX y principios del XX hay constancia de la oferta existente en esta época. En la época de su visita, año 1889, Vuillier sólo encuentra un hostel (la Fonda de Es Coix), falto de confort, en la ciudad de Ibiza (Vuiller, 2000, p. 18).

El establecimiento hotelero más antiguo del que hay constancia fue construido a finales del siglo XVIII, a expensas del segundo obispo de Ibiza, D. Eustaquio Azara. Este edificio fue levantado en el chaflán de las calles Marino Riquer y San Telmo, con el fin de alojar a los forasteros que nos visitaban. Esta fonda permaneció en servicio durante muchos años, a pesar de haber sido adquirida por un no muy hábil particular (Miguel Guevara), a muy bajo precio, a causa de la desamortización de los bienes de la Iglesia. En la época de la visita del Archiduque Luís Salvador de Austria, en 1867, esta fonda alojaba a oficiales del ejército confinados en la isla. Al café instalado en una de las dependencias de la fonda concurrían personas de toda clase y condición (Planells, 1984, pp. 261-262).

La apertura de la fonda de José Roig Torres, Es Coix, dio al traste con la de Miguel Guevara. La nueva fonda de Es Coix, llamada así por el defecto físico que padecía su propietario, estaba dotada de mejores condiciones tanto de alojamiento como de manutención. Aquí muy pronto se trasladaron las tertulias que se celebraban en la antigua. Estaba situada en la calle Mayor, probablemente donde está hoy la fonda La Marina (Planells, 1984, p. 262).

La fonda d'Es Coix, redenominada años después como fonda La Marina, fue visitada y descrita por el archiduque Luís Salvador de Austria en su obra *Die Balearen in Wort und Bild Erster Band. Die alten Pityusen*: "Se congregaban ruidosas tertulias de ibicencos y confinados

políticos, muchos de los cuales se hospedaban en ella. En algún rincón, entrada la noche, volaba el naípe, no siempre por las suertes toleradas" (Fajarnés, 1995).

Gastón Vuillier, en el libro *Les îles oubliées*, de 1893, describe esta fonda y su propietario, José Roig Torres, es Coix, al que describe como un monstruo, caminando con balanceos de oso, escupiendo sin cesar entre las mesas de sus clientes y fumando su pestilente tabaco:

"El hostelero tiene un nombre sonoro: Josep Roig Torres. La gente lo llama es Coix a causa de este defecto que le caracteriza. Yo veo aún este horroroso cojo con su cabeza enorme y sus ojos de mirada maligna, pestañeando bajo unas cejas espesas parecidas a matas espinosas, balanceando el tronco pesado sobre las piernas deformes, girando alrededor de la mesa con pasos de oso encadenado, escupiendo constantemente a mis pies, tirándome con su aliento de fiera los soplos de un tabaco pestilente. Y estas salsas inauditas donde flotaban no se que comidas bárbaras que él me ponía debajo de la nariz, repitiendo cada vez: 'Això, senyor, és una cosa exquisida!'. Creo que el gesticulaba una sonrisa ante mi espanto al ver los alimentos y las bebidas que me ofrecía o que me enviaba a través de una especie de bruja disfrazada de sirvienta: la vieja Vicenta." (Vuillier, 2000, p. 18).

Vuillier (2000, pp. 17-18) también hace una pequeña descripción de la habitación de la fonda:

"La habitación, encalada, no tiene otro ornamento que algunas litografías colgadas en la pared. Mi sorpresa es grande; representan el liberamiento de Italia, las batallas de Marignan, de Montebello, los combates de Palestro, de Varèze, etc., dibujados por Gustave Doré. Una vista de Bayonne y unas cacerías de Victor Adam completan esta decoración. [...] El único objeto de lujo de esta habitación de la fonda de Ibiza es un cubrecama adornado con un gran dibujo que representa a la Virgen sostenida por unos ángeles, y encima de la cual se puede leer esta inscripción: 'Nuestra señora de la Aurora, venerada en la villa de Benejama'. Yo iba entonces a pasar mis noches en Ibiza bajo la protección inmediata de la Virgen y los ángeles del Paraíso".

En esta misma obra aparece una descripción poco halagadora de la isla de Formentera, realizada por Juan Torres Ribas, canónigo de Ibiza:

"Es una roca árida, donde no encontrareis más que dos lagos amargos y tres iglesias fortificadas similares a las que veréis por los alrededores de Ibiza. Y para estas cosas verdaderamente sin interés, os arriesgáis a pasar algunas semanas abandonado sobre aquella roca, en el aburrimiento y la miseria" (Vuillier, 2000, p. 22).

Estos comentarios desanimaron a Gaston de Vuillier de visitar Formentera y al final sólo Ibiza ciudad, Sant Antoni y Santa Eulalia formaron parte de su visita⁵⁸.

Durante los primeros años del siglo XX, Ibiza no interesaba a prácticamente nadie, sólo la visitaban unos cuantos vendedores ambulantes y comerciantes de poca importancia. La excepción eran los viajeros aventureros que aparecían muy de tarde en tarde, a veces a bordo de sus yates, otros en buques de línea regular. La mayoría no había escuchado hablar de Ibiza y habían descubierto su existencia por casualidad al comprar el billete que les llevaba de Valencia o Alicante a Palma (Cirer, 2004, p. 123).

La prueba de esto era la total falta de comodidades y servicios que ofrecía la isla a los viajeros. Al comenzar el siglo sólo había una fonda que ofreciese alojamiento, la de Sebastián Roig Ramis, la fonda La Marina. Pocos años después se añadía la fonda El Comercio. Había otros negocios que servían comida e, incluso, disponían de alguna habitación, pero estos establecimientos estaban específicamente dirigidos a los payeses que bajaban a la ciudad. En algunos pueblos existían fondas que servían comidas, pero el único lugar donde es seguro que había habitaciones era en la fonda de Toni Ribas, en Sant Antoni (Cirer, 2004, p. 123).

⁵⁸ Por desgracia esta actitud hacia la vecina isla de Formentera no desapareció con facilidad, tal y como cuenta Llorenç Vidal, a mediados de los años setenta del siglo XX, en la Feria turística de Londres (*World Travel Market*) no había mostrador propio para Formentera y cuando una persona se acercó al mostrador de Ibiza para pedir información de Formentera, la respuesta del encargado fue: "¿Formentera? Es mejor que pase las vacaciones en Ibiza y, una vez allí, vaya de excursión a Formentera. Con esto hay suficiente para conocer la isla" (L. Vidal, 2000).

La viajera inglesa, Margaret D'Este, que visitó las Baleares, publicó en Londres, en 1907, un libro titulado "Con la cámara en Mallorca", en él se ensalza la excelente comida y buen trato que recibió de la fonda La Marina, lugar donde se hospedó durante su estancia en la isla (Planells, 1984, p. 262). La diferencia entre la opinión expresada por Margaret D'Este y visitantes anteriores como Gaston Vuiller o el archiduque Luís Salvador de Austria puede deberse a la subjetividad del observador o a una mejora real de las condiciones en que se encontraba el establecimiento. El cambio no tiene porque ser de gran trascendencia, el mero hecho de que se hubiera producido una sucesión en la gerencia del establecimiento pudo significar un cambio importante en la valoración del servicio recibido.

La primera visita colectiva estrictamente turística que recibe Ibiza, de la cual hay datos, fue una excursión de un grupo catalán que vino en el verano de 1908 (Cirer, 2004, p. 123).

En el primer tercio del siglo XX, coinciden dos tipos de turistas en los destinos turísticos. Un turismo tradicional, que Joan Carles Cirer (2009a) denomina de antiguo régimen, practicado por los miembros de las clases más privilegiadas desde tiempos atrás. Su elemento emblemático era el balneario dotado de casino. Este tipo de turistas tenían una vida muy ociosa en los destinos turísticos, permaneciendo en el balneario y realizando pocas visitas a los alrededores. Eran turistas muy estáticos y pasaban largas temporadas en un mismo sitio en el cual cultivaban la vida social entre sus iguales sin preocuparse de conocer cosas nuevas. El otro tipo de turismo, denominado turismo nuevo o de masas, se caracterizaba por ser personas procedentes de las nuevas clases sociales bienestantes generadas gracias a la Revolución Industrial y a la posterior generación de grupos con capacidad de ahorro. Estos turistas no son rentistas, sino que trabajan para vivir y por tanto su tiempo destinable a viajar era limitado y querían aprovecharlo para conocer cosas y lugares. (Cirer, 2009a, pp. 18-20, 33-36). El turismo del antiguo régimen nunca tuvo interés en Ibiza como destino turístico (Cirer 2009a, p. 301).

Junto con los turistas del antiguo régimen, en el siglo XIX existía otro tipo de viajeros distintos de estos, los aventureros, personas que visitaban lugares poco conocidos, que estaban dispuestos a sufrir inconvenientes y que difundían las experiencias de sus viajes a través de libros que describían las sociedades del sur y su pintoresquismo, y daban indicaciones de mejora de estas sociedades (Boyer, 2002; Cirer 2009a, pp. 33-36, 319). Estos aventureros constituían las escasas visitas que recibía Ibiza en este periodo.

1.2. Inicios de la promoción turística (1909-1930).

Estos primeros visitantes sirvieron de detonante para que a principios de siglo se produjera un debate en la prensa local sobre la necesidad de fomentar un sector que se preveía que actuaría como motor de desarrollo de la isla, la cual se encontraba en una situación pésima (pobreza, emigración, analfabetismo, alta criminalidad). En este contexto un negocio fácil como aparentemente podía ser el turismo representaba una auténtica esperanza de progreso en todos los órdenes, aunque especialmente en el económico. De ahí la insistencia con que se reclamó, sobre todo desde los periódicos de la época, la creación de hoteles⁵⁹, líneas marítimas, carreteras y actividades de promoción turística (Ramón, 2001, pp. 13-15). Por tanto, el estado de la economía local fue el principal motor que impulsó el interés de los residentes en la nueva actividad (Allen, Hafer, Long y Perdue, 1993; Lankford, 1994; Perdue, Long, y Allen, 1990).

Los primeros indicios de un interés por desarrollar una industria turística los encontramos en elementos como la aparición de la guía "Ibiza, Guía del Turista" de Arturo Pérez-Cabrero, editada en Barcelona en 1909 y con información bastante completa de los atractivos que ofrecía la isla. En esta época los valores arqueológicos, históricos y paisajísticos constituían el principal reclamo turístico (Ramón, 2001, pp. 12-13).

⁵⁹ Recordemos que antes de la Primera Guerra Mundial Ibiza apenas contaban con algunas plazas de alojamiento, principalmente fondas, hostales y casas de huéspedes (Méndez, 2001).

Los pocos datos existentes sobre visitantes a los que se puede dar la consideración de turistas hay que buscarlos en los artículos de prensa, que dejaban detallada constancia del nombre y procedencia de estos personajes, precisamente por lo inusual que constituía su llegada a la isla.

A parte de los visitantes esporádicos, en este periodo, llegaban a la isla unos pocos turistas en forma de paradas de cruceros por el Mediterráneo. La llegada de estos cruceros era tan excepcional que se convertía en un acontecimiento en la ciudad y era relatado en la prensa local⁶⁰. Entre las primeras crónicas sobre estas llegadas hay la del vapor *Ile de France*, con 160 excursionistas pertenecientes a una sociedad científica de París. Estos primeros turistas eran recibidos y despedidos por las autoridades locales (alcalde, vicecónsul francés, etc.) y población local, realizaban visitas culturales (Catedral, Museo Arqueológico, Paseo Vara de Rey, etc.) y compraban artículos de la artesanía local. El relato periodístico finaliza con un lamento por no haberse podido abastecer de productos frescos y destacando el lujo del buque (*Diario de Ibiza*, 17 de marzo de 1913). La costumbre de que las autoridades locales reciban a los turistas es una actitud que se puede observar aún hoy, cuando la administración pública tiene interés en incentivar o recuperar la actividad turística, y sirve para que los visitantes se sientan importantes y conseguir que regresen a sus casas más satisfechos con la visita.

Santiago Rusiñol visitó Ibiza en el mes de septiembre de 1912. Sus libros de viajes eran más prosa poética y lírica que no guías de viaje (Cirer, 2004, p. 126). Santiago Rusiñol describió a Ibiza como “la isla blanca” por estar salpicada de casas blancas con las paredes encaladas, y convirtió “la isla blanca” en la primera imagen de marca de la isla. Lo peculiar es que las “casas blancas” era un recurso lírico que se permitió el autor, ya que en realidad pocas casas estaban encaladas en su exterior (el color habitual era el marrón u ocre de la pared desnuda) y sólo se empezó a encalar las casas de forma masiva después de popularizarse la descripción de Rusiñol. Fue una iniciativa potenciada por la administración local con la finalidad de que la isla encajara en la descripción difundida por el autor. Esto representa una muestra de que la isla de hoy, incluso sus elementos aparentemente tradicionales, es el resultado de la creación de un producto turístico del agrado de los potenciales clientes.

En 1913 se reunieron los impulsores de una futura Sociedad de Turismo con la finalidad de comenzar a promover de manera organizada la industria turística, intuyendo la necesidad de fomentar la posible nueva fuente de riqueza que representaba el turismo. El 20 de octubre de 1913 se aprobó definitivamente el reglamento de esta Sociedad de Turismo y Sports, pero esta iniciativa no llegó a buen fin ya que no hay menciones posteriores (Ramón, 2001, p. 16).

Durante la I Guerra Mundial no hay referencias sobre turismo en la prensa local y habrá que esperar a 1920 para encontrar nuevas noticias al respecto. Durante el periodo 1920 a 1923 los periódicos recuperan la insistencia en la necesidad de que se considere el turismo como posible fuente de riqueza y siguen haciendo mención a las visitas esporádicas de turistas (Cirer, 2004, p. 126; Ramón, 2001, pp. 17-20).

Durante los años veinte comenzaron a ser frecuentes los excursionistas extranjeros que pasaban por Ibiza antes o después de viajar a Mallorca. En un principio eran tan pocos que los diarios publicaban sus nombres (Fajarnés, 1995). Pero poco a poco su número fue incrementándose y dejó de ser novedad. Según la prensa del momento, venían para admirar la belleza del paisaje ibicenco y, algunos, la necrópolis púnica de Puig des Molins y el Museo Arqueológico. En el año 1926 un periodista local contó 200 personas de diferentes países europeos que habían pasado por el puerto de Ibiza (Cirer, 2004, p. 127).

En este momento aparece una gran preocupación por la oferta de alojamiento, la promoción turística y la falta de infraestructuras útiles para el desarrollo turístico entre los primeros defensores de la nueva actividad económica. Se reclama la mejora del puerto y las carreteras. Además, se afirma que la calles están sucias y hay que mejorarlas (Cirer, 2004, p. 131).

⁶⁰ Hay que reconocer que en la actualidad aun se mencionan las llegadas de cruceros en el *Diario de Ibiza*.

Recordemos que cuando Pérez-Cabrero publicó su guía, la ciudad sólo contaba con dos establecimientos hoteleros, dos fondas de reducida capacidad, la de La Marina y la Del Comercio, donde se alojaban los viajantes y los pocos turistas que nos visitaban. Había casas de comida, a las que acudía la gente del campo, y alguna de ellas recibía huéspedes. Además, todos los núcleos urbanos de los ayuntamientos foráneos disponían de una posada (Planells, 1984, p. 263).

Para el desarrollo de un sector turístico, Ibiza se dolía de una falta de infraestructuras (luz, carreteras, puerto, etc.). Las primeras carreteras y líneas regulares de buques se establecieron en la segunda mitad del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX para atender las demandas de los propios ibicencos. La falta de líneas directas dificultaba la llegada de turistas a Ibiza. Las primeras líneas de autobuses, popularmente conocidos como "camions", se establecieron en 1923 (Ramón, 2001, pp. 18-19). Las reivindicaciones de mejoras en las infraestructuras insulares se remontan al siglo XIX y se prolongan hasta la actualidad.

El 21 de Abril de 1924, en un artículo titulado "Turismo" se expresan algunas de las principales preocupaciones existentes entorno al turismo y a los obstáculos para lograr su implantación. De este artículo periodístico es interesante resaltar, a parte de la denuncia de la falta de infraestructuras, la demanda de mayor implicación de la población en la nueva actividad:

"Lo que se necesita [...] es trabajar algo en favor de la atracción de forasteros, para lo cual deberíamos mirar algunos puntos muy interesantes. En cuanto al orden interior se refiere, bastaría contar con la tan necesaria carretera de circunvalación, entre los diferentes pueblos, intensificar el aseo de la población y procurar la construcción de un gran hotel, capaz de albergar con el correspondiente confort moderno a cuantas expediciones de forasteros se presentasen. En cuanto a lo exterior, haría falta una acertada e intensa propaganda en la península y el extranjero [...]. Pero, decididamente, lo que falta es que los ibicencos reconozcan los beneficios que reporta a un país la afluencia de forasteros y juntando sus fuerzas procuren la imprescindible propaganda en el exterior, mediante impresos, fotografías y cuantos medios sean útiles para tal objeto. De esta manera iríamos a un verdadero progreso intelectual y material; de otra manera continuaremos siendo lo de siempre, hijos de la cenicienta balear" (*Diario de Ibiza*, 21 de abril de 1924).

En 1926, la prensa local vuelve a sacar a colación la posibilidad de abrir un Gran Hotel en Ibiza (*Diario de Ibiza*, 30 de agosto de 1926). La necesidad de dotar a la isla de adecuados alojamientos hoteleros y las esperanzas puestas por la prensa en la Compañía Nacional de Industrias del Turismo vuelve a ponerse de manifiesto pocos días después en el artículo "La actualidad del turismo" (*Diario de Ibiza*, 9 de septiembre de 1926). También se exigen apoyos por parte de las administraciones (*Diario de Ibiza*, 22 de octubre de 1927).

Siguiendo una tradición de siglos, las relaciones entre Ibiza y Mallorca no han sido fáciles en muchas ocasiones. Era bastante habitual la realización de críticas y el menosprecio de la prensa, autoridades, etc. de Mallorca hacia Ibiza. En un artículo titulado "En la brecha" (*Diario de Ibiza*, 29 de enero de 1927) se hace alusión a un reportaje de la prensa palmesana por su descripción poco grata de Ibiza y recuerda las habladurías habituales en Palma (escala habitual de los visitantes de Ibiza) para desmotivar a los turistas de que visiten Ibiza. Las quejas por la marginación de Ibiza por parte de Mallorca vuelven a surgir en el artículo "Sobre la Junta Provincial del Patronato Nacional de Turismo", donde se afirma que todas las acciones de esta Junta se dirigen a asuntos que afectan a Mallorca en exclusiva (*Diario de Ibiza*, 24 de enero de 1930).

En los años veinte aparecen las primeras colonias de europeos que van afincándose en la isla (Planells, 1984, p. 263). En esta misma época hay referencias a extranjeros que compran terrenos o viviendas (*Diario de Ibiza*, 5 de enero de 1927 y 29 de enero de 1927). Estos extranjeros que residen en la isla serán el elemento social novedoso de la siguiente década y uno de los puntales de la imagen de la isla en el futuro.

Entre las actividades promocionales realizadas a finales de los años veinte pueden destacarse:

- Ibiza participó en la exposición de Barcelona que se inauguró en mayo de 1929, con la finalidad de promocionar la isla (Ramón, 2001, p. 24).
- La Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, junto con Bartomeu de Roselló, preparó una Guía de Ibiza destinada a los visitantes. El 24 de enero de 1930, *Diario de Ibiza* afirma haber recibido la "Guía de Ibiza y Formentera" editada por la Biblioteca de Turismo de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona y cuyos autores son Juan B. Enseñat, Bartomeu de Roselló y Alejandro Llobet.
- El hecho de que la Regata Internacional, de junio de 1930, con salida en Cannes y llegada en Argel, tuviera a Ibiza como etapa fue visto con ilusión por las autoridades ibicencas por la resonancia que tenía esta competición en Francia y España y, en consecuencia, por la gran oportunidad de promoción que suponía (Ramón, 2001, pp. 25-26).

En diciembre de 1930 el Ayuntamiento de Ibiza ciudad anuncia obras de alcantarillado⁶¹ y la inminente construcción de un Hotel (el futuro Gran Hotel) con capital ibicenco. Este hotel simboliza el despegue del turismo como actividad turística en Ibiza (Ramón, 2001, pp. 26-27).

A principios de la década de 1920 había 2.300 entradas de pasajeros (no hay datos de las salidas) y 3.500 pasajeros en tránsito al año. A finales de la década de 1920 había 5.100 entradas de pasajeros (no hay datos de las salidas) y 6.600 pasajeros en tránsito al año (Ramón, 2001, p. 31). Si tenemos en cuenta que dentro de estas cifras se encuentran los desplazamientos de los isleños y que son datos anuales podemos ver que la cifra es anecdótica, pese a lo cual podemos afirmar que en esta década se duplican los movimientos de pasajeros en el puerto de Ibiza.

1.3. Actitudes de los residentes a principios de siglo.

“En Ibiza no hay nobleza titulada. Un estilo popular de vida ha teñido a toda la sociedad ibicenca” (Fajarnés, 1995). Esta frase de Enrique Fajarnés Cardona resume un hecho diferencial de la sociedad ibicenca. En Ibiza no existía un grupo social dominante como en el caso de los terratenientes mallorquines. De hecho, todos los viajeros que pasan por Ibiza en el momento del cambio de siglo se sorprenden de la mínima estratificación social existente. Los pocos terratenientes que existen viven en Dalt Vila y tienen un poder muy limitado (Cirer, 2004, p. 153). En realidad hasta bien entrado el siglo XX, la impresión general que tienen todos los foráneos es que las diferencias sociales son extraordinariamente escasas. La sociedad ibicenca tradicional era relativamente igualitaria, tal y como comentaba Rozenberg: "en el siglo XVIII la tierra ibicenca aparecía como la más y mejor repartida de España, con un propietario entre cada nueve habitantes, con superficies de dos a quince hectáreas" (Planells, 1986, p. 34).

Una de las características de la sociedad insular son las escasas diferencias sociales, tanto en clase social como en renta o patrimonio personal. No había nobleza con títulos, sólo unas pocas familias con un nivel de propiedades superior al resto, aunque con una riqueza muy inferior a la de sus equivalentes en otras partes de España, y el resto de la sociedad insular vivía con un patrimonio y unas rentas que se movían en un estrecho margen, siempre situado dentro de la economía de subsistencia.

Si se toma como indicador, de la opinión social existente en aquellos momentos, las publicaciones que se realizaban en Ibiza, resulta una posición mayoritariamente favorable al turismo. Destaca el activismo de *Diario de Ibiza*, publicación vinculada al mundo comercial de La Marina. A partir de mediados años veinte la necesidad de promover el turismo constituye un tema primordial en sus columnas (Cirer, 2004, p. 153; Ramón, 2001, p. 20, 27). Pero parece que la inmensa mayoría de la población aun no había tomado conciencia de esta nueva actividad:

“Pero decididamente, lo que falta es que los ibicencos reconozcan los beneficios que reporta a un país la afluencia de forasteros” (*Diario de Ibiza*, 21 de abril de 1924).

⁶¹ El alcantarillado y sus obras son una cuestión recurrente desde siempre y hasta la actualidad.

Este artículo periodístico muestra que a principios de siglo había pequeños grupos más o menos partidarios del desarrollo turístico, pero la mayoría de la población aun ignoraba el turismo y sus efectos, no tenían una opinión formada al respecto y seguían con sus vidas de siempre. Las posiciones frente al turismo de los grupos sociales con mayor nivel cultural y, en general, con una primera opinión formada al respecto se pueden resumir en:

- La postura de Juan Verdera Mayans, propietario y director del *Diario de Ibiza*, muestra que los comerciantes de La Marina no tenían miedo del exterior, más bien al contrario veían en ello una forma de mejora económica para la isla (Cirer, 2004, p. 156).
- *La Voz de Ibiza*, periódico más vinculado a la derecha tradicional, no es tan contundente en sus comentarios, pero no plantea ninguna oposición explícita al fenómeno turístico, más bien al contrario (Cirer, 2004, p. 156). Los propietarios de Dalt Vila no se opusieron a los cambios sociales y económicos por el mero hecho de que eran mucho más pobres que los terratenientes de Mallorca (Cirer, 2004, p. 155) y no se podían permitir el lujo del inmovilismo. El igualitarismo de la sociedad ibicenca dio como uno de sus resultados el apoyo de este grupo social.
- Es difícil encontrar posiciones claras de oposición al turismo. Lo que si aparecen son posiciones a favor del inmovilismo social y religioso, en contra de cualquier contacto con el mundo exterior que contamine la pureza del mundo tradicional ibicenco (Cirer, 2004, p. 156). En este caso consiste en el temor, por parte de algunos miembros de la sociedad insular, de que la llegada de gente de fuera destruya el paisaje y la identidad cultural de la isla. Ejemplos de ello son el artículo de Sía (*Diario de Ibiza*, 15 de agosto de 1932), escrito por un catalán y que podemos vincular a una corriente antiturística que aparecerá de forma recurrente durante todo el siglo XX.
- Otro grupo crítico con las influencias externas es la Iglesia Católica. Su periódico, *Excelsior*, no publica opiniones viscerales en contra del turismo; al contrario, ensalza los esfuerzos de los empresarios que construyen hoteles, la constitución del Fomento del Turismo, etc., pero no pierde ocasión para fustigar a las autoridades por su permisividad con las costumbres de los extranjeros. Pero la oposición de la Iglesia nunca fue muy intensa (Cirer, 2004, p. 157).
- Entre las administraciones públicas, el Ayuntamiento de Ibiza ciudad hizo lo que pudo por apoyar el turismo, dada su situación financiera, y el resto de ayuntamientos no parece que se opusieran al desarrollo turístico (Cirer, 2004, p. 157).

Joan Carles Cirer (2009a) considera que el desarrollo del turismo es debido a que las islas Baleares eran una sociedad comercialmente abierta y de trato tolerante y amable con los turistas, es decir el ambiente social era propicio para el turismo.

No hay estudios sobre las actitudes de la sociedad ibicenca hacia el turismo, hasta tiempos muy recientes. Además, hasta después de la guerra civil, el turismo era más una promesa de futuro que una realidad y, por tanto, el contacto de la mayoría de la población con el turismo era realmente escaso. El resultado es que las actitudes de los residentes hacia el turismo se resumían en unas ideas muy vagas, por el mero hecho de que no conocían el turismo lo suficiente. Ahora bien, las indagaciones de diversos autores (Cirer, 2004, p. 158; Cooper, 2002) inducen a pensar que los ibicencos, cuando fueron tomando conciencia, vieron con buenos ojos el turismo porque hizo posible cambiar la sociedad para combatir la miseria y el atraso endémicos de la isla. Sin embargo este apoyo nunca ha representado una falta de sentido crítico y de reconocimiento de los inconvenientes del turismo, en parte porque estando inmerso en el turismo es difícil no percibirlos. Esto indica que la situación económica, y consecuentemente social, de atraso de la población autóctona generó actitudes lo suficientemente positivas como para que las primeras fases del desarrollo turístico transcurrieran sin escollos por esta parte. En resumen, se puede afirmar que durante el primer tercio del siglo XX nos encontramos con dos grupos de individuos en la isla:

- Diversos empresarios y personas de Ibiza ciudad, con un buen nivel cultural y económico, que tenían una visión optimista acerca del turismo como futuro sector económico de la isla y

válvula de escape de la pobreza imperante en la sociedad insular. Este grupo era muy reducido, probablemente no más de unas decenas de personas, pero su posición social les permitía tener un impacto superior al que correspondería por su tamaño numérico. Las escasas acciones vinculadas a la promoción turística de esta época fueron iniciativas llevadas a cabo por este pequeño conjunto de personas, gracias al trabajo y capital personal, y a los contactos que tenían dentro y fuera de la isla.

- El resto de la población de Ibiza se mantenía ajena a las posibilidades del negocio turístico. Su actitud hacia el turismo era de gran ignorancia, ya que su rutina diaria seguía centrada en la economía agraria de subsistencia que dominaba la isla desde hacía siglos, con las únicas novedades de unas ciertas exportaciones y alguna innovación en la rutina diaria. Este grupo de residentes que ignoran el turismo fue muy numeroso hasta después de la guerra, en que la miseria de la posguerra hizo que los ibicencos se fijaran cada vez más en el turismo como medio para salir del atolladero.

2. Fase de Exploración: Orígenes del turismo (1931-1936).

Los orígenes del turismo en Ibiza se pueden considerar situados en el periodo de 1931 a 1936 (Ramón, 2001, p. 9). La década de 1930 fue decisiva para la industria turística y puede afirmarse que fue en estos años cuando surgieron las primeras infraestructuras hoteleras propiamente dichas y cuando el turismo nació como tal. Fue a principios de los años treinta cuando se constituyó un pilar fundamental de esta actividad a lo largo de muchas décadas: el Fomento del Turismo. La creación del Fomento del Turismo, el aumento de la afluencia turística, a través de yates y cruceros, y la inauguración de importantes hoteles en Ibiza ciudad, Sant Antoni y Santa Eulària constituyeron un conjunto de circunstancias que dieron el necesario empuje inaugural a la nueva industria. Sin embargo, ello quedaría súbitamente interrumpido el verano de 1936, cuando estalló la Guerra Civil (Ramón, 2001, p. 33).

La llegada de turistas a bordo de cruceros siguió produciéndose durante esta década. Así, el 29 de mayo de 1931 recalaba en el puerto de Ibiza el trasatlántico *Orontes* con 483 turistas a bordo (*Diario de Ibiza*, 30 de mayo de 1931). Este mismo buque llegaría a Ibiza tres veces más durante ese año y en años sucesivos repitió las visitas de forma bastante habitual. Su visita reavivó las demandas de la prensa de un hotel en condiciones para alojar a los turistas. También se insistía en la creación de un ente que promoviera el turismo, la adecuación del puerto para que los cruceros no tuvieran necesidad de quedar fondeados en el antepuerto y la limpieza de las calles de la ciudad de Ibiza.

Hechos como las visitas del *Orontes* o el inicio de obras para la construcción de hoteles en Ibiza ciudad (Gran Hotel), Sant Antoni (Hotel Portmany) y Santa Eulària (Hotel Buenavista) hicieron que a principios de los años treinta se produjera un *boom* turístico, dentro de la modestia que la posterior evolución marca (Colomar, 2009; Ramón, 2001, p. 34). Con ello la industria turística dejaba de ser un sueño de unos pocos y empezaba a concretarse en cosas tangibles:

"desde hace algún tiempo se habla con cierto interés de la cuestión del Turismo y se le concede ya alguna importancia. Por fin se va viendo la inmensa importancia que para Ibiza supone la industria del turismo" (*Diario de Ibiza*, 7 de enero de 1932).

Durante el año 1932, la actividad turística se basa fundamentalmente en excursiones organizadas desde Barcelona y desde Palma de Mallorca, la visita de numerosos yates que hacen estancia prolongada en el puerto de Ibiza y las escalas de los cruceros (Ramón, 2001, p. 41).

En estos años, todas las comunicaciones de Ibiza con el exterior se realizaban por vía marítima. Sólo algunos hidroaviones llegaban a la isla, pero ninguno de ellos transportaba pasajeros. Sin embargo, el día 1 de octubre de 1934 aparece por primera vez una noticia sobre el tráfico aéreo, comentando la posibilidad de que el servicio aéreo entre Valencia y Palma haga escala en Ibiza. Además de constatar las grandes ventajas de este moderno medio de transporte, los poderes insulares reclaman la realización de los trabajos de infraestructura precisos para que la isla no

pierda esta gran oportunidad. Pero la realidad es que el avión como medio de transporte de turistas deberá esperar aún mucho tiempo (Ramón, 2001, pp. 60-61).

El 1 de noviembre de 1934 aparece por primera vez una estadística de llegadas y salidas de extranjeros por el puerto. Esta estadística hace referencia a octubre de 1934 y recoge 57 entradas y 136 salidas (el elevado número de salidas es debido a que octubre se encuentra al final de la temporada estival). Dentro de la modestia de las cifras, se puede observar un equilibrio entre franceses, ingleses, norteamericanos y suizos, con 23 a 28 movimientos entre entradas y salidas para cada nacionalidad, y destacan ligeramente los alemanes con 15 entradas y 41 salidas, el resto de nacionalidades tienen una presencia anecdótica (Ramón, 2001, pp. 62-63). Una de las características de los extranjeros que llegaban a Ibiza, antes del boom turístico, era la heterogeneidad y equilibrio en sus nacionalidades (las cifras eran pequeñas pero había muchas nacionalidades y en cifras similares). Tras el boom turístico la mayoría de nacionalidades se estancaron o crecieron muy despacio, mientras que alemanes, ingleses (los que más) e italianos (recientemente) han crecido en volumen de forma muy rápida e importante.

En los años treinta, la isla de Ibiza llega a contar con varios hoteles y fondas, con unas 473 plazas en total. Entre los hoteles destacaba el Gran Hotel (hoy Montesol) en Ibiza ciudad y el hotel Portmany en Sant Antoni (Méndez, 2001). Schlichtkrull destacaba el aumento de construcciones e inauguraciones de hoteles y comercios que se produce a causa del turismo (*Diario de Ibiza*, 30 de mayo de 1933). Una breve crónica de las aperturas es la siguiente (Cirer, 2004, pp. 138-143; Ramón, 2001):

- El 20 de septiembre de 1932 se inauguraba el Hotel España en Ibiza ciudad, regentado por su propietario José Escandell y con unas instalaciones modélicas para su época. Inmediatamente, el Hotel España se convirtió en el hotel habitual de todos los residentes forasteros.
- El 22 de enero de 1933 se inauguró el hotel Buenavista de Santa Eulària, situado en la ladera del Puig de Missa (Cirer, 2001a).
- El 2 de febrero de 1933 terminan las reformas del Hotel La Marina.
- El Gran Hotel Ibiza centraba las esperanzas del sector turístico al ser el más emblemático y grande de todos, y estar dotado de todas las comodidades de la época. El dueño del Gran Hotel era Juan Villangómez Ferrer. La inauguración del Gran Hotel se produjo el 4 de junio de 1933, con la asistencia de las principales autoridades de la isla, representantes de organismos regionales y periodistas de diversos medios (Cirer, 2001a).
- El 12 de julio de 1933 se inauguró el hotel Portmany de Sant Antoni, regentado por su propietario, José Roselló (Cirer, 2001a). Con esta inauguración se cumplía la totalidad de las perspectivas tantas veces pedidas y posteriormente anunciadas de disponer de suficientes plazas, con la calidad deseada.
- El 12 de agosto de 1933 se anuncia la construcción de un nuevo hotel en Platja d'en Bossa. El edificio imitaría el estilo de las casa rústicas ibicencas y, sin buscar grandes lujos, se ajustaría a los estándares de calidad europeos. El Sr. Dietrich, director del futuro hotel, suplicaba que se respetaran ciertas libertades en los comportamientos de sus futuros clientes (ingleses y francesas), pues provienen de países "con distintas costumbres", que se deberán respetar para que puedan disfrutar plenamente liberándose de la vida estresante y "atontecedora, que les rodea dondequiera en el ambiente americanizado de las grandes capitales".
- El 23 de diciembre de 1933 se inauguró el hotel Isla Blanca, construido por los señores Molina en el Paseo de Vara de Rey. Con esta nueva inauguración la oferta hotelera en la ciudad de Ibiza queda satisfactoriamente atendida y proporcionada a la demanda.
- A finales de abril de 1934 se abría el hotel Cosmi, en Santa Eulària, propiedad de los hermanos Antonio y Cosme Marí.

- El 18 de julio de 1935 abrió sus puertas al público el hotel Ses Savines, establecimiento emblemático de Sant Antoni en esta época.

A modo de resumen, sólo entre los años 1932 y 1934 se abrieron en la isla de Ibiza, al menos, los siguientes establecimientos: Hotel España, Hotel Buenavista, Gran Hotel, Hotel Portmany, Hotel Isla Blanca y Hotel Cosmi, aunque esta relación es incompleta. Los empresarios que impulsaron el “boom turístico” de los años treinta eran de tres tipos (Cirer, 2004, pp. 144):

- Personas que ya se encontraban vinculadas al mundo de la hospedería (por ejemplo José Escandell o Rafael Marí Llàser). Eran personas que ya tenían un establecimiento y habrían otro.
- Propietarios rurales enriquecidos con la modernización del campo ibicenco y con la comercialización de sus productos (por ejemplo Juan Villlangómez o José Rosselló). Tenían capital suficiente como para introducirse en el sector y decidieron creer en las posibilidades del turismo.
- Extranjeros que vienen como turistas, observan la posibilidad de montar un negocio para permanecer en la isla y no la desaprovechan. En este caso se trata de la tipología con menor capacidad financiera y su finalidad principal con la abertura del establecimiento es tener una fuente de ingresos que les permita subsistir y continuar residiendo en la isla.

Municipio	Año de apertura	Habitaciones	Plazas
Ibiza ciudad		165	280
Gran Hotel	1933	72	126
Hotel Balear	1932	10	15
Hotel Isla Blanca	1934	50	88
Hotel España	1934	18	26
Pensión La Marina	<1930	7	12
Pensión El Comercio	<1931	8	13
Sant Antoni		78	143
Hotel Ses Sevines	1935	15	27
Hotel Portmany	1933	18	33
Hotel San Antonio	1935	20	37
Pensión Esmeralda	1932	14	27
Pensión Miramar	1932	11	19
Santa Eulària		28	50
Hotel Cosmi	1932	10	20
Hotel Royalty	1932	4	8
Hotel Buenavista	1933	14	22
Total		271	473

Tabla 10: Oferta de alojamiento en la isla de Ibiza en 1935.

Fuente: Cirer (2004, p. 14) y Ramón (2001).

En la primera mitad de 1934 la preocupación se apodera de la industria turística: los principales diarios europeos aparecen con titulares como "Las Islas Baleares, cerradas", "No se admiten ya turistas en Baleares", "El fin de los viajes a Baleares". La razón de tal alarma era la publicación,

por parte del Gobierno español, de dos decretos que, a juicio del sector turístico, causarían un daño irreparable a esta industria. Uno de estos decretos restringía la permanencia de extranjeros en la isla, poniendo ciertas condiciones para su estancia, aunque no la impedía. La segunda normativa (que fue la más polémica en Ibiza) prohibía construir en la costa. El decreto sobre edificaciones en el litoral llenó muchas páginas de periódico entre enero y julio de 1934. De hecho, la costa era el lugar donde se concentraban las primeras edificaciones turísticas y los chalets. Uno de los lugares donde aparecieron mayor número de ellos sería en la playa de Ses Figueretes (Ramón, 2001, pp. 55-56).

"En las inmediaciones de las Figueretas se han construido varios chalets [...] y se está preparando la construcción de otros. Su emplazamiento resulta muy adecuado, dada la proximidad del mar y la buena vista de que gozan. Existen vendidos gran número de solares, por lo que es de suponer las construcciones irán aumentando" (*Diario de Ibiza*, 3 de abril de 1934).

No resulta sorprendente, pues, que la posibilidad de paralizar la construcción en la costa enervara a las autoridades locales. Las principales instituciones locales, tanto políticas como económicas, elevaron su protesta y lograron que se modificara el citado decreto (Ramón, 2001, p. 55). Poco antes del verano, en junio, este decreto era modificado. En el nuevo texto se suavizaba esta prohibición, lo que fue acogido con alegría en Ibiza:

"[El anterior decreto] desvalorizaba los terrenos comprendidos en la zona polémica señalada [la costa]. [...] Estos terrenos, los más codiciados, sufrieron por consecuencia de aquel Decreto una súbita desvalorización irrogándose por consiguiente un perjuicio cuantiosísimo. [...]

[El anterior decreto] hubiera impedido un movimiento de expansión y de urbanización. No serán pocas las barriadas que se irán formando en algunos parajes, embelleciendo los lugares de la costa" (*Diario de Ibiza*, 11 de junio de 1934).

Por desgracia las limitaciones para construir no eran el único problema. Los establecimientos de hospedaje tenían buenos niveles de ocupación durante los cuatro meses de verano, pero estaban casi sin actividad el resto del año (Ramón, 2001, p. 42). El problema de la estacionalidad apareció en la prensa de los años treinta y ya no ha desaparecido de las discusiones turísticas. En un artículo titulado "Ibiza, clima ideal" se aludía al esfuerzo que el Fomento del Turismo de Ibiza estaba realizando con el fin de que, al igual que otros destinos con clima similar, se pueda conseguir turismo de invierno:

"Nuestro clima, las condiciones climatológicas de la isla, lo templado de su temperatura, los espléndidos días de sol que disfrutamos en invierno, principalmente durante las llamadas minvas de enero, por lo que podemos muy bien propagar el nombre de la isla como una inmejorable estación de invierno. Así lo hace Mallorca, sin asistirle mayor razón ni más derechos" (*Diario de Ibiza*, 4 de octubre de 1934).

Por entonces, ya hacía tiempo que la prensa española y europea dedicaba su atención a Ibiza (Ramón, 2001, p. 61). Un ejemplo de ello se refleja en el artículo "El porvenir turístico en España", que alude, a su vez, a otro reportaje aparecido en el diario madrileño *El Sol*:

"El Sol reproduce, en uno de sus últimos números un artículo de M. Louis Emil publicado en *La Petite Gironde* sobre la organización turística española. Habla del funcionamiento del Patronato Nacional del Turismo, y elogia su labor, y de las facilidades que dan al forastero en ferrocarriles, hoteles, etc. Luego habla de su viaje a Ibiza, y lo relata en los siguientes términos: He de añadir además que la baratura de los hoteles en España es casi legendaria [...] Pero quiero narrar un episodio de que fui protagonista el año pasado en Ibiza. Avíame yo hospedado en un hotel simpatiquísimo, de cocina sabrosa y mediterránea. Durante la primera semana pagué 7 pesetas al día de pensión, cosa que batía todos los récords. Pero la semana siguiente mejoró aún la cosa, puesto que el dueño rebajó la tarifa, no cobrándome más que 6,50 pesetas diarias. ¿No es esto estupendo? [...] Otro episodio revelador: juntamente con un amigo fletamos un taxi para visitar la isla, el mecánico nos fijó un precio de 25 pesetas desde las siete de la mañana hasta la una de la tarde. Pues bien: en el camino, en un pueblecito completamente blanco y cuajado de higueras, nos invitó a beber, y en el momento de

pagar sólo nos cobró 23 pesetas. ¿Os ha ocurrido alguna vez cosa semejante en Francia? Mucho lo dudo" (*Diario de Ibiza*, 22 de octubre de 1934).

En el año 1935, la crisis económica mundial se hace sentir en toda su intensidad. Todos los escritos sobre turismo repiten hasta la saciedad que se tienen que multiplicar los esfuerzos encaminados especialmente a los países que sufren menos recesión y en especial al mercado peninsular, dado el poco coste de desplazamiento que representa llegar a Ibiza, además de los magníficos precios que pueden obtener en los hoteles. Un ejemplo, quizás el más significativo, es de mediados de abril (Ramón, 2001, p. 64):

"si bien es cierto que existe actualmente una crisis mundial, en lo que se refiere al turismo esta crisis afecta principalmente a lo que podríamos llamar el gran turismo, pero no ocurre tal cosa en lo que se refiere al turismo nacional, que desgraciadamente ha vivido hasta ahora de espaldas a Ibiza, a pesar de ser esta isla una de las más interesantes bajo el punto de vista del turismo, no sólo de España, sino aun de Europa" (*Diario de Ibiza*, 16 de abril de 1935).

Algunas estimaciones de la época indican que en 1935 llegaron a Ibiza 5.446 turistas (1.205 eran extranjeros), que habrían dejado unos ingresos de 1.361.500 Ptas. (*Diario de Ibiza*, 1 de diciembre de 1935).

En 1936, la situación política y económica produce una parálisis en los viajes de placer y un clima de gran tensión recorre toda Europa. Pero, mientras tanto, en Ibiza se sigue insistiendo en la necesidad de promoción y de dotar a la isla de mejores infraestructuras, fundamentalmente carreteras y acondicionamiento de los puertos. El 18 de julio estalló la Guerra Civil, pero en Ibiza los hechos más sangrientos no se producirían hasta septiembre, aunque nadie era ajeno a la gravedad de la situación. Así lo constataba una información del 4 de agosto (Ramón, 2001, pp. 65-66):

"Debido a las actuales circunstancias de nuestra Patria, la festividad de Santa María, Patrona de Ibiza, desprovista este año de toda solemnidad exterior, tendrá un carácter predominantemente de rogativa por las necesidades de España y de Ibiza" (*Diario de Ibiza*, 4 de agosto de 1936).

Las Pitiüsas y España habían entrado en un período fratricida que duraría tres años. Sin embargo, los efectos se prolongarían durante mucho más tiempo. La Segunda Guerra Mundial y el bloqueo internacional posterior paralizarían toda posibilidad turística.

2.0.1. La promoción turística y el Fomento del Turismo.

En los años treinta se siguió con la promoción turística iniciada años antes, quizá la novedad de esta década es que se creó el Fomento del Turismo de Ibiza, a imagen y semejanza del de Mallorca, gracias a la importancia que va adquiriendo el sector en esta época. Esta nueva entidad pondrá orden y unificará las actuaciones vinculadas al sector.

El 31 de julio de 1933 se celebró una reunión en el Consistorio de Ibiza en la que, con asistencia de comerciantes, propietarios de hoteles y ayuntamientos de los pueblos, se trataría de la constitución de un Centro de Turismo. Esta reunión iba a representar un impulso decisivo para la creación del Fomento del Turismo, por desgracia la ausencia de hoteleros y propietarios de fondas y pensiones hizo necesario convocar una nueva reunión para el domingo siguiente (Cirer, 2004, p. 161; Ramón, 2001, pp. 41-51). Los objetivos de este Centro debían ser los siguientes (Ramón, 2001, pp. 41-51):

- a) Reclamar al Patronato Nacional de Turismo que se ocupara de Ibiza como ya estaba haciendo con muchos otros destinos, sin los mismos atractivos y principalmente sin las mismas necesidades.
- b) Esta Junta de Turismo debería realizar sus propios cometidos, pues a pesar de sus escasos medios, puede ser más eficaz, al encargarse de la edición de la información precisa para sacar provecho de los posibles itinerarios por la isla.

- c) Por último, debería poner en condiciones de fácil acceso todos aquellos parajes, generalmente los más interesantes y bellos, que para la mayoría de visitantes son desconocidos, dada la gran dificultad de acceso.

Buades (1993) critica al Fomento del Turismo de Ibiza de 1933 por uno de los objetivos expresados: "Se convino que, ante todo, hay que desterrar la parte que podríamos llamar indeseable, que ahora impide que tal vez venga la clase internacional que es la que conviene a los centros turísticos".

El 6 de agosto de 1933, el alcalde de Ibiza, Joan Ferrer Hernández, presidió una importante reunión en la cual se nombró una comisión, constituida por los señores Tarrés, Domingo Viñets, Villangómez, Bucik, César Puget y Bartomeu de Roselló para que procedieran a redactar un proyecto de reglamento del futuro Fomento del Turismo. En la reunión del día 13 de agosto fue leído el citado proyecto y, tras ser discutido y enmendado con algunas adiciones y modificaciones, fue aprobado. Acto seguido, se nombraron comisiones con el encargo de sumar adeptos a la nascente entidad. Después fueron nombrados por aclamación los miembros de la Junta Directiva. Hasta octubre (12 de octubre de 1933) no tendría lugar la constitución definitiva (Cirer, 2004, p. 161; Ramón, 2001, pp. 41-51).

Habían transcurrido 20 años desde la primera petición realizada por parte del *Diario de Ibiza*. Es importante señalar que ninguno de los artífices del Fomento tenía una vinculación directa con el mundo del turismo, pero todos ellos sentían, quizás influidos por la reciente creación del Fomento del Turismo de Mallorca, la necesidad de poner en marcha esta entidad. Eran personas con fe en las bondades del turismo. La nueva organización, nacida al socaire del Ayuntamiento, continuó durante algunos años dependiendo, de una manera o de otra, de la Corporación. El Fomento del Turismo iba a convertirse, a partir de ahora, en el elemento aglutinador de todo lo relacionado con el turismo. Su función iba a ser la de unificador de todos los esfuerzos para impulsar el turismo y, al mismo tiempo, de interlocutor principal del sector (Ramón, 2001, pp. 51-53). La preocupación por unas adecuadas comunicaciones marítimas con los principales puertos españoles del Levante fueron una de las prioridades del Fomento del Turismo, puesto que sus responsables eran conscientes de que el principal requisito para que la nueva industria tuviera éxito era la existencia de estas líneas (Ramón, 2001, p. 57).

En agosto de 1934 la Junta directiva del Fomento del Turismo preparó por escrito las demandas que presentarían a la Comisión parlamentaria de Turismo. Entre estas demandas se encontraban: incrementar la subvención económica que recibía el Fomento del Turismo de Ibiza del Patronato Nacional de Turismo; declarar la Necrópolis del Puig des Molins como Monumento Nacional y construir allí mismo un edificio para el Museo Arqueológico; que la línea marítima Palma-Valencia haga escala en Ibiza; que se establezca la línea Denia-Sant Antoni; construcción del puerto de Formentera; construcción de la carretera Sant Francesc-Cap de Berberia, dragado de los puertos de Ibiza y Sant Antoni. El 22 de octubre de ese año se constataba que muchas de las solicitudes realizadas iban por buen camino. La aparición del Fomento desencadenó una auténtica avalancha de gestiones, contactos y reclamaciones para enriquecer la presencia y la calidad del turismo (Ramón, 2001, pp. 59-60).

Uno de los primeros eventos públicos en el exterior a los que acudió el Fomento del Turismo fue la "VII Fira de Barcelona", en ella se mostraron fotografías de Ibiza y productos típicos de la agricultura y la industria ibicenca (Ramón, 2001, p. 58).

Además de la creación del Fomento se puede destacar que en 1933 se publicó una guía turística inglesa sobre Ibiza y aparece el semanario "Ibiza", "destinado al asunto del turismo" (*Diario de Ibiza*, 31 de mayo de 1933) según informaba Schlichtkrull. Ese mismo año se inaugura en Vara de Rey la International Tourist-Office, cuyo cometido principal será gestionar la llegada de cruceros al puerto de Ibiza. El objetivo era hacer de la isla una de las más interesantes escalas del Mediterráneo (Cirer, 2004, pp. 137-138; Ramón, 2001, p. 49). El 18 de abril de 1934 empezó a funcionar la nueva oficina de turismo "Ibiza Información" instalada dentro del Gran Hotel, y que iba a ser dirigida por Tomás Schlichtkrull. La función principal de dicha oficina iba

a ser la información directa al público y la propaganda de nuestra isla, tanto en el interior como en el exterior (Cirer, 2004, p. 136; Ramón, 2001, p. 57).

2.0.2. Primeras reflexiones sobre el turismo: Tomás Schlichtkrull.

En los ejemplares de *Diario de Ibiza* de principios de los años treinta aparecen gran número de noticias referentes al turismo: llegadas de cruceros, inauguraciones de hoteles y restaurantes, gestiones realizadas por delegados de agencias de viajes europeas, artículos de opinión, etc. Las hojas del *Diario de Ibiza* de esta época, recogen un debate, largo, profundo y muchas veces apasionado sobre la conveniencia de aprovechar o no el fenómeno turístico y de las consecuencias que este tendría sobre la sociedad ibicenca si arraigaba definitivamente (Cirer, 2001a). Entre los artículos aparecidos en esta época, cabe destacar los de Tomás Schlichtkrull.

A partir de mayo de 1932 empiezan a aparecer en la prensa local una serie de largos, documentados y lúcidos escritos de Tomás Schlichtkrull, joven alemán que vivió en Ibiza entre 1932 y 1935, periodo en el que colaboró habitualmente con el *Diario de Ibiza*, trazando los ejes básicos de lo que debía ser la industria turística insular en el futuro (Cirer, 2004, p. 160). Además de colaborar con el *Diario de Ibiza*, Tomás Schlichtkrull fue director de la International Tourist-Office y asesor del Fomento del Turismo de Ibiza, impulsó la apertura de la primera oficina de información turística en el Gran Hotel, alentó y marcó los criterios de una adecuada promoción en el exterior y fue el artífice de una oficina turística de Ibiza en Barcelona, entre otras muchas cosas (Buades, 2004, p. 80; Ramón, 2001, pp. 36-37, 54). La excepcional clarividencia de Schlichtkrull resulta impresionante, pues muchos de los problemas, retos y aspiraciones turísticas que apuntaba en 1932 continúan teniendo hoy, décadas después, plena vigencia. En el artículo "Proposiciones de un turista", Schlichtkrull reclama la creación del Fomento del Turismo y afirma:

"Precisamente en una época de edificación de un porvenir prometedor de turismo internacional, se tiene que proceder racionalmente organizando un Fomento del Turismo, institución que tanta falta hace, no sólo a la isla, sino también y principalmente al viajero, que llega sin obtener -es lástima decirlo- informaciones sobre las atracciones naturales y culturales de Ibiza" (*Diario de Ibiza*, 31 de mayo de 1932).

Continúa Schlichtkrull haciéndose tres preguntas a las que contesta con la realidad existente, contrastándola luego con las posibilidades factibles, en el supuesto de la existencia de un ente más o menos oficial que las hiciese realidad. Estas preguntas son: "¿Qué es lo que ve el extranjero a la llegada a Ibiza?", "¿Qué le interesa de Ibiza al extranjero?", y "¿Por qué no coinciden las dos respuestas?". Argumentando las dos primeras, llega a la conclusión de que el gran problema es la falta total y absoluta de información a disposición del turista, así como la falta de iniciativa para aprovechar muchos medios existentes pero infrautilizados, que además de dar plena satisfacción al visitante, serían una magnífica fuente adicional de ingresos para sus propietarios (Ramón, 2001, pp. 37-38). Schlichtkrull concluye su artículo afirmando que:

"El turismo es un comercio con ganancia segura, pero precisa de ciertas precondiciones psicológicas. El turismo, sobre todo en esta isla, es un negocio honrado, sin explotación. Como cualquier empresa comercial, exige propaganda, y ésta se hace óptima con una información real y competente, que sólo se puede conseguir existiendo un ente profesional que se encargue de ello" (*Diario de Ibiza*, 31 de mayo de 1932).

En un artículo posterior, Schlichtkrull comenta las deficiencias de la oferta turística existente:

"¿Por qué no hay, por ejemplo, camiones (autobuses) saliendo de la ciudad por la mañana y volviendo antes de la cena? ¿Por qué el servicio de Formentera no puede adecuarse a la posible visita de un día? ¿Por qué se confunde la primitividad con una falta notable de limpieza e higiene? ¿Para cuándo la existencia de intérpretes versados en varios idiomas?" (*Diario de Ibiza*, 2 de junio de 1932).

Tras comentar estas deficiencias y sus posibles soluciones⁶², vuelve a reiterar, como cuestión fundamental, la carencia de información turística y termina el extenso artículo indicando:

"¿Por qué los centros internacionales del turismo han podido alcanzar su fama mundial? Porque saben vender lo suyo. ¿Cuál es, en consecuencia, el camino conveniente para poner fin a los obstáculos mencionados? La buena voluntad sola no basta, el espíritu emprendedor tampoco: de ambos componentes ha de salir un resultado concreto y práctico (la mejora que sea alivio para el pueblo y ayuda para el turista). Repetimos lo que hemos dicho en el artículo precedente, que para Ibiza el turismo es el pan de cada día" (*Diario de Ibiza*, 2 de junio de 1932).

Ibiza como un lugar de libertad, donde se puede llevar la vida que uno quiera, tiene su mayor impulso con los artistas de los años cincuenta y con los hippies de los sesenta, pero sus raíces hay que buscarlas en los años treinta y en las personas que nos visitaron en aquellos años. Schlichtkrull es el primero en reivindicar el mito de "tierra de libertad" como sinónimo de Ibiza (Buades, 2004, p. 80):

"Todos los que vienen aquí hacen constar con unanimidad que se encuentran entre un pueblo de extremo amor a su tierra natal y entre un pueblo de elevadas cualidades espirituales y cordiales. Cualquiera que ha estado aquí y aunque sean solamente unos días, se despide, dejando verdaderos amigos. No hay duda, en casi ningún sitio el visitante disfruta de tanta libertad, tanta independencia individual como en Ibiza" (*Diario de Ibiza*, 2 de junio de 1932).

Finalmente, en el artículo "Mejoras que poco o nada cuestan" (*Diario de Ibiza*, 3 de junio de 1932) basa las mejoras en tres asuntos principales (Ramón, 2001, pp. 39-40):

- Transportes colectivos internos y con Formentera. Estos transportes se deben diseñar con una frecuencia horaria que permita la realización de excursiones de un día con salida y regreso en la ciudad. Estas excursiones podrían ser organizadas o realizarse por libre. Junto a la modificación del horario de los transportes internos, propone una reorganización de los horarios de los buques que unen Ibiza con la península con la finalidad de permitir *weekend trips* desde Barcelona, que englobarían transporte, comidas a bordo de los buques y excursiones por la isla.
- Unión entre los empresarios locales con la finalidad de ahorrar esfuerzos y ofrecer un mejor servicio. Schlichtkrull afirmaba que "la verdadera competencia es la de fuera de la isla, las empresas ibicencas no son competencia, sino más bien se complementan" (*Diario de Ibiza*, 3 de junio de 1932). Aquí Schlichtkrull demuestra que para él el producto-servicio que se comercializa no es un establecimiento concreto sino un destino, es decir el conjunto de la isla.
- Eficaz divulgación exterior. Schlichtkrull vuelve a insistir en la necesidad de una buena información no solamente de la isla, sino de todo aquello relativo al exterior que pueda ser útil al turista (horarios de trenes, barcos, posibilidad de reservar habitaciones en otros destinos de España, etc.). Todo ello lo supedita a la creación de un Fomento de Turismo, y apunta una idea inédita hasta el momento: esta entidad debería actuar como oficina de información y, además, como una especie de cooperativa de servicios hoteleros.

En otro artículo, Tomás Schlichtkrull cuantifica las cifras del turismo de una forma somera y aproximativa: se podrían ganar 900.125 pesetas cada año en base a una oferta de 500 plazas de hoteles y pensiones y una demanda de 150 turistas de todo el año y 350 turistas de verano (*Diario de Ibiza*, 27 de julio de 1932).

⁶² Por desgracia muchas de las deficiencias comentadas por Schlichtkrull en los años treinta aun no se encuentran satisfactoriamente resueltas: las líneas de autobuses son deficientes y muchas de las líneas existentes no son adecuadamente aprovechadas para fines turísticos; el servicio que une Ibiza con La Savina (Formentera) a veces peca de escasez de plazas; la limpieza, principalmente de la vía pública, es un problema recurrente, y la formación de las personas contratadas como guía no es la deseada en la mayoría de los casos.

La idea central de los artículos de Schlichtkrull era que Ibiza podía crear una gran industria turística y que para conseguirlo era necesaria la creación de una entidad que centralizase todas las actividades de promoción turística, el Fomento del Turismo. Esta es la línea básica de los artículos publicados en el verano de 1932 (Cirer, 2001a).

El artículo de Schlichtkrull titulado "Esplendores y miserias del turismo en Ibiza" admite que en el mundo económico internacional hay temores por una posible recesión, pero apunta algunos remedios que sin lugar a dudas pueden paliar con creces los efectos negativos de esta posible recesión. A su juicio, Ibiza no puede aspirar a ser competencia con Mallorca en los mercados europeos, aunque no deben descuidarse. Según Schlichtkrull, nuestra principal fuente de demanda se encuentra en la península. A estos potenciales turistas puede ofrecérseles un veraneo económico, salubre, original y con facilidad de transporte (Cirer, 2001a; Ramón, 2001, pp. 54-55):

"Sería inútil repetir la gran cantidad de proposiciones hechas por este autor en las columnas de este diario en el verano de 1932. Es suficiente la constitución del Fomento del Turismo para tener la certeza de que estas serán atendidas en su momento. El que de momento importa es la prevención.

Prevención, en primer lugar, contra un fracaso posible de las empresas, las cuales, con gran sacrificio financiero y personal de sus amos, se han puesto a disposición de los viajeros. En este sentido es indispensable evitar la falta que ha estado cometida en todas las ocasiones anteriores: la falta de propaganda. [...] ¿Pero cuáles han de ser las bases a las cuales debe ceñirse? Es cierto que las bellezas artísticas, naturales y populares son atractivos siempre reconocidos por el turista. [...] Pero todo esto no es suficiente en un mundo, inmerso en la peor crisis económica que conoce la historia. En medio de esta crisis lo que tiene que ponderarse es el atractivo económico: es decir, la baratura de la estada en Ibiza. [...] Ibiza no ha de aspirar a convertirse en una 'segunda Mallorca'; es decir, buscar su clientela turística exclusivamente en los países extranjeros. [...] El futuro turístico de esta isla ha de basarse en primer lugar sobre la propaganda hecha en la misma península, entre los españoles y, de preferencia, entre los extranjeros residentes a España, para ofrecerles un veraneo económico, saludable y original" (*Diario de Ibiza*, 15 de agosto de 1932).

En ese mismo artículo se enfrenta al pesimismo reinante sobre el futuro del turismo y constata que la recién terminada temporada ha sido buena (Ramón, 2001, pp. 54-55):

"Se dice -y se observa claramente- que la corriente turística dirigida hacia esta isla se encuentra en situación de 'marea baja'. Malas lenguas y pesimistas auguran un 'fracaso' y por todo el mundo se prepara un invierno de máxima inseguridad económica.

Si pudiéramos comparar el número de turistas de la pasada estación de verano con las de años anteriores, podríamos comprobar -no con espanto sino con alegría- un aumento considerable. Así y todo, los hoteleros de por aquí o probablemente, la mayoría, no parecen estar contentos con el resultado obtenido" (*Diario de Ibiza*, 15 de agosto de 1933).

Las peticiones obreras (*Diario de Ibiza*, 2 de mayo de 1932), la preocupación del Fomento del Turismo por atraer turistas en invierno y las opiniones expresadas por diversas personas, por ejemplo Schlichtkrull, en la prensa local de la época aún hoy son válidas en una proporción muy importante. Y como anécdota se puede indicar que la primera mención a un impuesto turístico, en este caso para financiar el Fomento del Turismo, se produjo en la reunión del Fomento del Turismo del 10 de abril de 1934 (Ramón, 2001, p. 57).

2.0.3. Exiliados de la contracultura europea e inicio de la imagen turística.

Desde hace dos siglos muchos "espíritus atormentados" han "emigrado al Sur en busca de la isla, donde los perfiles fronterizos están bien delimitados y la utopía nace diáfana" (Planells, 1986, p. 7). En este migrar del norte (civilizado, frío y ordenado) hacia el sur (arcaico, cálido y caótico), el Mediterráneo y, en especial, sus islas han tenido un papel fundamental: Goethe y Henry Miller en Grecia; Lawrence Durrell en Alejandría; Gertrude Stein, Rubén Darío, Jorge

Luís Borges, Robert Graves y D. H. Lawrence en Mallorca; Lady Hamilton y Lord Nelson en Menorca; Paul Bowles en Marruecos, etc. (Planells, 1986, p. 8).

En el siglo XIX y, sobre todo, en el XX llegaron intelectuales y artistas a muchos puntos del Mediterráneo buscando "refugio" del mundo civilizado. Puede decirse que la costa mediterránea y sus islas se encontraban trufadas de estos "refugios", e Ibiza era uno más de estos lugares. En Ibiza recalieron, en el siglo XX, intelectuales y artistas como Albert Camus, Bernhard Kellerman, Elliot Paul⁶³, Erwin von Kreibitz, Rafael Alberti y su esposa María Teresa León, Adolf Schulten, Walter Gropius, Tristan Tzara, Errol Flynn, Josep Lluís Sert, Joan Miró, Le Corbusier, Elmyr de Hory, Clifford Irving, Peter Finch, Roman Polanski, Raoul Hausman, Bob Dylan, Mario Vargas Llosa, Wols, Corneille, Jack Osgood o Walter Benjamin dejando constancia de su admiración por la isla en su obra (Planells, 1986, p. 10; Planells, 2002, p. 17; Ramón, 2001, p. 35).

Probablemente, lo que diferencia a Ibiza del resto de destinos mediterráneos, y del resto del mundo, en los que se establecieron colonias de artistas e intelectuales es que en Ibiza la presencia de este tipo de visitantes y su relación con la población local fue el principal atractivo y motor de arranque de la imagen turística internacional, mientras que en otros destinos este aspecto quedó en segundo plano respecto a otros factores como el exotismo (Marruecos, Egipto, etc.), los restos arqueológicos (Grecia, etc.) o el paisaje natural (Mallorca, Menorca, etc.). Precisamente, el paisaje natural, las peculiaridades culturales y el patrimonio arquitectónico son factores infravalorados en la promoción turística de Ibiza.

La primera oleada de intelectuales, científicos y refugiados llegó a Ibiza en los años treinta (1931-1936). En estos años llegan botánicos, zoólogos, arqueólogos y filólogos para estudiar las peculiaridades de la isla y pintores, fotógrafos, músicos, escritores y arquitectos en busca de refugio o de un lugar tranquilo donde trabajar (Cirer, 2004, p. 132), creando una atmósfera referente en la posterior "república de las artes". La presencia de artistas en los años treinta se encuentra vinculada a la búsqueda de un lugar exótico, barato y tranquilo en el que refugiarse (Rodríguez, 2003, p. 77). Pero el estallido de la Guerra Civil frustró aquel proceso. En agosto de 1936 los extranjeros van escapando de la isla en navíos que iban recalando para tal fin, aliviados ante la evidencia de un clima bélico que duraría varios años. Tantos años que, hasta 1953 no hay una presencia relevante de extranjeros residiendo en la isla (Planells, 2002, p. 9).

El triunfo del nazismo en 1933 conllevó la llegada a Ibiza de todo un conjunto de artistas e intelectuales que con su presencia darán origen a un fenómeno cultural que ha marcado la historia de la isla y de la imagen que se tiene de ella en el exterior, aunque algunos artistas ya llegaron a la isla en años anteriores huyendo de un régimen que preveían que se establecería pronto. En la Ibiza de la segunda república hubo relativamente pocas convulsiones políticas, en comparación con otras partes de España, debido a la configuración social y política de la isla. La tendencia política predominante en la sociedad y la política insular era de corte conservador, avalando la tesis de que la llegada de intelectuales a Ibiza no tenía ninguna relación con los movimientos de simpatía hacia la II República de muchos sectores de Europa y del resto del mundo. Los intelectuales que llegaron a la isla no lo hicieron con la intención de contactar con grupos políticos de ideologías afines, a diferencia de las vanguardias de Barcelona, Madrid o Valencia. Pero, aunque la España de los años treinta era nominalmente segura para las personas que huían del nazismo, hay que mencionar la presencia de espías nazis en la Ibiza de los años treinta (Rodríguez, 2003, pp. 15-16). La periodista Irene Polo lo recoge en sus escritos:

"en las blancas paredes de la ciudad de Ibiza, he visto, pintada con carbón, la esvástica del Führer; en Sant Antoni hay un caballero de nombre teutón, viajero inquieto y enigmático, propietario de una casa magnífica a la orilla del mar, que cuando llega a una reunión de alemanes, saluda con aquella mano muerta de Hitler; en el país hay muchos judíos alemanes, y se dice que los alemanes nazis tienen la misión de vigilarlos" (Polo, 2003, p. 252).

⁶³ Su libro "The Life and Death of a Spanish Town" relata como era Santa Eulària al principio de la Guerra Civil.

Jean Selz comenta al respecto:

"A partir del verano de 1933 eran numerosas las personas que habían tenido la ocurrencia de instalarse en la isla, mas no todas eran simpáticas. Entre los refugiados procedentes de Alemania, que acudían cada vez con mayor abundancia, se habían mezclado subrepticamente auténticos nazis que, como supimos luego, eran espías de la GESTAPO" (Pascuet, 1981, p. 86).

Los artistas Europeos que huían de la convulsa Europa de finales de los años veinte y principios de los treinta eligieron Ibiza por diversos motivos (Rodríguez, 2003, p. 16-17), pero tuvo un papel decisivo lo que Xavier Rubert de Ventós denominó "la Mediterránea como mito cultural"; según Rubert,

"es muy significativa la atracción que desde el punto de vista formal tuvo Ibiza para muchos seguidores del movimiento de Vanguardia [...] Una atracción formal que puede complementarse y explicarse también a partir de las carencias de la isla y del carácter ambivalente de esas carencias sentidas al menos por el viajero: la carencia como estímulo y desconcierto que facilita la abstracción y la carencia como resorte de proyección de imaginarias personales [...] fue así como Ibiza, que era una isla no culturizada, pero tampoco un atolón salvaje, fue el marco ideal para esa concepción purista de las formas artísticas que buscaba un retorno a los orígenes, el espacio mítico donde proyectar esa nueva unidad preconizada por aquella vanguardia" (Rubert, 1985).

Entre los artistas e intelectuales de los años treinta que convirtieron Ibiza en un lugar de creación y una referencia en su trayectoria artística y vital, cabe destacar a un grupo claramente definido e importante, el formado por los artistas alemanes de vanguardia. Llegan huyendo del régimen nazi y su desprecio hacia los movimientos de vanguardia, a los que denominaba *Entartete Kunst* (arte degenerado). Son artistas con una formación vanguardista en sentido amplio: Raoul Hausmann; Erwin Broner (Erwin Heilbronner); Will Faber (Wilhelm Faber); Erwin von Kreibitz y Wolfgang Schulze "Wols" son los artistas más representativos que pasaron por Ibiza⁶⁴. También hay que destacar dentro de este grupo al escritor Walter Benjamin. Estos intelectuales llegaban a Ibiza tras, en general, una estancia en París (el café *Le Dôme* era un núcleo de reunión de los artistas alemanes en París y un foco de difusión de las "virtudes" de la isla de Ibiza), vía Barcelona y Palma. Esta tónica fue muy habitual hasta bien entrados los años sesenta (Rodríguez, 2003, p. 17).

Quizás, de los intelectuales que visitaron Ibiza en los años treinta el más conocido es Walter Benjamin, además su visita está muy bien documentada. Walter Benjamin residió en Ibiza entre el 20 de abril y el 17 de julio de 1932, y entre el 8 de abril y el 25 de septiembre de 1933 (Rodríguez, 2003, p. 27). La importancia de Ibiza en la trayectoria de Walter Benjamin fue tan grande que el propio Benjamin menciona sus estancias en la isla en sus currículos (Benjamin, 1996, p. 62). Benjamin relata en una carta a Gershom Scholen los motivos de su presencia en Ibiza:

"No me ha de resultar demasiado fácil encontrar otro lugar donde poder vivir con unas condiciones soportables, con un paisaje espléndido y por unos exiguos 70 u 80 marcos -y próximamente tal vez incluso por menos- dado que dentro de unos días pienso instalarme con los Noeggerath, que se han hecho arreglar una pequeña casa de

⁶⁴ La vida de Wolfgang Schulze "Wols" encaja en el ideal romántico y bohemio: de familia acomodada, abandonó sus estudios para dedicarse a la fotografía; huyó de Alemania cuando ganó el partido nazi; llegó a Ibiza en 1933, tras varias estancias en París, y residió en la isla hasta el otoño de 1934 en medio de una gran incerteza y miseria, y sin mantener contacto con la colonia alemana, y murió en 1951 a la edad de 38 años. El resto de artistas e intelectuales alemanes llevaron vidas más "normales": Erwin von Kreibitz estuvo en la isla entre 1934 y 1936, y su gran ilusión era vivir trabajando el campo; Will Faber estuvo en Ibiza entre 1934 y 1936, fue quien más conectó con el ambiente artístico local y mantuvo relación con la isla de forma intensa y continua hasta su muerte en 1987 (con doble residencia Ibiza-Barcelona de 1971 a 1987); Erwin Broner residió en Ibiza de 1934 a 1936 y regresó a Ibiza en los años cincuenta, y Raoul Hausmann, admirador de la arquitectura tradicional ibicenca, residió en Sant Josep entre 1933 y 1936 (acompañado de su esposa y su amante) y coincidió en la isla con el arqueólogo Adolf Schulten, que estaba interesado en el pasado fenicio de la Isla (Rodríguez, 2003, pp. 18-26).

campesinos que se hallaba en ruinas, situada a veinte minutos de la localidad (Sant Antoni), justamente entre el bosque y la orilla del mar" (Scholen, 1987, p. 188).

Los artistas llegados en los años treinta se caracterizan por una incuestionable trascendencia (Rodríguez, 2003, p. 14), y representan el primer contacto de Ibiza con el arte contemporáneo, e iniciaron lo que será una constante en el arte ibicenco hasta los años ochenta: el protagonismo de artistas extranjeros con una vinculación con la realidad ibicenca algo *sui generis*.

La trascendencia de estos individuos fue el punto de partida que permitió que en los cincuenta y sesenta llegaran nuevas oleadas de artistas e intelectuales, y dieron a conocer Ibiza entre el gran público como lugar de libertad, ya que plasmaron sus experiencias en textos, gravados o fotografías, permitiendo dar a conocer la isla en el exterior y siendo una inestimable fuente de información para los estudios, de todo tipo, que se realicen sobre esta época. La imagen de libertad que difundieron fue lo que dirigió hacia Ibiza las diversas oleadas de individuos de la contracultura, primero beatniks y después los hippies, y el impacto mediático de los hippies creó la imagen y el tipo de turismo que ha predominado en la isla hasta hoy. Por tanto, podemos considerar a estos intelectuales uno de los orígenes de la situación actual.

2.1. Actitudes de los residentes.

En este periodo seguía sin tener presencia el turismo en el día a día de los habitantes, ya que los visitantes que llegaban no eran claramente perceptibles para la población local, más allá de cómo una presencia extranjera anecdótica. Prueba de la poca concienciación que tenía la población de la importancia de la nueva actividad turística la encontramos en las críticas por lo descuidados que están algunos elementos básicos para el desarrollo turístico. En los años treinta, la prensa hace hincapié en la importancia de que la población local observe una conducta adecuada, y se recalca la necesidad de corregir las deficiencias que se notan en elementos a primera vista sin importancia: la limpieza de calles y paseos, el cuidado de los aspectos públicos (abastos, teatros, transportes, jardines, etc.), el aseo general de la población, mejorar el comportamiento y modales de los habitantes, evitar animales sueltos por las calles, etc. (*Diario de Ibiza*: 7 de enero de 1932, 30 de septiembre de 1932, 17 de junio de 1933).

A pesar de que la industria turística empezaba a funcionar, la sociedad local continuaba distando de la propia de un enclave turístico. La mendicidad, por ejemplo, constituía un fenómeno que provocaba comentarios:

"Nunca se ha intentado acabar con la mendicidad, recabando medidas que pongan remedio al problema. Bien sabemos que no tienen una solución fácil; pero cosas más complicadas se han encauzado y resuelto. [...] Hay que acabar con que los mendigos vayan a implorar la caridad por las calles. [...] Detrás de todo esto hay un hondo problema social al que se debe dar solución" (*Diario de Ibiza*, 30 de septiembre de 1932).

La sociedad de la época era muy tradicional y así lo muestra un artículo periodístico titulado "El suceso de ayer" que da cuenta del altercado que se produjo por la presencia de una extranjera que se paseaba por los andenes del puerto algo ligera de ropa. "Es de lamentar la repetición de estos casos, y que se confunda la población con la playa. Conformes con el turismo, pero no con las extralimitaciones" (*Diario de Ibiza*, 11 de junio de 1934). La intervención de la policía municipal y el teniente de Alcalde, Sr. Rigal, parece ser que calmó los ánimos (Ramón, 2001, p. 60).

En los años treinta nos encontramos con diversos grupos de residentes: los artistas de las vanguardias europeas que se mantienen aislados del resto de la sociedad; un reducido grupo de visitantes y algún residente que plantean las primeras críticas al observar los cambios que está generando el sector; un pequeño grupo de personas con gran entusiasmo por el turismo, y la mayoría de la población local que aun no presta atención al sector.

- *Los artistas.*

Los artistas de vanguardia fueron un grupo que podemos considerar residentes temporales o visitantes de larga duración y que, a pesar de su escaso peso numérico, tuvieron una gran importancia en el futuro de la isla por el impacto mediático de su presencia.

Cabe mencionar que estos visitantes, en muchos casos ilustres, quedaron cautivados por el paisaje humano y natural que vieron. Benjamin pone de manifiesto sus criterios estéticos y su admiración por la sobriedad y multifuncionalidad del mobiliario de las casas payesas de Ibiza, en contraste con las casas burguesas (Benjamin, 1983, p. 17; Benjamin, 1996, p. 150). La arquitectura rural ibicenca, englobada dentro de la arquitectura mediterránea, también es admirada por los arquitectos de la sección catalana del GATEPAC, y la revista *Documentos de Actividad Contemporánea, A.C.* (creada por esta entidad) se convierte en el principal escaparate de la arquitectura popular de Ibiza en los años treinta (Rodríguez, 2003, pp. 31-32):

"las casas ibicencas son perfectas ya que no necesitan ninguna renovación. Están orientadas hacia el este -la mejor orientación posible-, son latinas y están construidas a escala humana, tienen un sentido racional y lógico, [...] los volúmenes son cuerpos simples. Tampoco se encuentran afectadas por estilos inoportunos, se adaptan al clima y son claras, ordenadas y limpias, a la vez que un sedante para nuestros tiempos de complicación y velocidad. Todo esto hace que Ibiza sea el lugar ideal de meditación y descanso para el arquitecto moderno" (Rovira, 1997, p. 60).

En esta visión no se encuentra ausente una cierta dosis de idealismo en la contemplación de la vida rural y "no se entretienen a enunciar los objetivos déficits sanitarios de las casas" (Rovira, 1997, p. 60). Muchos de los artistas que llegaban a Ibiza se veían atraídos por el exotismo de la isla, el mito de la mediterraneidad, y por el bajo coste de la vida, pero la Ibiza real, de subdesarrollo económico, de emigración, de analfabetismo y de deficientes infraestructuras fue invisible para los ilustres visitantes extranjeros⁶⁵.

Los artistas de los años treinta se mantuvieron aislados del resto de la sociedad. Will Faber, Raoul Hausmann y Erwin Broner tuvieron un mayor contacto con la sociedad local que algunos de sus compatriotas: Will Faber fue quien más conectó con el ambiente artístico local y mantuvo relación con la isla de forma intensa y continua hasta su muerte en 1987; Erwin Broner regresó a Ibiza en los años cincuenta, y Raoul Hausmann, admirador de la arquitectura tradicional ibicenca, residió en Sant Josep entre 1933 y 1936 (Rodríguez, 2003, pp. 20-26). La libertad y la tolerancia de los años treinta, y también de las etapas posteriores del desarrollo turístico, no es tal. En realidad lo que hay es un aislamiento e ignorancia mutua entre los grupos de extranjeros y locales. Dentro de la gran ignorancia mutua que tienen estos grupos sociales hay una cierta admiración y respeto, de los extranjeros hacia los ibicencos y de los ibicencos hacia los extranjeros⁶⁶.

- **Primeras críticas**⁶⁷.

⁶⁵ La interacción entre artistas y residentes ha sido, tradicionalmente, mínima y un ejemplo, entre muchos, de la compartimentación existente entre los grupos sociales que se han formado en paralelo al desarrollo turístico. En el siglo XX se produjo una enorme desvinculación entre la vanguardia artística y la sociedad ibicenca. Hay una enorme falta de compromiso político, social y cultural de los artistas con la realidad autóctona. Esta actitud se vio favorecida durante el franquismo por una falta de oposición al régimen y por la relajación de las autoridades en los años cincuenta y sesenta. Al no representar una molestia, las autoridades franquistas son pragmáticas y usan las vanguardias artísticas como elemento de promoción turística. El resultado es que el periodo de mayor efervescencia de las vanguardias de la isla se produce durante el régimen franquista a causa de que no sólo no son molestos al régimen sino que le son útiles (Rodríguez, 2003, p. 14).

⁶⁶ En realidad esta es la situación que se puede observar en las sociedades actuales cuya base de relaciones mutuas es el llamado multiculturalismo. Cada grupo social vive a su manera, sin molestar a los otros ni ser molestados, hasta que se produce un conocimiento mutuo y aparece el conflicto.

⁶⁷ Desde los años treinta hasta el presente ha habido presencia de un sector más o menos crítico con el turismo. Este sector de la población se suele componer por personas de mentalidad muy conservadora (cada vez fueron a menos), visitantes y residentes que no quieren que desaparezca el mundo que conocieron cuando llegaron por primera vez y residentes que muestran una añoranza por algunos elementos de un pasado que en muchos casos nunca conocieron (cada vez son más).

No obstante la precariedad de medios y el exiguo desarrollo del turismo en la isla, y pese a los apoyos que esta industria tenía entre la población, consciente del desarrollo económico que podía representar, no todo era unanimidad. La joven y balbuceante industria, apenas nacida, comenzó ya a causar algunos recelos (Ramón, 2001, p. 41). Josep Artugues-Riera, en un artículo periodístico (*Diario de Ibiza*, 25 de agosto de 1932) criticaba los cambios que el turismo provocaba en las señas de identidad del pueblo ibicenco y reclamaba la corrección y el respeto de los turistas hacia la población local y sus costumbres, con especial mención a la indumentaria. Vinculado a la indumentaria, cabe destacar que cualquier atisbo de nudismo es objeto de severas críticas. En la playa de Ses Figueretes se observaba con frecuencia que ciertas bañistas iban desnudas:

"hay que hacer ver a estas gentes, por más turistas que sean, que aquí hay principio de autoridad y que esta clase de actos no se toleran en esta isla. Ahora que se aproxima el verano hay que tomar medidas para evitar estos espectáculos, pues de lo contrario las personas sensatas no podrían ir a las playas a bañarse" (*Diario de Ibiza*, 13 de mayo de 1933).

Al objeto de reprimir tales muestras de "incivismo" el alcalde de la ciudad publicó un bando en mayo de 1933, prohibiendo la indumentaria "señaladamente incorrecta".

En un artículo de opinión de 1932, firmado por "Sía" y de título "*Cal prevenir*", se muestra una opinión refractaria al turismo, aunque de sus palabras parece deducirse que considera inevitable la invasión y la pérdida de identidad de los ibicencos (Cirer, 2001a). El autor de este artículo era un catalán que viajaba a Ibiza por motivos comerciales y que podemos vincular a una corriente antiturística que aparecerá de forma recurrente durante todo el siglo XX. Es típico de algunos visitantes "cultos" apreciar la vigencia de las tradiciones locales y pensar que los "incultos" ibicencos las perderán porque no saben valorar lo que tienen (Cirer, 2004, pp. 156-157). La explicación más plausible de este tipo de actitudes es que los visitantes buscan un lugar en donde la modernidad no haya llegado para veranear o residir en el, huyendo del agobio de la vida moderna, y creen que la región debe conservarse tal y como ellos la conocieron por primera vez. Por otra parte, la población local desea incorporar en sus vidas algunos de los elementos de la modernidad y abandonar las carestías de la vida tradicional. La falta de empatía de los nuevos residentes llegados de fuera de la isla se muestra en el hecho de que consideran que la actitud de los residentes autóctonos se debe en exclusiva a una falta de cultura por parte de estos últimos⁶⁸. Las palabras de "Sía" van dirigidas en un tono bucólico y lírico a la isla de Ibiza:

"Isla de Ibiza, yo nunca me canso de mirarte y cada vez que vengo descubro nuevos rincones íntimos y llenos de encanto que me apresuro a disfrutar con toda mi avidez porque siento que esto se acaba.

Ya la corriente de los desvagados, temporales o perpetuos, que en nombre del turismo vienen a visitarte, ha derramado su semilla aquí y pronto arraigará con toda su furia, convirtiéndote en parada obligada de todos los buques que surcan por la Mediterránea transportando gente aburrida que pretende estimularse. [...] Tus cantos y tus bailes pasaran a ser materia de folklore, archivados y cerrados [...]. Habrás devenido anónima, uniforme, una isla estandarizada que por haber perdido tu peculiar encanto ya no podrás ofrecer ninguna emotividad, y bastardeada, deformada, viciada y encarecida, volverás a ser olvidada...

⁶⁸ Es el clásico problema de que se valora lo que no se tiene y se desea, pero no lo que se tiene. Los visitantes que llegaban a Ibiza no valoraban las comodidades de la vida moderna que habían conocido toda la vida y si la vida pausada y sin prisas de la población autóctona. Los residentes no valoraban la vida sin horarios del día a día de la isla y si las comodidades materiales modernas. Estas posturas se irán invirtiendo en situaciones futuras: muchos hippies de los años sesenta y setenta abandonarían la vida austera de la isla para regresar a sus países tras varios años viviendo en las condiciones precarias en que habían vivido toda su vida los ibicencos, y los ibicencos de los años setenta y ochenta, una vez disfrutaban de las comodidades materiales, empezarán a mostrar añoranza por el paisaje, la cultura y la tranquilidad de antaño.

Yo querría que supieras resistir la investida de esta invasión, que la aprovecharas, pero que la encauzases, bien ordenada y distribuida puede ser provechosa y poco perniciosa" (*Diario de Ibiza*, 15 de agosto de 1932).

Sía plantea crear reductos donde se ofrezcan los servicios que buscan los visitantes pero sin alterar la vida y cultura local. Es decir, crear complejos turísticos que concentren la actividad turística para evitar que su presencia altere los núcleos de población autóctona.

Entre los visitantes de los años treinta aún se ve cierto etnocentrismo en sus análisis y describen a la isla y sus habitantes como muy atrasados y aislados del mundo, a la vez que admiran la arquitectura y el paisaje local, y lamentan que el progreso de la isla destruya su identidad⁶⁹. El arquitecto Germán Rodríguez Arias comentaba los cambios observados en Ibiza entre su primera visita en el verano de 1930 y la visita del verano de 1935, y como la arquitectura popular se vio invadida por influencias externas en este periodo de tiempo (Polo, 2003, pp. 274-275). Germán Rodríguez menciona la importación de materiales, técnicas y estilos constructivos de estilo colonial que se incorporan a las casas rurales pero que, sobre todo, se utilizan para construir hoteles y chalets a la orilla del mar.

En 1936 proliferan las noticias que hacen referencia a las críticas que merecen ciertas edificaciones, que, bajo el pretexto del modernismo, no guardan ninguna armonía con el estilo arquitectónico ibicenco. En este sentido, el 4 de agosto se publican unas declaraciones de Alfredo Baexhlin ensalzando el estilo local y clamando contra el mal gusto de los que destrozan la fisonomía peculiar de las construcciones del campo ibicenco (Ramón, 2001, p. 65).

La aparición de las primeras críticas era previsible si tenemos en cuenta que, con el inicio del desarrollo turístico, los impactos negativos del sector empezaron a hacer acto de presencia en los años treinta, y era lógico que alguien se diera cuenta de ellos. Los cambios producidos por el desarrollo turístico de los años treinta son destacables y fueron percibidos por algunos de los visitantes.

Walter Benjamin visitó la isla en 1932 y 1933, residiendo en la bahía de Sant Antoni. Cuando llegó en abril de 1932, Sant Antoni era casi vacío de extranjeros, las casas no disponían de agua corriente ni electricidad, y había dos fondas en el pueblo (Fonda Esmeralda y Fonda Miramar) que eran buenas pero sólo ofrecían comida y los huéspedes debían alquilar habitaciones en casas particulares. En el verano de 1932 el pueblo se llenó de veraneantes, perdiendo parte de su encanto. Al regresar en 1933, Benjamin encontró el pueblo cambiado: la casa donde se alojó disponía de electricidad y de agua corriente, estaba a punto de abrirse el hotel Portmany, y las dos fondas disponían de habitaciones propias. El escritor se quejaba de que había desaparecido la tranquilidad, el pueblo estaba lleno de gente y los precios habían subido mucho (Valero, 2001). Walter Benjamin transmite en una carta a Gershom Scholen la imagen de un Sant Antoni que ya se encuentra colonizado por veraneantes (Benjamin y Scholen, 1987, p. 71; Rodríguez, 2003, p. 31), retratando un "mini boom" turístico.

- ***Actitudes de la población local.***

Ante posturas como las de Josep Artugues-Riera y "Sía", en que se muestran reticencias y las primeras críticas al turismo, se posiciona el grupo de empresarios ibicencos que llevaban desde principios de siglo abogando por el desarrollo del sector y la creación del Fomento del Turismo. Uno de los exponentes de esta postura es el *Diario de Ibiza*. En un editorial, probablemente escrito por Joan Verdera Mayans (director de *Diario de Ibiza*), se hace una defensa apasionada del negocio turístico y propone la constitución del Fomento del Turismo (Cirer, 2001):

"No habríamos podido prever el buen resultado que ha obtenido en Ibiza la denominada industria del Turismo. [...] Hoy en día existe una numerosa colonia de forasteros que

⁶⁹ Muchos de ellos quieren que la isla sea una "reserva de primitivismo humano" en donde se pueda contemplar como era la vida tradicional y en la que no entre la modernidad. En épocas más recientes se han podido ver actitudes similares, tanto en las islas como en otras regiones en vías de desarrollo. Las personas que poseen estas actitudes rara vez son de la región en cuestión, suelen proceder de regiones ya desarrolladas.

deja buenos beneficios a la isla, y aun mayor será el incremento que tendrá" (*Diario de Ibiza*, 15 de septiembre de 1932).

Este pequeño grupo tiene actitudes muy positivas hacia el turismo porque consideran que los beneficios económicos y de modernización que percibirán ellos y la sociedad insular en general serán muy importantes e imposibles o muy difíciles de conseguir por otros medios. El principal escollo que sufrió este grupo en las primeras fases de desarrollo turístico no fueron los críticos con el sector sino el individualismo e indiferencia de la inmensa mayoría de los ibicencos.

El nacimiento del Fomento no supuso un automático entusiasmo por parte de todos los sectores de la isla en favor de la potenciación del turismo. Por el contrario, la apatía era más bien generalizada y sólo los directivos de la entidad, además de los hoteleros y demás empresarios del sector (todavía muy escasos), impulsaban realmente esta industria. El vicepresidente del Fomento, Bartomeu de Roselló, hizo mención a la falta de apoyo que tenía la entidad en una junta general de 1934 (Ramón, 2001, p. 63). En realidad, durante los años treinta, el Fomento del Turismo consistía en un grupo muy reducido de hombres de la isla (la dirección del mismo) que poseían una fe inquebrantable en el futuro del turismo y realizaban todas las actividades del Fomento gracias a su esfuerzo personal, a ayudas puntuales y a favores y prestamos realizados por conocidos y amigos.

Otro de los frenos que tuvo el turismo en sus primeros tiempos, junto a la falta de concienciación de la mayor parte de la población, fue el individualismo. Todos los que escriben sobre Ibiza a principios de siglo están de acuerdo en un segundo elemento característico de la sociedad insular, a parte de la baja estratificación: el carácter ibicenco es extraordinariamente individualista, poco dado a la participación en cualquier tipo de negocio o actividad que implique el concurso de un número importante de personas sin vínculo entre sí⁷⁰.

Esto no quiere decir que los ibicencos no puedan montar negocios en los cuales participen diversas personas, pero cuando se asocian lo hacen en un número reducido y buscan los socios potenciales en su círculo más próximo (Cirer, 2004, p. 159). La costumbre de los ibicencos es realizar los proyectos en solitario o sólo contar con los socios imprescindibles, los cuales suelen ser familiares cercanos o conocidos de muchos años⁷¹.

En la primera mitad del siglo XX, el individualismo de los ibicencos unido a un cierto desconocimiento o ignorancia de las posibilidades del sector turístico hizo que entidades como la Cámara de Comercio de Ibiza, el Fomento del Turismo, etc. fracasaran o se vieran reducidas a un pequeñísimo grupo de empresarios de la ciudad que intentaban llevar adelante algunas acciones de promoción turística.

1.0.1. Actitudes de los residentes y visitantes de los años treinta.

Las actitudes existentes en los años treinta se pueden resumir en cuatro grupos de individuos cuya presencia se mantendrá en fases posteriores, aunque con porcentajes distintos:

- *Los artistas e intelectuales refugiados en la isla*, principalmente de origen alemán. Estas personas residieron durante varios meses o años en la isla y se mantuvieron aislados de la

⁷⁰ Esto explica el particular esquema político que vive Ibiza durante la restauración, en que no existen verdaderos partidos políticos, sino notables que aprovechan los vínculos familiares y de vecindad para mantener sus redes de clientela (Cirer, 2004, pp. 158-159). Aún a finales del siglo XX, el partido más votado en la isla, el Partido Popular, fundamentaba su éxito, en gran medida, en el hecho de que los cabeza de lista se elegían de entre las personas con presencia social, siendo secundaria la pertenencia al partido. Tras la transición democrática, parte de los candidatos que ganaron eran empresarios o profesionales de prestigio entre la población votante pero sin militancia en ningún partido. Fueron elegidos por el partido por que eran personas a las que los votantes valoraban, ya que el voto lo decidían más por el candidato que por el partido concreto.

⁷¹ En el boom turístico hubo una mayor asociación entre ibicencos, sobre todo al abrir el segundo hotel. En este caso varios hoteleros, que se conocían desde hacía algún tiempo, ante la carencia de recursos para abrir un nuevo hotel cada uno por su cuenta, se asociaban para abrir un nuevo hotel con los recursos disponibles entre todos. Incluso en este caso, los socios no eran más de tres o cuatro en la inmensa mayoría de casos y con el tiempo algunos socios podían decidir vender su parte al resto para abrir un establecimiento por su cuenta.

población autóctona y de sus preocupaciones, siendo personas bastante solitarias y que se relacionan, casi en exclusiva, con otros artistas e intelectuales residentes en la isla. A pesar de que tienen un gran desconocimiento de la sociedad local, admiran su forma de vida y sus costumbres. Por su parte la población autóctona muestra un respeto reverencial por los “señores” que llegan de fuera, a pesar de que desconocen casi todo de ellos. Por tanto, nos encontramos ante un grupo de extranjeros poco numerosos y sin integrar, pero cuyo aislamiento social hace que no haya conflictos con la población local.

- *Los primeros críticos con el turismo.* Eran individuos que en muchos casos procedían de fuera de la isla y que muestran preocupación por los impactos negativos del turismo, principalmente sobre la cultura local, aunque no se oponen al desarrollo del sector. Este grupo es muy reducido en los años treinta y, aunque sus apreciaciones son interesantes, un halo de romanticismo impregna sus comentarios.
- *Los empresarios defensores del desarrollo turístico.* Este grupo existía desde principios de siglo y seguía siendo muy reducido, a pesar de lo cual consiguieron éxitos tangibles en los años treinta: creación del Fomento del Turismo, apertura de diversos hoteles y otros establecimientos de alojamiento y algunas pequeñas mejoras en infraestructuras y promoción turística. El entusiasmo de estos individuos es debido a que consideran el turismo la vía más fácil, sino la única, para mejorar las condiciones de vida de los ibicencos.
- *La inmensa mayoría de la población local* seguía sin prestar atención ni tener concienciación de la importancia que podía tener el turismo en la mejora de sus condiciones de vida. La mayoría de los ibicencos seguían con una economía que era básicamente de subsistencia, aunque las exportaciones permitían que el campo ibicenco viviera su mejor época a finales del siglo XIX y principios del XX (Cirer, 1986, 1998, 2002a, 2004, 2006). Probablemente esta mejora en las condiciones de vida de la población frenara su implicación en el nuevo sector económico, un indicio de ello es que las dificultades de la posguerra hicieron que mucha población se volcara en el nuevo sector a partir de los años cuarenta, a pesar de que el sector se desenvolvía en peores condiciones que en los años treinta.

3. Fase de Implicación: El Turismo Renace (1939-1958)

En esta fase se produce la recuperación de los avances realizados en los años treinta y perdidos con la Guerra Civil, la Segunda Guerra Mundial y la posguerra, y se produce la creación de un potente sector turístico que a finales de los años cincuenta ya no sólo es importante para la economía local sino que se está convirtiendo en el principal (Cirer, 2004, p. 239). En un estudio publicado en *Diario de Ibiza* en el año 1956, y referente a 1955, se cuantificaban unos ingresos netos por turismo de más de 41 millones de pesetas, mientras que los ingresos por exportaciones sobrepasaban ligeramente los 37 millones de pesetas (Ramón, 2001, pp. 83-84).

La agricultura se recuperará en esta fase, llegando a los niveles de antes de la guerra en 1950 (Cirer, 2004, p. 238), viviendo una buena década en los cincuenta pero a finales de esa década se produce su caída definitiva y en los años sesenta, con la patata inglesa, tiene su último momento de prosperidad antes de convertirse definitivamente en un sector residual, dejando al turismo como único motor de la economía (Cirer, 2002a).

En cuanto a las actitudes de los residentes, en esta fase hay un cambio importante respecto a las décadas anteriores y es que la mayor parte de la población toma conciencia de las ventajas del turismo y empieza a implicarse en el sector gracias al acicate que representó para la población local las miserias de la posguerra. La Fase de Implicación se puede subdividir según la tendencia del crecimiento del sector en dos partes:

- De 1936 a 1950 se produjo un paréntesis provocado por la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial y los primeros, y más duros, años de posguerra, bloqueo internacional y política autárquica. A su vez se pueden diferenciar dos partes dentro de este periodo: de 1936 a 1946 los avances del periodo 1931-1936 se hunden y sólo queda alguna

pensión abierta y la presencia esporádica de algún extranjero en la isla. A partir de 1946 se inician los intentos por recuperar lo que se ha perdido a causa de las guerras, a pesar de los fuertes problemas económicos y legales que padece el sector. El esfuerzo de los empresarios locales y la relajación de diversas normas en 1949, permitió que en 1950 se recuperara la situación de 1936. En resumidas cuentas las guerras y postguerras hicieron que se perdieran 14 años.

- A partir de 1950 el sector turístico recupera y continúa por la senda que había iniciado antes de la Guerra Civil: aumenta la oferta de plazas cada vez más deprisa, regresan los artistas e intelectuales que abandonaron la isla en 1936 y aparecen los beatniks. Esta década se caracteriza por el liderazgo del sector y cosmopolitismo de la Bahía de Sant Antoni, y por el predominio de los turistas franceses. A partir de 1955 aumenta el crecimiento en la llegada de turistas a causa del establecimiento de líneas directas con la península durante el verano. En 1958, con la apertura del aeropuerto se produce un nuevo aumento en la velocidad de crecimiento del sector y un cambio en el tipo de turismo que llega a la isla, empezando el turismo de masas (Cirer, 2004, p. 239).

3.1. La Posguerra.

La Guerra Civil Española y la II Guerra Mundial causaron la desaparición del turismo existente hasta la fecha. La supresión de las líneas regulares de buques que unían las islas con el exterior fue una de las consecuencias de estos conflictos. La posguerra y el periodo de autarquía significaron un intento por recuperar lo perdido y en la década de los años cincuenta se consigue superar las cifras de antes de la guerra (Ramón, 2001, p. 9). Hans Hinterreiter residió en Ibiza de noviembre de 1934 a julio de 1936. En 1939 regresó:

"En Ibiza todo estaba mucho más triste. [...] Todos los extranjeros estaban ausentes durante estos primeros años. Sólo recuerdo dos alemanes y yo [...]. Más adelante, en la década de los cincuenta, llegaron algunos de los alemanes que habían salido" (Planells, 1986, p. 120).

La guerra hizo añicos muchos esfuerzos en pro del turismo. Largos años de duro trabajo para levantar el sector se habían desmoronado. Era preciso volver a empezar. Y, de hecho, el Fomento del Turismo no tardó en ponerse de nuevo manos a la obra. La guerra terminó el 1 de abril de 1939, y menos de dos meses después, el 27 de mayo, el Fomento se reunía de nuevo. Muchas cosas habían cambiado y muchos y trágicos sucesos separaban ese mayo de 1939 del julio de 1936. Harían falta muchos años para restañar las heridas abiertas. El 1 de junio de 1939, el Fomento acordó recabar la colaboración del Ayuntamiento de la ciudad en la petición cursada a la Trasmediterránea para que el buque que realizaba el trayecto Valencia-Palma de Mallorca hiciera escala en Ibiza a la ida y a la vuelta, así como que se restableciera lo más pronto posible el servicio directo Barcelona-Ibiza, de carácter semanal, interrumpido por la guerra. Lo que no se sabía en aquel momento es que se avecinaba otra interrupción turística aún mucho más larga, debido a la Segunda Guerra Mundial y al posterior bloqueo al que la comunidad internacional sometió a España en protesta por la dictadura de Franco (Cirer, 2004, p. 172; Ramón, 2001, pp. 67-68).

A la década de los cuarenta podríamos denominarla "la década perdida", pues entre la Segunda Guerra Mundial, el posterior boicot a España y la situación económica europea, el panorama resultante era de parálisis turística casi total. De esta época sólo hay algunos datos anecdóticos, de poca trascendencia más allá de reflejar la situación social existente y, sobre todo, el talante de las nuevas autoridades en materia turística, que era más bien de recelo hacia la llegada de veraneantes. El régimen franquista, en su primera etapa, se caracterizó por una actitud totalmente cerrada a la afluencia de visitantes procedentes del exterior (Ramón, 2001, p. 68-69).

Muestra del nuevo talante es el bando de la Delegación Gubernativa, de 4 de julio de 1941, sobre los baños de mar que recordaba la obligación que tenían los ciudadanos de acudir a la playa separados, en función de los sexos. Y se advertía:

"Se dispondrá la debida vigilancia para el cumplimiento de la distribución acordada y se castigarán las infracciones" (Ramón, 2001, p. 69).

En agosto de 1945 aparecía en el *Diario de Ibiza* una gacetilla que, haciendo una introducción favorable sobre el turismo termina advirtiendo sobre sus efectos sobre la moral y las costumbres locales:

"Ni andamos tan alicaídos que pudiera extasiarnos ver convertido en casa de... huéspedes sin decoro nuestro solar honrado. Lo cual no es mera fantasía escrupulosa. No cabiendo olvidar, con nuestra dignidad, que todo lo extravagante y dislocado tiene pegadizas influencias, y viniendo de fuera, con afeites de moda y de presunto señorío, más. [...] ¿Quieren sugerir estas líneas una postura de hostilidad frente al turismo? No. De simple vigilancia. Sobre lo advenedizo en quienes corresponda, y de propia conducta, previniendo inadecuadas complacencias y simiescas imitaciones, en el estado llano" (*Diario de Ibiza*, 12 de agosto de 1945).

Este texto representa de forma bastante adecuada la opinión hostil que una parte importante de los poderes locales de la posguerra tenía acerca del turismo (Ramón, 2001, p. 70).

La situación hotelera en la isla era calamitosa. Desde 1936 y hasta el final de la Segunda Guerra Mundial los hoteles de la ciudad estuvieron ocupados militarmente y los de Santa Eulària cerrados, permaneciendo abiertos sólo los de Sant Antoni. Los únicos hospedajes que funcionaban en la ciudad eran la fonda La Marina y fonda del Comercio, establecimientos de pequeñísima capacidad y larga tradición como hospedería. De 1936 hasta 1946, las autoridades y demás personas que visitaban la isla tenían que ir a pernoctar a Sant Antoni por carecer de alojamientos de calidad la capital de la isla (Cirer, 2004, pp. 172, 183-184; Planells, 1984, p. 266; Ramón, 2001, p. 70).

En junio de 1946, se reinauguró el antiguo Gran Hotel con el nombre de Hotel Ibiza, ya que la nueva ley turística reservaba el apelativo de "Gran" a los hoteles de lujo. Sus nuevos responsables lograron que la ciudad contase con un hotel de calidad, pero económicamente fue un desastre. Por aquel entonces todos los productos básicos estaban racionados, pero los hoteles, al no disponer de cupo alguno, debían abastecerse en el mercado del estraperlo, con precios muy elevados. Además había problemas con el agua corriente, la corriente eléctrica, etc. unido a unos precios bajísimos de los alojamientos, incluso para aquella época. Debe tenerse en cuenta que las tarifas estaban reglamentadas y constantemente inspeccionadas (Cirer, 2004, pp. 183-185; Ramón, 2001, pp. 71-73). El 1 de junio de 1950, se hizo cargo de la explotación Antoni Planells Ferrer, que pudo capear los problemas hasta que ocho años más tarde tuvo que dejar la gestión por razones de salud. El propio Antoni Planells cuenta que:

"a más clientela surgieron más dificultades. A la mayoría de las que tenían mis antecesores se sumaron un mercado completamente desabastecido que me obligo a traer ensaladas y otros productos de Barcelona, y ternera de Mallorca; falta de personal profesional; al no haber pan por estar racionado, tener que comprar bollos de pastelería; la competencia desleal, de casas particulares y establecimientos no legalizado, que alquilaban habitaciones a cinco pesetas, etc. Por si esto fuera poco, el Excmo. Ayuntamiento colocó un guardia municipal, al que ayudaban gratuitamente algunos 'puritanos' frente al Hotel Ibiza, en la confluencia de la avenida Bartolomé Ramón con el paseo de Vara de Rey. La finalidad de esta vigilancia era mantener 'la moral' de algunos ciudadanos que no veían en el turismo su salvación" (Planells, 1984, p. 276).

La competencia desleal ejercida por casas particulares no era desdeñable. Se calcula que hasta un 50% de los veraneantes optaban por alojarse en viviendas. Las carestías provocadas por la posguerra y el boicot, junto con la moralina franquista y las medidas en pro del mantenimiento de esta moral causaron que hasta muy entrados los años cincuenta, apenas se produjera un crecimiento perceptible de la industria turística (Cirer, 2004, p. 186; Ramón, 2001, pp. 71-73).

La denuncia que hace Antoni Planells de la competencia desleal muestra que muchos ibicencos vieron en los turistas y visitantes de la época una fuente de riqueza que les ayudara a combatir las miserias que aun se arrastraban en la isla.

En los años cincuenta la situación era diferente en Ibiza y en Sant Antoni. Antonio Planells lo cuenta así:

"El baile de sociedad y los clubes nocturnos estaban prohibidos en la isla de Ibiza, en cambio en San Antonio se bailaba todas las noches en la terraza de un café, cercano al ayuntamiento de dicha villa. Tampoco a las señoras se les molestaba por su modo de vestir, y no pasaba nada. O mejor dicho, si pasaba con muchos clientes de nuestro Hotel [Ibiza] que habían ido de excursión a San Antonio, algunos pedían la cuenta y se marchaban a dicha villa porque allí había 'playa'" (Planells, 1984, pp. 276-279).

El hecho de que en 1936 los guardias destinados en la zona y el Ayuntamiento de Sant Antoni hicieran todo lo posible para que la guerra tuviera el mínimo impacto en Sant Antoni, permitió que sus establecimientos permanecieran abiertos y las normas referentes a la moral pública se relajaran enormemente. Esta diferencia hizo que el liderazgo que había tenido Ibiza ciudad en los años treinta se perdiera a favor de Sant Antoni. El liderazgo de Sant Antoni se mantuvo con mucha claridad hasta los años del boom turístico, destacando dentro de este periodo los años cincuenta.

Municipio	Habitaciones	Plazas
Ibiza ciudad	110	184
Hotel Ibiza (Gran Hotel)	72	126
Pensión España	18	26
Pensión La Marina	7	12
Pensión El Comercio	8	13
Pensión Avenida	5	7
Sant Antoni	114	206
Hotel Ses Sevines	15	27
Hotel Portmany	18	33
Hotel San Antonio	20	37
Pensión Esmeralda	14	27
Pensión Miramar	11	19
Pensión Maricel	19	33
Pensión Playa	17	30
Santa Eulària	49	91
Hotel Cosmi	10	20
Pensión Royalty	4	8
Pensión Buenavista	14	22
Pensión Sa Rota	12	23
Pensión Central	9	18
Total	273	481

Tabla 11: Oferta de alojamiento en la isla de Ibiza en 1950.

Fuente: Ramón (2001).

El 21 de septiembre de 1947 se produjo el restablecimiento de la línea Ibiza-Barcelona inaugurada en 1909 e interrumpida en 1936 por la Guerra Civil. Este servicio era

importantísimo, no sólo para los residentes, sino para incrementar una incipiente corriente de veraneantes. Pero las comunicaciones seguían siendo escasas y los problemas de suministros e infraestructuras limitaban el futuro del turismo (Cirer, 2004, p. 211; Ramón, 2001, p. 74; Torres, 1961a).

A partir de 1949 aparecieron algunas normas que facilitaron la actividad turística. Muchas veces los cambios no se reflejaban en un reglamento publicado en el BOE sino en instrucciones a los gobernadores civiles para que apliquen la normativa existente con poco rigor o simplemente que la ignoren (Cirer, 2004, p. 189).

En 1950 las camas ofertadas eran 481, mientras que en 1935 eran 473. Habían reabierto algunos establecimientos, otros no volvieron a abrir y se abrieron algunas pensiones nuevas, el resultado es que se estaba en 1950 en el punto en que se había quedado el desarrollo turístico antes de la Guerra Civil (Cirer, 2004, p. 216).

3.2. La década de los cincuenta: empieza el despegue del sector.

En 1950, la estancia media en Ibiza era de 4,3 días, lo que nos indica que la mayoría de los clientes eran comerciantes o representantes desplazados a la isla por razones de negocios. En Sant Antoni la media se situaba en 11,2 días, la normal en un destino puramente turístico. En Santa Eulària, la cifra era de 20,8, forzosamente alterada por artistas y escritores que utilizaban los hoteles o pensiones como residencia de sus largas estancias en la isla.

Municipio	Viajeros	Estancias	Estancia media
Ibiza	1.503	6.468	4,30
Sant Antoni	1.326	14.876	11,22
Santa Eulària	351	7.314	20,84
Total	3.180	28.658	9,01

Tabla 12: Viajeros alojados en los establecimientos de la isla de Ibiza en 1950.

Fuente: Ramón (2001) y Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera.

El levantamiento del embargo de la ONU a España, en 1950, propició un aumento en el número de viajeros llegados a la isla. Corroborar el despertar turístico y viajero de la isla el hecho de que, en 1957, la editorial Selecta de Barcelona publicara un libro de Marià Villangómez, titulado "Llibre d'Eivissa" (Planells, 2002, p. 27). Esta publicación pretendía aprovechar el auge que estaba alcanzando Ibiza como destino turístico.

Inicialmente, los turistas provienen en su mayoría de Francia, aunque también hay algún inglés que comparte sus vacaciones entre Mallorca e Ibiza. Este pequeño pero constante incremento turístico motivará que se vayan construyendo nuevos establecimientos hoteleros en esta década (Ramón, 2001, p. 75).

Entre los turistas extranjeros, la nacionalidad dominante en un primer momento era la francesa. Hasta 1957 los franceses eran más del 25% del total de turistas, pero después fueron perdiendo presencia frente a los ingleses (Cirer, 2004, p. 210). El hotelero Vicent Juan Guasch rememora los orígenes del turismo francés:

"A finales de los años cuarenta y con motivo de un acontecimiento religioso de carácter internacional que tuvo lugar en Barcelona, Voyages Fram de Toulouse llevó a miles de franceses a Cataluña [...]. A esas personas se les dio a conocer el Mediterráneo español. En los comienzos de aquel programa, Ibiza representó un corto periodo, un intermedio. Los clientes viajaban en tren desde París y sus alrededores hasta Toulouse, a veces hasta Perpignan, y después continuaban en autocar hacia Barcelona para seguir hasta

Ibiza en barco. En esa época, la frecuencia de viajes en barco desde Barcelona a la isla era de uno semanal. Los franceses se sintieron atraídos por el encanto y el embrujo de Ibiza. [En Ibiza] había unas auténticas ganas de intercambio de culturas, costumbres, idiomas. En esa época, Ibiza ofrecía un tipismo, una tranquilidad, una hospitalidad. En resumen, la isla constituía un lugar irresistible, con sus gentes abiertas, tolerantes, y con un verdadero deseo incontenible de empezar la apertura. Al mismo tiempo, los ibicencos querían comunicarse con el mundo exterior y, como sus principales visitantes eran los franceses, la Alianza Francesa obtuvo un enorme éxito" (Ramón, 2001, pp. 80-81).

Gerard Benet, director del Secretariado de Turismo Internacional de Francia, visitó Ibiza en mayo de 1953 para ver sus posibilidades para la explotación turística y dejó claro cuál era para él el atractivo real de Baleares para el turista:

"Siempre estuve convencido de que el éxito turístico de Mallorca primero y ahora también de Ibiza, no depende de las salas de fiesta más o menos americanizadas o de la importación de deportes o distracciones más o menos extrañas. El turismo viene a las Baleares sólo por su placidez, por la belleza natural de sus paisajes y por el encanto de sus playas vírgenes, sin mistificaciones de clase alguna" (*Diario de Ibiza*, 20 de mayo de 1953).

Pero no todos eran franceses. El mercado alemán comenzó a emerger también en la década de los cincuenta, concretamente a partir de 1956. La prodigiosa recuperación económica que, sólo diez años después de terminada la devastadora II Guerra Mundial, comenzaba a experimentar Alemania hizo que fuera aumentando la cantidad de alemanes que salían de nuevo a pasar sus vacaciones fuera del país. Los turistas alemanes venían en grupos que primero volaban hasta Palma y después llegaban a Ibiza en barco (Ramón, 2001, p. 82).

Si en los años cincuenta los turistas predominantes son los franceses, seguidos de los españoles, la zona turística por excelencia en Ibiza es Sant Antoni. Hasta 1960 la bahía de Sant Antoni de Portmany concentraba entre la mitad y dos tercios de las plazas (Cirer, 2001b; Cirer, 2004, pp. 216-218) y casi monopolizaba el crecimiento en plazas y en turistas (Buades, 2004, p. 172). Esta fue la primera zona en desarrollarse turísticamente, y ya tenía una importante presencia de turistas a finales de los años cincuenta, pero en las décadas posteriores su crecimiento fue más moderado que el de otras zonas como Sant Josep o Santa Eulària. El periodista Fernando-Guillermo de Castro comenta como era la bahía de Sant Antoni a finales de los cincuenta en las siguientes palabras:

"En San Antonio se puede decir que se conocía y se trataba todo el mundo. Los lugareños alternaban con los residentes extranjeros, que eran pocos, y con los veraneantes peninsulares habituales; incluso con algunos turistas con los que se mezclaban en bares y salas de fiestas. San Antonio era la capital turística de la isla, sin menoscabo de la ciudad y de Santa Eulalia" (de Castro, 2003, p. 33).

Antonio Hormigo, ibicenco que vivió y trabajó en el Sant Antoni de los años cincuenta, recuerda que los primeros turistas que llegaron a Sant Antoni después de la guerra eran "los franceses del Club de los Argonautas, y que estaban en Can Tarba" (Planells, 1980, p. 185), además comenta que "muy pronto llegó el progreso y a nosotros nos encantaba que se construyeran muchos hoteles, porque Sant Antoni crecía" (Planells, 1980, p. 187). Antonio Hormigo puede considerarse un ejemplo de una de las primeras generaciones de ibicencos que adoptaron una forma de vida a imitación de los extranjeros que residían o visitaban la isla. Estos ibicencos se caracterizaban por tener un nivel de estudios que se reducía a la enseñanza obligatoria y lo que habían leído por su cuenta, hablaban a un nivel turístico diversos idiomas (inglés, francés, alemán, italiano, etc.), trabajaban en actividades vinculadas al creciente sector turístico y, por la noche, frecuentaban con asiduidad los establecimientos con predominio de los turistas y los residentes extranjeros.

Pero no todo eran voces entusiastas, los extranjeros que llegaron a la isla buscando un lugar de residencia tranquilo y económico empezaban a preocuparse por los cambios que sufría la Bahía. Hans Hinterreiter comenta:

"En 1953 yo estaba asustado por la inflación. Sant Antoni estaba inaugurando ya la época del turismo. Vi que se construían los primeros hoteles en la bahía y yo necesitaba otro rincón" (Planells, 1986, p. 121).

En una entrevista ofrecida por el secretario del Ayuntamiento de Sant Antoni, Andreu Tur Tur, al *Diario de Ibiza* cuantificaba los beneficios del turismo en Sant Antoni en "unos 2 o 3 millones de pesetas" y consideraba urgente:

"aumentar las vías de comunicación entre Ibiza y la Península, de forma que con Barcelona hubiese por lo menos dos correos semanales y crear un servicio aéreo entre Ibiza y la Península o Palma. Si no, resulta que el turismo queda atrapado, no pudiendo venir y marchar cuando él quiera. En agosto aquí faltó alojamiento [1.120 turistas en Sant Antoni] y se dio el caso de tenerse que alojar muchos en casas particulares; claro está que eso sólo pasa con los que no solicitaron previamente su plaza" (*Diario de Ibiza*, 22 de agosto de 1951).

En 1955 se establecieron servicios extraordinarios de transporte marítimo con el exterior en los meses de julio, agosto y septiembre. Este hecho permitió aumentar de forma significativa las llegadas de turistas, principalmente españoles. Por desgracia los servicios extraordinarios tuvieron una consecuencia inesperada: incrementaron la estacionalidad del turismo. De los 24.402 turistas que se alojaron en establecimientos hoteleros en 1960, el 65% lo hizo en los meses de julio, agosto y septiembre, aquellos en los que había disponibilidad de billetes. Este incremento de la estacionalidad hizo que los hoteleros ibicencos optaran por cerrar los establecimientos en invierno y abrir sólo durante los meses de verano (Cirer, 2004, pp. 211-212). Aunque a partir de 1955 se aumentó la frecuencia de los buques que unían Ibiza con la península, la calidad del servicio ofrecido con estos barcos era claramente mejorable: "A esta isla de finales de los cincuenta se llega con barcos lentos" (Lee, 1975).

El aeropuerto se había convertido en los años cincuenta en un objetivo común de todos los ibicencos, ya que era visto como una mejora imprescindible. Esta instalación fue posible por los fondos procedentes de la Administración central, pero también por las aportaciones particulares que muchas personas y empresas. En realidad, en aquella época la Administración difícilmente realizaba una obra pública de estas características si la población del lugar no colaboraba (Ramón, 2001, pp. 76-77).

El aeropuerto de Es Codolar fue construido en 1936 debido a la Guerra Civil, como aeródromo militar de emergencia. Ya en 1942 se había tratado de utilizar comercialmente, al igual que en 1947, pero salvo en contadísimas, esporádicas y muy especiales circunstancias, en las que lo usó la compañía Iberia, permaneció como aeródromo principalmente militar hasta el 1 de junio de 1958, cuando se abrió al tráfico comercial (Soriano, 1996). La jornada del 1 de junio de 1958 revistió carácter de día histórico y la inauguración oficial (llegada del primer avión de pasajeros) se desarrolló en medio de un ambiente de gran expectación. El avión que inauguró la pista ese domingo, 1 de junio de 1958, aterrizó a las 11:30 de la mañana y se trataba de un avión a hélice Bristol FADH de la compañía AVIACO que transportaba a 36 pasajeros y procedía de Palma.

"El domingo por la mañana [...] llegó el primer avión, en servicio especial, de la Compañía AVIACO, llevando a bordo turistas extranjeros. La noticia había despertado gran expectación y desde bastante tiempo antes de la hora anunciada para la llegada del primer aparato, se congregaron varios centenares de personas en el aeropuerto" (*Diario de Ibiza*, 3 de junio de 1958).

AVIACO fue la primera compañía autorizada a operar en Ibiza, pero sólo una semana después Iberia quedaba también autorizada. Entre AVIACO e Iberia (operando con aviones Bristol 170 y DC-3), se logró que la isla estuviera enlazada, prácticamente desde el principio, con Barcelona, Valencia, Palma y Madrid, vía Valencia. El director general de Aviación Civil, Manuel Martínez Merino, admitió en el discurso que pronunció en la bendición de las instalaciones (17

de junio de 1958) su carácter precario⁷² y anunció que en un plazo de cuatro años se acometería el proyecto del nuevo aeropuerto (Cirer, 2004, p. 213; Ramón, 2001, pp. 78-79). Martínez Merino expresaba su "inmensa alegría al poder inaugurar los servicios aéreos de este aeródromo", pero señalaba que "esta alegría será mucho mayor cuando pueda inaugurarse este campo como un nuevo aeropuerto" (*Diario de Ibiza*, 18 de junio de 1958).

Municipio de Ibiza	Categoría	Habitaciones	Plazas
Ibiza	Hotel Segunda	72	126
Ebeso	Hotel Segunda	113	208
Noray	Hotel Segunda	21	39
Figueretas	Hotel Tercera	72	134
Ses Figueres	Hotel Tercera	41	76
La Marina	Pensión Segunda	7	12
El Comercio	Pensión Segunda	8	13
España	Pensión Segunda	18	26
El Corsario	Pensión Segunda	14	24
Parque	Pensión Segunda	30	48
Rocamar	Pensión Segunda	18	32
URSA	Pensión Segunda	18	34
Riera	Pensión Segunda	10	17
Oliver	Pensión Tercera	20	37
Sol y Brisa	Pensión Tercera	10	18
Mar Blau	Pensión Tercera	15	20
Formentera	Pensión Tercera	14	24
Avenida	Pensión Tercera	5	7
Total		506	895

Tabla 13: Oferta de alojamiento en el municipio de Ibiza en 1960.

Fuente: Cirer (2004, p. 218), Planells (1984), Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera y Ramón (2001).

El alargado y asfaltado de la pista no se finalizó hasta 1961 y el balizado necesario para mantener la actividad nocturna no se realizó hasta 1964. A partir de 1964 el aeropuerto de Ibiza pudo empezar a operar con normalidad, aunque los vuelos internacionales no pudieron aterrizar en el aeropuerto hasta que se habilitó la aduana en 1966 y el aeropuerto adquirió la categoría de internacional (Cirer, 2004, p. 213).

Con la apertura del aeropuerto al tráfico internacional, el turismo de masas contratado por turoperadores comienza a llegar, dando lugar a una gran fiebre constructora. El boom hotelero primero, el de los apartamentos después y el de segundas residencias, reflejan toda una época en la que la demanda superaba a la oferta, en que lo importante era la creación de plazas (la construcción) y el centro de la actividad económica era el hotel, alrededor del cual se fue creando toda una oferta complementaria. Es la época del crecimiento cuantitativo, de la ocupación del territorio, del consumo masivo de recursos (Méndez, 2001).

⁷² En esa época el "aeródromo de Es Codolar" tenía un descampado por pista de aterrizaje y despegue (800 metros de pista de tierra), sin balizas para funcionar de noche, y unas construcciones de estilo rural para las funciones de terminal. El aeropuerto sólo funcionaba de día y cuando no llovía (la pista de tierra se convertía en un barrizal), lo cual hacía que sólo funcionara con normalidad en verano.

Municipio de Sant Antoni	Categoría	Habitaciones	Plazas
Cala Gració	Hotel Primera B	50	97
Osiris	Hotel Primera B	97	180
Ses Sevines	Hotel Segunda	135	242
San Antonio	Hotel Segunda	65	130
Bahía	Hotel Segunda	48	85
Fleming	Hotel Segunda	49	94
Gran Paraíso	Hotel Segunda	11	22
Norte	Hotel Segunda	56	103
Portmany	Hotel Tercera	18	33
March	Hotel Tercera	84	164
Esmeralda	Pensión Segunda	32	54
Miramar	Pensión Segunda	15	19
San Antonio (anexo)	Pensión Segunda	47	83
Playa	Pensión Segunda	17	30
Puchet	Pensión Segunda	120	231
Roca	Pensión Segunda	54	98
Cisne	Pensión Segunda	20	20
Maricel	Pensión Tercera	19	33
Ferrer	Pensión Tercera	56	105
Central	Pensión Tercera	43	136
S'Ílla	Pensión Tercera	5	5
Porto Magno	Pensión Tercera	8	8
Roig	Pensión Tercera	19	35
Total		1068	2007

Tabla 14: Oferta de alojamiento en el municipio de Sant Antoni en 1960.

Fuente: Cirer (2004, p. 218), Planells (1984), Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera y Ramón (2001).

En 1950 las camas ofertadas eran 481 y, por tanto, se recuperaba el nivel de oferta anterior a la Guerra Civil (en 1935 eran 473 plazas). Entre 1950 y 1955 se produjo un significativo aumento de las plazas ofertadas, doblándose la oferta de alojamiento (1.014 camas). Además los nuevos establecimientos eran de un tamaño mucho mayor y era una oferta de categoría superior a la media de la planta hotelera de 1950. Entre 1955 y 1960 la oferta de plazas turísticas se triplicó, llegando a las 1.836 habitaciones y 3.357 camas (Cirer, 2004, pp. 216-218; Ramón, 2001, p. 80). Si tenemos en cuenta el número de turistas llegados en 1960 (24.402) y que en ese año el número de estancias registrado fue de 269.178, obtendríamos un número de estancias por turista de 11,03 días y una ocupación media de cama/año de 83,31 días, que para las camas totalmente turísticas llegaría a significar ocupaciones medias por temporada de más del 85% (Ramón, 2001, p. 90). Planells lo comenta:

“Es a partir de 1955 cuando Ibiza, Sant Antoni, Santa Eulària, se abren a una incipiente actividad. Construcciones de chalets y locales, sin pausa, sin apenas capital, van moteando las bahías. Muchas de las casas algunas de dos alturas en Figueretes y Es Viver, que cobijarían a tantos beatniks y artistas se construyen en estos momentos. La luz eléctrica existía pero en una precaria fragilidad” (Planells, 2002, p. 14).

La oferta de los años cincuenta y sesenta se caracterizaba por el predominio de las plazas ofertadas en hostales y pensiones (Cirer, 2001b).

Los primeros datos fidedignos de las entradas de turistas son del año 1954. De los años anteriores no hay más que algún testimonio aislado y datos muy indirectos (Cirer, 2004, p. 209). Por ejemplo, José Zornoza (1964) mencionaba el año 1947 como el primero en que reaparece

algún turista en Ibiza después de la guerra. El flujo se fue incrementando progresivamente, de manera que en 1951 el secretario del ayuntamiento de Sant Antoni, en unas declaraciones al *Diario de Ibiza* (22 de agosto de 1951), estimaba en 2.300 o 2.400 la cantidad de turistas que habían pasado por su ayuntamiento. Joan Carles Cirer (2004, p. 209) estima que el número total de turistas que visitaron la isla en 1951 no superó la cifra de los 5.000. Antoni Planells (1984) estimaba que entre 1950 y 1953, nunca llegaron a Ibiza más de 5.000 turistas por año. A partir de 1955, con el establecimiento de las líneas marítimas de verano, y de 1958, con la apertura del aeropuerto, se produce una aceleración en el crecimiento del número de llegadas.

Municipio de Santa Eulària	Categoría	Habitaciones	Plazas
Riomar	Hotel Segunda	88	155
Sa Cala	Hotel Tercera	77	140
Buenavista	Pensión Segunda	14	22
Cas Catalá	Pensión Segunda	14	21
Marsol	Pensión Segunda	9	17
Royalty	Pensión Tercera	4	8
Sa Rota	Pensión Tercera	32	52
Central	Pensión Tercera	9	18
La Pilarica	Pensión Tercera	15	22
Total		262	455

Tabla 15: Oferta de alojamiento en el municipio de Santa Eulària en 1960.

Fuente: Cirer (2004, p. 218), Planells (1984), Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera y Ramón (2001).

A los datos de los turistas alojados en establecimientos hoteleros que recopila Torres (1961b) hay que añadir los turistas que alquilan habitaciones o casas y los que tienen una vivienda de su propiedad en la isla. Zornoza (1964), utilizando datos de pasajeros llegados a Ibiza, realiza las estimaciones del total de turistas para algunos años: 10.572 turistas en 1954, 18.663 turistas en 1957 y 31.722 turistas en 1960. Cabe mencionar que las cifras de Zornoza (1964) son estimaciones elaboradas a partir de los datos procedentes de los establecimientos de alojamiento y, como lo que se pretende aquí es evaluar la evolución del turismo en los años cincuenta, se han tomado los datos de los alojamientos como referencia.

Año	Extranjeros	Espanoles	Total	% sobre España	% sobre Baleares
1954	6.650	1.482	8.132	0,67	8,96
1955	10.735	3.348	14.083	0,78	10,81
1956	9.706	3.429	13.135	0,62	8,15
1957	11.479	2.877	14.356	0,57	7,19
1958	14.940	4.012	18.952	0,61	8,24
1959	16.647	4.467	21.114	0,58	8,24
1960	18.524	5.878	24.402	0,43	7,79

Tabla 16: Turistas alojados en hoteles de Ibiza en el periodo 1954-1960.

Fuente: Torres (1961b) y elaboración propia.

Lo que sí está claro es que, a finales de los años cincuenta, el turismo es el sector con mayor peso en las exportaciones de la isla (Ramón, 2001, pp. 83-84) y que, en el periodo 1958-1964,

se producirá la transición definitiva de una economía en la que conviven las exportaciones de productos del campo con el turismo a una economía basada, de forma aplastante, en el turismo (Cirer, 2004, p. 217).

Nacionalidad	1955		1956		1957		1958		1959		1960		Total Sexenio
	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	
Ingleses	2.633		2.011	-24%	2.322	15%	4.304	85%	6.390	48%	7.092	11%	24.752
Espanoles	3.348		3.429	2%	2.877	-16%	4.012	39%	4.467	11%	5.878	32%	24.011
Franceses	3.969		3.722	-6%	3.609	-3%	3.909	8%	3.790	-3%	4.918	30%	23.917
Alemanes	2.139		2.437	14%	3.362	38%	3.655	9%	3.008	-18%	3.175	6%	17.776
Suizos	471		614	30%	488	-21%	761	56%	735	-3%	559	-24%	3.628
Americanos	268		283	6%	374	32%	408	9%	466	14%	445	-5%	2.244
Belgas	374		265	-29%	281	6%	377	34%	454	20%	371	-18%	2.122
Suecos	257		119	-54%	178	50%	334	88%	367	10%	492	34%	1.747
Otros	624		705	13%	865	23%	1.192	38%	1.437	21%	1.472	2%	6.295
Total	14.083		13.585	-4%	14.356	6%	18.952	32%	21.114	11%	24.402	16%	106.492

Tabla 17: Turistas llegados a Ibiza en el sexenio 1955-1960, por nacionalidades.

Fuente: Ramón (2001), Zornoza (1964), Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera y elaboración propia.

3.2.1. Cambios sucedidos en la segunda mitad de la década.

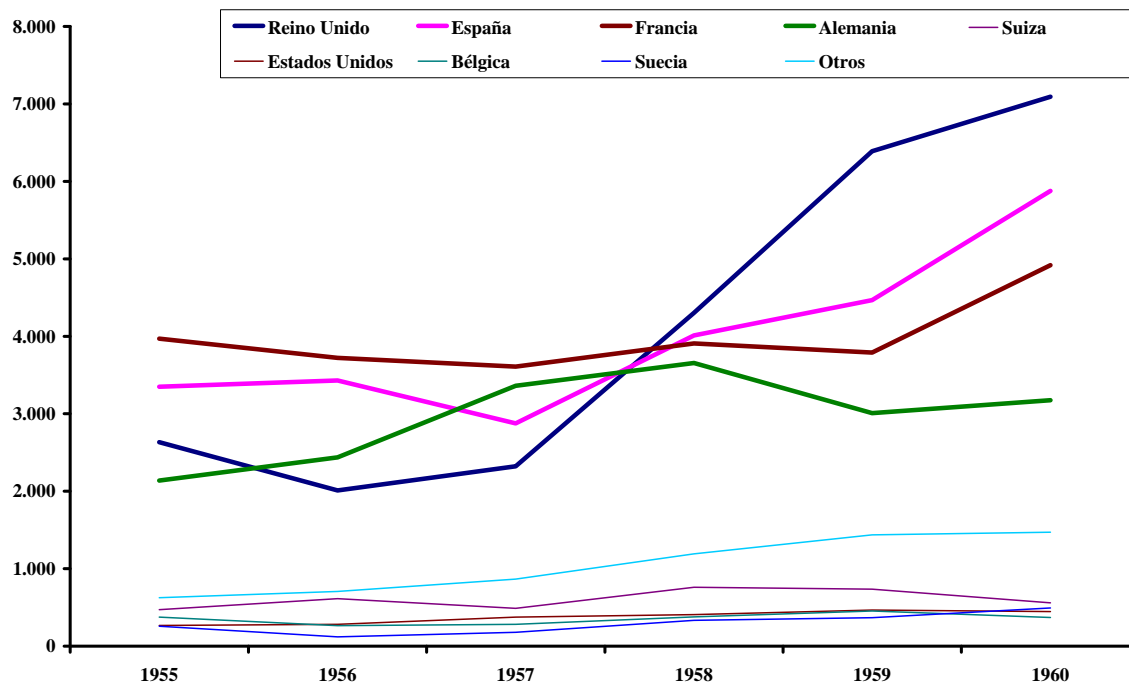


Figura 21: Turistas llegados a Ibiza en el sexenio 1955-1960 por nacionalidades.

Fuente: Zornoza (1964) y elaboración propia.

A partir de 1958 la situación general mejoró. Los años anteriores a 1958 llegaban entre 13.000 y 14.000 personas, en 1958 se produjeron casi 19.000 llegadas (Ramón, 2001, p. 80). Antoni Planells comenta:

“A mediados de 1958 cambia radicalmente la situación, hubo un importante incremento de las comunicaciones marítimas, se inauguró el aeropuerto, se incrementaron los precios de los alojamientos, desapareció el control de divisas y se simplificaron los trámites en las aduanas. GESA instaló una potente central eléctrica [...] aumentó la demanda de alojamientos y las agencias comenzaron a anticipar dinero, a descontar un tanto por ciento de las facturas, se conceden créditos oficiales a bajo interés, se establecen los precios a primeros de años, etc. En estas condiciones, preparado como estaba el terreno, la afluencia turística aumenta de año en año” (Planells, 1984).

Otro cambio importante que sucedió en 1958 fue que el turismo predominante pasó de ser el francés a ser el inglés. Mientras el volumen de turistas franceses evolucionaba despacio (aumentaron un 24% entre 1955 y 1960), la apertura del aeropuerto facilitó enormemente la llegada de ingleses (aumentaron un 170% entre 1955 y 1960), incrementando su presencia en la isla de forma muy importante.

Nacionalidad	1955		1960		Incremento 1955/1960	Diferencia con el total
	Turistas	%	Turistas	%		
Ingleses	2.633	18,70%	7.092	29,06%	169,35%	96,08%
Espanoles	3.348	23,77%	5.878	24,09%	75,57%	2,29%
Franceses	3.969	28,18%	4.918	20,15%	23,91%	-49,36%
Alemanes	2.139	15,19%	3.175	13,01%	48,43%	-24,84%
Suizos	471	3,34%	559	2,29%	18,68%	-54,59%
Americanos	268	1,90%	445	1,82%	66,04%	-7,23%
Belgas	374	2,66%	371	1,52%	-0,80%	-74,07%
Suecos	257	1,82%	492	2,02%	91,44%	18,17%
Otros	624	4,43%	1.472	6,03%	135,90%	62,62%
Total	14.083		24.402		73,27%	

Tabla 18: Evolución de los turistas llegados a Ibiza en la segunda mitad de los cincuenta.

Fuente: Zornoza (1964) y elaboración propia.

Se puede ver que todas las nacionalidades aumentan, salvo los belgas que se estancan, la diferencia se encuentra en si ese aumento es superior al incremento que se produce en el total de turistas o inferior. En el caso de los franceses, se produce un incremento pero este incremento es inferior a la evolución del conjunto, con lo cual pierden peso sobre el total. En cambio, los ingleses viven un crecimiento muy grande en esta época, distanciándose del resto de nacionalidades, y, además, este crecimiento se concentra en los años en que hay aeropuerto en Ibiza.

Algunos autores (Cirer, 2004, pp. 210-211) consideran que el cambio en la nacionalidad predominante tiene que ver con el medio de transporte empleado por los turistas. Los franceses venían en barco desde Barcelona, mientras que los ingleses y alemanes llegaban en avión. Otros autores consideran que el cambio del turismo francés por el inglés a finales de los cincuenta puede considerarse causa de la irrupción masiva de turoperadores británicos, dejando en un puesto testimonial al turismo galo, cuyo país carecía de turoperadores con el empuje que, en cambio, sí tenían los británicos o los alemanes. (Buades, 2004, p. 174; Ramón, 2001, p. 99). Probablemente ambos elementos estén relacionados, ya que los mayoristas suelen usar para sus paquetes turísticos el transporte aéreo y, con la apertura del aeropuerto, Ibiza se convirtió a

partir de 1958 en un destino posible para el turismo que organizaban los turoperadores. Si a esto sumamos que los franceses y españoles venían, mayoritariamente, por libre mientras que los ingleses y alemanes venían, mayoritariamente, en viajes organizados, se entiende que a partir de 1958 se produjera un importante incremento del número de turistas y un cambio en las nacionalidades predominantes.

3.2.2. Ambiente bohemio de los cincuenta y principios de los sesenta.

Los años cuarenta no significan un lapso especialmente significativo dentro del arte contemporáneo de la isla, como muestra el hecho de que en 1939 regresa Will Faber y Hans Hinterreiter⁷³. Los pocos extranjeros que regresan tras la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial, van conformando una nueva forma de vida que ya será descaradamente rupturista a finales de los cincuenta. Artistas, rock, jazz, marihuana, bohemios, existencialistas, generación *beat*, dejarán paso a una creciente explosión en los años sesenta (Planells, 2002, p. 9).

A partir de 1953, la isla recibe de nuevo a muchos de aquellos viajeros que escribían, pintaban, diseñaban, proyectaban o, simplemente, observaban y huían de un pasado traumático. Regresa Erwin Broner⁷⁴ y llegan nuevos artistas para vivir y trabajar en la isla (Planells, 2002, pp. 37-38): Alan Schmer, André Kuyten, Bert Schierbeeck, Carlos Dudek, Cees Nooteboom, Clifford Irving, Cornelis Bastiaan, David Walsh, Edith Sommer, Elmyr de Hory, Emilio Vedova, Erwin Bechtold, Esteban López, Fernando de Castro⁷⁵, Frank El Punto, Hans Hinterreiter, Hans Laabs, Harry Mulisch, Heinz Trökes, Hugo Claus, Ignacio Aldecoa, Ingeborg, Ivan Spence, Jan Cremer, Jan Gerhard Toonder, Janet Frame, José Fin⁷⁶, Katya Meirowsky, Laurie Lee, Manolo Mompó, Pancho Cossío, Paul Brunswick, Paul Grant, Phil Hoffman, Rafael Azcona, Sioma Baram, Stephen Seley, Tur Costa, Vert Schierbeeck, Vicente Calbet, Waldemar Post, etc. Estos nuevos vecinos empiezan a tomar sitio en las plazas, silla en las mesas donde beben absenta, discuten, pelean, bailan y juegan al ajedrez, dominó o backgammon. Las bondades de la isla que atrajeron a los extranjeros son enumeradas de forma clara por diversas personas:

“El paraíso existía, tenía nombre (Ibiza) y era accesible con una beca de estudiante” (Planells, 2002, p. 16).

"Si a esa libertad absoluta para vivir de que se gozaba le sumamos una situación geográfica envidiable, la benignidad del clima, la buenaventura del mar Mediterráneo, las innumerables bellezas naturales de la isla aún vírgenes casi, la conservación de una ciudad antigua intacta y con vida [...], pues añadámosle como propina un coste de vida, una baratura de precios increíble, y comprenderemos facilísimamente que Ibiza se convirtiera en polo de atracción de artistas, bohemios y *bon vivants* del mundo entero" (de Castro, 2003, p. 173).

Charles Orloff comentaba:

"mi llegada a Ibiza fue debida a unos amigos que me dijeron que la isla era muy bonita y tremendamente barata, mientras estaba esperando una exposición en Italia. [...] Desde 1951 he estado ya siempre en Ibiza, excepto algunos viajes" (Planells, 1980, p. 173).

Hans Hinterreiter comentaba de su llegada a la isla:

⁷³ La relación del franquismo con el arte contemporáneo fue atípica, comparando con la actitud que mantuvieron otros regímenes totalitarios como el nazismo (Rodríguez, 2003, p. 35). Esta curiosa relación se debe a que la Falange y la vanguardia artística tuvieron estrechos vínculos (González y Calvo, 1976, p. 10).

⁷⁴ Erwin Broner y Josep Lluís Sert son los dos arquitectos más destacados de los años sesenta y principios de los setenta. La obra de Broner en Ibiza es comentada con detalle en el artículo de Eduard Mira (1974) en la revista *Eivissa*.

⁷⁵ Los turistas y residentes peninsulares tenían unas costumbres y mentalidad a medio camino entre los ibicencos y los extranjeros, como muestra en su relato Fernando-Guillermo de Castro (de Castro, 2003, pp. 43-44).

⁷⁶ En 1955, José Vilató Ruiz, reinauguró la tradicional presencia de pintores peninsulares en Ibiza (Planells, 2002, p. 17).

"Estando en Mallorca, un hotelero mallorquín me habló tan mal de Ibiza que no pude resistir la tentación de visitarla. Cuando vi la mole de la ciudad de Ibiza quedé cautivado. Nunca he visto otra más bonita. Estuve solamente catorce días. Pero la belleza de la isla y sus bajísimos precios estaban ya dentro de mi memoria. Ibiza era cuatro veces más barata que Suiza, y yo no tenía dinero" (Planells, 1986, p. 119).

El primitivismo y aislamiento de Ibiza fue uno de sus atractivos más importantes, junto con la baratura de las cosas, como muestra el comentario de Pablo Richman:

"en 1951 vine a Ibiza, desde París, porque había oído hablar de España a muchos amigos. Visité Mallorca, donde estuve un año y medio. Pero descubrí Ibiza, que encontré mucho más primitiva, más africanizada. Me interesó, era algo inédito. Fue una inspiración muy fuerte para mi trabajo" (Planells, 1980, p. 128).

Los extranjeros que llegaban a la isla buscaban "calor, sol, el mar desinfectante, bebidas frescas y una peseta barata" (Lee, 1975). Pero se encontraban mejor que en sus casas: de su casa huyeron pero de aquí no se movían hasta que no recibían una oferta mucho mejor (Planells, 2002, p. 41) o la evolución de la sociedad ibicenca hacia mucho mejores otros lugares para vivir.

Josefina Rodríguez cuenta la experiencia que vivieron Ignacio Aldecoa, ella misma y la hija de ambos, Susana, cuando llegaron a la isla por primera vez:

"Aunque ya conocíamos algunos puntos de la costa andaluza, levantina y catalana, Ibiza significó para nosotros el descubrimiento del Mediterráneo soñado. El Mediterráneo de las novelas y las películas. Un paraíso imaginado que nunca habíamos sospechado tan cercano. La isla era el resumen de todo lo que se nos negaba en el Madrid de aquella época. Un clima moral relajado. Un ambiente social cosmopolita de verdad. Extranjeros que vivían un exilio voluntario en las calas azules de la isla, ajena todavía a la agresión turística multitudinaria" (de Castro, 2003, p. 10).

Josefina enfatiza para referirse a la libertad que se vivía en la isla:

"Nunca como en la isla he sentido el significado de la libertad personal, lejos de la tristeza y la mediocridad del Madrid deprimente de la posguerra" (de Castro, 2003, p. 10).

Todos estos atractivos hicieron que se produjera una explosión de arte, de vida bohemia, a finales de los años cincuenta y durante los años sesenta⁷⁷. Ibiza cobijaba una o varias colonias de creadores internacionales, que frecuentaban Es Viver, Figueretes, Dalt Vila, La Marina, Sant Antoni y Santa Eulària. A título de anécdota se puede comentar que el agrónomo, militar retirado y ex-vicecónsul honorario de Holanda Hans van Praag, que residió durante años en Bali e Ibiza, afirmaba que

"Bali e Ibiza son completamente diferentes, pero tienen idéntico ambiente artístico, bonito, y con gente muy amable. Ahora allí, y aquí hay muchos turistas. Mi primera impresión cuando llegué a Ibiza es que el aire era como el de Bali. Allí también había muchos artistas: pintores, escultores, músicos" (Planells, 1980, p. 100).

El ambiente bohemio de Ibiza era frecuentado por extranjeros y personas de la península pertenecientes al mundo del arte, y se caracterizaba por la convivencia e ignorancia mutua de personas de distintas ideologías, profesiones y orígenes, por situaciones aparentemente contradictorias y por un fuerte aislamiento del resto de la sociedad ibicenca, más tradicional y culturalmente atrasada.

El poeta catalán Francesc Parcerisas afirmaba, refiriéndose a los intelectuales y artistas, "muchacha gente está aquí afincada simplemente, para descansar..." (Planells, 1980, p. 26) refiriéndose a la falta de contacto entre la comunidad local y la comunidad foránea, y a que la cultura que se genera en la isla no se muestra en la isla. También afirma de los intelectuales que

⁷⁷ Según Carl van der Voort en 1965 había 400 artistas de 35 o 40 nacionalidades diferentes (*Diario de Ibiza*, 18 de septiembre de 1965).

"muchos son extranjeros, pocos son ibicencos, y se crea, en ocasiones una auténtica barrera idiomática entre las dos comunidades. Gente como Villangómez son desconocidos para casi todos los extranjeros, ¿qué extranjero puede haber leído a Villangómez en catalán? Pocos extranjeros lo conocen y lo leen. Y a veces viceversa. Son compartimentos estancos" (Planells, 1980, p. 26).

Jerry Hoke ejemplifica el típico extranjero radicado en Ibiza:

"reconozco que no estoy metido dentro de la cultura de los ibicencos, no hablo vuestro idioma, aquí todos me hablan castellano o inglés y nos entendemos perfectamente. Y así llegamos a un punto que yo vivo mi vida y ellos viven la suya. Me tratan bien, me aprecian" (Planells, 1980, pp. 39-40).

En aquella "Ibiza high Fifties" (Lee, 1975, pp. 148-159), el bullicio de La Marina o el de Santa Eulària ya era motivo de reportajes en numerosos semanarios nacionales y europeos. París-Ibiza⁷⁸ era un trayecto habitual entre los numerosos escritores franceses, holandeses, alemanes, norteamericanos, algunos de los cuales formaban parte del ya respetado grupo COBRA (Dotremont, Hugo Claus, Corneille, Appel). Rafael Azcona reflejó sus correrías en la novela "Los Europeos", de 1958. En esta novela describe la isla y parodia algunos comportamientos:

"la isla está llena hasta los topes de extranjeras enloquecidas por el fuego del sol y de los hombres de España... ¡Dos meses en el paraíso, en un paraíso que se llama Ibiza!"

En esta novela es retratada la "fauna humana" que constituía la sociedad ibicenca de comienzos de los sesenta: los campesinos, los pescadores, los trabajadores que se incorporaban al sector turístico, el español reprimido, los palanqueros, los pintores y escritores españoles que buscaban discreción y lejanía, grupos de exiliados de Alemania, Francia o Inglaterra, viajeros de origen dudoso, oportunistas, grupos de amigos norteamericanos que buscaban incorporar la buena vida al mundo de la posguerra, colonos ingleses que habían fracasado en África, India o Pakistán (aunque fracasados o desdichados lo eran muchos). Un ejemplo del tipo de personaje que recalaba en la isla en esa época es Ivan Spence⁷⁹. Ibiza era:

"...en fin una isla Babel donde se hablaban con normal asiduidad al menos cinco idiomas y donde existía un permanente denominador común: el alcohol y las ganas de vivir" (Planells, 2002, pp. 28-31, 43-45).

Charles Orloff describe la vida que llevaban en aquellos años los artistas que residían en la isla:

"Cuando llegué había en la isla algunos americanos y algunos alemanes, más escritores y poetas que pintores. Ahora es al revés. [...] Por la noche nos encontrábamos todos en la ciudad, para charlar, sin barreras de nacionalidad. Llegamos a reunirnos nueve nacionalidades, y todos teníamos como característica común la pobreza. Las consumiciones se las pagaba cada cual, y cada uno fumaba su tabaco. Vivía yo en Ibiza, con cincuenta dólares al mes. [...] Y nada de propinas. Cierto es que tampoco las esperaban" (Planells, 1980, p. 173).

Entre los foráneos, los excesos con el alcohol y las drogas, en resumidas cuentas los "excesos fiesteros", fueron tónica habitual (eran juerguistas que "ocasionalmente" escribían), parte de la imagen de la isla que aún conserva y un componente principal de los problemas entre la población autóctona y la foránea.

"Los holandeses, siempre luchando contra lo imposible, quitaban la novia al francés expresionista, y el norteamericano le prestaba un disco de Dizzy Gillespie a cambio de dos noches con una esposa guineana, inmigrada gracias a un legionario que intentó

⁷⁸ París ha sido durante gran parte del siglo XX la capital de las vanguardias europeas, siendo lugar de paso para artistas de muchas nacionalidades, y en sus cafés es donde el "paraíso Ibiza" fue difundido entre artistas de todo el continente. Esto fue así tanto en los años treinta como en los cincuenta y parte de los sesenta.

⁷⁹ El padre (escocés) y la madre (lituana) de Ivan Spence se conocieron en Sudáfrica. Ivan Spence nació en Berlín y creció en Inglaterra, hasta que decidió empezar a viajar (Mozambique, Sudáfrica, Oriente Medio, Túnez, Sicilia, etc.). Tras la guerra trabajó de abogado en Londres en la Corte Suprema y se presentó como candidato del Partido Laborista, hasta que decidió abandonar Londres e iniciar una nueva vida en Ibiza, finalmente murió en 1983 en la Puebla de Benifassar, en el Maestrazgo de Castellón (Planells, 2002, pp. 51-55).

ponerla a puta, pero se le escapó de las manos porque un amante catalán llamó al gobernador de Gerona que..." (Planells, 2002, pp. 31-32).

Por si la complejidad del fenómeno no era suficiente, en los años cincuenta existían diversos ambientes sociales. Por una parte existía Ibiza ciudad, que concentraba la mayor parte de los artistas bohemios, siguiendo con la tradición iniciada en los años treinta, y era foco de atracción social de la población local de parte de la isla. En la órbita social del mundo artístico de la capital hay que enmarcar hechos como el Grupo Ibiza 59 o el Grup Puget. Sant Antoni tenía menos artistas pero era más cosmopolita y turística, en definitiva era el destino para *snobs* y ciertos personajes que vivían de fiesta en fiesta. Sant Antoni era el foco de atracción de la población local que vivía en la parte de poniente de la isla⁸⁰.

"El mundo cosmopolita, *snob*, de San Antonio carecía de vías de comunicación directa con el mundillo bohemio, artístico, que se había formado, que se estaba desarrollando en la ciudad [Ibiza], y cuya culminación constituiría realmente un hito histórico en los anales ibicencos referidos al arte y la cultura" (de Castro, 2003, p. 75).

Finalmente en el resto de la isla, salvo algunos extranjeros que vivían apartados del mundillo de Sant Antoni o de la ciudad, perduraba una sociedad con un carácter más autóctono y con menos influencias extranjeras.

En 1959 se crea el Grupo Ibiza 59 con fines expositivos (en la galería El Corsario, de la cual era responsable el alemán Emil Schillinger), constituido en sus inicios por: Erwin Broner, Hans Laabs, Erwin Bechtold, Katya Meirowsky, Bob Munford, Egon Neubauer, Bertil Sjöberg y Antonio Ruiz (Rodríguez, 2003, pp. 38-39). En un primer momento quedaron fuera del grupo "artistas del valor de Marí Ribas, Schaeffer, Vuibert, Wahls, Reynolds, Matsuda, etc." pero en las exposiciones fuera de la isla se pensaba incorporarlos (*Diario de Ibiza*, 19 de junio de 1959). En 1962 se creó el Grup Puget formado por artistas autóctonos: Antoni Marí Ribas, Vicent Ferrer Guasch, Antoni Pomar y Vicent Calbet (Planells, 2002, p. 34; Rodríguez, 2003, p. 44). El Grup Puget fue la respuesta de los artistas locales a la creación del Grupo Ibiza 59, compuesto sólo por artistas de fuera de la isla.

En referencia a la actividad del Grupo Ibiza 59, Erwin Broner afirmaba que "había exposiciones sin interrupción durante toda la temporada, en invierno y todo" (*Diario de Ibiza*, 19 de junio de 1964), indicando que el Grupo fue muy activo mientras existió. El Grupo Ibiza 59 se disolvió en 1964 al considerarse cumplido el objetivo por el que se creó: dar a conocer el movimiento artístico de la isla (Rodríguez, 2003, pp. 45-46). Los años sesenta fueron una buena época para el arte en Ibiza. A principios de los años sesenta había:

"Galerías de Ibiza: Iván (la antigua Vedrà), El Corsario, Xaim, Es Piló, Tanit, Casa de Cultura de la Caja de Pensiones y Sociedad Ebusus. En San Antonio, Galería Buda" (*Diario de Ibiza*, 21 de diciembre de 1963).

A parte del Grupo Ibiza 59 y el Grup Puget hubo otros hechos destacados para el arte de vanguardia de Ibiza. En el mes de julio de 1965 por iniciativa del galerista Ivan Spence y organizado por Carl van der Voort, tiene lugar la exposición colectiva Ibiza 65 en la galería René Metràs de Barcelona y en la galería Juana Mordó de Madrid, donde eran presentes "20 artistas de 12 nacionalidades" (*Diario de Ibiza*, 2 de julio de 1965): Martín Barré, Erwin Bechtold, Erwin Broner, Graham Coughtry, Karl Fred Dahmen, Pierre Dimitrienko, Pierre Haubensak, Marianne Hermann, Lies Jansens, Don Kunkel, Hans Laabs, Manolo Hernández Mompó, Robert Munford, Giorgio Pagliari, Dimitris Perdikidis, Douglas Portway, Eric Rutheford, Ralph de Saram, Antonio Saura y Rafael Tur Costa. Esta exposición es un buen reflejo del ambiente artístico existente en la isla.

Además a partir de 1965 el régimen se implica en la promoción del pujante arte de vanguardia de la isla, a pesar de la ahora si clara militancia opositora de los artistas: Bienales de Arte Universitario Internacional a partir de 1964 (Planells, 2002, pp. 71-72) y creación del Museo de

⁸⁰ El límite entre las áreas de influencia de Sant Antoni y Eivissa pasaba por Sant Rafel.

Arte Contemporáneo en 1968. La razón era aprovechar la vinculación de Ibiza con las vanguardias artísticas para su promoción turística (Rodríguez, 2003, p. 48).

Ya en esta época el pasado artístico de la isla se encontraba mitificado por ignorancia del mismo, tal y como muestra la entrevista de *Diario de Ibiza* a Antonio Ruiz del 19 de junio de 1959 (Rodríguez, 2003, p. 41). Erwin Bechtold en referencia al Grupo Ibiza 59 y a la isla de Ibiza comenta:

"No se puede entender lo que una agrupación de artistas que se ha formado a finales de los años cincuenta en Ibiza, sin mencionar las circunstancias ambientales y artísticas en una época en que la isla era prácticamente desconocida. No existía la palabra 'turismo'. Viajar por Europa fue entonces una verdadera aventura. La única comunicación entre las islas y la península eran los viejísimos barcos. Desde Barcelona salía una barca pequeña una vez a la semana. En esta época, los jóvenes ibicencos, más bien buscaban nuevos horizontes fuera de la isla.

Podemos imaginar la sorpresa cuando los ibicencos veían llegar algunas gentes, además gentes raras, desde fuera. Las recibían con los brazos abiertos, con gentileza y tolerancia. [...] Ibiza se convirtió entonces, de manera insospechada en patria de almas solitarias de todo el mundo. Personas que, en su mayoría, estaban decepcionadas de la vida en las grandes urbes, rompían sus vínculos nacionales para buscar una sociedad mejor y más reducida. Entre estas individualidades se encontraban, sobre todo, artistas de todo color y, sorprendentemente, de un alto nivel" (Museu d'Art Contemporani, 1992, pp. 30-31).

El Grupo Ibiza 59 compartía la visión romántica de una isla idílica donde las posibles deficiencias que padecía la población eran vistas como parte del exotismo de la Mediterránea (Rodríguez, 2003, p. 42), tal y como comentaba Carlos Sansegundo al llegar a la isla: "Una vez aquí pude sentir de cerca la gran libertad que ofrece Ibiza, libertad donde hasta el saber era libre" (Museu d'Art Contemporani, 1992, p. 39); o Hans Laabs: "cuando llegué a Ibiza, sentí en seguida que era el sitio que yo buscaba para olvidar un siglo de hierro, fuego y desgracias" (Planells, 1986, p. 30).

Era paradójico comprobar como muchos artistas que habían vivido la dictadura nazi afirmaban tener libertad en un estado dictatorial como el franquista. La única explicación es la desconexión de estos artistas con la sociedad ibicenca y la relajación de la represión franquista en Ibiza (Rodríguez, 2003, p. 43). El franquismo apoyó o al menos toleró el arte contemporáneo en la mayoría de los casos y sólo lo reprimió cuando era obvia la vinculación entre arte y contestación política (Rodríguez, 2003, p. 79). La represión era proporcional a la oposición, y con una oposición inexistente, o mínima, la represión se encontraba muy atenuada en la isla. A partir de mediados de los sesenta, a nivel nacional, el arte deja de encontrarse separado de la ideología política y las desavenencias con el régimen aumentan de forma progresiva hasta los años de la transición.

"En toda la geografía nacional se formaban grupos culturales, inspirados por los efluvios de París. En España estaban prohibidas las asociaciones, los partidos. A menudo, la pintura y la literatura ofrecían una cortina de humo detrás de la cual se camuflaban muchos activistas. Es decir, el arte no era un fin, sino un medio, lo cual puede justificar muchas de las mediocridades que, con la nebulosa coartada del arte, ensalzó a algunos nombres indefendibles a posteriori" (Planells, 2002, p. 33).

Curiosamente cuando surgen las desavenencias entre artistas y Administración a nivel nacional, se produce el inicio del apoyo del Gobierno Central al arte contemporáneo de Ibiza (Rodríguez, 2003, p. 79). Este hecho se puede explicar porque, en la isla, los artistas no fueron, en general, combativos con el franquismo como ejemplifican las palabras de Ivan Spence:

"No, nunca tuve ningún problema con el gobierno ni me censuraron ninguna exposición. En una ocasión tuve un teatro ambulante de París que actuó en mi galería porque no tenía permiso gubernativo para hacerlo en la calle, pero nunca tuve nada que ver con la política" (UC, nº 17/18, de 24 de diciembre de 1977).

En resumidas cuentas se puede afirmar que en los años cincuenta se produjo la llegada de la segunda oleada de intelectuales y artistas a la isla, tras la de los años treinta. Esta segunda remesa vino atraída por la difusión que realizaron los visitantes de los años treinta en determinados ambientes culturales. El ambiente bohemio del París de la época fue el principal difusor de Ibiza como destino turístico.

Una de las diferencias entre los artistas e intelectuales de los años cincuenta y sus precedentes de los años treinta es que, en los años cincuenta, son más numerosos pero de un nivel medio más bajo. Esta tendencia de aumento cuantitativo y reducción cualitativa puede considerarse la tendencia general de los visitantes que recibe la isla en el siglo XX.

Para estos individuos los atractivos de la isla eran el clima mediterráneo, la libertad o ausencia de represión por motivos de moral y la extrema baratura de la vida en la isla en relación a los países de origen de estas personas.

La comunidad de extranjeros residentes en la isla se caracterizaba por ser muy heterogénea en cuanto a la nacionalidad y a su aislamiento de la sociedad local. El resultado era que los extranjeros disfrutaban de una vida en un ambiente excepcionalmente cosmopolita y separado de la población autóctona. El aislamiento que mantenían los extranjeros permitió reducir los conflictos entre ambas comunidades al reducirse las posibilidades de fricción entre ambos grupos e hizo que los extranjeros disfrutaran de la "libertad" que producía la no intromisión por ignorancia.

En esta época es cuando llegaron un grupo particular de personas, los beatniks, grupo contracultural de la época vinculado a las vanguardias. Los beatniks tuvieron conocimiento de la isla por la obra de los artistas de la época y abrieron el camino para que una década después llegaran los hippies.

- **La Generación Beat y los beatniks.**

En los años cincuenta se produce un hecho que tendrá gran relevancia para el desarrollo turístico, la aparición de los beatniks⁸¹. Se trata de un movimiento juvenil aparecido por aquella época en California (EE.UU.) que se caracteriza por seguir la cultura *beat*, la cual se basa en las ideas expresadas por los escritores de la Generación Beat⁸². Probablemente, los beatniks descubrieron Ibiza a través de artículos de prensa aparecidos en Estados Unidos y cuyos autores los escribían desde la isla (Ramón, 2001, pp. 75-76).

La filosofía beat era básicamente contracultural, irracionalista, antiintelectualista, antimaterialista, anticapitalista y antiautoritaria, que remarcaba la importancia de mejorar la interioridad de cada uno más allá de las posesiones materiales. Otorgaron una gran importancia a la libertad sexual y a las drogas psicodélicas como herramienta de conocimiento. Buscaban la verdad en la experiencia personal y en la "expansión" de la conciencia por medio de las drogas (Castaneda, 1968, 1970) y la meditación.

⁸¹ Beatnik es una palabra inventada en 1958 por el periodista estadounidense Herb Caen con el fin de parodiar y referirse despectivamente a la Generación Beat y sus seguidores. Tanto la cultura beat como la moda y el estereotipo beatnik, se extendió durante la primera mitad de la década del 60 para casi desaparecer en la segunda mitad, en gran medida reemplazados por el movimiento hippie (Phillips, 1995).

⁸² El término *Beat Generation* surge durante una conversación entre Jack Kerouac y John Clellon Holmes en 1948. El uso de *Beat Generation* pasó, con el tiempo, a designar un movimiento literario formado por un grupo de amigos que desde mediados de los años cuarenta habían trabajado juntos escribiendo poesía y prosa, y que compartían una idea de cultura y aficiones o fuentes de inspiración similares, tales como la música jazz. El grupo inicial estaba formado por Jack Kerouac, Neal Cassady, William Burroughs, Herbert Huncke, John Clellon Holmes y Allen Ginsberg. En 1948 se unieron Carl Salomon y Philip Lamantia; en 1950 Gregory Corso; y en 1954 Lawrence Ferlinghetti y Peter Orlovsky. Este grupo, que acabó denominándose la Generación Beat, revitalizó la escena bohemia cultural norteamericana. Su energía se desbordó hacia los movimientos juveniles de aquella época (*On the Road* de 1957, escrita por Jack Kerouac, asumió carácter de manifiesto universal de una juventud que quería huir de lo establecido), y fue absorbida por la cultura de masas y por la clase media hacia finales de los años cincuenta y principios de los sesenta. Los involuntarios miembros fundadores del movimiento rechazaron abiertamente la masificación y frivolidad en la que acabaron los beatniks (Charters, 1992).

Algunos escritores beat se acercaron a las religiones orientales como el budismo y el taoísmo. Centrarón su lucha en contra de los valores tradicionalistas y puritanos de Estados Unidos, contra el *American Way of life*, un repudio implícito a los valores comerciales, para cuyo reemplazo proponían los ideales expuestos por Walt Whitman en "Hojas de hierba" (Phillips, 1995). El anticonformismo de los beatniks se expresaba en el rechazo a ejercer un oficio y su capacidad para vivir de variados y escasos recursos. Los beatniks se autoexcluían del "sistema" llevándolos a huir de toda acción colectiva u organizada, por lo que su individualismo, llevado hasta las últimas consecuencias, limitaba su actividad a pequeños grupúsculos de marginados y artistas (Granjon, 1985, pp. 145-146; Phillips, 1995).

Los beatniks llegaban a Ibiza en barco, en general desde Barcelona o Palma, y traían consigo una motocicleta, una mochila, un baúl, algunos libros y muy poco dinero. Pero Ibiza tenía en aquellas fechas una reputación sólida como isla tranquila y muy barata (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 9-10; Planells, 2002, pp. 14-15). Aunque la importancia numérica y las actividades de los beatniks fue poco visible al mezclarse con los artistas e intelectuales llegados en los años cincuenta, su presencia desde 1955 hasta bien entrados los sesenta resulto importante para dar a conocer la isla a los miembros del movimiento hippie. Los hippies, buscando los mismos enclaves que los beatniks, llegaron a Ibiza en gran número y dejaron una poderosa influencia en los años sesenta. La principal diferencia entre los beatniks y los hippies es el extremo individualismo de los primeros frente al espíritu comunitario y tribal de los últimos (Ramón, 2001).

3.3. Promoción turística.

Durante la posguerra, las acciones promocionales de la oferta turística eran puramente anecdóticas. Sólo algún empresario particular viajaba a países europeos para promocionar, en solitario y sin apoyos, su propio establecimiento. A finales de los años cuarenta, el promotor del hotel Portmany de Sant Antoni, Josep Roselló, era el que promocionaba Ibiza en el exterior. En la posguerra fue el primero que visitó los países europeos para fomentar el nombre de la bahía de Sant Antoni. Tras restablecer la línea Ibiza-Barcelona, personas como Josep Tur Riera y Manuel Sorá Boned participaron en conferencias, entrevistas y programas de radio con la finalidad de promocionar Ibiza (Ramón, 2001, pp. 73-74).

Tras el paréntesis de la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial se consiguió restablecer la actividad del Fomento del Turismo. En febrero de 1947, el presidente del Fomento del Turismo, César Puget (alcalde de Ibiza), comunicaba a *Diario de Ibiza* que dicha entidad se "había constituido nuevamente", tras haber sido "debidamente autorizada por la Dirección General de Turismo". A partir de entonces se reanuda la operatividad de la organización e, incluso, comenzaba una actuación más "profesional" del Fomento del Turismo (Ramón, 2001, pp. 70-71).

En los años cincuenta, para competir con Mallorca, la industria turística ibicenca orientó la mayor parte de sus esfuerzos en ofrecer un producto diferenciado. Para ello recurrieron a explotar el encanto de Ibiza entre los beatniks y otros *outsiders* que descubrieron la isla a partir de los cincuenta: "una sociedad preindustrial donde el dinero era prácticamente desconocido y el coste de la vida era muy bajo, en un paisaje mediterráneo casi intacto. Una isla pequeña y virgen para gente joven y bohemia, alejada del mundo industrial y donde se podía vivir como les parezca, será cada vez más, convenientemente manufacturado y estilizado por la promoción turística" (Buades, 2004, p. 174). Esta nota característica de la oferta marcará el desarrollo futuro del tipo de oferta, el tipo de turistas y, por tanto, de las reacciones de los residentes.

3.4. Actitudes de los residentes.

La fase de implicación se caracteriza, precisamente, por el aumento muy significativo de la concienciación e implicación de una parte cada vez mayor de la población ibicenca en el nuevo

sector económico. Las miserias económicas sufridas por la población en los años cuarenta, junto con los cambios que estaba viviendo el sector a nivel mundial en relación a la situación previa de los años treinta ayudaron a ello. En el primer tercio del siglo XX, la población de las Pitiüses llevaba una vida austera, pero con claras mejoras respecto a periodos anteriores, pero en la posguerra el bloqueo comercial vivido hizo que, por necesidad, los ibicencos buscaran una salida a la situación por cualquier vía, incluido el nuevo sector económico de la “economía de los visitantes”.

Si la posguerra hizo que los residentes buscaran en el turismo una salida a su situación, los cambios en las sociedades emisoras de turistas (vacaciones pagadas, vuelos chárter, etc.) convirtieron una actividad reservada a unas élites en algo al alcance de mucha gente. Al aumentar el volumen de potenciales turistas y, por tanto, del potencial negocio, aumento el atractivo del sector como actividad económica entre los residentes. Es decir, los residentes se empezaron a implicar en el turismo de forma significativa debido a una necesidad imperiosa, la pobreza generada por la postguerra, y a una mejora de perspectivas del sector a causa de los cambios en las sociedades emisoras.

La Administración fue abandonando las posturas más conservadoras posteriores a la Guerra Civil para empezar a ser más tolerante, con el paso de los años. El régimen consideraba el turismo un mal necesario para obtener las divisas que financiaran las importaciones (Cirer, 2004, pp. 188-189). El hecho de que la presión del régimen fuera menor hizo que la isla se convirtiera en "una discreta sala de espera para escritores, críticos de arte y artistas nacionales" (Planells, 2002, p. 39), es decir trabajaban y residían, al menos parte del año, en Ibiza a la espera de mejores tiempos, con más libertad, en las grandes ciudades de la península. La situación que encontraban en Ibiza es descrita por Josefina Rodríguez, esposa de Ignacio Aldecoa, en el prólogo de un libro de su marido:

"En Ibiza nos sentimos inmersos en la libertad. Libertad en las conductas personales. Libertad en las costumbres. Libertad respetada y aceptada con naturalidad por los isleños. Parecía que habíamos encontrado 'la felicidad'. Peligrosa palabra que hay que escribir entre comillas" (Aldecoa, 1995).

El resultado era que la isla vivía una especie de "excepción" parcial de las normas morales del régimen, siempre y cuando se actuara con discreción. Probablemente esta situación se debía a que el régimen no consideraba la isla un territorio propenso a "traiciones políticas" como podría ser el caso en territorios con fuerte peso de las ideologías vinculadas a la Segunda República.

En esta fase del ciclo de vida del destino turístico se pueden diferenciar varios grupos de residentes: los extranjeros, los ibicencos que viven del campo y los ibicencos implicados en el sector turístico.

Los extranjeros, formados por artistas, intelectuales, beatniks y otros individuos que simplemente buscan una vida más tranquila y apacible. Este grupo de individuos forman una comunidad muy heterogénea en cuanto a nacionalidad o estatus social que se interrelacionan entre ellos (el inglés es la lengua franca de esta comunidad), tienen comportamientos muy transgresores, incluso para sus sociedades de origen, y no se relacionan ni muestran interés por la población autóctona.

"Si Ibiza ha sido Babel alguna vez -como pretenden muchos reportajes que emplearon esta imagen- fue entonces, es decir, a finales de los cincuenta y a principios de los sesenta. [...] Pues digno de lector atento en no confundir masa turística [...] con mesa artística, con taller creativo, con terraza alocada e imaginativa" (Planells, 2002, p. 40).

Identificados o no como beatniks, gran parte de estos extranjeros comparten sus señas de identidad, desde el rechazo a la forma de vida de la clase media hasta un elevado grado de individualismo, que les hará mantenerse al margen de cualquier acción colectiva organizada, lo cual les facilitará llevar una vida tranquila durante el franquismo (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 10). Cabe recordar que no se debe confundir acción colectiva organizada, por ejemplo contra el régimen, con las rutinarias tertulias y fiestas en que se reunían los extranjeros de la zona.

La falta de contacto con los ibicencos evitaba conflictos entre las dos comunidades y en los pocos puntos en los que se producía una cierta concurrencia de ambos grupos sociales (como son los bares) se convirtieron en elemento de admiración para los jóvenes de la isla. A pesar de que los extranjeros tenían muy poco dinero, su nivel de riqueza era muy superior al de los ibicencos convirtiéndolos en ejemplo a seguir y de que se podía vivir mejor de cómo lo habían hecho hasta entonces.

Los ibicencos más tradicionales seguían viviendo del campo. Una parte aún significativa de la población local seguía viviendo de la agricultura, tal y como hacían a principios de siglo. Esta parte de la población local se caracterizaba por estar compuesta principalmente por personas mayores que habían vivido toda la vida del campo y les costaba no sólo adoptar los cambios sino también entenderlos. A partir de los años cincuenta, la población dedicada a la agricultura se irá reduciendo al ritmo que estos individuos se vayan jubilando o muriendo, ya que ellos no cambian de sector económico y entre las nuevas generaciones no hay incorporaciones al sector, más allá de casos anecdóticos. A partir de los años setenta, la agricultura ya sólo será una actividad complementaria o un hobby para el fin de semana.

Los ibicencos implicados en el sector turístico. Este grupo estaba formado principalmente por los empresarios que empezaron a creer en el sector en décadas anteriores, nuevos empresarios que buscan en el turismo mejores beneficios y un gran número de jóvenes que quieren vivir mejor que sus padres y progresar. Hay que tener en cuenta que el sector industrial nunca fue apreciable en Ibiza y el sector primario vivió su último periodo de relativa bonanza en los años cincuenta, lo cual limitaba las alternativas laborales de la población. Si a ello sumamos que las personas dedicadas a la agricultura o la pesca tenían niveles de vida de prácticamente subsistencia y que en aquella época los trabajos en el sector servicios (esencialmente turismo) se encontraban en expansión y eran mucho mejor pagados, además de tener mayor "glamur" entre la población, es fácil comprender que muchos jóvenes buscaran su futuro profesional y vital vinculado al turismo.

A partir de los años cincuenta, muchos jóvenes al terminar los estudios obligatorios realizan cursillos de idiomas o de restauración a la vez que empiezan a trabajar como camareros, recepcionistas, guías turísticos, conductores de autobuses, taxistas, etc. Algunos de ellos trabajaban en temporada baja en las obras de construcción de hoteles, completando los ingresos que obtenían en verano. La implicación de estos jóvenes con el turismo no se resumía a trabajar en el sector, muchas veces en condiciones lamentables, sino que también vivían dentro del turismo⁸³: frecuentaban los establecimientos de ocio enfocados a los turistas, se bañaban en las playas frecuentadas por los turistas, etc. Mariano Planells lo comenta en los siguientes términos:

"ibicencos ambiciosos pedían créditos para construir hoteles, mientras por las noches y a escondidas, aprendían inglés y amor libre, alemán y gestión de empresa, francés y libertad de pensamiento" (Planells, 2002, p. 31).

Un ejemplo del grado de inmersión de los jóvenes de la época en el ambiente turístico son los "palanqueros" que abundaban en Sant Antoni. Antoni Hormiga comenta el inicio de los "palanqueros":

"Nuestras primeras relaciones con las turistas se solían limitar a hacer acto de presencia en Can Tarba. Aquello fue el nacimiento de los palanqueros, expresión que se hizo famosa años más tarde. [...] Por lo que recuerdo, los primeros turistas eran de una mediana edad, con jovencitas de unos cuarenta años y jovencitas de menos años..." (Planells, 1980, p. 185).

En los años cincuenta empezaron los cambios sociales que acompañaron al desarrollo turístico. Estos cambios fueron de un impacto brutal ya que se pasó de una sociedad tradicional a la vanguardia social mundial en muy pocos años. Se puede decir que en el siglo XX con cada generación se ha producido un salto social de décadas o siglos. Por ejemplo, si una generación

⁸³ Como ejemplo de esta implicación, se puede comentar el hecho del gran número de matrimonios mixtos (ibicenco y extranjera o viceversa) que se produjeron entre los años cincuenta y ochenta.

vivía de la agricultura de subsistencia y eran analfabetos o escasamente sabían leer y escribir, sus hijos trabajan en el sector servicios y tienen estudios básicos o secundarios completos, y los nietos poseen titulación universitaria y en muchos casos trabajan fuera de la isla.

Dentro de los cambios que se produjeron, uno significativo fue el referente al valor de la tierra. Antes la tierra sólo tenía valor agrícola y era la fuente de rentas de la unidad familiar, ahora la tierra tiene un valor agrícola despreciable y es valorada por sus cualidades como lugar residencial. Rozenberg lo comentaba en las siguientes palabras:

“Tradicionalmente, la riqueza en bienes raíces reposaba sobre el valor agrícola de los suelos. Las primeras ofertas de compra, de extranjeros y de ‘forasteros’, se celebraron como si fueran auténticas gangas. A cambio de colinas arboladas y rocosas, así pues incultivables, los campesinos de Ibiza recibían ofertas cuyas cifras parecían de pura locura, pues sobrepasaban el valor de las mejores fincas conocidas. Después, los propietarios han aprendido que un suelo improductivo, desde el punto de vista agrícola, puede adquirir una productividad turística excepcional” (Rozenberg, 1990, p. 156).

Pero no sólo hubo un cambio de una sociedad tradicional a una sociedad moderna, también hubo un cambio de una sociedad con una compartimentación mínima a una sociedad con compartimentos estancos que hacen que personas físicamente vecinas sean desconocidas por la falta de contacto que implica no moverse en los mismos ambientes. No sólo no había contacto entre los ibicencos y los extranjeros, sino que incluso los diversos grupos de extranjeros no mantenían casi ningún contacto. Mariano Planells lo comenta:

“Parece increíble que los intelectuales de la época no se hubieran conocido, pero fue así: Ibiza siempre ha respetado esta forma estanca de comportamiento, estos microclimas humanos, las universales pequeñeces cotidianas...” (Planells, 2002, p. 33).

La compartimentación e ignorancia mutua facilitó un ambiente de libertad y tolerancia. El escritor Peter Kinsley habla de la población local en los siguientes términos:

"los ibicencos me gustan especialmente, más que los de la península, porque son tolerantes. Hacen su vida, y dejan a los demás hacer la suya. Eso es una buena cualidad. Son muy tranquilos con los extranjeros..." (Planells, 1980, p. 84).

La separación entre los distintos ambientes sociales y la mentalidad de que el comportamiento de los extranjeros había que permitirlo, aunque no gustara, por ser uno de los precios a pagar por los beneficios que aportaba el turismo constituyen elementos recurrentes en la sociedad insular a partir de esta época. Además, la admiración hacia los extranjeros hacía que sus extravagancias se consideraran costumbres modernas y no comportamientos desviados. El antropólogo de la sexualidad Juan Merelo-Barberà comentaba en relación a la isla: "en Ibiza se tolera muy bien y se comprende cualquier singularidad, eso os ha hecho famosos en todo el mundo" y considera que la población extranjera no es tan liberada como parece (Planells, 1980, p. 143).

"Constituía Ibiza un lugar único, punto insólito de nuestra extensa geografía nacional. Insólito, digo, por la libertad de costumbres al uso, por el libertinaje [...] con que se comportaba una parte de la sociedad; el sector integrado por los extranjeros y por algunos peninsulares residentes [...]. Los ibicencos, en su inmensa mayoría, permanecieron inmunes a las modas extranjeras, enriscados en sus creencias y tradiciones ancestrales, pero sin escandalizarse tampoco por lo que veían sus ojos, ni, mucho menos, meterse a corregir yerros o pecados del prójimo. Esta, además, había sido una actitud suya histórica. Por otra parte, el clero, asombrosamente, permaneció neutro, atento sólo a su real feligresía, sin parar mientes en lo que hacía la gente extraña a la *civita Dei*. [...] Por otro lado, Ibiza quedaba muy a trasmano de Madrid, y tenía escasas comunicaciones con la satrapía de Palma de Mallorca, donde residía el gobernador civil y jefe provincial del Movimiento" (de Castro, 2003, pp. 172-173).

CAPÍTULO 6. FASE DE DESARROLLO: EL BOOM TURÍSTICO DE IBIZA (1958-1976)

En los años sesenta y setenta se produce una gran aceleración del crecimiento de la oferta y del número de turistas. En este periodo se producen los fenómenos del movimiento hippie, la aparición del empresariado hotelero contemporáneo y un gran desarrollo urbanístico (Ramón, 2001, p. 9). El boom de los años sesenta y setenta representa sin duda un punto de inflexión en la historia de Ibiza, con sus ventajas e inconvenientes.

“El gran descubrimiento de Ibiza fue en la década de los sesenta. La isla estaba en el mapa de algunos viajeros de finales del XIX y de principios del XX, pero poco más” (Planells, 2002, p. 9).

La apertura del aeropuerto en 1958 hizo posible el boom turístico. En el ámbito nacional, a partir de 1959 se aprueban diversas leyes que simplifican los formalismos de entrada en el país, se devalúa la moneda y hay una cierta apertura de España a capitales exteriores (Rozenberg, 1990, pp. 134-135). Además, llegan ayudas para financiar los hoteles desde el gobierno nacional pero sobre todo desde los turoperadores de los países emisores.

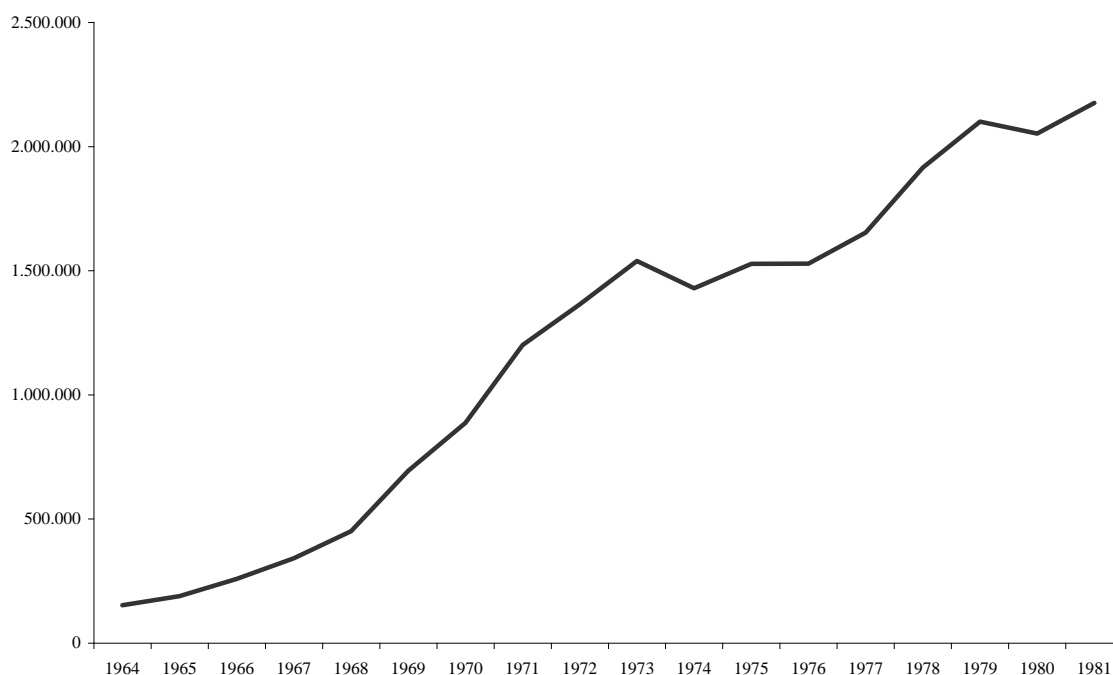


Figura 22: Tráfico aéreo en el aeropuerto de Ibiza (llegadas y salidas).

Fuente: Planells (1984, p. 240), Cirer (2001) y elaboración propia.

La ampliación y posterior apertura del aeropuerto de Ibiza al tráfico internacional en 1966 iba a suponer un hito en la historia del turismo insular. Este factor, más que ningún otro, hizo posible el desarrollo de la industria a gran escala. Es a partir de este momento cuando el turismo británico sustituye al francés como líder en llegadas. También es en estos años cuando se forjan los industriales hoteleros locales y cuando surge la estructura comercial que ha caracterizado al sector desde entonces. A partir de este momento los cambios en la sociedad insular se aceleran. La emigración deja de ser necesaria para muchos y el campo se irá despoblando de agricultores con rapidez. El turismo se convierte en la salvación a años de carencias y miserias (Ramón, 2001, p. 91).

El crecimiento del sector turístico en Ibiza tuvo diversas fases. Una fase de puesta en marcha, entre 1958 y 1963, que permite atender, en 1964, la demanda de unas 6.400 plazas hoteleras. A partir de esta fecha, el ritmo de la construcción se acelera, con tres años record: 1968, 1969 y 1970, al final de los cuales ya se alcanza la cifra de 30.000 plazas. La progresión continúa con un ascenso más amortiguado. A partir de 1974 puede decirse que el crecimiento de la planta hotelera se ha consolidado en torno a un crecimiento moderado (Rozenberg, 1990, p. 138).

La Fase de Desarrollo se puede subdividir según la tendencia del crecimiento del sector en tres partes (Cirer, 2000):

- Entre 1958 y 1964 se produjo una importante aceleración de las llegadas de turistas y del volumen de plazas turísticas, coincidiendo con la mejora de los transportes que comunican Ibiza con el exterior: aeropuerto y mejora de las líneas marítimas principalmente.

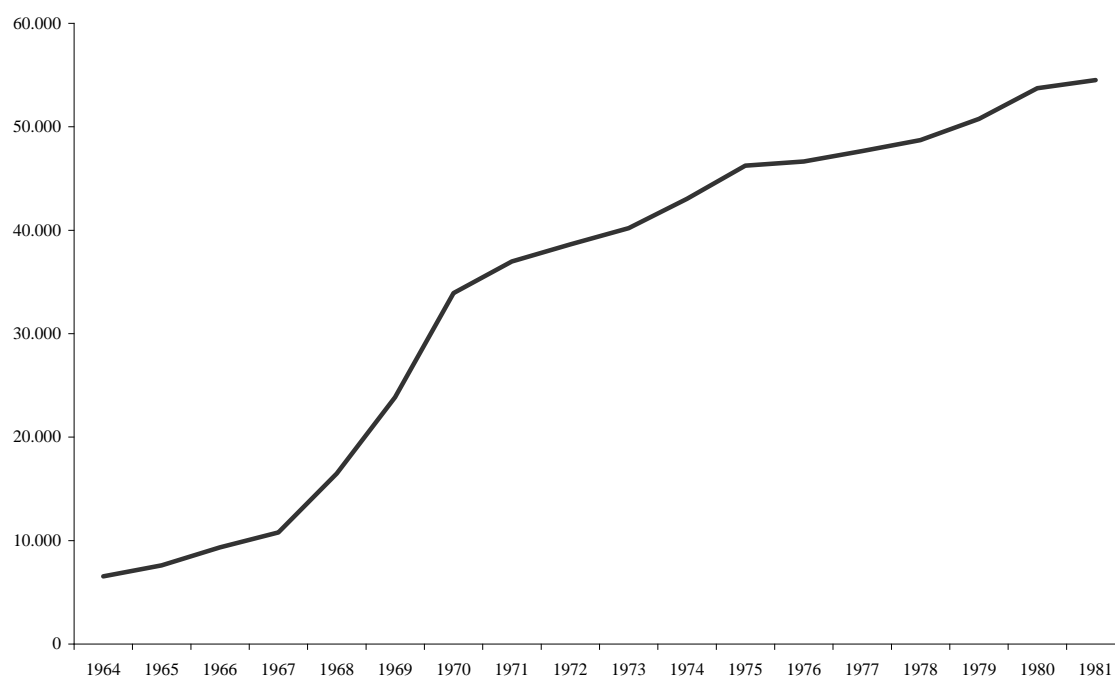


Figura 23: Oferta de alojamiento turístico.

Fuente: Cirer (2001) y elaboración propia.

- Una vez el transporte marítimo y aéreo tuvo unos niveles de desarrollo razonablemente buenos, se produjo el boom turístico del periodo 1964-1973⁸⁴. Esta fase se caracteriza por los elevados incrementos anuales tanto en la oferta turística, como en la llegada de visitantes. Dentro de esta fase hay un conjunto de años con evoluciones excepcionalmente buenas, se trata del periodo 1968-1971. Entre 1968 y 1971, ambos inclusive, se producen varios hechos coincidentes que ponen a Ibiza en primera línea: la llegada de la primera gran oleada de hippies, el incremento de plazas hoteleras, las llegadas de visitantes aumentan a gran velocidad, la presencia de la isla en la prensa nacional e internacional es enorme, se realizan o inician un conjunto de estudios sociológicos y antropológicos que pretenden analizar los

⁸⁴ El estrangulamiento del transporte se solucionó de dos maneras. La primera fue la apertura del aeropuerto de Es Codolar en 1958, y la segunda el establecimiento de líneas marítimas directas con Alicante, Valencia y Palma a partir de julio de 1960 (Cirer, 2004, p. 212), facilitando ambos hechos el gran crecimiento turístico de los años sesenta y setenta.

cambios que la sociedad insular sufre en esos años (Cooper, 1974; Gil, 1970, 1971; Rozenberg, 1974), etc.

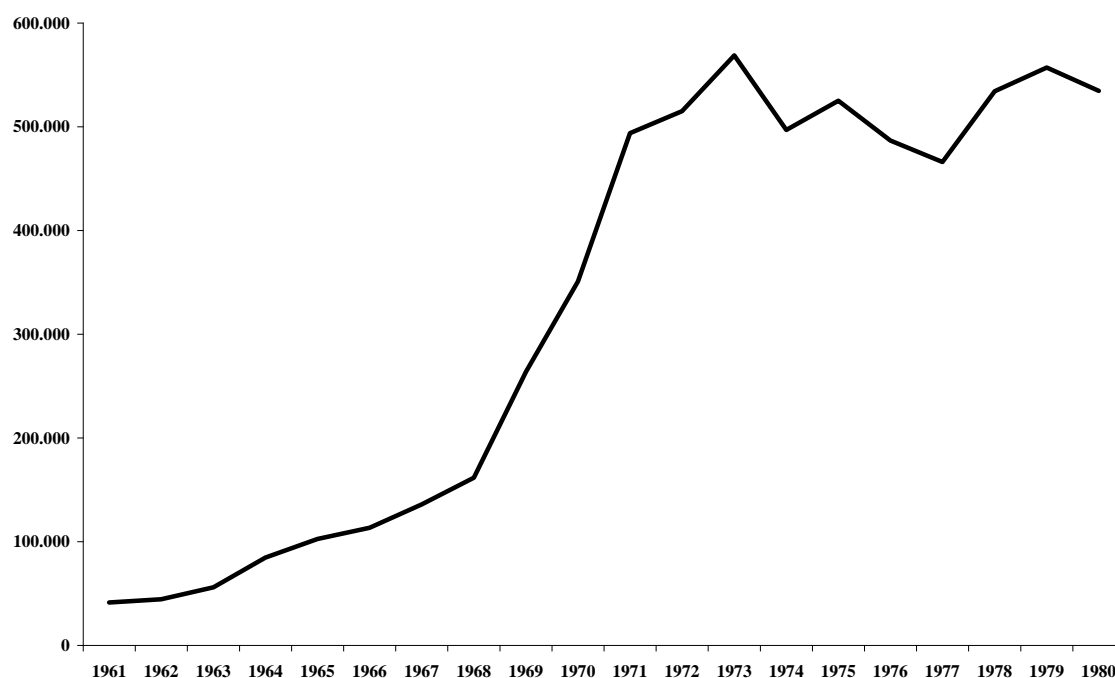


Figura 24: Viajeros alojados en establecimientos hoteleros de Ibiza.

Fuente: Planells (1984, p. 246) y elaboración propia.

- Finalmente, la crisis del petróleo hace sentir sus efectos y de 1974 a 1976 cambia la tendencia. No hay bajada pero se para el crecimiento en el número de turistas. El parón en el crecimiento se debe, principalmente, a la incertidumbre que provocó la crisis del petróleo, aunque los cambios políticos que vivió España en esos años es probable que no ayudaran (el turismo busca estabilidad política en el destino, sin importar demasiado la forma de régimen que exista). La fuerza de la expansión del sector durante esta fase puede verse en el hecho de que la crisis provocó un frenazo en el crecimiento pero no hay un retroceso como si se producen en la siguiente fase.

La isla de Ibiza, con unos diez años de retraso, sigue el ejemplo de Mallorca en su desarrollo turístico: fuertes concentraciones hoteleras al borde del mar, recurso a la financiación extranjera en ausencia de financiación estatal, etc. (Rozenberg, 1990, p. 136).

Una de las diferencias entre el turismo de la época y el actual se encuentra en los niveles de estacionalidad. En los años sesenta y setenta Ibiza presentaba una temporada turística más larga que la media española (Vallés, 1972) y esta temporada se mantuvo bastante larga (seis o siete meses con niveles razonablemente buenos, de abril o mayo a octubre) hasta finales de los ochenta (Cirer, 2000), pero a partir de los noventa se ha producido la concentración de los turistas en los meses de verano. Esta concentración ha sido observada a partir de datos de movimientos de pasajeros en el aeropuerto (Cirer, 2000) o del tiempo que permanecen abiertos los hoteles (Sastre, 1995). Este cambio en la longitud de la temporada tiene efectos sobre la población local que cambian sus puntos de vista en relación al turismo.

Con el boom turístico también se hicieron patentes y manifiestos los problemas que conllevaba el desarrollo turístico. Aunque al principio aún no se hablaba de ello, a la larga comenzarían a provocar una gran preocupación social: la construcción de grandes complejos hoteleros en la costa, una masificación que comenzaba a intuirse y la pérdida de las costumbres tradicionales

eran problemas que nacían ahora, aunque en aquel momento no existiera el grado de concienciación que se desarrollaría más tarde (Ramón, 2001, pp. 91-92).

A partir de los años sesenta la fama de Ibiza como "paraíso" de artistas hizo que empezaran a producirse estancias de gente famosa con la finalidad de ser vista en Ibiza y, por tanto, considerada como parte de este ambiente cada vez más admirado por el resto del mundo. En los años setenta, la isla atraía a artistas y gente en general, aunque sólo fuera por su forma de vida (Planells, 2002, p. 55). La importancia de algunos individuos que en los sesenta y setenta residieron en Ibiza ya es reconocido por el periodista y escritor irlandés Peter Kinsley:

"Ahora viven aquí muchos tipos que son desconocidos, y muchos otros que, en cualquier parte del mundo, les consideran escritores de primera fila. Dentro de unos años, no muchos, vendrán ensayistas americanos y europeos a completar sus tesis en Ibiza, para conocer donde vivieron estos escritores..." (Planells, 1980, p. 80).

0.1. Las raíces del turismo contemporáneo.

El incremento de la operatividad del aeropuerto no es el único hecho que caracteriza a esta etapa del desarrollo turístico. Son tres los rasgos más diferenciadores que entraron en juego, y algunos de ellos presentan ventajas e inconvenientes al mismo tiempo (Ramón, 2001, pp. 98-101).

1º. La insularidad.

Las ventajas de que Ibiza sea una isla dependen más de conceptos psicológicos que de circunstancias reales. La imagen de una isla, en especial para los que viven en el continente o lejos del mar, se asocia tradicionalmente a exotismo, tranquilidad, distancias pequeñas, naturaleza protegida, abundantes y magníficas playas, y, por lo tanto, la posibilidad de poder disfrutar de las poco concurridas y transparentes aguas.

Las desventajas, mucho más perceptibles, son la dificultad de acceso y el coste del transporte, que además está monopolizado en gran parte por los turoperadores, a causa de las deficiencias del tráfico aéreo internacional regular.

Otro efecto negativo producido por la insularidad es el de la mayor vulnerabilidad ante cualquier alteración de las condiciones existentes, en especial las relativas al transporte aéreo. Prueba de ello es cómo la crisis energética de 1974 provocó una recesión turística mucho mayor en los destinos insulares que en los destinos continentales.

2º. El turismo de masas.

Este factor puede llegar a anular las ventajas de ser isla. Podríamos asegurar que la insularidad y la masificación generan fenómenos de signo contrario que compensan y contrarrestan mutuamente ventajas e inconvenientes. Nos encontramos con la paradoja del turismo: la tendencia a destruir todo lo que ha hecho posible su existencia (OCDE, 1980; Morey, 1990, 2000).

Por ejemplo, la insularidad tiene como consecuencia la falta de fluidez de las comunicaciones y un alto coste de los transportes. La masificación produce economías de escala en el proceso industrial de servicios al turista con el consiguiente abaratamiento del coste de los mismos.

3º. Falta de comprensión política del fenómeno turístico.

Considerables estratos de la sociedad, principalmente los que manejaban las palancas de las decisiones económicas y muy en especial la clase política, salvo raras excepciones, no fueron capaces de valorar el fenómeno turístico en su justa medida. La apatía generalizada, el convencimiento de que se trataba de una actividad aleatorio y transitorio, sujeto a la moda, provocaba a menudo preguntas como: "¿cuándo dejarán de venir los turistas?" o "¿cuántos años más puede durar esto?", evidenciando una gran desconfianza hacia la solidez del nuevo negocio o su duración en el tiempo. Ello motivó que se dejaran de tomar decisiones fundamentales, lo que no sólo repercutió en la época sino también en el porvenir. Problemas que tendrían que

haber sido previstos y paliados por las administraciones fueron obviados o ignorados. Fue así como se cometieron errores de base, que luego iban a convertirse en estructurales y terminarían afectando al turismo de las décadas siguientes, lo que obligaría a realizar ingentes esfuerzos por parte de las administraciones públicas para subsanar estas deficiencias iniciales.

A falta de iniciativa institucional, eran los propios empresarios quienes debían solucionar ellos mismos los problemas de infraestructuras en los núcleos turísticos, con las penurias económicas que acarreaban. En ocasiones, se trataba de obras que beneficiaban sólo a sus propios establecimientos, pero en otros casos acababan siendo una mejora para una zona entera.

A todo ello hay que añadir una falta de preocupación por la preservación de la naturaleza y de los recursos naturales, así como por la identidad de los valores culturales de la población receptora. Algunos de los mejores paisajes de Ibiza quedaron arruinados para siempre durante estos años. En este sentido hay que destacar la ausencia de unas normativas realmente eficaces para la preservación del territorio y los recursos. De hecho, las instituciones estaban más preocupadas por favorecer la construcción de alojamientos que por regular la edificación.

Merece mención especial, dentro de estas carencias, el marketing turístico, denominado por aquel entonces propaganda turística. Al igual que en el caso de las obras de infraestructura, sólo los esfuerzos de algunas empresas (escasísimas) y del Fomento del Turismo pudieron cubrir, dentro de sus posibilidades, las necesidades de promoción. De nuevo, la iniciativa privada suplía a la Administración y mantenía a Ibiza como un destino importante en el Mediterráneo. Esta situación es comentada por Juan Manuel Sánchez Ferreiro:

"El Fomento contaba con la generosidad de algunos socios, pero siempre había tres, cuatro o cinco directivos que iban a todos los sitios a costa de su propio bolsillo. En aquellos tiempos las dietas resultaban impensables, ni tampoco podía concebirse que un organismo público asumiese los gastos. Fue un periodo absolutamente artesanal y la presencia de Ibiza en las ferias se traducía en unos stands modestísimos".

El material propagandístico, hasta bien entrados los setenta, era escaso y la presencia física de Ibiza en las ferias era más bien testimonial, como comenta Juan Manuel Sánchez:

"Íbamos con cuatro folletos y con una edición especial del Diario de Ibiza que se confeccionaba dos o tres días antes. Durante algún tiempo creo que el único material de propaganda impreso era un mapa de una empresa de alquiler de coches, y se nos criticaba por usar un mapa de esa empresa, pero es que no había nada más. El Fomento era, si hay que darle un título, una entidad mendicante, porque nos pasábamos el tiempo pidiéndole a la gente, reclamando un espacio en televisión, etc. Y, sin embargo, Ibiza, en aquellos tiempos, siempre, caía muy bien" (Ramón, 2001, p. 101).

En esa época la Administración favorecía el turismo más por omisión (no represión o no impidiendo la llegada de turistas) que por acción (dotación de infraestructuras o regulación del sector).

1. Década de los sesenta.

La década de los sesenta empezó con carencias en la oferta y el transporte, pero con el tiempo se corrigieron en gran medida. En el transporte marítimo había problemas similares a los de principios del siglo XX en los años cincuenta, ya que los buques sólo hacían escala en Ibiza y las plazas reservadas para los pasajeros ibicencos eran de sólo el 10%, menguando las posibilidades de marchar de la isla que tenían los turistas. Tal situación desató quejas generalizadas en la isla. El ayuntamiento y el delegado del Gobierno se dirigieron a la compañía Trasmediterránea para que estableciera enlaces directos y propios para Ibiza, sin escalas previas en ningún otro puerto. De paso, se solicitaban buques de mayor calidad y que reunieran las mínimas condiciones que exigían la seguridad y la propia higiene. Estas protestas acabarían dando sus frutos y muy pronto se establecerían los enlaces directos reclamados con Barcelona, Valencia, Palma y Alicante (Cirer, 2004, p. 211; Ramón, 2001, p. 92). Pero la calidad del servicio continuaba siendo muy deficiente todavía años después, tal como muestra una carta al

director, publicada en *Diario de Ibiza*, en la que un pasajero que realizó el trayecto Ibiza-Palma explicaba las penosas condiciones del viaje (*Diario de Ibiza*, 7 de octubre de 1962). La deficiencia del servicio se prolongaría durante años y las quejas seguirían siendo frecuentes, aunque, cada vez más escasas.

Año	Turistas en las Pitiüsas	Índice de crec. (Base 1954).	Total de turistas en Baleares.	% Pitiüsas sobre Baleares
1954	8.132	100,00	137.786	5,90%
1956	13.135	161,52	222.253	5,91%
1958	18.952	233,05	308.609	6,14%
1960	31.285	384,71	400.029	7,82%
1962	46.254	568,79	542.114	8,53%
1964	87.021	1.070,11	848.705	10,25%

Tabla 19: Comparativa entre las Pitiüsas y el total de Baleares.

Fuente: Buades (2004, p. 172).

En 1961 se amplía la pista del aeropuerto hasta los 1.600 metros y se asfalta en su totalidad. Tras esta prolongación se abre a todo el tráfico nacional, aunque sean sólo Aviaco e Iberia las que lo utilizan. Los turoperadores extranjeros, al no poder usarlo, mandaban sus clientes con vuelos chárter a Palma de Mallorca y luego enlazaban con el vuelo regular Palma-Ibiza y viceversa a su retorno. Estos trayectos se hacían a través de compañías como Spantax o Tassa. En la primera Asamblea Nacional de Turismo, celebrada en Madrid en 1963, el Fomento del Turismo de Ibiza consigue que se plasme en las conclusiones finales, la necesidad de que se transforme el aeropuerto en internacional, lo que será suficiente para que el Gobierno decida emprender las obras de inmediato. Ese mismo año ya se expropiaron terrenos para seguir alargando las pistas con el objeto de que puedan operar los reactores. Pero será en 1965 cuando se hagan las expropiaciones precisas para la instalación de zonas de rodadura, parking de aeronaves y dotación de zonas de servicio, algo imprescindible para dotar al aeropuerto de todos los requisitos para su utilización internacional. Finalmente, el 15 de julio de 1966, a las 12 de la noche se puso en marcha la nueva terminal y el aeropuerto quedó abierto al tráfico internacional. Un avión de Aviaco procedente de Barcelona fue la primera aeronave que, a las cinco y media de la madrugada, lo estrenó. El primer avión llegado del extranjero sin escalas fue un aparato de la compañía BUA, con 75 pasajeros a bordo. Pocos días después, el 21 de julio, se celebraba con gran solemnidad la inauguración oficial. Con ello el aeropuerto dejaba de ser un descampado sin apenas servicios para convertirse en una instalación adecuada para la avalancha turística que llegaba. La pista de aterrizaje se alargó a 2.800 metros, se aumentó su espesor y se construyó la torre de control, una central eléctrica y un centro de emisoras, además de otras instalaciones. La nueva terminal estaba provista de aduana, retén de policía y restaurante (Ramón, 2001, p. 93).

Año	Ibiza			Formentera			Mallorca		
	Turistas	Habitantes	T/H	Turistas	Habitantes	T/H	Turistas	Habitantes	T/H
1955	14.083	35.312	0,40	--	2.838	0,00	172.000	339.966	0,51
1960	30.119	34.339	0,88	1.166	2.886	0,40	361.092	362.202	1,00
1964	84.678	36.000	2,35	2.343	2.880	0,81	756.684	390.000	1,94

Tabla 20: Intensidad Turística de Ibiza, Formentera y Mallorca (Turistas / Habitantes).

Fuente: Buades (2004, p. 172).

En la década 1954-1964, el turismo en las Pitiüsas, se multiplicó por 10 y su peso dentro del conjunto de Baleares se duplicó. Antes de abrir la isla al tránsito internacional, Ibiza crecía por encima de Mallorca y el conjunto de las Baleares y estaba siendo objeto del cambio económico, social y ambiental más radical de todo el archipiélago. La "Intensidad Turística", el impacto de la presión del volumen de turistas sobre la población residente, era ya más acusada que en Mallorca (Buades, 2004, p. 172).

El crecimiento del número de turistas a causa de las mejoras en las comunicaciones fue exponencial. Si en 1961 el número de visitantes en la isla de Ibiza fue de 42.742, en 1970 se situaría en 361.670. El principal mercado, el británico, traía ya a Ibiza en el año 1970 a 181.490 personas, quedando los alemanes en segundo lugar, con 47.766, sólo siete mil personas más que lo que representaba el turismo español. Los franceses, antaño primer mercado turístico pitiüso, ocupaban la cuarta plaza con 18.437 individuos⁸⁵. Definitivamente había empezado el boom turístico, dejando atrás las cifras testimoniales y convirtiéndose la industria turística en el negocio que más gente ocupaba (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 34, 43; Ramón, 2001, pp. 96-97; Rodríguez, 2003, p. 86).

Año	Entradas y salidas por el aeropuerto	Variación	Plazas ofertadas	Variación
1964	152.529	--	6.533	--
1965	189.098	1,240	7.594	1,162
1966	258.615	1,368	9.331	1,229
1967	341.422	1,320	10.786	1,156
1968	450.646	1,320	16.476	1,528
1969	693.793	1,540	23.852	1,448
1970	886.668	1,278	33.923	1,422
1971	1.200.700	1,354	36.982	1,090
1972	1.364.310	1,136	38.617	1,044
1973	1.539.050	1,128	40.202	1,041
1974	1.429.520	0,929	43.041	1,071
1975	1.527.500	1,069	46.231	1,074

Tabla 21: Tráfico aéreo y oferta de alojamiento turístico en los años sesenta.

Fuente: Cirer (2001a; 2001b) y elaboración propia.

El aumento en el número de turistas en la década de los sesenta fue acompañado de un aumento en el número de plazas en una proporción similar. En 1961 había 97 establecimientos turísticos en las Pitiüsas y en 1970 ya había 736 bares y 295 hoteles con 16.279 plazas⁸⁶ (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 10, 21, 34, 43; Rodríguez, 2003, p. 86).

El aumento de plazas turísticas hizo que la construcción experimentara entre 1964 y 1970 una expansión enorme. El sector movilizó a toda la mano de obra disponible en la isla y tuvo que buscar trabajadores en la península para satisfacer sus necesidades. A partir de 1973 el ritmo de

⁸⁵ Situación similar registraba Formentera que, pese a sus seculares problemas de comunicaciones, vio multiplicar el número de turistas en este periodo, pasando de 1.489 en 1961 a 11.864 en 1970. La composición por nacionalidades del turismo de Formentera es radicalmente diferente al de Ibiza. En 1970, los alemanes eran los turistas más numerosos, con gran diferencia (7.266), seguidos de los franceses, con 1.794 personas, y, a bastante distancia, los británicos, con 754 veraneantes.

⁸⁶ En 1968, Formentera tenía algo más de 3.000 habitantes, y la oferta de alojamiento se componía de 27 establecimientos con un total de 875 plazas, de esta oferta sólo destacaba un hotel de dos estrellas, el Rocabella, ya que el resto eran pensiones (17) y casas de huéspedes (9).

la construcción se ralentiza y el número de asalariados se modera (Rozenberg, 1990, p. 146). El importante crecimiento del sector turístico también se plasmó en los cambios sufridos por el Fomento del Turismo y por la creación de estudios turísticos en Ibiza.

La nueva dimensión que estaba adquiriendo la industria turística dejaba obsoleto el funcionamiento del Fomento del Turismo de las décadas anteriores. A partir de 1965, una nueva directiva, gente muy conocedora del sector, se haría cargo del Fomento en un periodo caracterizado por las grandes dimensiones que adquiriría el sector. En esta época el Fomento del Turismo pasó de ser una entidad que sólo disponía de su junta directiva a comenzar a contar con una masa de socios, gracias a los empresarios hoteleros que decidieron asociarse a la entidad en ese momento, gracias a las reuniones convocadas por el delegado del Ministerio de Información y Turismo y el secretario de la Delegación del Gobierno. Ahora bien, el Fomento del Turismo no logró captar el interés de los trabajadores (Ramón, 2001, pp. 101-104).

Hasta la aparición de la Escuela de Turismo de Ibiza a finales de los años sesenta la ausencia de centros de formación turística era total. La Escuela de Turismo inició sus actividades con tres alumnos en el curso 1965-1966, gracias en parte a las actuaciones de Felipe Moreno Rodríguez, fundador de la Escuela de Turismo de Baleares y la adscripción de la Escuela de Ibiza a la de Baleares. Esta escuela tuvo problemas económicos hasta que en 1980 el Consell Insular de Ibiza y Formentera asumió la titularidad y la escuela de Ibiza se desvinculó de la de Baleares. El centro estaba adscrito a la única escuela oficial del país, la Escuela Oficial de Turismo de Madrid (Ramón, 2001, pp. 129-107).

En los sesenta fue la época dorada de bares como La Tierra, La Oveja Negra, The Tavern, Clive's o Domino (Planells, 2002, p. 79). En 1959 abre el Domino que, junto al Clive's (abierto en 1967 al lado del Domino), inició el ambiente que aún hoy mantiene la zona del puerto. Eierter Loerzer, fundador del Domino lo contaba así:

"El Domino fue el primer bar extranjero con la música ambiental muy alta, incluso antes que California o Nueva York. Esta moda la introduje yo. La música muy alta, pero nuestra fama a los ojos de la policía era muy baja. [...] En 1960 ya se fumaba bastante, siguiendo la moda introducida por los americanos... tenía que echar a varios clientes al día, porque encendían el porro en el bar, tan tranquilos... [...] Yo tenía unos 2.000 elepés, con la mejor música del momento. Venía gente de todo tipo, desde los arquitectos como Walter Gropius y Erwin Broner, hasta marinos, pescadores, beats, personajes perdidos Dios sabe dónde y porqué. Cuando llegaba la flota francesa o la americana no solía haber problemas, porque ellos mismos llevan su policía militar, pero el Domino fue un bar salvaje, como del salvaje oeste, con la música muy alta, con alguna pelea, con fumadores de hachís, policías, negros, campesinos, alemanes y todo tipo de cosas y de gente. Fue el comienzo de la revolución hedonista de Ibiza. Fuimos los pioneros en todo el mundo... lo de la música: íbamos por delante de Nueva York. Yo los encargaba o los cambiaba a algún intelectual o viajero que se había quedado sin dinero..." (Planells, 2002, pp. 84-86).

1.1. La gran explosión hotelera (1967-1973).

Los años 1967 a 1973 se caracterizaron por un crecimiento de la oferta hotelera sin igual en la historia de la isla. Terrenos improductivos agrícolamente (sobre todo en la costa) que secularmente habían carecido de valor alguno, se convertían ahora en fuente de riqueza. Muchos propietarios agrícolas se convirtieron así, de forma repentina, en empresarios hoteleros. En 1961 había 86 hoteles en Ibiza, pero al final de la década había 256. A finales de los años sesenta se construían unos veinte hoteles cada año, pero en los años setenta se bajo el ritmo de construcción (Ramón, 2001, pp. 108-115).

Los niveles de crecimiento de las plazas turísticas de los años cincuenta y sesenta fueron muy importantes: un 16% de media anual entre 1950 y 1955, un 29% de media anual entre 1955 y 1960, un 16% de media anual entre 1960 y 1965, un 35% de media anual entre 1965 y 1970, y un 6% de media anual entre 1970 y 1975. A partir de entonces el crecimiento medio anual

acumulado no llegó al 3%. Hasta entonces predominaba la oferta de hostales y pensiones, pero la gran expansión de la oferta de finales de los años sesenta y principios de los setenta hace que la mayor parte de la oferta se concentre en los hoteles de dos y tres estrellas. Desde entonces los incrementos de plazas se han producido, principalmente, en forma de apartamentos y hoteles de tres estrellas (Cirer, 2001b).

Esta explosión constructora de hoteles, según Francisco Ariza, inspector del Ministerio de Información y Turismo entre 1968 y 1971, fue posible por varias causas (Ramón, 2001, pp. 108-109). Aparte del aumento de la llegada de turistas por la apertura del aeropuerto, a finales de los sesenta se puso en marcha el llamado crédito turístico, que muchos empresarios supieron aprovechar. El dinero proporcionado por el crédito turístico sólo ayudó en una pequeña parte. La mayor cantidad de fondos la aportaron los turoperadores, que anticipaban el dinero necesario para construir el hotel (Buades, 2004, p. 173; Ramón, 2001, pp. 113-115). El mayorista y el futuro hotelero llegaban a un acuerdo para que éste construyera el establecimiento en nueve meses (el periodo que va de verano a verano), al objeto de poder ocuparlo con los clientes en la temporada siguiente⁸⁷.

"Este acuerdo se formulaba frecuentemente de forma verbal, sobre el terreno, aunque hubo casos en que el contrato se plasmó sobre la servilleta de papel de una cafetería" (Ramón, 2001, p. 109).

Los contratos que realizaban los futuros hoteleros con los turoperadores eran a largo plazo y con unos precios muy rígidos, y favorables para el intermediario, que ahogaron a los empresarios a causa de la elevada inflación. En muchos casos, la profesionalidad de estos empresarios se fue adquiriendo sobre la marcha, puesto que Ibiza carecía de experiencia en este campo. Aunque el arrojado de estos pioneros favoreció el nacimiento de la industria que hoy conocemos, también fue su inexperiencia y el afán de un lucro rápido lo que provocó muchos de los problemas posteriores.

Es importante destacar el hecho de que entonces, la gran mayoría de quienes construían hoteles y apartamentos eran ibicencos o empresarios afincados en la isla⁸⁸. La penetración de compañías peninsulares o extranjeras sería posterior, aunque los empresarios insulares han sido siempre los que han dominado el sector, contrariamente a otras zonas turísticas de España donde la gran mayoría de hoteleros son foráneos (Ramón, 2001, p. 115). Mariano Llobet califica de "milagro" el hecho de que, partiendo de la nada, los ibicencos pudieran construir un emporio empresarial que ha seguido permaneciendo, de forma mayoritaria, bajo su control:

"Los hoteles estaban en manos de los ibicencos. Ni siquiera en Mallorca tenían un porcentaje tan alto en sus propias manos, no hablemos ya de Canarias o la Costa del Sol. Incluso en Cataluña, gran parte del capital es de Madrid o del extranjero. Aun hoy, el 80% de las plazas son de empresarios de aquí, pero llegó a ser de un 90%. Esto hacía

⁸⁷ Según Rozenberg, la isla debe la construcción de una estructura de hospedaje adaptada a las exigencias del turismo moderno a la iniciativa de inversores extranjeros apoyados en intermediarios peninsulares. La edificación de los hoteles se realizaría a partir de un doble escenario (Rozenberg, 1990, pp. 137-138):

- Compra, a bajo precio, por los promotores inmobiliarios de tierras improductivas desde el punto de vista agrícola y urbanización de estos lotes. Los establecimientos así construidos son propiedad directa de grandes compañías hoteleras.
- Créditos acordados por los mayoristas extranjeros a los inversores locales (propietarios inmobiliarios tradicionales y campesinos enriquecidos por la venta de las tierras) interesados por la industria hotelera. Los turoperadores, concediendo, con franca largueza, préstamos a la construcción rehusados por la banca oficial, se aseguraron el control del mercado y una parte importante de los beneficios hoteleros: los reembolsos se efectuaban bajo la forma de plazas reservadas a tarifas preferenciales, inferiores a los precios oficiales.

⁸⁸ A mediados de los setenta había muy pocos empresarios que tuvieran dos hoteles; casi todos tenían uno solo. Lo más frecuente era que dos o tres amigos crearan una sociedad para edificar un establecimiento, acogidos a las facilidades ya tratadas (créditos turísticos y anticipos de turoperadores). Sólo al cabo de unos pocos años, cuando esta primera oleada ya había conseguido amortizar el primer hotel, se lanzaron a construir el segundo. Las principales cadenas de los años setenta fueron las de Abel Matutes Tur, Abel Matutes Juan, Alonso Marí Calbét y, un poco más tarde, Vicent Juan Guasch. En realidad, el número de promotores turísticos era muy reducido y tal vez no llegara a una docena de personas el grupo de los que construían la mayor parte de los establecimientos (Ramón, 2001, p. 115).

que todo el dinero, o casi todo, se quedara aquí, en las Pitiüsas, y no saliera fuera" (Ramón, 2001, p. 115).

Las prisas y la inexperiencia repercutieron en la calidad de la construcción y del servicio que recibía el turista. Las quejas y reclamaciones eran abundantes. Francisco Ariza comenta que como las reclamaciones eran tan frecuentes, los turoperadores británicos y alemanes les devolvían el dinero al ver sus reclamaciones:

"Pero eso se puso tan de moda que los turistas ingleses sacaban fotografías de los alrededores del hotel, que aún estaban llenos de cal, arena, ladrillos, para demostrar después ante su agencia de viajes que aquel hotel no estaba terminado. Y, efectivamente, no estaba terminado".

A pesar de todos estos problemas, Ariza considera que la clase empresarial pitiüsa de aquella época supo aprovechar el momento:

"Sin lugar a dudas, hubo una clase empresarial en Ibiza formidablemente inteligente: construyeron los hoteles como pudieron, con el crédito turístico o con el dinero del turoperador, o con el dinero del propietario de los terrenos. Aparecieron varios tipos de empresarios: el que poseía unas rocas junto al mar, el que sabía ir a Madrid y moverse por los despachos y conseguir un crédito hotelero y, por último, el que verdaderamente tenía dinero. Con la confluencia de estos tres elementos, se fueron construyendo los hoteles deprisa, en nueve meses, e Ibiza pudo responder a la demanda de cientos de miles de visitantes" (Ramón, 2001, pp. 112-114).

1.2. Artistas en los años del boom turístico.

Coincidiendo con el boom turístico se produjo el momento de mayor producción artística de la isla y de mayor impacto mediático de su comunidad bohemia.

"Durante los sesenta, la creación artística alcanzaría niveles de hiperactividad y, al menos hasta 1975, Ibiza salía en portadas y en reportajes casi diariamente, siempre rompiendo esquemas. Duró poco, pero la movida fue muy intensa, fue una sacudida" (Planells, 2002, p. 78).

Por desgracia, la ya numerosa avalancha de artistas, no ofreció sus frutos en todos los casos. Muchos de aquellos jóvenes, nacidos en la posguerra, pasaban sus días y sus noches en los bares, escuchando jazz y bebiendo. Camuflados entre los artistas abundaban los pseudointelectuales, los granujas y los oportunistas de todo calibre, estraperlistas y algunos nazis. No obstante, todos ellos prepararon las bases que darían lugar al movimiento hippie (Planells, 2002, pp. 17-18).

Entre los foráneos que pasaban parte o todo el año en la isla había escritores, fotógrafos y columnistas, cuyas fotos y textos eran publicadas en los medios de Europa y Norteamérica. La Ibiza abigarrada de la época era fuente perfecta de temática para las publicaciones inglesas, siempre ávidas de viajes exóticos (Planells, 2002, p. 28). En 1957 llegó a Ibiza Laurie Lee, inglés trotamundos, poeta épico y enamorado de España. Lee redactó diversos textos, uno de ellos dedicado a *Ibiza High Fifties* (Lee, 1975, pp. 148-159). Personas como Lee ayudaron a crear la imagen con la que la isla se ha dado a conocer al mundo desde entonces. Ellos relataron las vidas de los artistas como apasionantes y la isla como un lugar exótico y paradisíaco⁸⁹.

⁸⁹ Muchos de los intelectuales y artistas que recalaron en Ibiza, tanto en los años treinta como en los años cincuenta y sesenta, son mencionados como personas de vida apasionante y de leyenda, pero cuando se analiza su vida con el filtro de la empatía, y no como si de una obra literaria se tratara, se ve que son personas que han sufrido guerras, persecuciones políticas, miseria económica, problemas familiares, rechazo por una parte importante de la sociedad que les rodeaba, desengaños y sufrimiento en sus relaciones sentimentales, problemas de salud y una muerte, en muchos casos, prematura. Aunque a lo largo de sus azarosas vidas estas personas vivieron hechos que muchos individuos nunca viven, también es verdad que vivencias totalmente normales en el proceso vital de la inmensa mayoría de los individuos fueron esquivas en sus casos. El resultado del balance entre las vivencias vividas y las que no, en muchos casos, era claramente negativo llevando a unas dudas existenciales y a un peregrinaje que les condujo

Un ejemplo de cómo eran las vidas de los artistas e intelectuales que llegaban a Ibiza lo tenemos con Janet Frame. En la segunda mitad de los años cincuenta, Janet Frame vino de Nueva Zelanda, con una beca de creación y con recomendación de su amigo, el escritor Frank Sargeson. Sus páginas sobre Ibiza serán conocidas en el mundo entero y quizás suponen la muestra más respetable de cuantos escritores han residido en la isla. Janet Frame llegó a Ibiza superada la edad de treinta años y rehízo su vida, "resucitó" de su vida anterior⁹⁰.

Ibiza es un lugar atrasado y un paraíso idealizado por los no ibicencos por una actitud de total desencanto hacia el mundo moderno. A pesar de esta comprensible reflexión, a tenor de los hechos vividos por estos intelectuales, no deja de ser una posición crítica que cuestiona la noción de progreso desde una situación privilegiada, al menos intelectualmente (Rodríguez, 2003, pp. 77-78). El filósofo Emil Michel Cioran también cae en estos tópicos en las notas que tomo durante el verano de 1966:

"Un albañil de Ibiza cuenta que hace diez años, antes de la invasión de los turistas, los habitantes eran amables, afables, os invitaban a comer en sus casas, dejaban la puerta abierta día y noche; ahora, la cierran con llave, se han vuelto egoístas, apenas os dirigen la palabra, se han hecho hoscos y suspicaces, y 'comen mejor'. Pero que 'vivan mejor', que sean más felices, eso no es seguro. Antes ganaban poco, pero tampoco tenían necesidades, hoy en día tienen muchas y tienen que satisfacerlas. Por eso trabajan más que antes, se cansan, se agotan, pero, lo mismo que los turistas, no pueden estar quietos. El 'silencio' ha desaparecido de la isla [...], éste es el precio que los indígenas pagan por el privilegio que han obtenido de poder comer hasta hartarse. Los estragos de la 'civilización' son tan evidentes que da vergüenza seguir señalándolos" (Cioran, 2002, p. 42).

En las palabras de Cioran puede percibirse una de las críticas recurrentes a lo largo de todo el proceso de desarrollo del turismo, la pérdida del paraíso, del refugio que era antaño, bajo la modernidad que ha llegado con los visitantes. Casi sin excepciones, siempre que los foráneos comparan entre dos momentos distintos llegan a esta conclusión, tanto en los años treinta como en el presente.

Durante décadas llegaron intelectuales y artistas a muchos puntos del Mediterráneo buscando "refugio" del mundo civilizado, e Ibiza era uno de estos lugares. Probablemente, lo que

por distintos países de distintos continentes hasta recalar en "paraísos", como era el caso de Ibiza, en los que el primitivismo de sus formas de vida, y la hospitalidad que implicaba este primitivismo, les permitía llevar vidas sencillas, olvidar los traumas vividos y vivir lo que hasta ese momento se les escapaba. En este caso el "paraíso" hay que entenderlo en comparación con la vida dejada atrás, lo cual no quiere decir que para otros residentes, en este caso los ibicencos, este "paraíso" fuera tal. La obra de estos artistas destilaba las vivencias sufridas previamente y el contraste con la vida en la isla, y este contraste entre la vida previa, azarosa y desgraciada, y la vida sencilla y feliz en la isla es la cimentación de la imagen de Ibiza, que aún hoy mantiene, y del desarrollo turístico posterior. En resumen una colección de patéticos personajes respetados por la población local.

⁹⁰ Nace en 1924 en Dunedin (Nueva Zelanda), a los quince días pierde a su hermana gemela, y vive una infancia atroz en una familia pobre y puritana: su hermano sufre ataques epilépticos, pierde sus dos hermanas ahogadas, y ella padece problemas de lenguaje, no puede soportar su timidez exacerbada, se siente sucia, enferma y sola. Todo ello la lleva a refugiarse en la poesía y en la imaginación. Pero esto sólo es el principio, por una rocambolesca decisión es ingresada en un psiquiátrico, donde pasará ocho años, al diagnosticarle esquizofrenia. En el momento oportuno cae en las manos del escritor Frank Sargeson que la acoge y le consigue una beca para viajar. Pasa unos meses en Londres, un día en París, y el resto en Ibiza, casi todo 1956 y parte de 1957. A su llegada a Ibiza es una persona dispatada, nerviosa y sin sentido práctico que consigue establecerse satisfactoriamente gracias a la ayuda de gente ibicenca, vive con los ibicencos y compadece sus miserias. La propia autora se refiere a la isla "como si esta tierra fuera mía y la hubiera conocido mucho tiempo antes" (Frame, 1991, p. 343), y se refiere a su vida en la isla con las siguientes palabras:

"estoy haciendo la vida de una escritora. Me sentía mentalmente en paz, como si estuviera en una costa sobrenatural, contemplando la creación de escenas de las grandes pinturas del mundo, mientras la gente de Ibiza se movía como si estuviera dirigida por los pintores, junto con las casas, las plantas, el cielo diurno y el cielo nocturno, cada uno con los colores que los pintores habían elegido" (Frame, 1991, p. 359).

Sigue su periplo vital y al regresar a Londres se le aclara que no padece esquizofrenia, ni la ha padecido nunca (Planells, 2002, pp. 18-24).

diferencia a Ibiza del resto de destinos mediterráneos, y del resto del mundo, en los que se establecieron colonias de artistas e intelectuales es que en Ibiza la presencia de este tipo de visitantes y su relación con la población local fue el principal atractivo de la industria turística, mientras que en otros destinos este aspecto quedó en segundo plano. Los artistas de los movimientos de vanguardia se convirtieron en un magnífico reclamo turístico, y así es como la Administración se involucró en la promoción de los mismos en los años sesenta con efectos positivos para la promoción turística de la isla. De hecho, es innegable que la presencia de artistas atrajo al turismo, o al menos a un determinado tipo de turistas (Rodríguez, 2003, pp. 78-79).

Pero la presencia de personas de renombre internacional no permite, por sí sólo, explicar la importancia de este factor en el desarrollo turístico sin tener presente las relaciones de esta comunidad con las autoridades locales y la población autóctona, además del posterior efecto amplificador que supuso el Movimiento Hippie. La ausencia casi total de interrelación entre extranjeros e ibicencos, junto con la relajación que tenía la administración en cuanto a la sanción de los comportamientos sociales (en comparación con otras partes de España o incluso del extranjero), hizo posible el surgimiento de dos mundos paralelos con interrelaciones casi inexistentes: un mundo lo formaba la población autóctona y se caracterizaba por la austeridad y la tradición, el otro mundo estaba constituido por extranjeros procedentes de todas las partes del mundo y se caracterizaban por una vida bohemia que puso las bases de las diferentes oleadas de extranjeros y turistas que han ido llegando.

A pesar de la separación comentada, Ibiza es muy pequeña y es muy difícil evitar interacciones entre ambas esferas de la sociedad insular: los extranjeros alquilan casas, frecuentan tiendas y bares y, en definitiva son vecinos de los ibicencos. Estas interacciones, en las que chocaban los dos estilos de vida, se resolvían con una ignorancia casi total de la realidad local por parte de los extranjeros⁹¹ y con la "tolerancia" de los comportamientos ajenos por parte de los ibicencos por razones económicas. Muchos ibicencos veían con malos ojos el comportamiento de los visitantes extranjeros, pero la oportunidad de conseguir ingresos económicos, muy necesarios, que representaban estos visitantes actuaba como un freno a las opiniones y comportamientos que pudieran ahuyentar a los turistas. Resumiendo, los extranjeros ignoraban lo que sucedía en la sociedad local y los ibicencos guardaban para sí las opiniones contrarias a los comportamientos que observaban en los extranjeros. En las encuestas realizadas en los últimos años se sigue observando que los turistas ignoran la sociedad y cultura local y que los residentes muestran actitudes en las que se combina una fuerte valoración positiva del turismo junto con una alta percepción de los impactos negativos del turismo (Aguiló, Barros, García y Rosselló, 2004).

Una vez tenemos estos dos mundos (población local y residentes extranjeros), se produce una evolución de ambos grupos. La comunidad extranjera se convierte en un reducto de libertad en una época convulsa (mitad del siglo XX) y a la primera oleada de artistas e intelectuales les suceden los beatniks y los hippies en oleadas sucesivas y crecientes en volumen de personas. Con el aumento de la presencia extranjera y, sobre todo, con la llegada de los hippies (que tuvieron mucha presencia en los medios de comunicación de la época a nivel mundial) se produce un incremento de la presencia de Ibiza, y su imagen como paraíso mediterráneo de libertad, en la prensa nacional, europea y mundial. Al incrementarse la presencia de artistas, intelectuales y sobretodo de miembros de movimientos contraculturales aumenta, de forma

⁹¹ En general, los artistas se caracterizaban por una baja integración en la sociedad autóctona, que queda plasmado en los bajos o nulos conocimientos de la lengua de la isla e incluso del español, pero no puede considerarse que la no implicación política de estos artistas sea consecuencia de su bajo nivel de integración en la sociedad local, como afirma Rosa Rodríguez (2003, pp. 79-80), ya que la mayoría de la población autóctona tenía una actitud similar en relación a la política.

paralela, la presencia de Ibiza en los medios de comunicación internacionales, y esta presencia conlleva que aumenten los turistas que quieren vivir la vida de bohemios y hippies⁹².

A finales de los sesenta, Ibiza empieza a ser cara y aburrida para algunos artistas, ya no es un "refugio secreto y calmo" y se convierte en multitudinario punto de paso del movimiento hippie. "El movimiento hippie fue estúpido", afirmó años después Carolyn Cassidy (esposa de Neal Cassidy y amante de Jack Kerouac). Los artistas e intelectuales de los años cincuenta pertenecían al universo beatnik, al jazz y al vino tinto o la absenta (Planells, 2002, p. 75).

"El movimiento hippy fue una vulgarización a ras de suelo, a la baja, del movimiento beat, pero con más luz, sonido y colorido y, evidentemente, con más repercusión en los medios" (Planells, 2002, p. 76).

Durante los sesenta se produjo la convivencia de distintos grupos humanos, y sus culturas: la población autóctona ibicenca, que aún vive del campo en una parte muy importante pero que empieza a trabajar en el turismo; los trabajadores de la península que vienen para trabajar en el sector turístico y huyen de la pobreza de sus pueblos; los individualistas beatniks que buscaban un lugar tranquilo y "oculto" al mundo moderno, y que están en retirada; los hippies que, envalentonados por las protestas sociales que azotan Europa occidental y Norteamérica, siguen los pasos de los beatniks pero poseen un comportamiento más gregario, y los turistas, cada vez más numerosos y más monocromáticos en lo que se refiere a nacionalidades. A partir de 1965, empezaron a abandonar la isla algunos escritores e intelectuales pero llegaban otros, hasta que a mediados de los setenta el inicio del declive de este mundo y el abandono de la isla fueron irrefutables.

"Desde 1965 Ibiza se alimenta con numerosos tráfugas, viajeros traumatizados y pobres, que en los años sesenta dejan sentadas las bases, la infraestructura para un nuevo funcionamiento de la isla, que ya jamás recuperaría su distancia, su silencio, su vacío, su lentitud mineral" (Planells, 2002, p. 92).

A finales de los sesenta los artistas e intelectuales que frecuentaban la isla desde los años cincuenta empiezan a abandonar la isla dejando paso a los hippies, los cuales acapararon la atención de los medios de comunicación de la época hasta que a principios de los setenta se produce su declive, quedando reducido a un folklorismo más en los ochenta.

"Los sesenta se prolongaron hasta 1975. Parece como si, con la desaparición de Franco, con el final de la guerra del Vietnam, la juventud occidental hubiera sido abatida por el virus del aburrimiento" (Planells, 2002, p. 92).

En los setenta desaparecieron los apoyos a las vanguardias artísticas y el volumen de turistas, ya muy importante, junto con el aumento de precios convirtió a bohemios, artistas, intelectuales y miembros de la contracultura en general en una minoría a la vez que reliquia del pasado, sustituidos por los turistas que buscan vivir por unos días la libertad, el clima y las fiestas que aquellos vivían y que los medios de comunicación difundían.

2. Década de los setenta.

La década de los setenta fue en esencia una continuación de la tendencia de los años sesenta pero con varias peculiaridades: el crecimiento del volumen de oferta y de llegadas de turistas crece más despacio que en la década previa, se produce el fin del fenómeno hippie, surge la

⁹² La oferta dirigida a los primeros extranjeros y sus formas de vida se convierten con el paso de los años en el producto comercializado a los turistas. Pensemos que, por ejemplo, los locales de ocio nocturno de Ibiza (pubs, bares, discotecas, etc.) tienen su origen en los establecimientos frecuentados por extranjeros primero y hippies después en la segunda mitad de los años cincuenta y en los años sesenta. Los establecimientos que cierran a altas horas de la noche, ponen la música muy alta, etc. y las fiestas ilegales celebradas en casas de campo o en playas apartadas tienen cincuenta años de historia en la isla, fueron pioneros en el mundo y la principal evolución es que los establecimientos actuales son muchísimo más grandes, poseen equipos humanos y técnicos infinitamente mejores, y sus clientes no pertenecen a ninguna ideología concreta, sólo buscan hacer lo que no pueden hacer el resto del año.

primera oferta de discotecas de la isla como continuación de los pubs y salas de fiestas de los años cincuenta y sesenta, se produce un cambio de régimen político en España, la primera crisis económica desde la posguerra se cierne en la economía⁹³, se crean nuevas instituciones para organizar la oferta del sector, y aparecen las primeras voces que piden la limitación del crecimiento del sector⁹⁴.

Los años setenta y parte de los ochenta fueron dominados por los hoteles de dos y tres estrellas, y la distribución de plazas es muy estable con la única salvedad de que Sant Antoni pierde cuota en favor de Sant Josep y Santa Eulària (Cirer, 2001b). A diferencia de la década de los sesenta, el incremento de plazas se moderó, aunque aún había volúmenes importantes de nueva oferta. La oferta existente en las islas en los setenta y ochenta se caracterizaba por ser de baja categoría, si comparamos con otros destinos. El porqué puede encontrarse en la gran dependencia de los turoperadores para traer a los turistas (los mayoristas no trabajan con turistas de alto stánding sino con clases medias y medias-bajas, con lo cual no necesitan hoteles de lujo) y, vinculado a lo anterior, en la forma de financiar los hoteles (no había tiempo ni dinero para construir establecimientos de alta gama).

“La clientela turística, tanto desde el punto de vista de las nacionalidades representadas como por su composición y sus usos vacacionales, es fuertemente específica. Inversamente a la imagen extendida entre el gran público según la cual las islas Pitiüses serían, antes que nada, el lugar de veraneo de una bohemia dudosa y de la *jet set* internacional, resulta que es el turismo de masas, basado en una clientela de bajo nivel económico (cuadros medios y empleados, obreros cualificados, asalariados diversos, etc.), el que da la tonalidad dominante a Ibiza. [...] A esta capacidad de gasto limitado de la clientela turística responde una oferta oportunamente adaptada. En efecto, respecto a otras zonas turísticas españolas, existen, tanto en Ibiza como en el resto de las Baleares, pocos hoteles de alta categoría” (Rozenberg, 1990, pp. 140-141).

Año	Entradas y salidas por el aeropuerto	Variación	Plazas ofertadas	Variación
1970	886.668		33.923	
1971	1.200.700	1,354	36.982	1,090
1972	1.364.310	1,136	38.617	1,044
1973	1.539.050	1,128	40.202	1,041
1974	1.429.520	0,929	43.041	1,071
1975	1.527.500	1,069	46.231	1,074
1976	1.528.120	1,000	46.633	1,009
1977	1.653.680	1,082	47.654	1,022
1978	1.915.310	1,158	48.707	1,022
1979	2.100.160	1,097	50.756	1,042
1980	2.052.140	0,977	53.720	1,058
1981	2.175.660	1,060	54.509	1,015

Tabla 22: Tráfico aéreo y oferta de alojamiento turístico en los años setenta.

Fuente: Cirer (2001a; 2001b) y elaboración propia.

⁹³ Esta fue la primera crisis seria que atravesó el turismo pitiüso desde que floreció como industria de masas (Ramón, 2001, p. 123).

⁹⁴ La primera manifestación en la isla de Ibiza desde la II República se produce en 1977 bajo el lema "Salvem ses Salines" (Rodríguez, 2003, p. 88).

Aunque los hoteles y apartamentos turísticos representaban la mayor parte de la actividad constructiva, la casa unifamiliar, siguiendo la tradición de ocupación diseminada del territorio, supondrá una tipología de importante producción arquitectónica en la cual la transición hacia un tipo de creación realmente evolucionada y contemporánea parece difícil. Hay una gran escasez de obras que huyan de formas tópicas pretendidamente inspiradas en la arquitectura tradicional (Rodríguez, 2003, p. 70), predominando lo que Roig (1981) llama "arquitectura sin significado".

Parte de la moderación del crecimiento turístico de la época se debe a las crisis del petróleo. Las crisis de los años setenta supusieron un freno al crecimiento del sector pero no una recesión grave. La crisis del petróleo de 1973 fue el desencadenante de las grandes pérdidas que sufrieron los turoperadores británicos y que provocaron algunas quiebras y suspensiones de pagos (Horizon Holidays, Apear Tours, Court Line, etc.) con sus consiguientes perjuicios para el sector turísticos de las islas, fuertemente dependiente de los turoperadores para la distribución turística⁹⁵. Aunque los problemas sufridos por los mayoristas fueron graves, los depósitos de garantía salvaron a muchos hoteleros de la catástrofe, pues pese a ver cómo se marchaban los turistas contratados por los turoperadores en quiebra, los hoteles recibieron compensaciones económicas (Ramón, 2001, pp. 121-123).

Después de las crisis del petróleo de los años setenta, el sector turístico reaccionó buscando una mayor autonomía para los hoteles ibicencos y una mejor rentabilidad para sus instalaciones. A medida que su endeudamiento respecto a los mayoristas extranjeros se iba amortizando los empresarios locales recuperaron una libertad de acción que les permitió reagruparse en cooperativas o asociaciones a fin de negociar desde una nueva relación de fuerzas (Rozenberg, 1990, pp. 142-143). Aunque en estos años los hoteleros recuperaron libertad en la determinación de precios, gracias a la diferenciación del destino (debida a la imagen de marca de Ibiza), los turoperadores aun conservaron gran poder de mercado porque los hoteleros estaban acostumbrados a no tener que buscar los clientes, ya que se los traían los turoperadores, y siguieron usando los mismos canales de distribución de siempre.

Una vez que la figura del empresario hotelero había surgido con fuerza en Ibiza, éstos sintieron rápidamente la necesidad de asociarse para unificar sus estrategias y defender conjuntamente sus intereses. Así fue como en 1978 se constituyó la Federación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF), surgida por iniciativa de los principales grupos que operaban entonces, como los encabezados por Abel Matutes Tur y Abel Matutes Juan. La nueva entidad tomó como base los estatutos de la Federación Hotelera de Mallorca y los adaptó a las circunstancias de las Pitiüsas⁹⁶. Los principales integrantes de esta Federación no han variado en exceso en los años sucesivos (Ramón, 2001, pp. 115-116).

En los años setenta empezó a tomar importancia la coordinación entre los empresarios de cara a conseguir una estrategia común de precios frente a los turoperadores, y se comenzaron a extender los estudios económicos entre las prácticas de los empresarios de la isla. La Federación ayudó a los empresarios ante los turoperadores al actuar de excusa para los hoteleros para evitar precios muy bajos: "es que la Federación me dice que tengo que respetar este mínimo" (Ramón, 2001, p. 117).

⁹⁵ En 1974, Pío Cabanillas, Ministro de Información y Turismo, ya advertía del problema que suponía el control que ejercían los turoperadores sobre los hoteleros en la política de precios y la relación de todo ello con el exceso de oferta y su calidad, aunque Ibiza todavía se encontraba lanzada a un "boom" constructor y nadie pensaba aún en exceso de oferta.

⁹⁶ A la hora de crear instituciones o asociaciones y de dirigir la política turística, en Ibiza se ha optado, tradicionalmente, por tomar como referencia a Mallorca, ya que aunque hay algunas diferencias entre ambas situaciones (difiere el tamaño de las islas, la imagen con que se han dado a conocer al mundo, la estructura económica y social previa al desarrollo turístico), hay similitudes claras (en ambos casos son islas con un sector turístico muy desarrollado, la evolución cronológica de ambos desarrollos turísticos es similar, en ambos casos se cimentó el sector, de forma mayoritaria, en el turismo de sol y playa de origen europeo) y proximidad (similitudes culturales, cercanía geográfica y dependencia administrativa). En general cuando las soluciones y los modelos de Mallorca se han aplicado a Ibiza con sus correspondientes adaptaciones el resultado ha sido bastante satisfactorio.

En abril de 1977, se creó la PIMEEF (asociación de la *Petita i Mitjana Empresa d'Eivissa i Formentera*). La lucha contra la implantación del *Duty Free Shop* en el aeropuerto de Ibiza fue una de las primeras batallas libradas por la PIMEEF. Con el tiempo la PIMEEF se ha convertido en el principal interlocutor empresarial de las islas.

2.1. Los trabajadores del “boom” turístico.

La comunidad local, que había permanecido de espaldas a la comunidad extranjera empieza a interesarse, de forma significativa, en la llegada de forasteros como fuente de ingresos a partir de los años cincuenta. A partir de ese momento el declive final del sector agrícola y ganadero de las islas y el rápido incremento de la llegada de turistas anima a una rápida reconversión de los agricultores y pescadores en empleados del sector turístico⁹⁷:

“Los nuevos empleos creados en la hostelería han llevado hacia ese sector a numerosos campesinos atraídos por salarios superiores a sus rentas agrícolas. Esta movilidad intersectorial está acompañada de una movilidad geográfica que ha promovido, en consecuencia, una redistribución de la población a escala insular. Así, la mayoría de las zonas predominantemente agrarias han perdido población o se mantienen mientras que las zonas turísticas y los núcleos urbanos aumentan a gran velocidad” (Rozenberg, 1990, p. 146).

A pesar de los intentos por parte de distintas Administraciones por modernizar y revitalizar el sector agrícola, los bajos rendimientos agrarios y las atractivas posibilidades laborales que ofrece la hostelería provocan un éxodo de trabajadores del sector agrícola al sector turístico. La agricultura ibicenca presentaba signos acusados de envejecimiento y, además, para la mayoría de estos explotadores la tierra no constituye la actividad principal. Ya fuera a título ocasional, con la construcción de un complejo turístico próximo, ya de una manera regular gracias a los empleos estacionales en la hotelería, cuando la demanda se hacía sentir, la práctica del pluriempleo era generalizada en el campo. Los campesinos, que permanecen vinculados al oficio de agricultor recurrían, tantas veces como se les presentaba la ocasión, al trabajo asalariado para mejorar sus rentas (Rozenberg, 1990, p. 147).

Pero pronto el crecimiento del sector superó a la población nativa y atrajo a trabajadores de fuera⁹⁸ (Aguiló, Barros, García y Rosselló, 2004, p. 25), principalmente de la península (Extremadura y Andalucía), formándose dos grupos culturalmente diferenciados: la población autóctona y la población residente de origen foráneo. Mientras los primeros analizan la situación del sector en la isla con la visión de quien conoce el antes y el después de la transformación, los segundos se caracterizan por una actitud “egoísta” y sólo buscan el beneficio propio o trasladan las actitudes y visiones de moda en el conjunto estatal a la isla.

Durante los setenta, la sociedad ibicenca se ve transformada por la gran inmigración que llega a la isla para trabajar en la industria turística. Una llegada que, si bien alcanzó cifras más importantes durante la década de los setenta, ya se hacía notar de manera ostensible a mediados de los sesenta, buena prueba de ello es la creación de una Oficina de Ayuda a los Inmigrantes (Rodríguez, 2003, p. 61). Esta llegada de población foránea a las islas provocó cambios en la sociedad mucho más significativos que la II República y la Dictadura de Franco.

Los principales conflictos entre empresarios y trabajadores del sector hotelero provenían, según Elva Alonso (miembro de UGT), de la falta de cultura empresarial de muchos hoteleros locales, que en realidad procedían del campo y apenas tenían formación profesional en el sector. Pero los trabajadores que llegaban a Ibiza desde el exterior presentaban también el mismo problema:

⁹⁷ El sector primario representaba el 45,4% de la población activa de Ibiza en 1965, pero ya sólo era el 19,2% en 1975. Con el desarrollo turístico el sector primario ha quedado reducido a una presencia mínima (Rozenberg, 1990, p. 147).

⁹⁸ Las prisas por construir los hoteles provocaba la urgencia de encontrar mano de obra abundante para tener listo el establecimiento cuando llegaran los primeros turistas, y a falta de suficientes ibicencos se optó por traer mano de obra de fuera.

la falta de profesionalidad. La gran mayoría de los trabajadores eran reclutados en Andalucía. Algunos pueblos, como La Puebla de Cazalla (Sevilla) emigraron masivamente hacia Ibiza. El panorama que iban a encontrar aquí era muy distinto al de su tierra. Las condiciones de trabajo eran muy duras, pero ya estaban acostumbrados a eso. Elsa Alonso comentaba:

“Los trabajadores eran alojados en los sótanos de los hoteles, en grandes salas, en condiciones higiénicas deplorables. Lógicamente, las mujeres y los hombres estaban separados y los matrimonios no podían convivir” (Ramón, 2001, p. 119).

El salario se pactaba normalmente antes de que el trabajador llegara a la isla. Se les ofrecía un sueldo concreto al mes o, incluso, para el conjunto de la temporada. En ocasiones, el dinero era ingresado directamente en la cartilla familiar y el trabajador subsistía con las propinas que ganaba. Por lo general, los trabajadores se incorporaban como peones de albañiles al comienzo de la temporada en los hoteles y quedaban luego como camareros o pinches durante la misma. Hubo, por tanto, una reconversión automática, y sin formación alguna por medio, de los trabajadores de la construcción en trabajadores de la hostelería. Ello puede dar una idea del nivel de calidad que se podía ofrecer a los clientes. Muchos de estos trabajadores empezaron a establecerse en Ibiza al ir formando aquí sus familias y poder desarrollar la doble función de peón de la construcción en el invierno y de trabajadores de hostelería en verano (Ramón, 2001, pp. 118-120).

Cabe recordar que la inmigración de las islas posee un modelo dual en el que al mismo tiempo se produce llegada de personas procedentes de países desarrollados y de países en vías de desarrollo (Aguiló, Barros, García y Rosselló, 2004, p. 25).

2.2. Los artistas en los setenta.

Los primeros años de la década de los setenta se caracterizaron por la llegada de artistas atraídos por el ambiente artístico de la época, como es el caso de Rainer Pfnür y de Eduard Micus (Rodríguez, 2003, p. 72). Tras el despegue de finales de los cincuenta y la consolidación de los sesenta, los primeros años sesenta son los años de mayor actividad de las vanguardias artísticas y de los movimientos contraculturales de la época. Además el enorme renombre internacional de Ibiza como paraíso de libertad y vanguardias artísticas tiene un efecto promocional enorme sobre el sector turístico de la isla.

A pesar de que aún hay actividades artísticas como la exposición colectiva de 1977, titulada "Siete Caminos de la Abstracción" con artistas residentes en Ibiza (Marcel Floris, Leopoldo Irriguible, Don Kunkel, Giorgio Pagliari, Erwin Bechtold, Eduard Micus y Rafael Tur Costa), en la segunda mitad de los setenta el movimiento artístico ibicenco sufre un lento declive: algunas galerías cierran (la Galería Ivan Spence lo hace en 1975), el apoyo que aportaba el régimen franquista a las actividades artísticas desaparece con el régimen, y las obras artísticas cada vez tienen una mayor carga política y una menor calidad artística. Como símbolo del final de una época tenemos el cierre del Museo de Arte Contemporáneo de Ibiza en 1985⁹⁹, ya que este museo concentraba gran parte de la actividad artística y del apoyo del franquismo (Rodríguez, 2003, pp. 72-74).

"Cabe inscribir la trayectoria del Museo de Arte Contemporáneo de Ibiza MACI desde su fundación en 1969 hasta su puesta en cuestión por algunos sectores ciudadanos en 1975 y su posterior y actual crisis, en la órbita de las instituciones franquistas completamente desarraigadas del medio natural que las ha visto nacer. El MACI, nacido en plena etapa de las vacas gordas franquistas coincidente con el inicio del espectacular 'boom' turístico ibicenco, fue desde su fundación una entidad que se mantuvo escrupulosamente al margen de la vida ciudadana ibicenca" (*UC*, nº 22, de 21 de enero de 1978).

⁹⁹ Reabierto definitivamente en 1991 bajo la dirección de un Patronato Municipal del Ayuntamiento de Ibiza.

La década de los setenta significa una pérdida de calidad artística. Ernesto Ehrenfeld comentaba que "en Ibiza se exponen demasiados cuadros para turistas y pequeños coleccionistas nuevos ricos. Arte muy malo. En realidad, todo es un engaño: Se engaña al presunto artista, se engaña a la gente: Todos salimos perdiendo" y dice que hay muchos "falsos genios" en Ibiza (Planells, 1980, p. 249). Zush también comenta en relación a los artistas que

"en Ibiza, en efecto, hay mucha gente que pinta, pero pintores de verdad, pintores profesionales hay muchos menos de lo que nos pensamos. Quizá sea debido a que el profesionalismo está muy mal visto entre los que en Ibiza pintan" (Planells, 1980, pp. 180-181).

En los setenta los artistas pierden protagonismo a favor de un conjunto de famosos que hacen muestra de su soberbia y ego en Ibiza. Ernesto Ehrenfeld, en referencia a los famosos que pululaban por Ibiza, y a los ibicencos, indica:

"Elmyr es una gran publicidad para Ibiza. No niego que todas estas personas que dan una mayor vertiente pública tienen un encanto promocionante de la isla. Pero lo que no se puede admitir es que Elmyr crea que sin él la isla se hundiría. Nadie es imprescindible, por mucho culo que enseñe: ni Ursula Andress ni Elmyr de Hory. Nadie. Elmyr sabe muy bien que copia, que no crea nada nuevo, aunque le guste emplear la palabra inspiración. Lo suyo es el escándalo. Pienso que en Ibiza la gente es demasiado gentil, muy amable, y soporta todo lo que se eche para no herir a nadie" (Planells, 1980, p. 250).

Por desgracia en Ibiza habitaron muchos extranjeros dados al divismo y con trascendencia modesta, más dados a fantasear que a la realidad. Ernesto Ehrenfeld añade:

"En Ibiza se ha glorificado a muchas personas de muy reducidos méritos y en cambio hay grandes pintores, músicos y personas que se desconocen, por el simple hecho de que les gusta vivir retiradas en el campo y trabajar en silencio. Creo que no debemos mezclar toda esa gente con los vividores que han dejado atrás Saint Tropez y vienen a Ibiza porque está de moda" (Planells, 1980, p. 251).

La decadencia del mundo artístico de la isla coincide con el surgimiento de las vanguardias a nivel nacional. Mientras el cambio de sistema político facilitó que los movimientos artísticos contemporáneos prosperaran en ciudades como Madrid, en otros lugares como Ibiza se produjo el proceso contrario. Seguramente los fuertes cambios sufridos con la llegada del turismo de masas ahuyentaron a unos artistas que no habían tenido problemas para convivir con la situación política de los años cincuenta y sesenta.

"La efervescencia artística de los ochenta en toda España contrasta con el ambiente artístico de Ibiza en esa época. Incluso se podría hablar de decadencia si se compara con la gran actividad de los sesenta y setenta" (Rodríguez, 2003, p. 75).

2.3. Ibiza según los medios de comunicación.

En la prensa de los sesenta y setenta se muestra el tópico de Ibiza como una isla caracterizada por el azul del mar y el cielo, por la luminosidad y el clima soleado, por un paisaje bucólico referenciado al mundo mitológico griego de los poemas épicos de Homero y por la tolerante hospitalidad de su población autóctona. La mayor parte de la prensa europea y nacional publica reportajes, abundantemente ilustrados, que representan a Ibiza como el refugio de los marginales del mundo¹⁰⁰. Distintas películas y novelas de esos años, y posteriores, retratan un mundo idílico y han aumentado el efecto mediático de los reportajes periodísticos. Los reportajes de la prensa escrita y de los medios audiovisuales, la publicidad e incluso las agencias de viajes y los turoperadores de los países de origen han contribuido enormemente a la

¹⁰⁰ Mientras en la prensa extranjera se llegan a descripciones de la isla y sus habitantes que, en algunos casos, están en las antípodas de lo que cualquier persona medianamente observadora podría concluir si visita la isla, en la prensa nacional las narraciones son menos fantasiosas -lo cual no quiere decir que no lo sean- y es el único caso en que se muestran visiones negativas del fenómeno hippie.

perpetuación de la imagen de isla bohemia y festiva a través de los años. Cuando analizamos la imagen que se transmite de la isla de Ibiza en la prensa de los años del movimiento hippie hay un predominio y repetición de ciertos temas (Rozenberg, 1990, pp. 8-23):

1. Seducción y belleza de la isla de Ibiza.

Aparece retratada de forma muy lírica como una isla pintoresca y salvaje. Muchos medios de comunicación usan la expresión de "isla blanca" para referirse a Ibiza y exaltan lo pintoresco de las callejuelas de La Marina y Sa Penya (los barrios del puerto), de sus casas rurales de arquitectura típica, del litoral con sus calas y casetas de pescadores, y de su campo aún dominado por procedimientos agrícolas y ganaderos tradicionales. Para otros periódicos es "una maravillosa sinfonía de colores..." (*ABC*, 23 de agosto de 1969) y, también, una "isla privilegiada que ha guardado y guardará mucho tiempo su encanto rústico y su aspereza salvaje" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972). La prensa dice que en ella hay "sol, calas aisladas, murallas oscuras que encierran, afectuosamente, la vieja ciudad mora, la naturaleza salvaje y trágica..." (*Spécial Bruxelles*, 12 de mayo de 1971), demostrando fallos o imprecisiones en sus comentarios como "la vieja ciudad mora" cuando el origen de la ciudad de Ibiza es fenicio-púnico y la actual ciudad es posterior a la dominación musulmana (incluidas las murallas) excepto algunos arcos, puertas y restos arqueológicos enterrados en su subsuelo, o la "naturaleza salvaje" cuando la superficie de la isla se dedicaba a la agricultura, la ganadería o la explotación forestal en casi su totalidad.

"Los caseríos ibicencos, completamente blancos, entre palmeras y adelfas rosas, recortadas sobre un mar azul y flotando en la calma arcádica de un paisaje que vibra con el canto de las cigarras y de los grillos" (*Stuttgarter Zeitung*, 27 de septiembre de 1973) muestra las campañas de fomento del encalado de las casas que pretendían reforzar la imagen de Ibiza como la "isla blanca", las referencias al mar y a la calma que se van repitiendo en la promoción de la isla, las evocaciones de la mitología griega ("la calma arcádica") y como un signo de calor y bochorno sofocante ("el canto de las cigarras y de los grillos") se convierte en uno de sus méritos. Los "inmensos pinares sobrevolados por aspas de molinos de viento junto a playas desiertas al borde de caminos perdidos" y la ciudad "es una auténtica ciudad corsaria, cuyas casas blancas bajan hasta el mar por un laberinto de callejuelas pavimentadas y de plazas escalonadas sombreadas de adelfas" (*Elle*, 19 de julio de 1971) muestra otra vez los mismos tópicos.

La isla es mostrada como el paraíso terrenal, haciendo gala de unas descripciones que la población autóctona no suscribiría en casi ningún caso. Las aguas son "calientes y hospitalarias", el paisaje "variado de una belleza incontestable" (*Diario de Lérida*, 11 de agosto de 1971). En fin, "Ibiza es un vergel, un ramillete de umbrosos prados que descienden por pequeños valles abiertos, todos, dulcemente al mar, como proponiendo, sin cesar, una evasión posible" (*Jours de France*, 3 de abril de 1973). La insularidad es evocada como un aislamiento tranquilizador: "Unos encuentran allí el calor protector del seno materno. Otros un mundo en miniatura donde se pueden tocar los límites" (*Paris Match*, marzo de 1972). Describen un mundo idílico que permanece como suspendido: "Allí nada ha cambiado desde hace miles de años. Las gentes son felices y lo dicen [...]" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972).

La prensa muestra una isla dotada de un encanto que fascina por su evocación africana, mítica y mágica: "Ibiza, la cartaginesa [...]" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972); "Las calas se suceden, a lo largo de la escarpada costa, entre refugios, puertos y abras donde los pescadores retornan todas las tardes para sacar sus barcas del varadero, embarcaciones cuya forma no ha cambiado desde la época mítica de Ulises, que bien hubiera podido haber hecho escala allí, [...]. Ibiza y su pequeña capital se proponen resumir África y Génova, Cádiz y Siracusa e, incluso, aquellas otras ciudades tan lejanas de las que habla el Anábasis" (*Jours de France*, 3 de abril de 1973); "Un lugar bajo la advocación de Tanit [...]. Ibiza es, desde luego, un lugar hechizado" (*Paris Match*, marzo de 1972).

Las referencias a la belleza de la isla pueden resumirse en el siguiente texto: "Es preciso llegar hasta Ibiza para ver los corderos nacidos al alba, los cabritos reclinados en sus nidos de paja, los lechones apetitosos entrar en la sombra tierna de los establos, donde suspira el asno que sueña.

Es preciso, también, contemplar el almendro recién florecido y que se inclina al sol poniente soñando un futuro" (*Jours de France*, 3 de abril de 1973).

2. Los isleños y la vida tradicional.

Los lugareños sorprenden por su apariencia pintoresca: "Está allí la España entera con sus notables, sus campesinas con mantones negros, su fe ardiente y sus carabineros [guardias civiles]" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972). Las mujeres ibicencas con sus trajes típicos han sido desde siempre un elemento llamativo para los turistas y así se plasma en los reportajes publicados en la prensa: "En los pueblos aún se pueden encontrar viejas ibicencas vestidas con sus curiosos trajes típicos tradicionales [...]" (*Diario de Ibiza*, 27 de julio de 1971).

Las gentes de la isla son definidos como "seres dulces, orgullosos y hospitalarios" (*Neue Kronenzeitung*, Viena, 30 de mayo de 1974) que son, "por temperamento, gentes felices" (*Praline*, Hamburgo, 30 de agosto de 1973) cuyo único defecto es ser temibles seductores. Por eso, "pueden llegar a ser peligrosos (para las muchachas nórdicas), ya que los jóvenes del lugar gozan de irresistible atractivo"¹⁰¹ (*Praline*, Hamburgo, 30 de agosto de 1973). La vida en las casas rurales se envuelve en un halo bucólico: "Ibiza es una vieja carreta en el recodo del camino, es la salida de la misa del domingo, con sus vestidos bordados y collares recuperados de tiempos antiguos" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972), y se atraviesan campos de olivos mientras "se oye el murmullo del viejo arado" (*Jours de France*, 3 de abril de 1973).

En general, la imagen que de la población autóctona se difunde en los medios de comunicación de la época es la del "buen salvaje", es decir, la de personas felices de trato amable y hospitalario que agasajan a los extranjeros independientemente de su condición social. Esta imagen se debe a elementos propios de la cultura y el carácter de los autóctonos y a la exageración de los medios de comunicación. Por ejemplo, la prensa menciona que "inmediatamente todo le es ofrecido [al visitante]: el pan generoso, el vino recio, el chorizo ardiente, pasteles de almendra triturada que se funden en la boca como el azúcar y la nieve [...]" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972). En este caso, también, se puede ver la dura realidad de la isla y los adornos retóricos realizados: al "pan payes" compacto y, generalmente, con varios días se le llama "pan generoso"; al vino de elaboración casera y, probablemente, con aditivos para darle mayor graduación se le llama "vino recio"; a la sobrasada, que a finales de invierno y principios de verano adquiere un sabor picante y molesto, se le llama "chorizo ardiente"; etc.

3. Ibiza como un enclave de libertad.

En la prensa se habla de una tradición de acogida centenaria vinculada a la huella de sus sucesivas colonizaciones: "Los cartagineses, los fenicios, los griegos, los vándalos, los romanos, los turcos, los moros, los piratas, los rojos españoles y, finalmente... los hippies" (*Neue Kronenzeitung*, Viena, 30 de mayo de 1974). A parte de la caótica enumeración y ordenación realizada de los distintos grupos, cabe mencionar que los ibicencos sólo sabían que, antes, la isla había sido de "los moros" y, por tanto, todo lo antiguo suponían que era obra suya (Torres, 1998, p. 33) y las distintas invasiones del pasado se desconocían, ya no digamos que influyeran en su comportamiento. Cabe añadir que en los lugares en que se han producido invasiones con cierta frecuencia, en tiempos relativamente recientes, la actitud de sus habitantes es de rechazo al extranjero por miedo a un nuevo invasor.

¹⁰¹ Cabe mencionar que la inexactitud de estas afirmaciones llega al punto de que son las mujeres del norte de Europa las que acosan a los ibicencos, principalmente camareros y recepcionistas, convirtiendo el trabajo en el arte de evitar los lances más o menos discretos de estas mujeres. Los resultados fueron: el regreso de algunas mujeres embarazadas a sus países de origen, y un número importante de matrimonios entre ibicencos y extranjeras. A pesar del alto número de matrimonios, entre la población ibicenca se tenía la opinión de que eran mujeres que no conseguían pareja en sus lugares de origen y buscaban en Ibiza un "heredero" con bienes inmuebles para casarse y vivir donde otros sólo veranean. Es una situación parecida a la que viven actualmente países como Santo Domingo, Cuba o Brasil, con la diferencia de que en estos destinos es el local el que busca salir de su región y en el caso de Ibiza era el extranjero el que buscaba quedarse en la isla. Aunque esta situación ya es prácticamente historia, algunos turoperadores y guías turísticos siguen aún hoy difundiendo la idea de que los españoles son peligrosos seductores.

Ibiza es para los medios de comunicación un lugar de refugio para artistas y oprimidos. "En algunos meses, Ibiza se convirtió en una España dictatorialmente controlada, en tierra de libertad, en el sueño de todos los inadaptados" (*Paris Match*, marzo de 1972). "Desde los años cincuenta, escritores, pintores y epicúreos se instalaron allí para vivir y crear más libremente, lejos de una sociedad que les oprime y les amordaza" (*Arbeiter Zeitung*, Viena, 30 de mayo de 1973). "Ibiza ha sido siempre la isla de los pintores, de los escultores y de toda clase de artistas" (*Aargauer Volksblatt*, Baden, 5 de julio de 1972; *Newsweek*, Londres, 19 de julio de 1971; *Publik*, Francfort del Meno, 28 de mayo de 1971; *Blanco y Negro*, Madrid, verano de 1973). Los artistas, intelectuales y marginales que llegaron a la isla en los años treinta pero, sobre todo, en los años cincuenta, sesenta y setenta crearon una imagen de la isla cosmopolita y bohemia a la vez que tradicional y arcaica. "Ibiza, al principio de los años sesenta, se convierte en el destino de todo un ejército internacional de excéntricos que [...] desembarcan con las obras de Kerouac y textos de filosofía en los bolsillos; a menudo su indumentaria se completa con un instrumento de música que mantienen, siempre, al alcance de la mano" (*Stuttgarter Zeitung*, 27 de septiembre de 1973). "Ibiza pasa por ser el reino de los rebeldes, con o sin causa, de los enemigos de la civilización, de la competencia y del ruido, de la sociedad de consumo. Allí se puede vivir como un 'buen salvaje'... Los personajes insólitos no faltan" (*Special Bruxelles*, 12 de mayo de 1971; *Elle*, 19 de julio de 1971). "En consecuencia, los jóvenes turistas enloquecidos [...] se codean con gitanos rubios vestidos con harapos de colores, con muchachos barbudos peinados al estilo africano en un clima de libertad que impresiona" (*Special Bruxelles*, 12 de mayo de 1971). "En esta vieja ciudad se hablan todas las lenguas" (*La Libre Belgique*, 18 de enero de 1973; *Elle*, 2 de abril de 1973; *Diario SP*, Madrid, 26 de agosto de 1969) es una exageración que ilustra la impresión que percibe el recién llegado en las calles de la isla.

La prensa también habla de "la maravillosa tolerancia que reina en la isla" (*La voix du Nord*, 5 de agosto de 1972). "El insular ibicenco, después de tantos siglos y dominaciones, ha afinado su espíritu de comprensión, cultivado su propia paz, meditativa y silenciosa, su serenidad fatalista y una peculiar manera de vivir tranquilamente, día tras día, lo que Dios ofrece. Este clima de aceptación se traduce en una actitud de indiferencia y sencillez frente a la libertad de las costumbres extranjeras, en una amabilidad cortés y en una acogida y una tolerancia exquisitas y, sin duda, necesarias" (*Diario de Ibiza*, 2 de julio de 1971). "De hecho, éste es un poco el milagro de Ibiza: un viento de libertad y de tolerancia barre continuamente esta pequeña isla de una España puritana y severa. La vida moderna está allí pero, no obstante, las cosas se toman con una sonrisa, se aceptan con calma" (*La Libre Belgique*, 18 de enero de 1973; *Elle*, 2 de abril de 1973; *Diario SP*, Madrid, 26 de agosto de 1969).

"Aquellos que han obedecido a sus propios sueños, los que verdaderamente han decidido vivir perpetuamente una vida de vacaciones, han ido hacia las islas soleadas, porque es imposible imaginar una vida de goce sin un sol en mediodía constante. Es de esta manera cómo Ibiza ha llegado a ser, en diez años, la isla refugio y asilo de los evadidos de nuestra civilización industrial" (*Elle*, 10 de julio de 1972).

Este texto resume muy bien lo que buscaban muchos de los primeros extranjeros residentes en la isla y muchos de los que llegaron posteriormente, entre ellos los freaks de los sesenta y setenta.

Existen, sin embargo, puntos de fricción. La prensa se alarma y dice que ciertos hippies "roban las uvas y los higos, amenazan, incluso, con incendiar el bosque" (*Diario de Ibiza*, 9 de septiembre de 1969). El peligro lo reconocen también en otros lugares, por ejemplo les preocupa un buque repleto de pasajeros hippies al que le llaman el "barco de la vergüenza" (*Sunday Mirror*, 8 de junio de 1973). Otras veces son enfrentamientos entre extranjeros y policías lo que llama la atención, apareciendo titulares como: "Algaradas en Ibiza entre policías y hippies" (*La Suisse*, 18 de julio de 1971); "Los hippies huyen de Ibiza después de enfrentamientos con la policía española" (*La Dépêche du Midi*, 19 de julio de 1971); "Escándalo en Ibiza: los turistas se bañan desnudos" (*La Tribune de Genève*, 23 de agosto de 1973); "Expulsados del paraíso: en la isla de Ibiza policías fuertemente armados han librado una batalla sangrienta contra hippies indefensos" (*Stern*, Hamburgo, 8 de agosto de 1971).

4. *La utopía vivida.*

Ibiza y Formentera, islas estrechamente interdependientes, ambas invadidas por jóvenes extranjeros, son frecuentemente asimiladas en estos enfoques. Las fotografías (muy abundantes en los reportajes) tienden a presentar cuadros de la vida cotidiana con el *leit-motiv* de "Ibiza es una fiesta", jugando con la imagen creada por hippies y artistas, y utilizada en las campañas publicitarias.

Ibiza se convierte en el reino de los marginados, de los "*flowers children*" (*Rheinische Post*, Düsseldorf, 14 de mayo de 1974). "Ibiza es una isla de un carácter único y, como su pequeña hermana Formentera, constituye el lugar ideal para encontrar, en su propio refugio, a estos seres [...]. Gentes a las que se conoce bajo el término un poco primario de hippies" (*Diario de Ibiza*, 10 de julio de 1971). "Quieren vivir como les da la gana y, sobre todo, tener tiempo para reflexionar" (*Braunschweiger Presse*, 12 de julio de 1973). "Los nuevos emigrados a Ibiza [...] no desembarcan con la idea de hacer fortuna, sino con la intención de vivir felices" (*Elle*, 10 de julio de 1973).

Su principal anhelo es el retorno a la naturaleza y a la simplicidad: "Viven en una choza en el campo, en un molino abandonado, en una cabaña deshabitada o destinada a los animales domésticos [...]. Se alojan allí seis, diez o veinte hippies. Otros viven en grutas frente al mar" (*Destino*, Barcelona, 10 de noviembre de 1969). "Nada de electricidad, nada de agua corriente, se ha vuelto a la época del fuego y el pozo" (*La Voix du Nord*, 5 de agosto de 1972).

Su existencia es frugal y precaria: "Se les ve frecuentemente compartir un enorme pan insular, lentamente, como si degustasen el manjar más delicioso" (*Diario de Ibiza*, 6 de septiembre de 1969). Viven de la artesanía y de ahorros, giros familiares y envíos diversos: "Nosotros -dicen ellos- curtimos y fabricamos objetos de cuero que vendemos [...]. Además, a veces viene un amigo que permanece con nosotros algunas semanas y nos trae un poco de dinero" (*Braunschweiger Presse*, 12 de julio de 1973). La imaginación creativa es un elemento básico, "casi todo lo que se vende aquí está 'hecho a mano'. Es el retorno a la artesanía" (*La Libre Belgique*, 18 de noviembre de 1973; *Aargauer Volkblatt*, Baden, 5 de julio de 1972).

"Existe entre ellos una gran solidaridad [...]. En realidad llevan una vida auténticamente comunitaria en el más amplio sentido de la palabra" (*Diario de Ibiza*, 6 de septiembre de 1969; *Braunschweiger Presse*, 12 de julio de 1973). Ellos fomentan "una familia en la que todos los miembros son iguales" (*Annabelle*, Zúrich, 9 de septiembre de 1970), y pretenden que los niños reciban una educación libre: "los párvulos de este mundo sin fronteras respiran durante el invierno -bajo almendros florecidos y naranjos cargados de fruta- un aire de vacaciones infinitas" (*Paris Match*, marzo de 1972).

La fiesta, el amor, la música y el éxtasis son narrados con bastante detalle: "El bosque, la noche... algunos hacen fuego, la mayoría encienden velas en torno a un árbol y cantan, fuman, charlan y meditan. Así un día y otro durante meses" (*Diario de Ibiza*, 6 de septiembre de 1969). "Una noche de luna llena, en una desierta playa de Formentera, un grupo de hombres y mujeres celebran un rito extraño: la luna de agosto. Las gentes que los han visto dicen que era una fiesta de peludos, gatos y locos" (*Baleares*, Palma de Mallorca, 29 de julio de 1973).

El gozo de la vida autárquica o el ejemplo de los que han sabido llegar hasta el límite de su elección es mencionado con frecuencia. Hanno, que "ahora lleva la vida de un Robinsón" porque estaba harto de "prostituirse en un mundo artificial que no era el suyo" afirmaba: "Todos pueden dar el salto" (*Handelsblatt*, Düsseldorf, 28 de febrero de 1974).

2.3.1. Los antecedentes de la imagen de los sesenta.

Desde la segunda mitad de los años cincuenta existía una colonia de artistas (muchos eran verdaderos artistas pero otros no) extranjeros y españoles instalados en la isla. Para muchos de ellos el arte no era un fin en sí mismo, sino un medio para otro fin conllevando la mediocridad de sus trabajos (Planells, 2002). Deslumbrados por el entorno, por las facilidades de vida y por la hospitalidad de los insulares, estos residentes se beneficiaban de un entorno propicio para una actividad creadora que en sus países de origen era imposible por motivos económicos,

familiares o de presión social. Formaban un medio bohemio y cosmopolita con pintores como Hinterreiter, Faber, Bechtold, Laabs, Trokes, Dmitrienko, Grimes, Walsh, Matsuda, Gutiérrez y Urculo; escultores como Krause; arquitectos como Broner, y escritores como Seley y Sheckley (Planells, 1980, 1986, 2002). Según Mariano Planells (2002) la Ibiza verdaderamente cosmopolita es la isla de la segunda mitad de los cincuenta y primera mitad de los sesenta ya que, aunque eran pocos, los extranjeros formaban una comunidad multinacional en esta época, y con la expansión del turismo aumento el porcentaje de población extranjera pero se empobreció la variedad de nacionalidades y los contactos entre personas de distintos orígenes geográficos. A esta comunidad de artistas se fueron agregando inmigrantes de oleadas posteriores, especialmente miembros de la contracultura, frecuentando los mismos ambientes que los artistas.

Unos años antes, principalmente entre 1934 y 1936, otros viajeros habían buscado refugio en la isla huyendo de la guerra que presagiaban. Estos viajeros eran artistas e intelectuales estrechamente asociados a las vanguardias (surrealismo, Bauhaus, etc., odiadas y perseguidas por los regímenes totalitarios que surgían en Europa) e intentaban proseguir sus actividades en Ibiza, con la esperanza de huir de las persecuciones de sus países de origen. Desde 1933 la presencia de exiliados antinazis se completó con una presencia, imprecisa en cuanto a número, de espías de las principales potencias europeas, dándose el caso de exiliados alemanes conviviendo con nazis (Buades, 2004, p. 87; Planells, 2002).

Ambas oleadas de artistas e intelectuales fueron la base de la imagen difundida a partir de los años sesenta y con sus narraciones crearon el paraíso ideal que luego atrajo a hippies y a turistas.

3. El movimiento Hippie en Ibiza.

Los jóvenes que participaron en los movimientos de protesta de Estados Unidos o Europa en los años sesenta buscaron una salida vital, y la encontraron en el movimiento hippie (Planells, 2002, p. 78). Esta nueva subcultura heredo los valores contraculturales de la Generación Beat, crearon sus propias comunidades, escuchaban rock psicodélico, abrazaron la revolución sexual, participaban en el activismo radical y usaban drogas como la marihuana, el LSD y otros alucinógenos para “expandir la conciencia”. Aunque estos son los elementos característicos generales existen hippies que enfatizan más un estilo de vida bohemio, otros uno marcado por espiritualidad alternativa (*New Age*, Chamanismo) y otros están envueltos en activismo radical (*Yippies*) o varias de estas cosas al mismo tiempo.

Ibiza y Formentera fueron puntos importantes en la ruta seguida por los hippies¹⁰² pero para comprender el fenómeno hippie en Ibiza hay que entender, primero, la contracultura en la sociedad occidental, para, a continuación, explicar su presencia en las islas y las reacciones de residentes y hippies.

3.1. La contracultura.

Los movimientos contraculturales se inician en los años cuarenta (*hipsters*) y cincuenta (*beatniks*), alcanzando su apogeo a finales de los años sesenta con los hippies, los grupos contrarios a la guerra de Vietnam en Estados Unidos, y las protestas estudiantiles y sociales de Europa Occidental. Entre finales de los sesenta y principios de los setenta se produce la dispersión de los miembros de estos grupos por otras zonas del mundo debido al fracaso de las comunidades y grupos originales. La ruta de los hippies empezaba en San Francisco y llegaba a la India pasando por puntos intermedios como París, Ibiza, Creta, Goa o Estambul (Cerdà y

¹⁰² El 6 de septiembre de 1965, en el periódico de San Francisco llamado *The San Francisco Examiner*, el periodista Michael Fallon usó la palabra hippie por primera vez para referirse a los nuevos beatniks y a los jóvenes bohemios (al contrario de los viejos bohemios de la llamada generación beat o beatniks).

Rodríguez, 1999, p. 13). El periodo 1968-1974 representa la época "clásica" de la contracultura y se ha convertido en el modelo a imitar por los movimientos posteriores. Es como parte del éxodo de los integrantes de la contracultura como Ibiza se convierte en enclave del movimiento hippie.

Tras el éxodo de los años setenta la contracultura se fracciona en múltiples grupos autónomos con objetivos diversos (feministas, ecologistas, grupos de homosexuales, anarquistas, ocupas, etc.) perdiendo el carácter de oposición global al sistema. El fraccionamiento de la contracultura es acompañado por una adopción de estilos de vida menos alejados del resto de la sociedad, quedando reducida a las apariencias y unos valores que dice defender pero no aplica. En los años noventa, con la desaparición de trabas fronterizas en distintas partes del mundo y la perspectiva de un aumento de la competencia a nivel mundial, ha surgido el movimiento antiglobalización. El movimiento antiglobalización está formado por el conjunto de movimientos autónomos surgidos tras la disgregación de los setenta, aspira a resucitar el movimiento hippie de los sesenta y ha rescatado los mismos lemas de entonces: la oposición al "Sistema Capitalista" y a la globalización; la oposición a los Estados Unidos, encarnada en la oposición a una guerra en la que intervenga (en los sesenta y setenta Vietnam, en la actualidad el conflicto árabe-israelí e Irak).

3.1.1. Las creencias de los "fugitivos" de la civilización occidental.

Para entender a los movimientos contraculturales es interesante conocer en que creen estos individuos y en qué contexto surgieron estas creencias. Teniendo en cuenta el contexto general en el cual se inscriben hay que mencionar tres filiaciones de los individuos de la contracultura que llegaron a Ibiza (Rozenberg, 1990, pp. 91-108):

- ***Primero, la tradición utópica clásica.***

Los jardines o huertos están ligados a los mitos que han permitido a la humanidad dar forma al misterio de los orígenes. En los relatos de las civilizaciones más antiguas, el dios organizador del cosmos se convirtió, en algún momento, en jardinero para acondicionar el mundo de manera que pudiera acoger a la criatura que habría de dominar sobre el resto de las especies y ponerles nombre (Nieto, 2004).

El concepto de Jardín (utilidad ornamental) y el concepto de Huerto (utilidad práctica) se empezaron a separar en los siglos XVII y XVIII, no produciéndose la total separación hasta tiempos muy recientes. En tiempos pretéritos el concepto de Huerto-Jardín (creado por el hombre) ya se había separado del concepto de Paraíso (creado por Dios). En la antigüedad el concepto de Paraíso se refería a cualquier sitio con árboles frutales, bellos y pacíficos animales, aromas florales agradables, etc. en donde los humanos podían disfrutar de todo ello en un ambiente de paz, sosiego, tranquilidad y esparcimiento, independientemente de que hubiese sido creado por la naturaleza (Dios o los dioses) o por el hombre.

El concepto de Isla también vaga por la mente humana desde tiempos remotos debido a la peculiaridad de estar, a la vez, conectado al resto del mundo por la vía de comunicación más primitiva usada por el hombre, el mar, y por encontrarse perfectamente delimitada, separada y purificada por este mismo mar. La Isla es un territorio perfectamente delimitado y alejado del resto del mundo en donde la vida transcurre con un gran desconocimiento de los males que azotan el Continente (tierra emergida que no forma parte de ninguna Isla). En definitiva la Isla es un "mundo perdido" donde el tiempo se ha detenido y persisten elementos que en el Continente se recuerdan con añoranza.

Los conceptos de Isla y Paraíso se unen en las mentes occidentales formando un nuevo concepto, la Isla Paradisiaca, como una tierra de abundancia y felicidad bajo un sol radiante (cabe mencionar que la idea de Isla Paradisiaca puede ser distinta para cada individuo), que se divide en dos tipos: la Isla Paradisiaca Deshabitada, como la *Ibosim* (Ibiza) descubierta por los fenicios, y la Isla Paradisiaca habitada por el "Buen Salvaje", como la Ibiza que atrajo a los artistas e intelectuales en los años treinta y cincuenta o a los miembros del movimiento contracultural en los años cincuenta (beatniks), sesenta y setenta (hippies). La Isla Paradisiaca

aparece frecuentemente y desde la antigüedad en las narraciones de viajes reales o imaginarios (Homero, Hesíodo, Píndaro, Platón, Plutarco, Tomás Moro, etc.) y es un anhelo de búsqueda para exploradores, primero, y turistas, después. La búsqueda de la Isla Paradisiaca por parte de los habitantes del mundo occidental puede verse en hechos como la compra de islas por parte de artistas, deportistas o empresarios millonarios (Isla Paradisiaca Desierta) o en la predilección por los destinos turísticos insulares (islas del Mediterráneo, islas del Caribe, Bali, islas Maldivas, islas Seychelles, Polinesia Francesa, islas Fidji, islas Hawái, islas Galápagos, etc.) o con un acceso terrestre tan dificultoso como si se tratara de una isla (Isla Paradisiaca habitada por el "Buen Salvaje"), siendo sustituidas las tribus hospitalarias con los extraños por los profesionales del sector turístico.

La Isla Paradisiaca es el sustrato de múltiples utopías desde tiempos del Renacimiento por sus características peculiares de aislamiento y abundancia. La utopía, en su significado más amplio, podría definirse como una visión global de la vida social radicalmente opuesta a la realidad existente. Es una crítica de la sociedad actual y un proyecto para otra sociedad que pasó del dominio imaginario a un dominio orientado hacia la acción de transformación del orden social existente a partir de las utopías sociales del siglo XIX.

Sin embargo, los sueños propios de los marginados de la contracultura habría que clasificarlos, quizá más propiamente, dentro de lo que Freund (1978, pp. 95-100) entiende por utopismo, esto es, un género mal definido que confunde previsión razonable y ficción irreflexiva privilegiando el deseo de cambio por encima de la elección reflexiva sobre los medios que deben aplicarse para impulsarlo. La ausencia de un plan de reforma social sugiere más la búsqueda del Paraíso (estado natural o concepto moderno de Paraíso) que de la Utopía (nuevo orden social) (Moss, 1972, p. 184). La utopía tiende a concebir una sociedad futura mejor que la actual y que se alcanzará por un procedimiento de acumulación de elementos positivos y eliminación de los negativos hasta llegar a la felicidad perfecta (Freund, 1978, p. 93). Independientemente de épocas y autores el género utópico se caracteriza por un conjunto de temas recurrentes (Dureau, 1961, pp. 9-10; Servier, 1967, p. 319):

- Se llega a la utopía a través del viaje o del sueño.
- La utopía se crea en lugares que simbolizan el alejamiento y el aislamiento que protege de la "contaminación" exterior y de las persecuciones. En este punto aparece el concepto de Isla en sentido amplio.
- La supresión del tiempo es uno de los grandes temas, de tal forma que las utopías viven un eterno presente. Los mundos utópicos son "perfectos" y por tanto deben ser inmutables con el paso del tiempo si se quiere que sigan siendo "perfectos".
- La utopía exalta el estado natural (el Paraíso) de pureza original, clima templado y tierra nutricia, en donde las actividades humanas se adaptan a los ritmos de la naturaleza: alimentación simple y a menudo vegetariana, vestimenta blanca y amplia, etc.
- El hedonismo, que se manifiesta en el amplio espacio concedido a la música, la danza y el juego por el simple placer.
- Numerosas narraciones hacen mención a los cultos solares. El culto solar de las religiones de la antigüedad y de tribus de muchas partes del mundo renace en las narraciones de los autores utópicos y en los movimientos utópicos del siglo XX, como demuestra la costumbre de contemplar la puesta del sol, iniciada por los hippies y convertida posteriormente en atractivo turístico de la isla de Ibiza.
- Finalmente, el pacifismo es un elemento fundamental del universo utópico y se materializa en la abolición de la propiedad, fuente de conflictos, la desaparición de códigos autoritarios en las relaciones humanas y la condena de la guerra. Pero reconocen que la paz es más fácil de conservar si la vida se desarrolla al margen del agitado mundo exterior (aquí resurge el concepto de Isla).

En los proyectos sociales utópicos¹⁰³ se observa un conjunto de dominios claves, tratados con asiduidad y variedad de alternativas (Moss, 1973, pp. 1-6): la familia y la sexualidad; la propiedad o el modo de apropiación de los bienes; la economía; la política, y la religión y creencias colectivas.

El "rechazo total" de los miembros de la contracultura, su huida hacia lugares propicios y remotos y su alegría de vivir proceden, sin duda, del talante utópico. Sin embargo, las fases sucesivas de su marginación constituyen una ilustración del mecanismo de la utopía descrito por Jean Seguy (1971): "Una atracción por el pasado, que se reconstruye, unas veces, como si fuera una edad de oro magnificada, otras, como un rechazo sin más al presente; pero, tanto unas como otras, siempre se nutren de la intención por lograr un porvenir radicalmente diferente".

- ***Segundo, la protesta contracultural americana.***

El segundo polo de referencia se encuentra en los Estados Unidos y es el movimiento de rebelión cultural de los años sesenta y setenta y, más exactamente, la corriente bohemia y apolítica de ese movimiento.

Desde los años 1955-1959 se inicia, con los beatniks, una crítica de los valores de la sociedad americana. En el curso de la década siguiente, esta crítica alcanza anchas capas de la población, teniendo su momento de influencia máxima en los años 1966 a 1968. Más allá del radicalismo que los caracteriza y de la solidaridad que los une, el "Movimiento" de los años sesenta se presenta como un conglomerado de grupos dispares en cuanto a sus expresiones y prioridades: movilizaciones estudiantiles con consignas políticas contra la guerra del Vietnam, manifestaciones pacifistas, luchas de los afroamericanos por los derechos civiles, movimiento psicodélico, concentraciones hippies, movimiento de liberación de la mujer, movimiento gay, grupos ecologistas, etc. Dos clases de agrupaciones bien diferenciadas aparecen en el seno de este movimiento que reúne a una parte importante de la juventud (Roszak, 1968, p. 75):

- La bohemia iluminada de los beatniks y de los hippies que busca disociarse de la sociedad americana.
- El activismo político duro de la Nueva Izquierda estudiantil que trata de subvertir y revolucionar la vida política (Roszak, 1973).

La tensión que separa a estos dos movimientos es bastante real pero siguen considerándose aliados por la existencia de una sensibilidad semejante y un enemigo común (Roszak, 1968, p. 75). A partir de 1966 y 1967 la oposición entre los estudiantes activistas y los hippies se difumina, no solamente al nivel de las apariencias, cuestionando ambos movimientos las costumbres y ritos sociales del modo de vida americano, a la vez que se expresa la voluntad de hacer una revolución global de la sociedad. La tendencia bohemia y psicodélica se descompone en tres grupos principales cuya influencia no cesará de aumentar en el seno de la sociedad americana (Spates y Levin, 1972):

¹⁰³ Si se comparan las prácticas de los sesenta con las utopías imaginadas por los autores aparecen "correspondencias simbólicas" entre los temas utópicos y las conductas de "rechazo social" (Moss, 1973, pp. 1-6):

- Los lugares escogidos muestran una voluntad de aislamiento.
- La utilización del tiempo no respeta la diferencia entre trabajo y ocio. Se vive el presente sin mostrar interés por el futuro ni remordimientos por el pasado.
- El anhelo de la "verdadera vida" se encuentra tras la búsqueda de la autenticidad motivada por un deseo de fusión con el entorno natural.
- Las individuos del movimiento contracultural redescubren la autarquía económica. La Isla, la tierra elegida para instalarse es, por definición, suficiente para asegurar la supervivencia (Freund, 1978, p. 32). La agricultura y la artesanía son las actividades predilectas de estas sociedades paralelas y la propiedad es menospreciada.
- La autoridad es despreciada bajo todas sus formas.
- La familia como institución es criticada. La distorsión o la desaparición de los lazos familiares se compensa por el espíritu comunitario y tribal.
- La despreocupación de las comunidades de la contracultura coincide plenamente con el hedonismo utópico de los autores.

- Los beatniks, desde la segunda mitad de los años cincuenta, habían rechazado el modo de vida de la clase media, los valores y gustos culturales dominantes. Los beatniks, pacifistas y solidarios, rechazaban la acción colectiva organizada, con lo que su actividad de revuelta quedaba limitada a una pequeña franja de artistas y marginados (Granjon, 1985, pp. 145-146). La principal diferencia entre los beatniks y los hippies es el extremo individualismo de los primeros frente al espíritu comunitario y tribal de los últimos.
- Hacia 1965 un nuevo fenómeno, conocido popularmente como movimiento hippie, toma el relevo a los beatniks. Aparecen las primeras manifestaciones en San Francisco, Los Ángeles y Nueva York, y la bahía de San Francisco se convierte en el epicentro del movimiento (la Universidad de California-Berkeley fue la primera en vivir las movilizaciones estudiantiles). Durante los años 1966-1970, millares de hippies se lanzan a la búsqueda de una verdad que pasa por la renuncia a toda inserción social, por el misticismo y por la droga (Rozenberg, 1990, p. 102). El fenómeno hippie, pacifista y apolítico en sus comienzos¹⁰⁴, no parece amenazar en nada al orden establecido o incluso ayuda a su perpetuación como comenta Marvin Harris (1999, pp. 230-231). A diferencia de los beatniks los hippies combinan hedonismo y solidaridad tribal, y su objetivo es la creación de un tejido social autosuficiente, aislado de la sociedad global. Su disponibilidad afectiva y sus incesantes itinerarios de uno a otro confín manifiestan el rechazo, cuando menos simbólico, de falsas seguridades (Yablonski, 1968, pp. 357-362). Los años 1966 y 1967 señalan el apogeo del movimiento hippie en California, y a partir de 1968 las comunidades originarias empiezan a disgregarse y sus miembros a dispersarse debido a las tensiones y oposiciones internas. Unos retornan a la sociedad convencional, otros se dirigen hacia los barrios aislados de las grandes ciudades, pero la mayoría empieza un éxodo que los lleva a distintos lugares del mundo, entre ellos a Ibiza. El festival de rock de Woodstock de agosto de 1969 representó un último destello fulgurante del movimiento hippie.
- Los grupos *hip* urbanos son significativamente diferentes a los primeros grupos hippies (Spates y Levin, 1972). La innovación artística se extiende a múltiples campos y se asiste a una eclosión de colectivos orientados hacia objetivos precisos y prácticos (cooperativas de producción y distribución, grupos terapéuticos, movimientos ecologistas, feministas, homosexuales, familias alternativas, etc.). La "hip generation" y el éxodo de hippies hacia distintas partes del mundo no son más que el resultado de la decadencia de las comunidades hippies de los años sesenta.

Las comunas rurales con vocación agrícola que proliferan en muchos países entre 1969 y 1973 tienen la particularidad de proponerse como microsociedades experimentales. Pero estas comunas son efímeras, al igual que las comunidades originales de California, por las contradicciones internas, las disensiones personales y su caos económico (Hedgepeth y Stock, 1970; Melville, 1972; Moss, 1973; Zablocki, 1971). Sin embargo su impacto y el de los grupos *hip* sobre la sociedad ha trascendido hasta nuestro tiempo, influyendo en las tendencias juveniles y perdurando su filosofía en los distintos movimientos de los "antiglobalización" (la nueva contracultura).

- ***Tercero, las revueltas estudiantiles europeas y sus avatares ulteriores.***

Los movimientos europeos de los años 1967-1968, y la brecha cultural que ellos revelan y alimentan, constituyen el tercer haz de nuevos valores que reclamarán los recién llegados a Ibiza. La llama de la contestación estudiantil es, a la vez, mito fundador y recorrido iniciativo para toda una generación (Cohn-Bendit, 1987) y su significación ha sido analizada por algunos

¹⁰⁴ Las teorías de Timothy Leary, que exaltan la experiencia subjetiva en oposición a la actitud pragmático-científica y predicán la toma de LSD para acceder a nuevos estados de conciencia, encuentran gran aceptación y provocan que el movimiento psicodélico se amplifique entre 1965 y 1966. La búsqueda de esta experiencia subjetiva induce, también, el vuelco hacia el misticismo oriental. Los hippies tienen la convicción de que el combate contra la sociedad industrial y tecnocrática es fundamental para el verdadero cambio social. De ahí el rechazo a insertarse en un proyecto político y la explicación del lado desconcertante de sus experiencias cotidianas (Rozenberg, 1990, p. 99).

autores como Touraine (1968) o Statera (1975). El movimiento evoluciona desde reivindicaciones "corporativistas" en unas pocas universidades a una crítica a la Universidad y, posteriormente, a una contestación global del "Sistema" bajo la influencia de grupos politizados. Estas revueltas explotan en un contexto de crisis general e internacional de valores, instituciones y políticas.

Francfort y Berlín pueden ser consideradas como las ciudades de nacimiento de la contestación europea. A partir de 1964-1965 las manifestaciones pacifistas contra la guerra americana en Vietnam y las protestas violentas en la vía pública aumentan. Los movimientos de 1967-1968 tienden a la convergencia entre los proyectos político-ideológicos y las reivindicaciones existencialistas, siendo el más activo la facción hippie. El momento culminante es el mayo del 68 francés, cuya especificidad es que se trata de una protesta estudiantil capaz de desencadenar un movimiento social de gran envergadura que logrará paralizar el país. Después del 68 se inicia la época del fraccionamiento de las rebeliones y del repliegue social. La aparición del desencanto de los militantes va a favorecer el desarrollo de los movimientos autónomos (movimientos de liberación de las mujeres, movimientos juveniles, los frentes de lucha de los homosexuales, los movimientos regionalistas o nacionalistas, los colectivos ecologistas y antinucleares, etc.), así como el surgimiento de una contracultura inspirada en el *underground* americano. Hay que distinguir dos grandes modelos en este desarrollo de la "contestación" posterior al 68: el primero concierne a los fenómenos urbanos y pretende actuar como una red de contrapoderes en el seno de la sociedad, siendo la forma dominante en Suecia, Dinamarca, Países Bajos y Alemania, y el segundo modelo está basado en un repliegue social a través de comunidades rurales y viajes hacia Oriente, África del Norte, las islas del Mediterráneo, etc., siendo en Gran Bretaña, Bélgica, Francia y España donde el modelo rural autárquico logra difundirse más intensamente (Rozenberg, 1990, pp. 103-107).

Los individuos que recalán en Ibiza en esta época, procedentes de Europa, han tomado su decisión de cambiar de vida bajo la influencia de las revueltas de la época, dando como resultado una comunidad de "exmiembros" de la protesta que mantienen vivos los discursos de los distintos grupos de extrema izquierda con la idea de prolongar, con un "retorno" a la tierra, las experiencias de su vida protestataria previa.

3.1.2. Motivación y predisposición a la utopía.

El movimiento contracultural de los años sesenta es habitualmente imputado al malestar de la juventud, siendo, para algunos, resultado de la crisis de identidad de los jóvenes y el aumento de la separación entre generaciones (Granjon, 1985, p. 99). Otros sociólogos rechazan la hipótesis de la crisis interfamiliar y buscan las causas en una inadaptación a las normas del trabajo (Granjon, 1985, p. 103), en concreto a la contradicción entre las expectativas creadas por la educación y el destino que les espera en la esfera profesional (Lipset y Schaflander, 1971; Flacks, 1971; Keniston, 1971). Una mayoría de autores consideran que las causas son plurales y convergentes, y puestas en relación con una crisis de valores y la evolución general de las sociedades industriales desarrolladas (Rozenberg, 1990, p. 127).

La explicación propuesta por Pierre Bourdieu reside en el estancamiento de la movilidad social unida a un proceso de desclasamiento de los jóvenes. La contracultura alcanza a una generación engañada, confrontada con una distancia insalvable entre sus esperanzas y las posibilidades de inserción que le propone la sociedad (Bourdieu, 1978), y restauran su integridad personal y social con un rechazo global a la sociedad occidental (Bourdieu, 1979, pp. 147-189, 409-431). Para el autor, resulta importante como explicación de la gran importancia que alcanza la contracultura entre los sesenta y los setenta "la desilusión colectiva que resulta de la diferencia estructural entre [...] la identidad social que el sistema de enseñanza parece prometer [...] y la identidad social que ofrece, realmente, al salir de la escuela al mercado de trabajo" (Bourdieu, 1978) engendrando una lógica de la frustración, como preludio a la elección de la vida de "comunero" (Lacroix, 1981) entre los jóvenes de origen burgués de las grandes metrópolis occidentales, a los que se les han inculcado grandes ambiciones sociales en un entorno de optimismo.

Los niños del Baby Boom, posterior a la Segunda Guerra Mundial, crecieron en el ambiente de euforia de la victoria en la guerra y el posterior periodo de reconstrucción de los países afectados, generando grandes expectativas de un futuro prometedor. Pero una vez esta generación empezó a llegar al mercado de trabajo la desilusión fue muy fuerte, facilitando que los ideólogos de las "sociedades alternativas" captaran apoyos¹⁰⁵. Pero no sólo el fracaso de las expectativas explica la decisión de emigrar a Ibiza, un porcentaje, no despreciable, de individuos habían renunciado a un oficio y estatus que les aportaba ciertas gratificaciones. Estos individuos evocan el stress, las obligaciones y la sensación de que se les escapa el control de su propia vida como factores que les incitaron a buscar una vida orientada por valores y prioridades distintas a las de su entorno de origen. En este caso no es un comportamiento defensivo, sino el resultado de esbozar el balance vital bajo el primer atisbo de madurez (Lacroix, 1981, p. 114) que les hace aspirar a una mejor calidad de vida (Rozenberg, 1990, p. 131). En los Estados Unidos, algunos, imputan la crisis de los sesenta a una crisis interfamiliar causada por una juventud mal educada y mal socializada por unos padres menos autoritarios que en generaciones previas, unido a una incomunicación intergeneracional debida a la rápida evolución de las sociedades industriales avanzadas¹⁰⁶.

3.2. Características de los inmigrantes de la utopía.

Para el objetivo pretendido de describir la comunidad hippie de Ibiza y las actitudes de la población autóctona en la época del auge del movimiento contracultural los pocos trabajos de investigación realizados en la época acerca de los efectos sociológicos del turismo en Ibiza (Cooper, 1974; Gil, 1970; Rozenberg, 1974) no coinciden plenamente con este objetivo y sólo Danielle Rozenberg (1990) trata de una forma mínimamente adecuada la relación entre hippies e ibicencos. Por consiguiente, las fuentes empleadas son el trabajo de Rozenberg (1990) y testimonios de personas que vivieron esa época. A pesar de la falta de homogeneidad de los miembros de la contracultura y de las reducidas fuentes de información a las que recurrir, y sus problemas de veracidad y adecuación a los objetivos pretendidos, se puede obtener un esbozo de lo que sucedía en la isla en esos tiempos.

En cuanto a la terminología cabe mencionar que por población autóctona o ibicencos se debe entender a los habitantes con ascendencia de Ibiza, hablando, simplemente, de residentes en el resto de casos. Los términos hippie, "pelut", utopía, marginal o contracultura se refieren a los individuos y elementos propios del movimiento contracultural de los años sesenta. Freak es el término que empezaron a usar hacia 1968 los miembros de la contracultura para denominarse a sí mismos (aunque inicialmente se refería a un grupo específico dentro del movimiento).

¹⁰⁵ Ante la imagen de una vida socialmente muy agresiva y que ofrece pocas posibilidades de éxito, los jóvenes deciden abandonar la "competición" para sentarse en las "gradas sociales" que representan los movimientos contraculturales y la vida bohemia de artistas y artesanos. Los jóvenes de clase media y con estudios elevados eran los que tenían mayores perspectivas de éxito social y consecuentemente quienes sufrieron el mayor golpe moral al encontrarse en una sociedad que no les daba lo prometido, y consecuentemente son el núcleo principal de la contracultura de los sesenta y setenta, pero también de la contracultura de hoy (Ruiz, 2005). Los múltiples empleos y oficios de un mismo individuo antes de cambiar de vida y emigrar es un indicador más de la insatisfacción profesional.

¹⁰⁶ Esta confrontación generacional es una subcausa derivada de lo mencionado en el párrafo anterior. Las expectativas de un excelente futuro para las nuevas generaciones no sólo aparecen entre los jóvenes, ya que los padres creen que la vida de sus hijos será un éxito (económico, laboral y social en general). Cuando se materializa el tan ansiado futuro, y no se cumple lo previsto, los jóvenes se desaniman al ver que las perspectivas que se les habían inculcado en su infancia no se realizan como se esperaba. Pero en la generación de sus padres no lo ven igual y les parece imposible que con mayores comodidades y mejores estudios no tengan una edad adulta mejor que nunca, y ante el desánimo de los jóvenes reaccionan culpándolos de su situación y exonerando al ambiente circundante. Consecuentemente, el "estrés social" (causado por padres, educadores, mercado laboral, medios de comunicación, etc.) que sufren los jóvenes y la incompreensión de los padres hacia esta situación provoca un choque generacional debido a las diferencias de punto de vista.

3.2.1. La llegada de los hippies.

Aunque en la primera mitad de los sesenta ya llegan los primeros miembros del movimiento hippie y generan los primeros comentarios en la prensa local, donde son llamados "porquería humana" y cosas peores (*Diario de Ibiza*, 5 de septiembre de 1963), y antes que ellos habían llegado los beatniks en la segunda mitad de los años cincuenta, que eran un movimiento contracultural surgido en California, al igual que los hippies, y que fue lo que dio a conocer y atrajo posteriormente a los hippies a Ibiza, es en la segunda mitad de los sesenta cuando empieza la llegada masiva (Rozenberg, 1990, p. 50; Ramón, 2001, pp. 75-76), alcanzando proporciones llamativas a partir del verano del 1968 (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 11; Rodríguez, 2003, p. 86), aunque la cifra exacta no se puede saber. Una "Nota informativa acerca de las circunstancias que concurren en el régimen de extranjería en Ibiza y Formentera" de la Delegación del Gobierno, y fechado en junio de 1968, cifraba en 500 los extranjeros residentes en las islas con autorización para dos años, prorrogables otros dos, y en un millar los extranjeros con permiso de tres meses. Pero la Comisaría de Policía reconoce en este documento:

"Esto no quiere decir que entre tales totales, constituyan los extranjeros que habitualmente están residiendo, pues se da la circunstancia que por sus actividades, ambientaciones y conductas en muchos de ellos, equívocas, no existe control alguno sobre un numeroso sector por parte de esta Comisaría en lo que a oficialmente se refiere, ya que se dan las circunstancias siguientes [...] los más desarrapados, sucios, beatniks, etc., etc., no se alojan en hoteles ni pensiones, sino en casa de otros amigos de tal naturales y por lo tanto no rellenan boletín alguno de viajero y aun peor, que residen en tales casas fuera del radio de la población, extraviados por el campo, cambiando continuamente de alojamiento, según sus reuniones y amistades".

Además de lo mencionado los ciudadanos de los Estados Unidos podían permanecer en el país seis meses sin pedir permiso, mientras que los franceses, suizos y alemanes podían entrar en el país con su carné de identidad, sin pasaporte, y por tanto no había constancia de su entrada (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 11-12).

A partir de la segunda mitad de los sesenta se produce un aumento del número de hippies que descienden del barco que realiza la ruta con Barcelona. Esta tendencia irá aumentando año tras año hasta llegar a su apogeo entre 1973 y 1974 (Ramón, 2001, p. 104), para posteriormente ir decreciendo las llegadas, aumentando los regresos y mutando la comunidad hacia comportamientos más integrados en la economía y la sociedad local. Estas personas llegaban a Ibiza como parte de su camino a Oriente, era un alto en el camino en una ruta que les llevaba a Marruecos, el norte de África y finalmente a la India y Nepal, buscando el conocimiento de las filosofías orientales y, a la vez, huir del mundo occidental. Algunos de ellos se establecieron en la isla de forma permanente y otros continuaron el viaje hacia la India y Nepal semanas, meses o años después de llegar a Ibiza. Los jóvenes se van estableciendo en la isla aprovechando una red de conocidos y amigos, según dos modalidades diferentes (Rozenberg, 1990, pp. 50-51):

1. Una estancia en Ibiza que es vivida como unas vacaciones que duran indefinidamente. Son personas que llegan con la intención de quedarse en la isla no más de unas semanas, con la finalidad de desconectar de la rutina de su país de origen, pero demoran su retorno hasta el punto de quedarse en Ibiza durante años. Estos individuos puede que se queden para siempre o que regresen a su lugar de origen cuando Ibiza pierde su encanto inicial.
2. Lo más habitual es que, después de una o varias temporadas estivales en la isla (mencionemos aquí que muchas de las personas del movimiento freak en realidad no estaban practicando un modo de vida diferente sino unas vacaciones estivales distintas), decidan, desde sus lugares de origen, regresar a la isla con la voluntad de vivir permanentemente en ella. El paréntesis veraniego hace que la rutina invernal en sus países de origen sea aún más asfixiante que antes. La estancia en Ibiza, para muchos, ha supuesto experiencias nuevas: fraternidad con los marginados, vida al sol libre de toda obligación, comunión con la naturaleza, experiencias alucinógenas provocadas por la marihuana y el LSD, etc. Todas ellas, experiencias que hacen el retorno prácticamente insoportable. La decisión de la instalación permanente se produce de dos maneras:

- La decisión se toma, muchas veces, de manera imprevista. Una proposición de trabajo o un acontecimiento de orden privado provocan la partida. Ante el surgimiento imprevisto de la oportunidad de cambiar de vida se plantean el "ahora o nunca" y deciden, en muy poco tiempo, cambiar de vida e irse a vivir a Ibiza de forma permanente.
- En otros casos el cambio de vida es el fruto de una maduración progresiva que puede durar años, sobre todo cuando existen presiones familiares o profesionales.

Los hippies de Ibiza llegaban huyendo del "infierno urbano" en el que decían vivir en su país de origen y buscaban otro tipo de vida distinto al que propugna la civilización occidental¹⁰⁷. Más allá de su importancia como válvula de escape que permitió la perduración de los sistemas políticos de su época como indicaron algunos (Harris, 1999, pp. 230-231), lo que interesa comentar aquí es el efecto de la implantación de grupos de hippies. En lugares apartados de las grandes zonas urbanas se instalaron comunidades de personas que buscaban vivir de forma distinta a los cánones marcados por las sociedades del momento. Estas zonas se caracterizaban por un relativo aislamiento, una baja densidad demográfica y una importante tolerancia de los residentes hacia los recién llegados y sus costumbres, como era el caso de Ibiza.

La mayor parte de ellos buscan residir en el campo debido a la dispersión secular de la población rural de la isla, lo que les permite vivir más fácilmente a su aire. Al principio, los individuos de la contracultura se concentran en Ibiza capital (Dalt Vila, Sa Penya, La Marina, Ses Figueretes, Es Viver y Talamanca), Sant Antoni, Santa Eulària y las zonas de Sant Josep y Sant Carles¹⁰⁸, principalmente, siguiendo el mismo patrón de distribución geográfica de los artistas y beatniks de los años cincuenta (Rozenberg, 1990, p. 119; Planells, 2002). Con el paso de los años la presencia de la población utópica se desplaza hacia el noroeste de la isla.

Los recién llegados desconcertaban y fascinaban a todos cuantos se les acercaban. La prensa nacional y extranjera dedicaba un gran espacio a los hippies de Ibiza, lo que incitaba a numerosas personas que leían estos reportajes a viajar hasta la isla para unirse a la contracultura que habitaba ese paraíso del que hablaba la prensa en toda Europa. Los jóvenes utópicos intentaron -unos durante una temporada, otros a lo largo de los años- realizar el sueño de vivir otra vida, su utopía. Un sueño que se nutría de rechazos personales, de repulsas hacia la sociedad industrial, pero que se alimentaba, también, de representaciones míticas de Ibiza transmitidas de boca en boca y amplificadas por los medios de comunicación (Rozenberg, 1990, pp. 5-6), cuya base cabe buscarla en los artistas y bohemios instalados en Ibiza en décadas anteriores (Planells, 2002, p. 19).

Los residentes, generalmente humildes campesinos, recibieron inicialmente con cierta curiosidad y sorpresa las extravagancias hippies. Pero cuando empezaron a sentirse desbordados, o mejor dicho "invadidos", por personas que no aportaban ningún tipo de beneficio visible para los vecinos, los sentimientos de desconfianza y rechazo surgieron y generaron casos de odio y enfrentamiento. Ibiza no fue una excepción a esta evolución, lo que ocurre es que la exteriorización de las actitudes de rechazo fue mucho más tardía y atenuada.

¹⁰⁷ Entre los individuos que podríamos llamar "verdaderos hippies" había jóvenes americanos, la mayoría procedentes de familias acomodadas, que escapaban de su país para no ir a la guerra de Vietnam y a menudo disponían de gran capacidad económica. Estos jóvenes conviven con los hippies, y a veces les financian, ya sea atraídos por el amor libre que éstos practican, ya sea por la afinidad idiomática (Ramón, 2001, p. 105). La población autóctona considera a los hippies desertores y vagos que sólo buscan disfrutar al máximo del sexo y las drogas, quizá a causa de la presencia de estos individuos que se esconden entre ellos.

¹⁰⁸ La zona norte de la isla acumula una presencia importante de residentes extranjeros debido a que el desarrollo turístico la ha dejado más olvidada. La región de Sant Carles es la parte del norte de la isla con una presencia extranjera más importante en los años setenta. Frente a la iglesia, el bar Anita, regentado por Ana Marí Torres, Na Agneta, es el lugar de la sociabilidad bohemia. Bazar, tienda de comestibles, café, estanco, correo, el establecimiento constituye un punto de paso obligado para la población de los alrededores (al igual que la inmensa mayoría de los comercios repartidos por el campo ibicenco). En el bar de Anita coinciden artistas y freaks (hippies, o "peluts" para los ibicencos) con los campesinos del lugar. Una clientela variopinta y cosmopolita ocupa durante horas las mesas del patio con una única consumición mientras intercambian conversación, leen, bordan, dibujan, etc. en una atmósfera de despreocupación (Rozenberg, 1990, pp. 51-52).

3.2.2. Olas de establecimiento.

La primera ola de llegados, exceptuando los años treinta, se produjo a finales de los cuarenta y principalmente en los cincuenta. Estaba formada, principalmente, por jubilados británicos y artistas de diversas nacionalidades (aunque destacaban los americanos) llegando al 1%, o 2% como máximo, de la población residente en 1960 (probablemente no más de 500 personas, de los cuales quizá sólo cien o doscientos fueran verdaderos artistas). Vivían en un ambiente cosmopolita, pero a la vez aislados de la población autóctona, y recibían, generalmente, rentas exteriores independientes de la economía local (los jubilados pensiones y muchos artistas becas artísticas). Estos inmigrantes son la base de la imagen cosmopolita, tolerante y bohemia de la isla.

A partir de 1963 se produce la llegada de personas atraídas por el despegue de la industria turística que proceden, principalmente, del sur de la Península Ibérica. Esta llegada de nuevos residentes en busca de trabajo en el turismo sigue una tendencia creciente, llegando a su máximo volumen en los años setenta y ochenta. A pesar de que este flujo de nuevos residentes se ha mantenido siempre, la crisis de finales de los ochenta y principios de los noventa frenó este flujo y el nuevo crecimiento económico iniciado a mitad de los noventa a implicado un importante flujo de inmigrantes, pero esta vez procedentes del Magreb, Iberoamérica, Asia, y países subsaharianos. Desgraciadamente esta nueva inmigración está conllevando nuevos problemas para la población autóctona y los residentes llegados en oleadas anteriores.

Aunque en los años cincuenta ya llegaron beatniks, es en los sesenta cuando se inicia la llegada significativa de miembros de la contracultura. Se trata de una población muy inestable y reacia a los controles administrativos, haciendo las mediciones cuantitativas del fenómeno muy inexactas. A pesar de ello, partiendo de los datos del censo de 1970, los estudios de Rozenberg (1990, pp. 118-119) y Gil (1970), se puede afirmar que en los primeros años de las llegadas predominaban los individuos jóvenes de entre veinte y treinta años viviendo en unión libre, en muchos casos con hijos (de menos de diez años), y de nacionalidad americana. En 1970 la población extranjera de Ibiza se estima en 3.000 personas (Rozenberg, 1974; Rozenberg, 1990, pp. 118-119). Los primeros años de los setenta se caracterizan por una diversificación de las nacionalidades, debido a que la marcha de los primeros hippies americanos se compensa por la llegada de europeos que abandonan las grandes ciudades del continente a consecuencia del reflujó de las ilusiones del 68. La corriente bohemia no es la única, ya que, en estos años, muchos europeos y sudamericanos vienen a la isla con fines económicos, atraídos por el turismo, lo cual no quita las aspiraciones a "otra" vida. Esta ola de llegadas va aumentando de forma regular hasta llegar a su culmen en el bienio 1973-1974.

Hacia 1975 se produce un nuevo cambio en esta inmigración. A partir de esta fecha se convierten en rarezas los recién llegados que pretenden vivir al margen de la sociedad local, siendo la norma los individuos que llegan para hacer negocio. Los europeos son sustituidos por los sudamericanos, principalmente argentinos y uruguayos, como grupo mayoritario dentro de la contracultura. Los sudamericanos llegados en los setenta cubren el vacío dejado por los norteamericanos y canadienses de los sesenta. La decisión de instalarse en la isla en muchos casos se ve incentivada por la situación política que vivieron países como Argentina en setenta.

En 1980, el movimiento contracultural está formado por los que llegaron una década antes y que ahora tienen entre treinta y cuarenta años y los sudamericanos y españoles llegados en la segunda mitad de los setenta, aunque en cifras menores a las llegadas del periodo 1968-1974. En 1981 la población extranjera de Ibiza se estima en 4.500 personas (Rozenberg, 1974; Rozenberg, 1990, pp. 118-119). La llegada de españoles en la segunda mitad de los setenta constituye la última ola del movimiento de la contracultura. Estos españoles proceden de la península, de edades entre los veinticinco y los treinta años (son un poco mayores que los llegados en oleadas anteriores), ejercen profesiones diversas (enseñanza, artistas, estilistas, etc.), y tienen una gran integración en la economía local.

El flujo de llegadas y salidas de las distintas oleadas de inmigrantes utópicos recuerda la precariedad de las comunidades alternativas de Estados Unidos y Europa (Moss, 1973;

Zablocki, 1971). Las motivaciones afectivas y la atracción que ejercía entre los jóvenes un género de vida tan distinto son las dos razones que primaron, según ellos, a la hora de la elección, pero la débil voluntad de inserción en la sociedad local provocó una tasa elevada de abandonos. Sólo una minoría adaptó su deseo de cambio a la realidad social de la isla.

A pesar de que el bienio 1973-1974 representó el punto máximo de la inmigración utópica en Ibiza, no significó el fin de las ilusiones marginales. La isla ha conservado su espacio en el imaginario de la contracultura y aún recibe nuevos residentes atraídos por esta imagen.

3.2.3. Características de los individuos de la contracultura.

Los hippies llegaron a la isla individualmente o en parejas y, a excepción de la primera oleada de los años 1968-1970, constituye el resultado de un viaje individual y de una motivación individualista. Una de las peculiaridades es que es una experiencia de vida colectiva que no se puede confundir con un estilo de vida comunitario, siendo este mayor individualismo lo que diferencia Ibiza de los principales movimientos de la época (Chauchat, 1972; Moss, 1972). Recordemos que los ibicencos también son definidos por muchos observadores externos como particularmente individualistas (Cirer, 2004), pudiendo ser el mayor individualismo una influencia de la sociedad local sobre los hippies. Otra singularidad del movimiento ibicenco es su rechazo de las fronteras nacionales, convirtiendo el éxodo en desarraigamiento al refugiarse en tierras extranjeras. La cohabitación de diferentes nacionalidades en el espacio insular borra las referencias nacionales y pone en marcha procesos complejos de aculturación recíproca. El rechazo de la ciudad no reviste, en Ibiza, el aspecto de un "retorno" a la tierra debido a que opone al arraigamiento el gusto por el viaje. El gusto por el viaje se muestra en el número significativo de residentes extranjeros que declaran una residencia anterior en un país distinto a su país de origen. El origen de la ausencia de raíces de los instalados en Ibiza cabe buscarla en elementos de su trayectoria personal como son, para el caso de los franceses (Rozenberg, 1990, pp. 131-132): una infancia o una juventud pasada en Ultramar o en el extranjero, unos padres de origen extranjero, o una vivencia familiar bohemia. Por otra parte la población extranjera de Ibiza se emparenta con los diferentes movimientos contemporáneos contraculturales por su origen y por su composición:

- Son ciudadanos originarios de las principales metrópolis occidentales.
- La edad en el momento de la llegada esta, mayoritariamente, entre los veinte y los treinta años, indicando que se trata de una emigración joven (Chauchat, 1972, p. 229).
- Los extranjeros residentes en la isla se diferencian de la población autóctona por su nivel formativo y cultural. Hacia 1970, entre los ibicencos del medio rural cerca del 28% es analfabeto, el 70% con estudios primarios obligatorios, un 2% destaca por poseer estudios secundarios y sólo algunos miembros de las llamadas "fuerzas vivas" (el cura, el alcalde, el médico y el farmacéutico, de haberlos) poseen estudios superiores. Por contra, en la misma época, los extranjeros residentes en las zonas rurales poseen estudios primarios el 30%, estudios secundarios el 45% y estudios superiores el 25% restante. Entre los individuos con estudios superiores destaca la formación de tipo humanístico y artístico.
- La última actividad profesional antes de iniciar el "cambio de vida" se caracteriza por pertenecer a categorías medias y altas de la esfera cultural y artística (Lacroix, 1981, p. 108). Estudios realizados en los Estados Unidos estimaron que del 65% al 70%, al menos, de los beatniks y de los hippies proceden de las capas media y superior de la sociedad americana (Yablonski, 1968), y cabe mencionar que destacan los individuos de las clases medias en la contracultura europea (Chauchat, 1972; Lacroix, 1981).

Resumiendo, se puede afirmar que se trata de individuos jóvenes, de capas medias asalariadas con estudios medios o superiores humanísticos o artísticos que han alcanzado una posición privilegiada dentro de la sociedad de origen. Entre estos individuos se produce un bloqueo hacia la inserción socioprofesional o se elige una actividad impropia de su formación y experiencia previa, como preludio a la "vida marginal".

Finalmente hay que mencionar que en los documentos consultados por Cerdà y Rodríguez (1999), se observa que la policía realizaba análisis bastante lúcidos del movimiento hippie. Describen a los hippies como personas que buscan una "ética contraria a la moral predominante en cualquier país civilizado", "entre muchos de sus conceptos figura la no disciplina y huyen de la uniformidad, pero en realidad, vienen a caer en su propia disciplina y en su uniformidad" y "se destaca que buscan el denominador común, de una originalidad o diferenciación de todo lo habitual, cosa por otra parte muy difícil de lograr y cuyo problema no es ni mucho menos de ahora solamente, dicho anodismo es un tanto ridículo" (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 24).

3.2.4. Estilo de vida.

El conjunto de actitudes y prácticas de la comunidad freak y su generalización en distintos dominios de la vida justifica el calificativo de estilos de vida alternativos. Estos estilos de vida se diferencian de los estilos de vida dominantes en los países industrializados por un triple proceso: inversión de valores, sincretismo y acentuación de la expresividad (Rozenberg, 1990, p. 70), proponiéndose como alternativa (Roszak, 1968). Existe entre los extranjeros una tendencia a optar por la inmediatez, lo natural, lo colorista y lo barroco, lo espontáneo, lo irracional o, incluso, lo lúdico, fácilmente perceptible en todas las facetas de la vida cotidiana (Davis, 1971). Los teóricos de la contracultura lo definen como la contestación en bloque al "Sistema", es decir, a los valores y a la organización social que han constituido las bases de nuestra sociedad desde la revolución científica (Roszak, 1968), lo que Herbert Marcuse (1968) designa con el término de "gran negación".

La mayor parte de estos extranjeros alquilaban casas situadas en el campo por sumas irrisorias y caracterizadas por la inexistencia del más mínimo confort. Las casas de campo que habitaban carecían generalmente de agua corriente y electricidad, y el interior era de una gran austeridad. El acondicionamiento de la vivienda reflejaba al mismo tiempo la pobreza, la voluntad anticonformista y una pasión por los viajes. El mobiliario se reducía a su más simple expresión y era el resultado de la combinación de algunos muebles abandonados por el propietario, regalos, cesiones, alguna compra, elementos traídos de los viajes por África del Norte o Asia, etc. y era frecuente la recuperación de objetos desviados de su función primaria (Rozenberg, 1990, pp. 75-77). La danesa Nina van Pallandt no era exactamente una hippie pero vivía en condiciones parecidas y sus comentarios pueden servir de ejemplo:

"Durante el invierno de 1964 alquilé una casa de Carl van der Voort, en Es Viver. Fue muy romántico, pero terrible: pasé el invierno más frío de mi vida [...] Era una casa preciosa, pero destartada y con goteras..." (Planells, 1986, pp. 127-128).

Al hablar de la forma de desplazamiento usada por la comunidad hippie hay que mencionar dos situaciones: la posesión de un medio de transporte (motocicleta o coche) y la no posesión de un medio de transporte (caminando o mediante autostop). La no posesión de un medio de transporte propio era lo más corriente y obligaba a limitar la mayor parte de los desplazamientos de los hippies a distancias cortas fácilmente realizables caminando. Las limitaciones de distancias que implicaba la no posesión de un medio de transporte propio era suplida por la realización de autostop, práctica muy habitual a la hora de desplazarse y útil debido a la solidaridad del colectivo hippie, ya que los que poseían vehículo propio ofrecían transporte a todos los peatones que encontraban en el camino (mientras quedase espacio en el vehículo). Los individuos que podían permitírselo adquirían bicicletas, motocicletas o automóviles¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Las características de estos vehículos eran su bajo precio de compra (modelos económicos, muchas veces de segunda mano), estaban pintados con colores llamativos, realizaban un ruido que indicaba un cierto deterioro de la mecánica y pertenecían a un conjunto determinado de modelos:

- Volkswagen Type 1. A pesar de sus orígenes vinculados al Nacionalsocialismo alemán, el Beetle alcanzó gran difusión mundial y es un símbolo de la población contestataria. Entre la población hippie de Ibiza no experimentó la aceptación que sí obtuvieron otros modelos.
- Volkswagen Type 2, conocido como Volkswagen Transporter. Fue el vehículo emblemático del movimiento hippie en Estados Unidos y su difusión entre los amantes de la vida marginal era debida a que se usaba como

En cuanto a la vestimenta, inician un estilo nuevo que se impondrá pronto como contramoda. El placer de transgredir las normas clásicas conduce a combinaciones incongruentes que con el tiempo se han convertido en símbolo de la contracultura de Ibiza. Más tarde, cuando el movimiento hippie empiece a decaer, una moda, bajo la denominación de Adlib, aparecerá en su lugar autoproclamándose su heredera y testimonio de su audacia y su estilo de vida. Hoy en día, la moda Adlib se ha convertido en sinónimo de moda ibicenca, aunque sólo es una parte del sector de la moda de Ibiza y su difusión entre la población residente es baja.

Poco importa el tipo de empleo con tal de que les permita permanecer en Ibiza. Entre estos individuos se produce un florecimiento de ocupaciones temporales favorecido por el contexto insular de los años sesenta y setenta. En una sociedad cuyas estructuras son aún arcaicas, el desarrollo rápido de nuevos sectores de producción escapa, en parte, a la legislación en vigor. Se pueden distinguir dos maneras de vivir el trabajo (Rozenberg, 1990, pp. 71-75):

- La artesanía¹¹⁰ es con mucho la actividad más preciada y ofrece al que se dedica a ella un sentimiento de coherencia. Uno de los signos distintivos del movimiento hippie, en todos los lugares del mundo donde ha existido, es la atracción por la artesanía, que debe verse como la elección de un estilo de vida. El trabajo artesanal simboliza la posibilidad de ruptura con sus universos y obligaciones anteriores.
- El ejercicio de trabajos asalariados y de los múltiples pequeños trabajos ocasionales no proporciona las gratificaciones de la artesanía. El trabajo, en este caso, se reduce a la mera función de subsistencia.

vivienda. Su presencia entre los hippies de Ibiza fue superior a la del Beetle pero inferior al 2CV y aún hoy puede verse algún Transporter estacionado o circulando por la isla.

- Citroën 2CV. El Citroën 2CV era conocido como "El dos caballos" y constituía el automóvil más común entre los hippies de Ibiza, convirtiéndose en uno de los símbolos del movimiento hippie.
- Citroën Méhari. El Citroën Méhari no era tan común entre los hippies de Ibiza como el Citroën 2CV, pero tenía una presencia significativa y aún hoy puede verse alguno por la isla.
- Ciclomotores Mobylette. Debido a su sencillez de uso y su economicidad fueron muy usados, tanto por la población autóctona como por los miembros de la contracultura, durante décadas.
- Las bicicletas constituían el medio de transporte más barato y el preferido por los individuos con mayor concienciación ecológica.

¹¹⁰ Muchos de estos nuevos residentes se dedican a la artesanía del cuero debido a varios factores (Rozenberg, 1990, pp. 55-57):

- La súbita pasión de los turistas por los objetos de cuero de fabricación artesanal comprados como souvenirs genera una fuerte demanda de estos productos que permite una explosión de la artesanía local dedicada al cuero.
- Las condiciones de producción de la artesanía del cuero acumula muchas ventajas. El aprendizaje es muy sencillo y los rudimentos del oficio se adquieren en muy poco tiempo (algunos días son suficientes). El desembolso inicial es pequeño: unos utensilios de base, una docena de sacabocados y troqueles, dos o tres botellas de tinte y un tronco de árbol a modo de banco son suficientes para comenzar. La inversión más fuerte corresponde a las pieles y es rápidamente recuperada debido a que las ventas son día a día.
- La comercialización del cuero no exige un capital destacable, salvo que se opte por abrir una tienda. En general se comercializa de las siguientes maneras: unos practican el depósito en tiendas de regalos o de souvenirs acordando el precio de venta del cual el comerciante se queda con un tercio a título de intermediario, otros venden ellos mismos los productos en los mercadillos autorizados (ya bien entrados los setenta) o en ferias como la de Es Cana, u optan por instalarse durante el día en las callejuelas más frecuentadas por los turistas de Ibiza ciudad, principalmente en la zona del puerto (La Marina y Sa Penya) y Dalt Vila. En este último caso son simples y efímeras instalaciones más o menos toleradas por las autoridades y la represión policial no va más allá de un mero acoso sin sanción.

Estos factores provocan que el desarrollo "salvaje" y la relativa prosperidad que genera la artesanía del cuero a principios de los setenta pronto acuse un cierto declive. En primer lugar a causa de la saturación del mercado por el constante incremento de los recién llegados que se dedican a la artesanía, pero también por la incorporación de empresas industriales atraídas por los márgenes que ofrecía y con precios inferiores que captan a los turistas, clientes poco sensibles a notar las diferencias por lo general. Algunos artesanos reaccionan adaptándose a la nueva evolución del mercado y producen distintos tipos de artesanía según como evolucione la demanda. Sin embargo, existen otros artesanos para los que el amor a su oficio y la serenidad del trabajo de creación dominan sobre las consideraciones económicas.

Las ganancias son modestas pero el gusto por la vida moderada permite afrontar la existencia con desenvoltura. Sin embargo, las prioridades dejan paso a las fantasías cuando hay una entrada súbita de dinero, gastando en fiestas, ropa suntuosa o instrumentos musicales sin preocuparse por el porvenir.

El anhelo del regreso a la naturaleza es otro de los elementos fundamentales de la comunidad marginal. La mayor parte de los extranjeros buscan una existencia sencilla y saludable: se instalan en el campo, modifican su alimentación, adoptan nuevos comportamientos y nuevas indumentarias. En cuanto a la salud, practican la medicina casera (tisanas, ayuno, masajes, parto natural, etc.) y rehúsan la medicina tradicional o alopatía.

Pero sólo un escaso número lleva la lógica hasta sus últimas consecuencias convirtiéndose en agricultores, debido a la dificultad de adquisición de la tierra, al desconocimiento de nociones de agricultura y, sobre todo, a la falta de compromiso a medio o largo plazo que caracteriza a la filosofía del movimiento hippie y que afecta a diversas facetas de sus elecciones vitales. Estos nuevos agricultores se decantan en algunos casos por cultivos hortícolas y frutícolas no usuales entre los ibicencos y en muchos casos experimentan con la agricultura ecológica. Estos neoagricultores toman como modelo la agricultura practicada por sus vecinos ibicencos y se ayudan de tratados fundamentales de la agrobiología como los de Rudolf Steiner y sus discípulos y por manuales especializados sobre elementos de la agricultura. La aventura rural de Jacques y Greta Massacrier junto a sus dos hijos es la más conocida debido a los libros que relatan su experiencia ibicenca (Massacrier, 1973, 1975). Esta familia afronta los acontecimientos imprevistos, el aislamiento y la incomodidad de la pobreza y el trabajo de la tierra con un talante lúdico. Los motivos por los que hay tan pocos nuevos residentes que decidan vivir del campo son varios:

- En primer lugar porque ello supone la existencia de un capital previo para iniciar la explotación. Pocos de los recién llegados tienen capital suficiente para adquirir y reformar una de las escasas parcelas de tierra cultivable que están en venta.
- Ningún agricultor extranjero aplica al pie de la letra el principio de autosuficiencia del que se declara radical defensor. Es difícil para las personas llegadas a la isla desde las grandes urbes renunciar a todo aquello que formaba parte de su confort¹¹¹ y de sus placeres (calefacción, alimentación, bebidas, ropa, libros, etc.) y se observa que disponen de pequeños ahorros o reciben envíos de dinero, sin los cuales no podrían llevar la vida que llevan.
- La agricultura no es una actividad temporal y para que se obtenga un mínimo de rentabilidad se debe proyectar a medio o largo plazo. Las obligaciones espaciales y temporales inherentes al trabajo en el campo son difícilmente compatibles con el estado de disponibilidad permanente preconizado por los hippies y, por tanto, aquellos que habitan el campo cultivan un pequeño huerto y plantas ornamentales, cuidan la vegetación que se encuentra ya en la propiedad, poseen una retahíla de gatos y perros semisalvajes, pero, generalmente, no practican la agricultura de una forma seria y rigurosa.

Un elemento característico del movimiento hippie y que lo diferencia de los beatniks (fuertemente individualistas) es su dimensión comunitaria. El carácter peculiar de las experiencias ibicencas reposa, en primer lugar, sobre el hecho de que la fuerza del colectivo no se impone sobre los individuos, mientras que la mayoría de comunas de la época se presenta como una alternativa a la familia (Moss, 1972). Se cuestionan las relaciones familiares tradicionales pero no se tiende hacia un nuevo modelo familiar de tipo tribal. Los ensayos comunitarios observados están esencialmente orientados hacia la creatividad, la convivencia y una investigación espiritual que en Ibiza presenta una importante corriente orientalista (Rozenberg, 1990, pp. 63-66).

¹¹¹ Todos estos elementos de confort eran más difíciles de prescindir por los extranjeros por el simple hecho de que habían disfrutado de ellos alguna vez. Como dicen las personas de avanzada edad, sientes la necesidad de las comodidades que alguna vez has disfrutado, pero no puedes sentir la falta de lo que nunca has poseído.

Las "desviaciones" tienen su sitio en este desprecio de las normas, las tendencias homosexuales, y en tiempos posteriores también los transexuales, se desarrollan sin trabas hasta el punto de que pronto las islas Pitiüsas se convirtieron en un destino "gay"¹¹². Igualmente las madres divorciadas o solteras encuentran en Ibiza unas condiciones psicológicas y materiales de existencia más fáciles.

En nombre de la plenitud individual, los nuevos residentes reivindican una sexualidad sin trabas y la libre expresión de su afectividad. Encontramos aquí los temas de la represión de los deseos y de la alienación de la conciencia contenidos tanto en la obra de Wilhelm Reich (1985) como en la de los teóricos de la antipsiquiatría (Cooper 1972, 1985). Naturalmente que tales principios no excluyen una cierta estabilidad afectiva pero la disculpa del placer y el gusto por las experiencias no incitan a la fidelidad. Los papeles masculinos y femeninos son banalizados y tienden a ser intercambiables dentro de un nuevo igualitarismo. El antiautoritarismo y el respeto del otro son igualmente validados para las relaciones con los niños.

Su manera de vivir y su crítica al sistema educativo tradicional (como parte fundamental del "Sistema") les llevan a una pedagogía alternativa. Se trata de conciliar dos preocupaciones (Rozenberg, 1990, pp. 66-70): a corto plazo, la alegría de los escolares y el desarrollo de su capacidad creativa; a largo plazo, la inestabilidad de los miembros de la contracultura les incita a preservar las posibilidades futuras de reinserción de sus hijos en los países de origen. Esto supuso la creación de escuelas internacionales como Can Arnau School en septiembre de 1971 (más conocida como Escuela Inglesa), el Morna Valley (sucesor de Can Arnau School), el colegio Blat en 1970 y la Escuela Internacional en 1971. Estos centros se inspiraban en los principios de Alexander S. Neill (1976; 1988) y las teorías de la Nueva Escuela.

La lectura y la música ocupan un sitio central en el universo de los hippies, así como la exploración de nuevos modos de conciencia no intelectuales. A pesar de la variedad de títulos, los preferidos son los autores americanos de la contracultura y los libros de filosofía oriental. Entre los escritos de los teóricos contestatarios cabe destacar a Ronald D. Laing (1978; 1983) y David Cooper (1972; 1985) para la antipsiquiatría, a Alexander S. Neill (1976; 1988) para la educación no autoritaria, a Wilhelm Reich (1985) para la libertad sexual, a Ivan Illich (1975) para la instauración de una sociedad de convivencia y a Timothy Leary (1973; 1976) por su elogio del psicodelismo. Como parte de su sincretismo filosófico y religioso combinan el ideal de caridad cristiana con la búsqueda del nirvana budista o los principios de la no violencia y leen a la vez la Biblia y el Tao Te King, a Teilhard de Chardin y a Gandhi. Como parte de su admiración por las culturas orientales leen a autores del underground americano como Harvey Cox (1979), Alan Watts (1984; 1987) y la figura de la generación beat Allen Ginsberg (1987; 2006a; 2006b), y poesías persas y cantos épicos orientales como el Bhagavad-Gita o el Ramayana. Leen a antiguos rebeldes como Henry David Thoreau (1976a; 1976b), Henry Miller (1982) o Antonin Artaud (1977; 1980), y tienen libros fetiche entre los que cabe mencionar Herman Hesse (1968), Aldous Huxley (1978), Jerry Rubin (1971), Jack Kerouac (1977; 1982) y Nicos Kazantzaki (1988) entre otros.

En sus gustos musicales también expresan un doble gusto por América y por Oriente escuchando canciones populares, Folk Rock, música Pop, melopeas budistas, folclore latinoamericano e intérpretes como Bob Dylan, Joan Baez, Leonardo Cohen, Los Beatles, Janis Joplin, Jimmy Hendrix, Pink Floyd o la cítara india de Ravi Shankar. Pero además de escuchar música tienen una gran afición por hacer música y siempre llevan consigo instrumentos musicales en sus fiestas¹¹³ y peregrinaciones.

¹¹² La permisividad o tolerancia con estos grupos al igual que con el consumo de alcohol y drogas o con la "libertad sexual" practicada por turistas y algunos nuevos residentes ha provocado que en el exterior se crea que los ibicencos son tolerantes porque forman parte de estos grupos y comportamientos. Por ejemplo, el autor ha escuchado comentarios del tipo "en Ibiza todos son gays" o ha notado rechazo y desconfianza en algunas ocasiones por el simple hecho de ser de Ibiza.

¹¹³ La vida se colorea de hedonismo y lo cotidiano explota con fiestas espontáneas u organizadas que se convierten en una rutina que se hace pesada para los vecinos (Rozenberg, 1990, p. 85). Con el paso de los años los últimos

Los nuevos residentes de Ibiza sienten pasión por los fenómenos místicos, ocultos y mágicos. Puede observarse una credulidad y un eclecticismo entusiasta, saltando de las prácticas chamánicas de México, como es el caso de los libros de Castaneda (1968; 1970; 1972), de los cuales, aún hoy, siguen saliendo nuevas ediciones en distintos idiomas, a la parapsicología occidental y de la astrología china al fondo pagano de las creencias locales. Esta característica de la contracultura, al igual que otras, ha trascendido el grupo de los antisistema para convertirse en un elemento habitual entre los adolescentes. El entusiasmo por las ciencias ocultas hace que la isla se posicione en este mundo: "Ibiza es Escorpión, una isla traidora..." (Planells, 1982).

La inclinación por lo irracional y por los viajes iniciáticos conlleva otro aspecto muy distinto que consiste en la experimentación personal. El psicodelismo, mística elaborada por el americano Timothy Leary se propone exaltar el espíritu, explorar las zonas desconocidas de la conciencia por medio de alucinógenos, principalmente del LSD (*Lyserg Saure Diethylamid*). El consumo de marihuana, de hachís, de anfetaminas y de LSD se generalizó (Rozenberg, 1990, pp. 83-85) y a veces el consumidor, sobre todo de LSD, terminaba saltando desde algún edificio alto a causa de sus efectos alucinógenos. El consumo masivo de alcohol y drogas que a partir de entonces se da entre una parte muy importante de turistas y algunos residentes, ha provocado que los casos de personas en estado crítico o muertas por sus efectos sean habitual.

3.3. La convivencia de la población autóctona con los hippies.

En relación a la aceptación por parte de la población local de los hippies, el informe de 7 de marzo de 1969 habla de que "el clamor general es de repugnancia" y de que "los comercios aceptan la presencia de tales extranjeros con tal de vender sus productos" y "esta tolerancia es sólo a efectos económicos, pues en la vida social no convive la población nativa y residente con ellos" (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 20-21). Este informe muestra que hay un rechazo de los comportamientos sociales de los hippies¹¹⁴ combinado con una tolerancia hacia los extranjeros debida al hecho de que los extranjeros son vistos como una forma de ganar dinero y por tanto su presencia se considera económicamente útil.

Las actitudes negativas hacia los extranjeros no sólo existían entre los ibicencos, también las autoridades consideraban que los extranjeros eran los responsables de la conflictividad, perjudicaban la imagen exterior de las Pitiüses y llevaban una conducta moralmente censurable, como indicaba un oficio del gobernador, fechado el 16 de mayo de 1966:

"ante la presencia bastante numerosa en estas islas de extranjeros y nacionales de los denominados beatniks (melenudos) [hubo cierta confusión inicial entre beatniks y hippies], llamando la atención del público en general, con su aspecto repulsivo, desaseo en sus atuendos, conducta antisocial e irresponsabilidad económica, se hace preciso proceder a su identificación [...] con el fin de expulsarlos" (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 11-12).

A las autoridades les preocupaba la imagen que estaba dando España como refugio de hippies en un momento de auge turístico y, en el caso de Ibiza y Formentera, se difundía una imagen de "islas fuera de la ley" en Europa y América, tal y como recuerda un informe policial del 7 de marzo de 1969. Este mismo informe consideraba que la "idiosincrasia y hospitalidad" de los

miembros de la contracultura se decantan, principalmente, por los timbales, provocando el hartazgo de los vecinos al escuchar el mismo ritmo repetitivo todas las noches de verano desde el anochecer hasta el amanecer. Probablemente se decanten por los timbales, como instrumento musical, por la misma razón que se dedicaban a la artesanía del cuero, sólo hace falta aporrearlos.

¹¹⁴ La imagen que de los "peluts" tenían los habitantes de la isla era la de personas sucias y mal vestidas, pobres y dados a la vagancia, conflictivos, consumidores de droga y practicantes de creencias raras, ignorantes de la realidad de la isla, y con una afición desmedida por las fiestas, el ruido y el sexo. Para muchas personas de la isla estas prácticas no eran la consecuencia de unas creencias, sino las creencias una excusa para justificar estas prácticas.

isleños y la falta de recursos de la administración eran básicos para la gran presencia de extranjeros en las islas (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 19).

A pesar de la mala imagen de los hippies entre la población local, los ibicencos respetaban a los extranjeros y no se entrometían en su vida privada, siempre y cuando esta vida privada no interfiriera con los vecinos ibicencos, pero cuando el nuevo residente no respetaba los valores, la moral, las costumbres y las normas consuetudinarias, la paciencia de los ibicencos se agotaba y el conflicto podía estallar¹¹⁵. En resumidas cuentas, entre la población residente hubo una actitud de distanciamiento hacia los hippies, más que de tolerancia (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 44). Danielle Rozenberg explica en una entrevista que, cuando inició su investigación en 1967, le extrañó la tolerancia de los ibicencos y considera que los conflictos surgieron porque los hippies rompieron el tipo de relaciones que los isleños habían mantenido con los turistas hasta entonces, basadas en una cuestión económica clara (el turismo como fuente de ingresos) y un cierto distanciamiento que convertía la situación en muy cómoda para la población local:

"A mí me extrañaba mucho la tolerancia del pitiüso ante un modo de vida tan distinto como el de los hippies. Así que me interesó la ruidosa reacción ibicenca al salir publicado aquel artículo. De pronto, los isleños dejaron de ser neutrales y tomaron parte activa en el tema. Se enviaban cartas al director del periódico, que se agotaba a primeras horas de la mañana, en los bares se discutía a viva voz, y a menudo tenías que esperar a que siete u ocho lectores hojearan el diario antes de poderlo conseguir. Empecé un pequeño trabajo y al final concluí que lo que los ibicencos llamaban peluts representaba dos problemas de tipo distinto. Primero, de orden económico: eran los malos turistas, sin dinero; el segundo afectaba más a su escala de valores: los hippies penetraban en todos los recintos, sin respetar los compartimentos estancos mantenidos hasta entonces entre turistas e ibicencos. Estos trabajaban para los turistas, por lo cual eran remunerados, y de pronto el hippie rompió este 'modus vivendi' tácito. Iban a los mismos bares que los ibicencos, fumaban con ellos, nadaban en las mismas playas que los ibicencos, a veces desnudos, y además no gastaban dinero. Ya pasados los años puedo decir que la sociedad ibicenca sería indefinible sin la presencia extranjera. La sociedad ibicenca de hoy es muy, pero que muy distinta a la de hace veinticinco años, por ejemplo" (Planells, 1986, p. 32).

Ya en los años setenta la confluencia de opiniones contrarias al comportamiento de los turistas con las opiniones favorables por mero interés económico eran obvias, como muestra un artículo del *Diario de Mallorca* de 1977:

"Como cada verano, ya estamos metidos de lleno en una de las polémicas más curiosas: el desnudismo, fenómeno que ha hecho su reaparición en España con fuerza singular en las playas de Formentera e Ibiza. Y quizás sea hora de escribirlo: Es una de las polémicas más justificables, porque estamos viviendo una de las muchas dualidades sociales (sí, recuerden, país oficial, país real) [...]. En Ibiza y Formentera, durante cinco años, hemos observado las más dispares reacciones de la Prensa y de los isleños, afincados y turistas. Para unos el nudismo es observable a la luz de una ética, de una moral; y la práctica nudista queda reducida, por tanto, a un acto que va en contra de todos los principios. [...] Para otros, el desnudismo es un negocio, una 'libertad concedida' que no se debe espantar de cara a la buena imagen europea para una mejor captación mercantil" (*Diario de Mallorca*, 28 de agosto de 1977).

Aunque normalmente la relación entre hippies e ibicencos es pacífica, la convivencia entre ambos grupos no está exenta de problemas e, incluso, de choques ocasionales¹¹⁶. El hecho de

¹¹⁵ Gran parte de la conflictividad se debió a los pequeños hurtos y destrozos de las propiedades privadas, las fiestas y alborotos que organizaban molestando a viandantes o vecinos y por su conducta contraria a la moral.

¹¹⁶ Aunque los extranjeros llegados en décadas anteriores también tenían comportamientos chocantes con la mentalidad insular su discreción y pequeño número hacía que pasaran inadvertidos para la inmensa mayoría de los ibicencos. Fue, por tanto, en los tiempos de fuerte presencia hippie (1969-1971) cuando las relaciones entre ibicencos y freaks atravesaron fases de conflicto.

que no se llegara con facilidad al enfrentamiento físico¹¹⁷ entre las dos comunidades no significaba un menor rechazo al comportamiento de los nuevos residentes. En el ámbito moral las incompatibilidades eran tan grandes como podían ser en cualquier otro lugar del mundo. La diferencia era que en Ibiza, aunque el rechazo fuera igual de importante que en otros lugares, las reacciones agresivas y violentas se daban con mucha menor frecuencia e intensidad. La menor existencia de reacciones violentas hacia los comportamientos de los extranjeros no impedía que algunos individuos de la comunidad local no cesaran en el hostigamiento, y que las relaciones entre ambas comunidades fueran escasas y enrarecidas.

3.3.1. Casos de enfrentamiento.

Para ilustrar la situación de la época es interesante comentar algunos de los casos de conflicto entre ambas comunidades y las reacciones que se produjeron. La mayor parte de los conflictos y tensiones entre la población local y los hippies se produjeron en el momento de máximo furor del movimiento contracultural (finales de los sesenta y principios de los setenta), rompiendo la tónica previa de gran tolerancia de los isleños hacia los forasteros.

La situación conflictiva mejor documentada es la presencia hippie en Formentera a finales de los sesenta. La presencia en masa de hippies en Formentera fue, en todo momento, un fenómeno estacional y vinculado al periodo de vacaciones de las universidades (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 33). Según los informes policiales, en el verano de 1969, había 1.300 hippies en Formentera, la cual contaba con un censo de 3.066 habitantes. Ese mismo año, había 986 plazas hoteleras, llegaron a la isla 7.233 turistas convencionales que implicaron 109.450 estancias (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 30; Gil, 1970, p. 124; Rodríguez, 2003, p. 86). Las cifras de expulsiones de extranjeros de las Baleares en el año 1969 indican que el movimiento hippie se concentraba en Ibiza y Formentera, con especial densidad en esta última, ya que todas las expulsiones fueron propuestas por el Delegado del Gobierno en las Pitiüsas, alegando infracciones como:

"falta de domicilio, habitar en edificaciones sin condiciones, dormir al aire libre, vagabundeo, mendicidad, atuendo indecoroso, falta de higiene personal, desnudismo, inmoralidad, promiscuidad de sexos, conducta sospechosa, etc." (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 32).

Los datos demográficos, las cifras de expulsiones y las descripciones que hicieron periodistas e investigadores indican que la presencia hippie en Formentera era muy intensa en esos momentos:

"En Formentera, en noches de luna llena podían verse desde el Mirador de la Mola decenas de hogueras al relente que acompañaban grupos de hippies que habían improvisado el Party a la fertilidad. Vino, buenos precios y un espíritu realmente optimista parecían facilitar todo, lo cual irritaba especialmente al cura párroco. De hecho, las fuerzas del orden no tenían muy claras sus funciones sin levantar un temido escándalo" (Planells, 2002, p. 86).

La Fonda Pepe, abierta en 1953 en Sant Ferran, se convirtió en el centro del movimiento hippie en Formentera:

"Dentro, en las terrazas, y en los descampados de los alrededores se encendían los fuegos, comenzaban los rituales y el ininterrumpido rugir de timbales. Entre el público podía estar Lou Reed, Nico, Pete Sinfield, Chris Rea, Jim Morrison, Bob Dylan, Pau Riba, Robert Plant, algún Pink Floyd o King Crimson... El poeta holandés Dert Schierbeeck, o pintores como Peter Buch, Guillermo Berrier, Isabel Echarri, Diego Etcheverry, Yehuda Neiman, el que sería un muy joven Phillippe Stark, Rafael Bataller y tantos otros..." (Planells, 2002, p. 87).

¹¹⁷ Cabe mencionar que hasta principios del siglo XX en Ibiza se tenía la costumbre de resolver cualquier disputa, por nimia que esta fuera, por medio de las armas. Este cambio de comportamiento, probablemente, sea debido a las actuaciones de las autoridades durante la primera mitad del siglo XX encaminadas a modernizar la sociedad insular y prepararla para un posible desarrollo turístico. Puede, por tanto, que la tolerancia de los ibicencos fuera al igual que las casas pintadas de blanco el resultado de una "campaña de marketing" muy primitiva (de hace casi cien años) encaminada a crear la "Isla Paradisíaca" habitada por el "Buen Salvaje" del imaginario occidental.

La división de la población autóctona de Formentera sobre la conveniencia de acoger hippies en la isla se dio desde un principio: las personas que hacían negocio con los recién llegados (propietarios de casas alquiladas a hippies, taxistas, dueños de bares frecuentados por ellos, etc.) estaban a favor de los hippies y en contra de la expulsión de los mismos¹¹⁸, y el resto de la población se mostraba indiferente. Josep Tur Cardona, Pepe de sa Fonda, comentaba al sociólogo Carlos Gil Muñoz:

"Es un perjuicio echar a esos jóvenes, porque tienen dinero y lo dejan [...] si los echan y no ponen alojamientos en condiciones, no vendrán otros y nos quedaremos sin unos y sin otros" (Gil, 1971, p. 97).

Los comentarios de Josep Tur muestran que la afirmación de Cerdà y Rodríguez (1999, p. 29) de que "los hippies si constituyeron en Formentera una fuente de ingresos primordial" es correcta y que la afirmación de Rozenberg de que los hippies "no gastaban dinero" (Planells, 1986, p. 32) hay que matizarla: los hippies no tenían mucho dinero y eran muy reacios a gastarlo, si podían evitarlo, y en lo referente a Formentera lo que ocurría es que los hippies eran casi la única fuente de ingresos derivada de la llegada de visitantes foráneos. Aun hoy, los formenterenses tienen la opinión dividida sobre la bondad del fenómeno hippie, a pesar de que casi nadie niega la contribución de los hippies a que Formentera se conociera como un destino turístico diferente y auténtico, características incorporadas al marketing de la isla (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 10-13).

En agosto-septiembre de 1969, una violenta campaña de prensa lanzada por los periódicos de gran difusión nacional (*ABC*, *SP*, *Madrid*) y local (*Diario de Ibiza*) se desató contra los hippies. Se denuncia virulentamente el consumo y el tráfico de drogas, los atentados a la moral, el nudismo, la suciedad, la promiscuidad sexual, las orgías, etc. El *Diario de Ibiza* recibe una avalancha de cartas de lectores -trescientas, según su director- que son parcialmente reproducidas. Aunque sublevándose contra la visión alarmista y caricatural difundida por los medios de comunicación nacionales, la opinión local se aplica, a fondo, en un ataque contra el comportamiento de los visitantes extranjeros y, esta vez, con una virulencia que contrasta con la prudencia que había sido característica de los isleños. La policía organiza diversos controles que concluyen en múltiples arrestos que son abundantemente comentados por el diario local. Esto contribuye a la creación de un clima de sospecha generalizada. Finalmente, después de una serie de expulsiones -por el procedimiento habitual de confiscación del pasaporte y su devolución en el puerto tras la presentación de un pasaje para Barcelona- y la partida de muchos marginales, al llegar el fin del verano, las islas recobran, temporalmente, su serenidad (Rozenberg, 1990, p. 170). Rozenberg comenta en relación a este hecho:

"en 1969 se llegó al cenit del movimiento hippy. [...] Entonces apareció aquel polémico artículo en *ABC*, alzándose en paladín de la moral tradicional, porque arremetía duramente contra la moral hippy, sus orgías, su visión del mundo, el consumo de drogas, etcétera" (Planells, 1986, p. 32).

En este caso la prensa hizo visible a la población local los comportamientos de los recién llegados que chocaban con la moral de los ibicencos, y esto junto con el hecho de ser tema central en la prensa local fue lo que hizo que la población local cambiara su comportamiento previo.

En julio de 1971, una lucha callejera entre hippies y policías conmueve a la comunidad insular. En Santa Eulària, la intervención de las autoridades para desalojar a un grupo de marginales instalados en una finca alquilada, verosímelmente por denuncias del vecindario, moviliza en algunas horas a todos los hippies de los alrededores. Después de una verdadera batalla campal que opuso un centenar de jóvenes extranjeros a las fuerzas policiales, la autoridad procederá a realizar cincuenta y siete detenciones. Las personas interrogadas -americanos, holandeses, franceses, algunos alemanes y británicos- fueron liberadas tres días más tarde. Sin embargo, el

¹¹⁸ Ante las limitaciones que padecía Formentera para desarrollar un turismo "convencional", los habitantes de la isla vieron en los hippies a unos turistas, y por tanto una fuente de ingresos.

acontecimiento tuvo mucha repercusión a nivel internacional. Varios diarios europeos se apoderan del incidente y de su lado anecdótico (el cura de San Carlos tomó partido por los revoltosos) para erigirlo en acontecimiento simbólico de la lucha antifranquista (Rozenberg, 1990, pp. 170-171). Esto aumentará, otro tanto, la desconfianza ibicenca con respecto a los extranjeros ya que los medios de comunicación extranjeros cambiaron totalmente el motivo del enfrentamiento a favor de sus compatriotas.

A partir de 1970 las fuerzas de seguridad estaban mejor preparadas para hacer frente al fenómeno y las expulsiones empezaron a ser importantes. Entre abril y agosto de 1970, abandonan las Pitiusas 3.000 extranjeros "invitados formalmente" a abandonar las islas o atendiendo a "simples requerimientos" al ser declarados "non gratos" (Cerdà y Rodríguez, 1999, pp. 34-35; Rodríguez, 2003, p. 86). En 1970 y años posteriores se produjo un descenso en el número de hippies que llegaron (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 36) y una parte importante de los mismos se convirtieron en residentes e intentaron pasar más desapercibidos (Rozenberg, 1990, pp. 50-51).

No obstante, estos episodios no eran lo cotidiano y con el tiempo el nivel de desaprobación social autóctona hacia estos nuevos residentes se ha ido reduciendo por dos causas. Los ibicencos y residentes en general han tomado una actitud de gran despreocupación por estos comportamientos hasta el punto de que el consumo de drogas de todo tipo (alcohol, tabaco, marihuana, cocaína, heroína, éxtasis, etc.) es visto con la mayor normalidad del mundo y a sus causas más negativas (accidentes de tráfico, sobredosis, etc.) no se les da importancia por parte de grupos muy importantes de la población. El otro motivo es que el movimiento freak sufrió un proceso de obsolescencia que conllevó que muchos de ellos volvieran a sus países de origen y a sus vidas anteriores en un plazo de tiempo que iba de unos meses a cuatro o cinco años en la mayoría de los casos, además esto se acompañaba del hecho que pronto dejaron de añadirse al movimiento nuevos individuos, salvo contadísimos casos, y los que quedaron adoptaron un modo de vida más "tradicional" y se incorporaron en mayor o menor grado a la economía local, convirtiéndose en poco más que un atractivo turístico al que los turistas les gusta fotografiar al igual que las últimas mujeres que aún llevan la vestimenta tradicional.

3.3.2. Préstamos culturales y contradicciones.

Como hemos comentado, los dos grupos sociales (isleños y hippies) tenían contactos muy escasos. Ritmos cotidianos totalmente distintos, unido a valoraciones tan radicalmente diferentes, impedían una auténtica comunicación. Los informes policiales hablaban de los "españoles que los emulan [a los hippies]" y decían que "son pocos", como corroboran los testimonios de la época, "los que han logrado identificarse con ellos, pues en el fondo los extranjeros llevan sus teorías a la práctica y no así los españoles que van a lo que les conviene, no valiéndoles sus falsas e iguales indumentarias" (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 24). Esto no quita, sin embargo, que observemos la existencia de préstamos culturales entre ibicencos y extranjeros. Los dos grupos presentes, al transitar por caminos contrarios, se encuentran implicados en un juego de miradas cruzadas, cada uno tendiendo a valorar en el otro los signos reales o supuestos del estilo de vida anhelado. Estos juegos de espejos afectan a múltiples dominios de la vida cotidiana: actitudes con respecto al progreso tecnológico, orientación de las actividades económicas, formas de sensibilidad, la concepción de la vivienda, la elección de indumentarias, etc. (Rozenberg, 1990, pp. 172-173).

Para los isleños, que empiezan a acceder, gracias al turismo, a la sociedad de consumo y se adhieren sin reticencia a los modelos urbanos importados, todo lo que significa "modernidad" está cargado, a priori, de connotaciones positivas. Las ansias por copiar el modo de vida de las sociedades de origen del turismo están provocadas, por una parte, por el deseo de imitación de lo que se considera las mejores sociedades del mundo y, por otro, el hastío de vivir en una sociedad con enormes carencias materiales ya suplidas en los países de origen de los turistas. Con las nuevas rentas obtenidas del trabajo en el sector turístico los ibicencos inician un nuevo tipo de vida con mayores comodidades materiales (automóviles, electrodomésticos, actividades de ocio modernas, indumentaria y objetos manufacturados, etc.) y mayores gastos. Para los

ibicencos la ciudad y el trabajo asalariado son los valores referenciales, aquellos que les permiten acceder al modo de vida ideal. Para los jóvenes campesinos, el campo significa aislamiento y sumisión a una presión social permanente, además del anclamiento en una situación de pobreza que resulta asfixiante en contraste con el nuevo mundo que se les abre con el turismo. La agricultura es símbolo de retraso y pobreza, cuyo ejercicio les aparta del mundo urbano y moderno que anhelan (Rozenberg, 1990, p. 173).

Inversamente, los nuevos residentes, en su busca de autenticidad, idealizan el mundo rural y el pasado. La utopía ibicenca consiste en gran medida en la materialización de dicho ideal y los extranjeros magnifican la tradición insular apeándose a diversos objetos o rasgos culturales que la simbolizan. En el centro de las ideas sobre la "vida soñada" encontramos la representación imaginada de la vida de pueblo: un mundo unificado y familiar, tan abierto como inmóvil, en contraste con el anonimato y la agitación de las grandes metrópolis. El pueblo, frente al estallido de la división social del trabajo y al desarrollo del individualismo propio de la existencia ciudadana, aparece como una comunidad humana bien soldada y armoniosa. Para los nuevos residentes que aspiran a la autarquía, el "pagés" arraigado a su tierra constituye el modelo de referencia. Viven la aspiración del "retorno" a la tierra, empiezan su nueva vida practicando la artesanía mientras van descubriendo la naturaleza y simplificando sus necesidades para adaptarse a una vida más frugal (Rozenberg, 1990, pp. 173-174).

En cuanto a los avances de la sociedad industrial, la contradicción entre las orientaciones de los extranjeros y la de los ibicencos es flagrante e irreductible. Los progresos científico-técnicos, rechazados por unos en nombre de la desalienación y del nuevo prestigio de lo natural, son vividos por los otros como una real y sensible mejora de sus propias condiciones de vida, evidente en el hecho de cambiar una casa rural inconfortable por un piso bien equipado, una bicicleta por un coche, etc.

La paradoja se acentúa mucho más cuando la contradicción afecta a la salud o cuando se refiere a las relaciones de los individuos con el cuerpo. Para los isleños, la construcción y puesta en marcha de hospitales modernos y la posibilidad material de recurrir al médico en caso de necesidad forman parte de los cambios favorables en relación con el pasado y que merecen, por supuesto, su felicitación. La época del parto a domicilio y de llamar al médico casi exclusivamente para certificar las defunciones ha concluido, el arsenal de la medicina tradicional ha caído en desuso y la utilización de plantas se limita a los casos benignos. En contrapartida, el capricho de los extranjeros por los productos naturales ha vuelto a dar vida a la herboristería y abierto nuevas salidas comerciales en el plano local a productos considerados saludables o más ecológicos por los nuevos residentes. Los extranjeros tenían muy vivo el recuerdo del ambiente frío y deprimente de los hospitales de las grandes conurbaciones de Europa y Norteamérica, mientras que los habitantes autóctonos tenían demasiado reciente el sufrimiento y las muertes provocadas por una atención médica casi nula. Las diferencias existentes entre ambos grupos de población en cuanto a la higiene eran similares a las existentes en la medicina. Mientras la población autóctona perteneciente a los mismos grupos de edad que los hippies tenían unos niveles de higiene iguales o superiores a los actuales aunque carecieran de los recursos adecuados, los hippies poseían unos niveles de higiene casi inexistentes.

En relación a la vestimenta típica, bajo la influencia del turismo, las campesinas ibicencas abandonaron la ropa tradicional para "vestirse de corto" (según la moda urbana) relegando la ropa típica a los fondos de los baúles. Esta transformación es sentida por las interesadas como una emancipación en relación al peso del pasado. En contraste, para las extranjeras, la ropa campesina está llena de encanto, combinando las distintas piezas de la ropa campesina con artículos propios de la artesanía del movimiento hippie (sandalias, bolsos y cinturones de cuero, bisutería, pañuelos de inspiración oriental, etc.) la convierten en una nueva moda que llega a las boutiques de renombre de Europa y que a principios de los años setenta tendrá como heredera la moda "Adlib". Dentro de este mismo movimiento también se revalorizan las alpargatas y el

"senalló" tradicional¹¹⁹ (cesto "unisex" de palma y largas asas caracterizado por tener una estructura no rígida que le permite adoptar usos similares a las bandoleras, bolsas de playa y bolsos de tela de grandes dimensiones). En el polo opuesto, son los nuevos tiempos en que los isleños adoptan los zapatos ciudadanos y las ibicencas elegantes los complementos de firma.

Otro ejemplo de la evolución de los gustos estéticos es el mobiliario. La población autóctona, en su rechazo a la tierra y a la forma de vida que le es consecuente, se desembarazan del mobiliario tradicional, de los útiles de la finca, en adelante inservibles para ellos, con la intención de reemplazarlos por muebles modernos. La nueva disposición de la casa comprende la introducción, con fines decorativos, de múltiples objetos manufacturados. Por el contrario, para los inmigrantes de la contracultura, que son muy sensibles al valor del trabajo humano y a la calidad de los materiales patinados por el paso del tiempo, la estética de las arcas artesanales, pilones, morteros, ruedas, etc. abandonados por los isleños, tienen mucho más valor que los productos industriales disponibles en el mercado.

Los préstamos culturales no son el resultado de la mera adopción mecánica de elementos culturales por los extranjeros puesto que dichos elementos, aislados de su marco de referencia habitual, son reinterpretados según un nuevo esquema de utilización, poniendo a la luz el abismo que separa a las dos culturas (Rozenberg, 1990, p. 177). Así, el retorno a la naturaleza se acompaña de procesos de acomodo hacia lo que entienden por vida primitiva: ensalzan la vida tradicional pero incorporan elementos modernos a su vida¹²⁰. Los visitantes que llegan a la isla destacan con entusiasmo las virtudes de la sociedad tradicional, sobre todo la hospitalidad o las relaciones de confianza que hacen inútil el uso de las llaves. Sin embargo, serán los extranjeros los que introduzcan las primeras cerraduras y pongan los carteles de "propiedad privada" allí donde los ibicencos sólo utilizaban una marca para delimitar sus terrenos.

Los urbanitas toman a menudo como modelo la simplicidad y la frugalidad de la forma de vida autóctona, de modo que ellos mismos se cosen sus vestidos, adoptan una alimentación casi vegetariana y denuncian, de forma obstinada, los derroches de la "sociedad de consumo". Pero esta imitación de la tradición local se superpone sobre una contracultura donde la dimensión lúdica y el gusto por el exceso impregnan el conjunto de lo cotidiano. Es decir, si la existencia campesina está moderada por la austeridad, por la medida y el ahorro, la de los nuevos instalados privilegia el hedonismo y el gozo del instante presente. Los vestidos que están hechos de telas sedosas son complementados con adornos caprichosos: perlas, flores, joyas artesanales, etc. Los bancos rústicos serán recubiertos de tapices o telas de colores vivos y dispuestos con

¹¹⁹ El "senalló" adquiere, bajo la influencia del turismo, dos significaciones contrarias según el grupo social al que pertenezca su propietario. En el movimiento general que conduce a las jóvenes isleñas a valorar todos los signos de la modernidad, las ibicencas reducen el "senalló" a su exclusiva utilización doméstica y eligen, para sus salidas en la ciudad, bolso de cuero que consideran más idóneos para expresar lo que consideran refinamiento femenino. Paralelamente, los extranjeros, convierten el "senalló" en capacho para las provisiones y accesorio de playa pero, también y sobre todo, en el bolso favorito de las chicas jóvenes. La situación resulta paradójica: el "senalló" es, por una parte, despreciado por la población autóctona y, por otra, reproducido por Europa, y ha intervenido en desfiles de moda estivales. A principios de los años setenta la contradicción roza el absurdo: el "senalló" ve prohibida su entrada en los cines de Ibiza en cuanto accesorio despreciable, propio de la indumentaria hippie, mientras que figuraba ya en un lugar destacado en las revistas internacionales más sofisticadas.

¹²⁰ Si los urbanitas instalados en las fincas ibicencas alaban el encanto de alumbrarse con velas, arreglarse y lavarse junto a los pozos y se extasían en la contemplación de la estética de su típico caserío, también es cierto que introducen modificaciones en la vivienda, de la que se han convertido en propietarios, que resultan reveladoras. Desde que la instalación de la electricidad lo hizo posible, las bombillas, los frigoríficos, el agua corriente y los sanitarios contribuyen a mejorar el confort del hogar. La única chimenea de la sala se complementa con una gran estufa y con calefactores en las habitaciones. La casa se amplía para responder a la necesidad de espacio convirtiendo los corrales en nuevas habitaciones. Asimismo, la apertura de anchos vanos acristalados hace la estancia mucho más agradable durante el invierno. Disponiendo de una terraza delante de la casa (tejado de cañizo, banco de piedra, barbacoa, etc.) es posible, a la inversa, aprovechar al máximo el exterior durante la estación calurosa. Las reservas de agua, en otro tiempo destinadas a los cultivos, se utilizan ahora para llenar la piscina. La vida en los campos toma el aire de un juego campestre: se cultivan más frecuentemente flores que productos para el consumo de la mesa diaria; los animales (cabras, pollos, perros y gatos) son tratados con un mimo que va mucho más allá de lo que los ibicencos pueden comprender.

cómodos almohadones. En las numerosas fiestas que se suceden, una tras otra, se baila, se hace música, se toman comidas exóticas, etc. y, también, se gasta dinero en caprichos, en antojos: una túnica, una guitarra o un saxofón, un libro de arte, etc. Gastos y antojos que, evidentemente, contradicen la forma de vida que pretenden reivindicar (Rozenberg, 1990, pp. 178-179).

En líneas generales podemos afirmar que los préstamos culturales entre los ibicencos y los extranjeros no se desarrollan según evoluciones convergentes que llevaran a un punto común e intermedio entre ambas comunidades sino que la aculturación recíproca pasa por una apropiación imaginativa de la otra cultura.

3.4. Época post-hippie.

Los hippies experimentaron los efectos de la evolución del clima social de la isla provocada por el fuerte desarrollo turístico de los años sesenta y setenta. La imposibilidad de subsistir (la utopía es utopía) al margen de los circuitos del mercado les fuerza a reconsiderar su inserción. La mayoría abandona la isla, que consideran ya definitivamente atrapada por la civilización industrial de la que habían querido huir. Unos reemprenden el camino a la búsqueda de lugares más preservados: sur de España, islas griegas, las Antillas, la India, etc. para seguir con su sueño marginal. Otros vuelven a sus países de origen con la esperanza de una posible readaptación. Los que se quedan optan por un compromiso que tiene en cuenta las nuevas realidades económicas. El poeta catalán Francesc Parcerisas comenta esta circunstancia:

"Un año se soporta, por lo que tiene de novedad, de cambio de vida, de nueva organización, pero a la larga se impone reestructurarse la vida, planificarse, trabajar... Y aquí ya se puede decir que la vida es idéntica a la de la ciudad, en este sentido. [...] En Ibiza no atan los perros con longaniza, más bien lo contrario. Hacer una vida diferente es una utopía, al menos en Ibiza, que es una isla, que es una sociedad de intercambio... no queda más remedio que entrar en el rollo. A excepción de tíos que viven por la jeta. [...] Los pintores pueden vivir aquí, porque venden fuera" (Planells, 1980, p. 25).

Será el período constituido por los años 1972 a 1974 el que señale el comienzo de la obligación de los nuevos residentes de integrarse en el juego económico. La elevación del coste de la vida y la gigantesca influencia del capitalismo industrial sobre el conjunto de la producción insular imponen una revisión de los modos de vida. Las estrategias de reconversión puestas en práctica están más condicionadas por el origen social de los interesados que por sus aptitudes personales o sus formaciones iniciales. Mientras que los que disponen de un capital para invertir (bienes recibidos como herencia, préstamos de parientes, créditos bancarios con fianzas familiares) se orientan hacia inversiones lucrativas, compras de comercios, fundación de empresas, etc., los más desprotegidos deben contentarse con un sueldo de trabajador o las escasas ganancias producidas por el ejercicio de actividades precarias. Así el proceso de integración de los extranjeros en la economía local revela las desigualdades que hasta ahora eran enmascaradas por la inmigración y, con ella, por unas formas de vida inspiradas en la contracultura. Estas desigualdades engendran, por todas partes, disparidad de rentas y diversidad de estatus. La reconversión de estos individuos se mueve entre dos polos: el de los propietarios de negocios y el de los trabajadores de temporada con precarios recursos. Entre ambos polos hay una pléyade de modalidades de inserción muy diferentes tanto financieramente como legalmente. Además la presión jurídico-administrativa se intensifica, alcanzando su máximo en los años 1978 a 1980, obligando a los extranjeros a regularizar su situación o a vivir con gran inseguridad (Rozenberg, 1990, pp. 195-197). Rozenberg (1990, p. 196) distingue cuatro niveles en la estratificación social en relación a las rentas, el grado de independencia y la sensación de seguridad que produce la actividad ejercida:

- Personas dedicadas a los negocios y a la gestión comercial (inmobiliarias, constructoras, restaurantes, cafeterías, bares, tiendas de moda o de souvenirs, etc.), y también ocupaciones más difíciles de controlar (galerías de arte, intermediación inmobiliaria no legalizada, antigüedades, etc.).

- Asalariados fijos que se apoyan en su formación académica o en las competencias profesionales adquiridas en sus países de origen (aparejadores, fotógrafos, profesores de escuelas extranjeras o de centros de idiomas, puericultores, etc.).
- Los artesanos y vendedores de la calle que continúan con los oficios artesanos de cuando llegaron a la isla pero ahora de una forma más profesional y comercial.
- Las personas con menos posibilidades realizan todo un abanico de oficios que tienen por objetivo ganar lo suficiente para ir viviendo y que suelen ser estacionales o a tiempo parcial y de una variedad muy amplia de actividades (albañil, fontanero, costurera, cuidadores de niños, guías interinos, camareros, etc.).

Sólo es con resignación y en nombre del principio de realidad como los ex-marginados aceptan estas reconversiones económicas. Pero no se trata únicamente de adaptarse a una coyuntura nueva impuesta por la situación turística y política, sino, también, porque los inmigrantes utópicos han envejecido, tienen familia a su cargo y más de uno aspira ya a cierta estabilidad. El sueño romántico de vivir sin los ajetreos de la vida moderna, en contacto con la naturaleza y ganándose la vida con la artesanía o la agricultura biológica, resultó ser inviable debido a que no permitía ganar una renta suficiente para mantener el nivel de vida deseado, ya que, a pesar de reducir los gastos respecto a su vida anterior, los ingresos se habían reducido en mayor cuantía y no permitían, ni siquiera, el ritmo de vida de la contracultura.

Otro de los elementos que desanimó a los freaks y les forzó a volver a la sociedad de la que huían, o modificar su modo de vida hacia una nueva situación en la que permanecen los ideales de la contracultura y algunos comportamientos de la época hippie pero el estilo de vida era el típico de cualquier otro residentes de la isla, es el hartazgo de las condiciones de vida. Muchos de ellos con el transcurso del tiempo pasaron de maravillarse la vida austera y primitiva que llevaban a odiarla con las mismas fuerzas y argumentos (vivir "encerrados" en el campo en una casa sin luz ni agua, pasando frío en invierno y calor en verano, y sin dinero para mejorar o cambiar algo de todo ello) con que la odiaban los ibicencos. Dos ramas profesionales alcanzan cierto relieve en Ibiza y actúan como herederas de la imagen extendida por la contracultura y como refugio para los que quieren estar lo más cerca posible de la utopía perseguida por los hippies: la artesanía y la moda.

La artesanía (Rozenberg, 1990, pp. 198-203), representada por los trabajos en cuero, madera o tela, la joyería, etc., se hizo famosa con el movimiento freak. Los extranjeros instalados en la isla durante la época hippie tenían una gran afición a la artesanía como ocupación ya que satisfacía sus necesidades creativas a la vez que les concedía una fuente de supervivencia que no necesitaba casi ningún conocimiento previo para su realización. Pero el nuevo panorama que se estaba forjando desde mediados de los setenta con el desarrollo turístico de la isla, con una clientela con poder de compra limitado, una fuerte competencia y el aumento del coste de vida, hizo que el trabajo paciente del artesano dejara de ser rentable. Ante esta situación algunos artesanos se niegan a cambiar, sufriendo dificultades materiales importantes, pero la mayoría se decanta por una producción en serie. Provocando, en adelante, la disputa entre los "verdaderos" artesanos (realizan lo que venden) y los "falsos" artesanos (venden productos manufacturados por otros)¹²¹. Desde los años intermedios de la década de los setenta la polémica arrecia y

¹²¹ El resultado es que hay tres grupos coexistiendo dentro del movimiento artesano:

- a) Los creadores, que no representan más que un puñado de individuos. Conjugando exposiciones personales, venta directa al público una vez por semana, dejando sus obras en depósito en una o dos galerías, se procuran poco más o menos su subsistencia. Los que dispusieron de un pequeño capital adquirieron sus propios locales. Estos, obstinados, continúan utilizando materiales nobles y perfeccionándose a pesar de su escasa rentabilidad.
- b) El segundo grupo reúne a la mayoría de los denominados artesanos, esto es a todos cuantos se resignan con el trabajo en serie, calculado en función de la demanda turística. Debido a la poca rentabilidad de los métodos artesanales estos "artesanos" producen de modo industrial.
- c) El tercer grupo es el de los vendedores instalados en los diversos emplazamientos autorizados para ello. A causa de una simplificación abusiva les llaman artesanos, pero, en realidad, sólo son comerciantes de compra al por mayor y reventa a los turistas.

regularmente, con la ayuda de la prensa, los verdaderos artesanos denuncian la proliferación de objetos falsos y reclaman la instauración de un control eficaz sobre el mercado:

"La artesanía ibicenca se muere. La mayoría de los artesanos ibicencos estamos muy disgustados por la cantidad de falsos artesanos que están proliferando [...]. Cuando se compra en almacenes y se vende como fabricación propia, es una mentira que constituye un insulto tanto para el artesano auténtico como para la isla de Ibiza" (*Diario de Ibiza*, 15 de octubre de 1980).

La otra rama profesional refugio es la industria de la moda (Rozenberg, 1990, pp. 203-204). Este sector inicia su expansión a principios de los años setenta. La presencia de extranjeros imaginativos, la existencia de una mano de obra de costureras y, finalmente, una clientela turística con gustos no conformistas, aseguran los éxitos de las primeras iniciativas. Algunos nuevos residentes abren una boutique y se rodean de creadores que inventan una moda original a base de utilizar las fibras naturales y los tejidos locales realizando una síntesis seductora entre la tradición campesina y la fantasía hippie. Esta moda se confecciona mediante trabajo domiciliario, que es una parte más de la economía sumergida de la isla. La moda de Ibiza adquiere carta de nobleza con el lanzamiento oficial, en 1971, de la moda "Adlib".

Los residentes de la contracultura poseen también una función de animación, porque es el éxito turístico de los "mercados hippies" lo que garantiza a los vendedores sus puestos de trabajo. La feria de "Es Caná" llega a ser una importante atracción turística gracias a la utilización mediática de la presencia hippie. Se permite soñar a los freaks con la eventualidad de ingresos sustanciosos a cambio de un ligero "exceso" en la nota exótica: vestidos, adornos, maquillajes, etc. A esta animación ritualizada hay que sumar las manifestaciones puntuales a las que los hippies se unen con la esperanza de obtener algún beneficio material y, ciertamente también, para atraer al público insular hacia sus creencias.

También cabe señalar el uso simbólico que de la presencia hippie hacen los organismos de promoción turística. En la búsqueda de una imagen de Ibiza, original y competitiva, para el mercado internacional se recurre a elementos característicos y conocidos como al establecimiento de artistas y artesanos, los mercados y ferias hippies, el naturismo, la moda "Adlib", etc. Los artistas y miembros de la contracultura establecidos en la isla pasan a formar parte de los elementos folclóricos, junto a la tradición ibicenca, que son usados como elemento de la publicidad turística. Los hippies pasan de estar situados fuera de la sociedad a integrar una parte muy característica de la sociedad insular:

"He aquí lo que resulta ser un triple nivel de integración de los neoinstalados en Ibiza: como agentes económicos, como animadores turísticos y, finalmente, como soportes simbólicos de la imagen que la isla desea dar de ella misma en el exterior" (Rozenberg, 1990, p. 208).

3.4.1. La Moda Adlib.

La moda Adlib (*Ad libitum*), cuyo lema fue "Viste como quieras, pero con gusto", fue una gran novedad de los años setenta (el primer certamen se produjo en 1971) y una consecuencia del movimiento hippie. Según Fernando-Guillermo de Castro "lo de Moda Adlib se le ocurrió a Miguel García de Sáenz" (de Castro, 2003, p. 208). Este nuevo estilo de vestimenta permitió la creación de un pequeño grupo de diseñadores que tenía su inspiración y origen en las vestimentas hippies. Ernesto Ramón comenta:

"Aprovechó la imagen que los hippies habían dado a Ibiza. Los diseños puramente Adlib consistían en una imitación de la moda hippie, combinada con evocaciones del vestido payés de la mujer: telas ligeras, con encajes, sencillas e informales, con el blanco y los tejidos naturales como protagonistas. Se trataba de proyectar a través de los vestidos la sensación de libertad, cosmopolitismo y paz que se supone constituían los pilares de la imagen de la isla" (Ramón, 2001, p. 125).

En resumen, varios cientos de extranjeros y también de españoles, viven en Ibiza de la venta en los diferentes mercados y ferias "hippies".

En esta época la moda Adlib se concebía no como trampolín para implantar una industria textil en Ibiza, sino como una palanca de promoción turística en el exterior. Aunque posteriormente se fue profesionalizando, el objetivo primero era conseguir una excusa más para que se hablara de Ibiza y de su ambiente cosmopolita y liberal. También se conseguía diferenciar el destino por medio de una imagen única transmitida en la ropa de las gentes.

Smilja de Mihailovitch es un nombre vinculado a la industria turística de Ibiza, y en especial a los inicios de la moda Adlib. Su dinamismo y don de gentes, su capacidad para abrir puertas y otras cualidades hicieron de ella una persona inestimable e imprescindible para el turismo de los años setenta y ochenta. Desde un primer momento, y gracias a las buenas relaciones que Smilja de Mihailovitch mantenía con miembros de la *jet* de entonces, se intentó que la Moda Adlib atrajera a los medios de comunicación nacionales, pues sólo así podría lograrse el carácter promocional que se pretendía (Ramón, 2001, p. 124). Mariano Llobet comenta, refiriéndose a Smilja de Mihailovitch, que:

“Cuando Adolfo Suárez era director general de RTVE, antes de ser presidente del gobierno, ella se lo cameló y logró que muchos eventos de Ibiza salieran por televisión. La verdad es que Smilja tenía mucha cara, cosa que nos vino muy bien, porque cuando enviábamos un escrito pidiendo una subvención a algún organismo y luego nos respondían denegándola, le decíamos a Smilja: mira, no nos han dado el dinero y no podemos pagarte, así que si consigues la subvención, una parte será para ti. Y la verdad es que las conseguía con mucha facilidad” (Ramón, 2001, pp. 124-125).

Smilja de Mihailovitch hablaba de la moda Adlib, en una entrevista concedida en 1973, en los siguientes términos:

"Es natural que en nuestro siglo, exceptuando las efemérides históricas que todos conocemos, conceda una oportunidad a la libertad personal en el vestir. Adlib, la moda de la libertad, quiere reflejar esta libertad, este siglo en el cual han cabido toda clase de progresos. En este sentido es una moda alegre, vitalista y en la cual cabe toda la imaginación particular. Yo creo que esto lo está consiguiendo Adlib, lo cual en cierta manera, explica los resonantes éxitos internacionales y nacionales que está alcanzando" (Planells, 1980, pp. 155-156).

Smilja de Mihailovitch se mostraba convencida de que Adlib se lo debía todo a los hippies:

“Creo que los hippies, tan discutidos, son los únicos que se han atrevido, por unas razones ideológicas y morales, a romper con los moldes impuestos por las modas, han sido revolucionarios, en este aspecto. En ellos se observa este fenómeno que decía: a través de la vestimenta hippy puedes saber el grado de libertad e imaginación de cada cual, verás muy pocos vestidos hippies repetidos” (Planells, 1980, pp. 155-156).

Los inicios de la moda Adlib y sus orígenes vinculados al movimiento contracultural tuvieron su eco mediático desde muy pronto:

"La moda Adlib ha nacido a partir de la inspiración popular, la tradición ibicenca y las importaciones vestimentarias de todo el mundo. El fenómeno hippy, mucho más trascendente y profundo de lo que se quiere hacer creer, aportó nuevas significaciones y nuevos valores a la indumentaria. [...] Los hippies y estamentos informales que por Ibiza han desfilado serían la retina en un festival de dolor y sorpresa continuada. Aquella, era, realmente, la anti-moda, es decir, la oposición absoluta a los dictados consumísticos del sistema. Era un 'Viste como quieras' incondicional, absoluto. El gusto, el derecho a la elección era inalienable. Sin embargo, alguien vio pronto y bien las posibilidades de explotación de un fenómeno tal" (*Destino*, 6 de julio de 1974).

La moda Adlib siguió divulgando la imagen de Ibiza en el exterior, pero no cuajó como alternativa al turismo. En realidad la moda Adlib, desde sus orígenes hasta la actualidad, siempre ha sido un complemento del sector turístico, en sus orígenes tenía como finalidad la promoción turística y hoy en día es un elemento más de la oferta complementaria y un elemento de diferenciación del destino turístico.

3.4.2. Los restos del movimiento hippie.

Alrededor de 1980, gran parte del estilo hippie, pero muy poco de la esencia del movimiento, fue absorbido por la cultura mayoritaria. La prensa generalista perdió interés en esta subcultura. Por su parte, muchos de los antiguos hippies se integraron en la corriente dominante de pensamiento y en los sistemas sociales y económicos de los que habían renegado.

Los ex-marginados, insertados ahora en los circuitos económicos locales, dependen ampliamente, al igual que los ibicencos, de las fluctuaciones turísticas. La estación estival, que cada año es más corta, se caracteriza por una actividad febril tras el máximo beneficio que casa mal con las aspiraciones iniciales de los hippies. El invierno se convierte en un tiempo para recuperarse del ajetreo veraniego (descansar, viajar, estar con la familia, leer, practicar todo tipo de hobbies, etc.). A veces, la contradicción entre la manera de sobrevivir y el sistema de valores desemboca en que una misma persona tenga comportamientos totalmente distintos entre las dos estaciones (Rozenberg, 1990, p. 209). Este tipo de vida hace que sea en los dominios que escapan a la obligación del trabajo donde los supervivientes de la contracultura continúan expresando y actuando según los valores del movimiento hippie.

Su estilo de vida se caracteriza por la movilidad profesional, los viajes, la medicina naturópata, las ciencias paralelas, la sociabilidad festiva, los temas medioambientales, las culturas y religiones orientales, etc., reminiscencia de su vida pasada. El gran porcentaje de uniones libres y hogares monoparentales es otra de las reminiscencias de este grupo de población (Rozenberg, 1990, pp. 209-211).

El impulso utópico de antaño ha sido indudablemente sofocado. Sin embargo, del antiguo cuestionamiento de los modos de vida "burgueses" subsiste una cultura "alternativa" que cuestiona a la nueva Ibiza turística, atraída por las seducciones de la sociedad de consumo, aunque cabe mencionar que los individuos que perpetúan los valores de la contracultura de los años sesenta y setenta son, en realidad, muy similares a los bo-bos que describe Brooks (2000). Estos individuos combinan los valores bohemios de la contracultura hippie con un comportamiento propio de la "burguesía" que se supone critican y que fue adoptado cuando se dieron cuenta que llevar al límite sus ideas era imposible o insoportable a largo plazo. Este hecho da lugar a contradicciones entre los valores e ideas expresados y el comportamiento efectivo. Los hippies de los sesenta y principios de los setenta buscaban llevar una vida radicalmente distinta y que fuera acorde con sus valores y principios, hoy en día, muchos individuos dicen defender esos mismos valores pero no dan muestras visibles de creer en ellos.

4. Actitudes de los residentes.

La isla de principios de los años sesenta se caracteriza por un elevado grado de contraste social. Existe una sociedad tradicional vinculada al campo y con mentalidad y costumbres tradicionales que se encuentra en retroceso a causa de la mala situación del sector agropecuario y a la influencia del turismo.

“En 1960 Ibiza es, todavía, una sociedad tradicional viviendo con la cadencia que imprime el trabajo de la tierra. El éxito del turismo va a trastornar, definitivamente, el equilibrio insular, puesto que impone, muy pronto, una nueva lógica económica y un ritmo acelerado que afecta al conjunto de las actividades sociales” (Rozenberg, 1990, p. 137).

Pero también existe, desde la década anterior, una sociedad cosmopolita formada por personas de todo el mundo que viven del arte, el turismo, el periodismo, etc., y que se caracterizan por un modo de vida tan moderno o más que el de muchas metrópolis. Por ejemplo, Smilja de Mihailovitch llegó a Ibiza en 1961, por primera vez, y quedó muy impresionada por el crisol de gentes y razas que confluían en la isla:

“En primer lugar yo considero que Ibiza es un trozo de Europa, y eso no es una frase simbólica. En Ibiza hay gentes de todas las nacionalidades, ricos, pobres, guapos, feos,

etc. Ibiza es una mezcla donde cabe todo y no desentona nada ni nadie" (Planells, 1980, p. 154).

La implicación de la población ibicenca con el turismo siguió aumentando en esta fase respecto a la fase anterior, prueba de ello lo encontramos en el aeropuerto de Es Codolar, donde a título personal o a través del Fomento del Turismo los ibicencos colaboraron de forma muy importante para suplir las carencias de la administración:

“Todos los ibicencos colaboraron activamente (con dinero o con materiales) en la construcción del aeropuerto de es Codolar en 1958. Hay que resaltar que fueron los ibicencos y sólo los ibicencos, aparte de la Administración Central, quienes hicieron posible esas obras. [...]El Fomento del Turismo de Ibiza llegó a un acuerdo con todos y cada uno de los propietarios que iban a ser expropiados por la ampliación del aeropuerto del 1966, garantizándoles subsidiariamente el justiprecio que éstos pretendían. Con ello los socios del Fomento asumieron un gran riesgo económico cuya finalidad era evitar que se paralizase el desarrollo turístico de la isla de Ibiza. [...] En los setenta, el Fomento del Turismo de Ibiza, sufragó cuatro anualidades, al no hacerse cargo ninguna Administración, de un sistema de exterminio de mosquitos que pretendía evitar el grave problema que causaban estos insectos en el aeropuerto” (Ramón, 2001, pp. 94-96).

El turismo de masas provocó el paso de una sociedad del siglo XIX a una sociedad de las más evolucionadas; de una vida idílica pero paupérrima, había surgido una moderna y rica sociedad pluricultural. Se perdía arraigamiento y se ganaba cosmopolitismo. Es difícil comprender esta enorme transformación en tan corto tiempo, sin grandes traumas, y seguramente se debe al carácter individualista y respetuoso de los ibicencos la consecución de una convivencia ambigua, aceptada y respetada por todos (Ramón, 2001, p. 106). Los cambios vividos en la isla fueron de gran impacto y las posturas acerca de estos cambios encontradas. Para algunos se mejoraba pero para otros se empeoraba, sobre todo para algunos de los extranjeros con más años de residencia en la isla. La periodista norteamericana Laurel Gross comentaba:

“Cuando vine por primera vez a Ibiza como joven periodista en 1979, conocí algunas personas, todas extranjeras, que se apresuraban a informarme de que los mejores días de la isla se habían acabado. El paisaje estaba destrozado, lamentaban. Había demasiados turistas. Perdón, pero había llegado demasiado tarde. Era mejor hacer las maletas y regresar a Nueva York. Afortunadamente, no les hice caso. Debía haberme preguntado qué hacían ellos aquí” (Ramón, 2001, p. 228).

Uno de estos extranjeros escépticos era Norma Lewis. Laurel Gross lo comenta:

“El famoso escritor de viajes Norman Lewis me divirtió enormemente exponiendo tiempos nostálgicos, cuando Ibiza era supuestamente un lugar exótico, cuando había ranas en el agua potable y rumores acerca de brujas que vivían en las montañas despobladas. Él decía que aquellos fueron los mejores tiempos. Para él, el principio del final de la isla llegó cuando construyeron el aeropuerto, poniéndoselo muy fácil a todo el mundo para que pudiera llegar aquí. Se perdieron aquellos maravillosos días en que no había electricidad, ni bomberos, las carreteras eran un lugar ideal para hablar largo tiempo mientras se transitaba por ellas y te hacían subir a lomos de una mula hasta tu rústico hotel” (Ramón, 2001, p. 230).

Otros extranjeros que llegaron por primera vez a la isla en los años setenta, consideraban que la isla seguía siendo un lugar maravilloso y exótico, un paraíso. Roy y Margaret Taylor comentaban de su primer viaje a Ibiza en 1970:

“Al bajar la escalerilla del avión, nuestra primera impresión fue la de un coro de bienvenida, con un ambiente agradable. La terminal del aeropuerto era pequeña y estaba rodeada de palmeras y cañas, sembrado de setos y flores vistosas, que conformaban una encantadora bienvenida a una isla maravillosa.

En estas primeras vacaciones, exploramos la isla y localizamos muchas playas maravillosas, bahías, pueblos y un espacio rural inalterado. [...] En los primeros años setenta, Sant Antoni y otras áreas de vacaciones estaban todavía sin explotar y la construcción de grandes hoteles estaba empezando en esos momentos. La red de

carreteras en la isla estaba más bien poco desarrollada, con una carretera principal entre Ibiza ciudad, el aeropuerto y Sant Antoni. En el campo, las carreteras eran en algunas ocasiones como caminos para tractores” (Ramón, 2001, pp. 231-232).

A pesar de que Sant Antoni fue la primera zona de la isla en vivir el desarrollo turístico, las personas que no habían visto la zona antes de los años cincuenta y sesenta describen la bahía como una zona de gran belleza natural. Roy y Margaret Taylor la describen en 1970 en las siguientes palabras:

“La bahía de Sant Antoni era tan plácida que podía observarse cómo las garcillas se desplazaban de un extremo al otro de la bahía. Para llegar a las playas que estaban más alejadas de los establecimientos turísticos debía irse en pequeñas barcas que atravesaban pintorescos parajes y recorrían playas encantadoras: Port des Torrent, Cala Comte, Cala Gració. Cada día disfrutábamos de una nueva aventura. Por las noches, el olor que provenía de los pinos se sobreponía al sonido de las cigarras. [...] En los años en que Sant Antoni era tan pequeño como un pueblo ya empezaba a descollar como ciudad, para adaptarse al notable incremento del número de turistas, pero aún seguía siendo un sitio encantador para visitar” (Ramón, 2001, p. 232).

Los extranjeros que visitaban o residían en la isla tenían, en general, opiniones distintas según el tiempo que hiciera que conocían la isla. Cuanto más tiempo hacía que conocían la isla mayor era el cambio conocido y más negativas las opiniones sobre el presente de la isla, ya que siempre comparaban con la primera vez que llegaron a la isla y querían que no cambiara. Los extranjeros que llegaron a la isla en los años cincuenta tenían mala opinión de la Ibiza de finales de los sesenta y de los setenta. En cambio, las personas que conocieron por primera vez la isla en los años setenta poseían una opinión positiva de la isla. A su vez estos extranjeros también matizaban su opinión con el paso de los años y, curiosamente, hablan como si los cambios se hubiesen iniciado después de que ellos conocieran la isla por primera vez. Los Taylor comentan la evolución de la isla que ellos vivieron:

“Según avanzaban los años setenta, los cambios empezaron a materializarse en toda la isla. Ya se podían conseguir paquetes turísticos más baratos y cada vez aumentaba más el número de jóvenes que llegaban desde todos los países del Norte de Europa. Los *hippies* o los *flower power* iban haciéndose cada día más evidentes, sobre todo en la ciudad. El desarrollo de grandes hoteles y bloques de apartamentos florecía por todas partes. [...] un nuevo edificio del aeropuerto reemplazó a la pintoresca terminal antigua, y además se iban creando paralelamente nuevas carreteras. La paz y la vida en torno a estos centros turísticos estaba cambiando, pero todavía podían encontrarse remansos vírgenes e inexplorados más allá de estas áreas turísticas. [...] Según iban avanzando los años ochenta iban ocurriendo cada vez más y más cambios. [...] La red de carreteras iba creciendo cada vez que visitábamos la isla. Ahora ya salían autocares a la mayoría de las zonas de Ibiza, incluso llegaban a las playas que antes sólo podíamos alcanzar en barco. [...] Bares y discotecas fueron proliferando. La isla iba siendo conocida por su vida nocturna y, lamentablemente, fue invadida por gente joven atraída por alcohol barato y marcha nocturna. De este modo, la isla fue ganando reputación como destino para jóvenes y para gente de la noche. Paralelamente al número de carreteras, aumentaba el número de hoteles y el de turistas. Los edificios del aeropuerto fueron creciendo cada vez más para recibir a un mayor número de visitantes. También fue una sorpresa para nosotros, como turistas, observar cómo las zonas de cultivo agrícola iban siendo cada vez menos y cómo algunos de los cultivos en forma de terraza empezaban a quedar desatendidos y caían en desuso. Además, proliferaban los anuncios y vallas publicitarias en el campo. Aquella primera impresión que habíamos tenido de la isla estaba cambiando ahora” (Ramón, 2001, pp. 233-235).

Como consecuencia del fuerte desarrollo del turismo de masas y de los cambios que conlleva, a partir de mediados de los setenta empiezan a surgir grupos que buscan la protección del medio ambiente y de la cultura local. En un principio tienen un peso reducido dentro de la sociedad pero a partir de los años ochenta y noventa las actividades organizadas por estos grupos y las protestas ecologistas empiezan a mostrar que estos grupos tienen apoyos significativos entre la población. Mariano Llobet, en una entrevista realizada en mayo de 1976, comentaba, en relación al desarrollo turístico de la isla, que "Ibiza se ha de situar en un crecimiento cero o muy

limitadísimo. [...] Pienso que, resumiendo, se ha de limitar mucho el crecimiento y consolidarnos", considera que el Estado debería limitar este crecimiento "pero en caso de que al Estado no le interese, eso estará arreglado dentro de cinco años" y considera que se podría mantener un nivel de riqueza considerable sin necesidad de mucho más crecimiento "si conseguimos que no venga mucha gente de fuera" (Planells, 1980, p. 122). Al describir la industria hotelera insular afirma que "tenemos la gran suerte de que un noventa por ciento de la industria hotelera esté en manos ibicencas" mostrando la ancestral confianza de los ibicencos en los ibicencos (Planells, 1980, p. 122).

Rozenberg consideraba que las exigencias que impone el turismo a los residentes, en cuanto a tolerancia de comportamientos de los visitantes (nudismo, homosexualidad, libertad sexual, drogas, vandalismo, etc.), son la principal amenaza para la identidad local.

"Si tomamos en consideración los compromisos que aceptan los habitantes de Ibiza en nombre de la rentabilidad turística, ¿cómo no nos vamos a alarmar con la fragilidad de una identidad colectiva amenazada cuando los isleños, día a día, se ven forzados a admitir comportamientos extranjeros o 'forasteros' que están en completa oposición con su propio sistema de valores?" (Rozenberg, 1990, p. 193).

"Todo ocurre como si los valores autóctonos fundamentales se marginaran mientras que se instaura una doble moral que incluye una vertiente de tolerancia extrema para uso de los visitantes y una vertiente más rígida para uso interno" (Rozenberg, 1990, p. 184).

Junto al surgimiento del turismo de masas, el otro gran fenómeno de esta época fue el movimiento hippie. Su presencia fue clave para la formación de la imagen de Ibiza y para su difusión como destino turístico. Además significó el impacto cultural más grande que los ibicencos habían recibido hasta ese momento.

"Los autóctonos, los ibicencos, con tradiciones centenarias transmitidas consuetudinariamente se vieron de repente metidos en sus valores [los del capitalismo] por la presencia de los marginados de la sociedad postindustrial americana" (*Destino*, 6 de julio de 1974).

Los hippies, en muchos casos, eran trabajadores o estudiantes universitarios (en la mayor parte de los casos) que pasaban el verano en Ibiza y regresaban en otoño a sus lugares de origen donde estudiaban o trabajaban hasta que al año siguiente decidían seguir con su vida alternativa:

"¿Qué ocurre con el desertor del Vietnam, con sus zamarras de borrego irquí o con el incipiente universitario inglés? Pues nada, que han emigrado, como las oscuras golondrinas. Naturalmente, muchos se preguntan si volverán. No se necesita ser muy avisado para darse cuenta de que a la llegada de la primavera volveremos a tener flores y hippies norteamericanos con sus chaquetas bélicas y sus escudos de 'sargeant' incluidas. [...] El sentido roussoniano de la vida, la aceptación de la naturaleza, y el conocimiento superficial de distintas filosofías orientales, emparenta más al hippy ocasional con un viajero que con un miembro afincado y en relación social en la comunidad pitüisa" (Planells, 1997, p. 63).

Pero algunos hippies dedicados a la artesanía y, principalmente, los artistas e intelectuales llegados en décadas anteriores residían en la isla todo el año:

"Los intelectuales afincados permanecen en la isla, en su casa de campo encerrados, pintando, escribiendo novelas para consumo exterior, preparando asuntos o asando sobrasada ibicenca. Sin embargo, un número aceptable de pintores está exponiendo en las muestras más importantes de Europa" (*Tele Exprés*, 4 de abril de 1974).

La generalidad de los habitantes de Ibiza asistió con gran indiferencia a la aparición de los hippies en el campo y en la ciudad. Suscitaban la curiosidad general y despertaban continuos comentarios, pero, salvo excepciones, los hippies fueron observados con indulgencia por la población local (Ramón, 2001, p. 106). El hábitat disperso, el respeto por los vecinos y el respeto y hospitalidad hacia el foráneo favoreció la tolerancia de unas costumbres contrarias a la forma de pensar tradicional de los ibicencos. Mucha población criticaba el comportamiento de

los hippies pero no tomaba "represalias", salvo contadas excepciones en que se producía una colisión entre las costumbres de ambos grupos. Nina van Pallandt comentaba que

"en aquel ambiente de aquella Ibiza cada cual hacía lo que más le apetecía y además con mucho sentido de la estética... Quizá no tanto desde el punto de vista ético. Vivíamos en un ambiente de increíble libertad individual, sin barreras" (Planells, 1986, p. 128).

Aunque los dos grupos (ibicencos y hippies) se encontraban recorriendo el mismo camino pero en sentido contrario, el "equipaje" que llevaban no era el mismo. Los ibicencos estaban acostumbrados a una vida muy precaria y a no disfrutar de comodidades, lujos o avances modernos, y el cambio de vida se reducía a conocer las nuevas comodidades. Pero los hippies procedían de modos de vida modernos, repletos de elementos (libros, música, viajes, electrodomésticos, etc.) que ya eran imprescindibles para ellos pero imposibles de adquirir con el tipo de vida tradicional en Ibiza. Su incapacidad para abandonar todos los elementos de su anterior vida les llevó a crear un estilo de vida en que combinaban cosas de la tradición local con comodidades de su vida anterior de una forma muy "sui generis" y, a la vez, imposible de realizar. Finalmente, al igual que Cronos con sus hijos, la generación beat, el movimiento hippie y otros movimientos que buscaban romper con la inercia de las sociedades occidentales "devoraron" a sus miembros, ya que las formas de vida adoptadas eran demasiado extremas para poder perdurar más allá de un corto periodo de tiempo.

A esto hay que añadir que la rápida evolución de la sociedad insular ha sido la principal causa de que los movimientos de la contracultura tuvieran una vida relativamente corta (pocos mantenían este estilo de vida más de 5 o 6 años), ya que los cambios sociales y económicos, junto con las características de la contracultura (vida muy austera y gran carencia de recursos económicos), provocaban que el "paraíso" inicial de la vida alternativa se convirtiera en el "infierno" de una vida de penurias y miserias con pocas posibilidades de mejorar y con muchas posibilidades de empeorar. Estos cambios en la sociedad provocaron que los hippies tuvieran que regresar a sus vidas anteriores, buscar nuevos "paraísos" del movimiento hippie o adaptarse a estos cambios.

Si los cambios sociales de la isla hubieran sido inexistentes o muy lentos el movimiento hippie hubiera perdurado hasta desaparecer por su propio agotamiento, pero los acelerados cambios sufridos, también, aceleraron el declive y decadencia de los beatniks, los hippies, los artistas de la contracultura y, en general, los residentes que buscaban huir de la sociedad contemporánea. Pero al igual que en el mito de Cronos algunos se salvaron gracias a un "engaño", en este caso el "engaño" consistió en convertirse en "empresarios" del sector turístico vestidos de hippies. Estos individuos son una versión peculiar de los bo-bos (Brooks, 2000), combinan el trabajo en comercios turísticos propios, la organización de eventos, la actividad empresarial pura y dura, o el trabajo como funcionario en la Administración con vestimenta e ideología política de la contracultura de los años sesenta. Este hecho da paradojas como: ecologistas propietarios de empresas constructoras, funcionarios abogando por la vida libre de ataduras, empresarios criticando a la patronal, etc.

En esta etapa de la historia de Ibiza el rápido crecimiento del sector turístico, gracias a la aparición del turismo de masas, combinado con el movimiento hippie, hizo que la sociedad se viera obligada a adaptarse a los cambios con mucha rapidez. El proceso de cambio fue tan rápido que en el mismo se generó una sociedad muy compleja por el número de grupos con culturas e ideas diferentes. Como consecuencia, en los años setenta surgieron las primeras muestras de interés por intentar estudiar la complejidad social que se estaba generando a causa del desarrollo de esos años. Es el caso de Cooper (1974), Gil (1970; 1971) y Rozenberg (1974).

Claudio Alarco (1981, pp. 165-180) distingue cuatro grupos de ibicencos con reacciones distintas a los cambios en curso, según si pertenecen al mundo rural o al ciudadano y en función de su trayectoria social y profesional (Rozenberg, 1990, p. 166):

1. Los campesinos o gentes del campo que viven principalmente de la tierra. Este grupo es una reliquia del pasado.

2. Los que han nacido o residen en el campo pero gozan de un empleo urbano desde principios de los años sesenta. Como consecuencia de su éxito económico muchos de ellos están convencidos de haber dejado atrás la totalidad de los moldes tradicionales. En realidad, más allá de la adquisición de una gran seguridad material y de la adopción de nuevos hábitos de consumo presentan, en su modo de vida y su elección personal, numerosos restos del pasado.
3. Los rurales instalados en la ciudad en los años sesenta. Se distinguen apenas del grupo precedente, pues han sufrido la misma socialización. No obstante, su ruptura con el mundo campesino es real. El trabajo en la industria y la ausencia de clases sociales de Ibiza han permitido su rápida asimilación, aunque en determinadas actitudes reflejen todavía el pasado.
4. Los ibicencos nacidos en la ciudad. Este grupo se encuentra en una posición totalmente distinta, pues Ibiza ha conocido un desarrollo económico, social y cultural independiente del campo. Es una ciudad que, en tanto que capital y puerto de mar, ha recibido de fuera muchas influencias. En este grupo la adaptación al cambio les ha sido más fácil.

Lo más destacable de la división que realiza Claudio Alarco de los ibicencos es constatar que, simultáneamente, existían situaciones sociales que iban desde los campesinos que aún seguían con una vida tradicional a los ibicencos que llevaban una vida urbana y totalmente moderna.

Mariano Planells hablaba, en 1976, de varios grupos dentro de la sociedad ibicenca: comunidad ibicenca, colonia turística, grupos contraculturales, círculos de creadores artistas automarginados, y otros grupos excluidos (gitanos, inmigrantes, etc.). Si en la definición de cultura incorporamos la aceptación de unas normas de vida, costumbres, hábitos y unas relaciones sociales institucionalizadas, vemos que estos grupos se encuentran abismalmente separados entre sí. Mariano Planells afirma:

"No creo que haya los suficientes elementos aglutinadores como para lograr esta 'global village', este contacto profundo de comunidades. Existe, quizás, una coexistencia basada en la ignorancia recíproca, una tolerancia basada en la desconfianza de los distintos grupos, pero no una integración unificadora ni una aceptación universal de ritos y valores" (Planells, 1997, p. 61)

La complejidad social que comenta Mariano Planells (1997, p. 61) tiene su reflejo en las actitudes que manifiestan hacia el turismo, apareciendo un gran número de grupos de personas con opiniones distintas por motivos distintos. De forma general se podrían enumerar diversos grupos con presencia en los años sesenta y, sobretodo, setenta. Por desgracia, sólo es posible realizar una generalización de las actitudes de estos individuos a partir de los comentarios indicados antes:

- Extranjeros residentes en la isla desde hace años. Los individuos que llegaron a la isla en los años treinta, cincuenta o principios de los sesenta tienen actitudes negativas hacia el turismo, debido a que la isla ha sufrido muchos cambios desde la primera vez que llegaron, modernizándose rápidamente. Son personas que llegaron buscando un lugar exótico y apartado del mundo moderno que creyeron encontrar en Ibiza. Para ellos los cambios que se producen desde su primera visita sólo sirven para perder el encanto inicial. El resultado es una actitud de lamento por el "paraíso perdido" en esta transformación.
- Extranjeros llegados a la isla en los años setenta. En esencia son como los extranjeros del grupo anterior, la diferencia es que han llegado por primera vez hace poco tiempo y, por tanto, han vivido pocos cambios. Al haber vivido pocos cambios, la diferencia entre la Ibiza actual y la Ibiza de su primera visita es mínima y no ha generado un empeoramiento de la opinión inicial. Este grupo y el anterior no es más que el resultado del factor "tiempo de residencia" sobre las actitudes de los residentes llegados de fuera.
- Individuos de la contracultura (hippies). Los hippies los podríamos considerar un subgrupo de los extranjeros llegados a la isla recientemente ya que poseen una actitud positiva hacia el desarrollo de la isla. La peculiaridad es que muestran gran indiferencia hacia la sociedad local y la isla en general. Se caracterizan por una actitud "egoísta", les preocupa lo que les afecta de forma directa y son indiferentes al resto.

- Trabajadores llegados del sur de la península. Son individuos que llegaron a partir de los años sesenta, con el boom del turismo de masas, con el objetivo de trabajar y prosperar económicamente. Como su objetivo prioritario es su mejora económica tienen una opinión favorable hacia el crecimiento turístico por ser fuente de puestos de trabajo, pero más allá de sus intereses particulares muestran gran indiferencia hacia consideraciones generales del desarrollo turístico. Sólo con el paso de los años, este colectivo empezará a implicarse en las cuestiones turísticas.
- Ibicencos con fuerte dependencia económica del turismo. Este grupo aparece con el inicio de siglo, pero a partir de los años sesenta y setenta es cuando tiene gran importancia numérica. Son personas que deben su progreso económico al turismo y que son conscientes de que la isla no hubiera podido avanzar sin este sector. Sus actitudes son representativas del conjunto de la isla y se caracterizan por una concienciación clara de los impactos negativos que genera, junto al reconocimiento de su importancia capital. Es decir tienen una postura positiva hacia el turismo, principalmente por causas económicas, que no quita que sean plenamente conscientes de los efectos negativos que provoca el turismo.
- Ibicencos con fuerte vinculación con el turismo y gran admiración por los comportamientos de los extranjeros. Son personas que han vivido en el entorno del turismo desde muy jóvenes, trabajan en el sector y tienen una fuerte admiración por el comportamiento que muestran los extranjeros. El primer antecedente de este tipo de personas podemos encontrarlo en los “palanqueros” de la bahía de Sant Antoni en los años cincuenta. No representan un grupo muy numeroso, tienden a imitar el comportamiento de los turistas y a relacionarse mucho con ellos, más allá de lo estrictamente profesional. El deslumbramiento que viven estas personas hace que sus actitudes hacia el turismo sean las más positivas de todas ya que, prácticamente, sólo ven efectos positivos.
- Ibicencos con opiniones negativas hacia el turismo. El alcance del turismo en esta etapa hace que las críticas, iniciadas en los años treinta de forma tenue, empiecen a tomar importancia. Los críticos con el turismo pueden subdividirse en dos tipos según cuál es su queja principal: para algunos los cambios aportados por el turismo son, en general, positivos y critican efectos perniciosos como son la delincuencia, el vandalismo, las drogas, la masificación o el caos veraniego, y para otros la crítica es similar a la de los extranjeros que llevan muchos años residiendo en la isla, es decir critican los cambios medioambientales, sociales y culturales que ha generado el sector turístico de una forma general. Su actitud, en general, es favorable a la existencia del turismo por su importancia económica, pero sus críticas y su valoración de los impactos negativos son muy importantes. Se puede considerar que estos, junto a los extranjeros de las primeras oleadas, son los residentes más críticos con el turismo.
- Ibicencos sin una posición clara. Son un grupo residual formado por los ibicencos de edad avanzada y que aún viven del campo. Su postura es positiva hacia el turismo por las posibilidades de empleo que genera, pero no llegan a comprender la importancia del sector y de sus impactos porque son cambios que se les escapan a su comprensión.

Estos ocho grupos pueden considerarse como una aproximación a la división de opiniones existente en la sociedad insular de finales de los setenta. Se puede considerar que en esta etapa hay un predominio de actitudes positivas hacia el turismo, que convive con un sensible incremento de la preocupación por los impactos negativos que genera. La postura general favorable y el aumento de las críticas a sus impactos se mantienen en la siguiente fase del ciclo de vida.

CAPÍTULO 7. LA IBIZA DEL TURISMO MASIVO

1. Fase de Consolidación: Reflexiones sobre el Turismo (1977-2000).

De la cohabitación entre la población española y extranjera nace una sociedad cosmopolita, marcada por la diversidad. Esta nueva sociedad será la característica básica de la Ibiza de los años setenta y posteriores. Varios elementos reflejan esta realidad:

- Cada vez es mayor la diversidad de nacionalidades de los inmigrantes que llegan a la isla, y mayor, también, la mezcla de estas nacionalidades. Muestra de ello son los colegios, en donde, en algunos casos, se encuentran cuarenta o cincuenta nacionalidades en un mismo centro.
- El peso de la presencia extranjera se deja notar en los medios de comunicación¹²² y en las actividades culturales (Rozenberg, 1990, pp. 212-213).

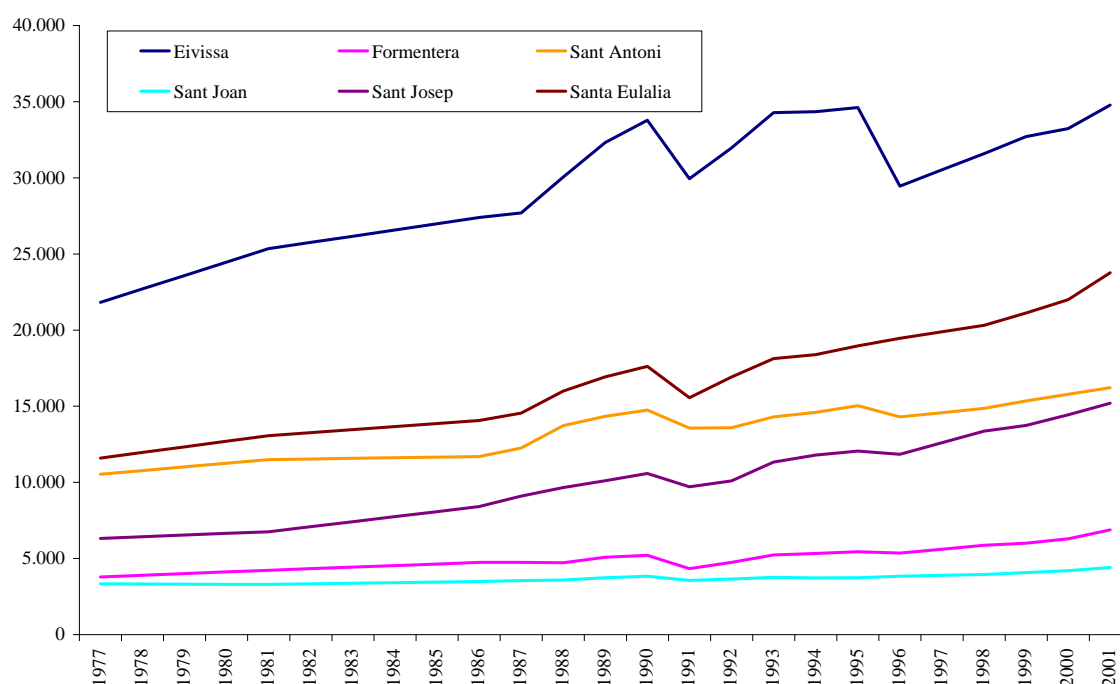


Figura 25: Población de Ibiza y Formentera (1977-2001).

Fuente: censos de población y padrón municipal (www.ine.es).

La Fase de Consolidación se puede subdividir en tres partes (Cirer, 2000):

¹²² Desde el comienzo de los años setenta se vio surgir una sucesión de periódicos en lengua inglesa y alemana destinados a los residentes extranjeros y, ocasionalmente, a los turistas. Estos periódicos se orientan a la vida local y van dirigidos a las comunidades extranjeras proponiéndoles numerosos datos e informaciones útiles: fiestas, exposiciones, direcciones útiles, etc. A pesar de ello, estas publicaciones parecen destinadas a desaparecer al no alcanzar ninguna un nivel de rentabilidad suficiente, ya que los extranjeros residentes adquieren, en general, un nivel de conocimiento del español suficiente como para recurrir a la prensa local en lengua española. Además, la ausencia de estos periódicos en lengua extranjera se cubre con la edición de suplementos dentro de la prensa local. En el ámbito de la radio hay programas y emisoras locales en lenguas extranjeras que se orientan a este sector de la población.

- De 1977 a 1988 se produce una expansión rápida, sólo rota por un pequeño retroceso en 1980 y 1985. En esta época se producen los primeros movimientos y declaraciones críticos con el creciendo en volumen de turistas e infraestructuras.
- De 1989 a 1992 se produce la crisis más fuerte del sector en toda su historia. Esta época constituye la única fase claramente recesiva de toda la evolución. Esta crisis fue un importante toque de atención para la toma de medidas por parte de empresarios y administraciones. Mucha legislación y actuaciones fueron iniciadas o potenciadas a causa de la crisis. Uno de los efectos sobre la oferta fue que en los años noventa se produjeron una enorme cantidad de modernizaciones, la mejora de la calidad media de la planta hotelera y el crecimiento en número de plazas se redujo al mínimo. El principal efecto de esta fase fue la sustitución del crecimiento cuantitativo por el crecimiento cualitativo entre las prioridades de los agentes del sector.
- A partir de 1993 se produjo un crecimiento en el número de turistas más acelerado que en los años ochenta. Es el periodo de mayor crecimiento y mayores cifras de toda la historia. A finales de los noventa las cifras de ocupación turística llegaron a niveles que incluso eran considerados anormalmente elevados por profesionales del sector con décadas de experiencia. En el año 2000 se llegó al máximo de toda la historia.

A pesar de esta división en tres partes, a la hora de comentar la evolución del sector se divide en dos partes: antes de la crisis (años ochenta) y después de la crisis (años noventa).

1.1. Década de los ochenta.

La década de los ochenta empezó bien pero terminó mal. Al llegar a finales de la década, una gran crisis comenzaba a cernirse sobre las Pitiüsas, aunque sus efectos más desastrosos no se notarían hasta principios de los noventa. Este periodo asistió a una consolidación de la industria, a una mayor eficacia promocional y a un asentamiento del turismo en todos sus términos. Con el boom de las discotecas se incorporó el último elemento de la imagen actual de Ibiza.

Categoría	Ibiza			Formentera			Total		
	Est.	Hab.	Plazas	Est.	Hab.	Plazas	Est.	Hab.	Plazas
Hotel 5*	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hotel 4*	6	932	1.762	1	328	623	7	1.260	2.385
Hotel 3*	49	9.116	17.306	1	211	401	50	9.327	17.707
Hotel 2*	25	3.534	6.680	0	0	0	25	3.534	6.680
Hotel 1*	28	2.226	4.215	1	40	75	29	2.266	4.290
Hostal 3*	3	142	330	1	18	34	4	160	364
Hostal 2*	41	1.349	2.468	4	186	337	45	1.535	2.805
Hostal 1*	54	1.408	2.586	25	708	1.339	79	2.116	3.925
Casa de Huéspedes.	74	634	1.110	12	116	193	86	750	1.303
Ciudad de Vacaciones 3*	0	0	0	1	94	251	1	94	251
Ciudad de Vacaciones 2*	1	131	262	0	0	0	1	131	262
Ciudad de Vacaciones 1*	1	239	478	0	0	0	1	239	478
Totales	282	19.711	37.197	46	1.701	3.253	328	21.412	40.450

Tabla 23: Capacidad hotelera a 31 de diciembre de 1980.

Fuente: Planells (1984, pp. 243-244).

El número de establecimientos hoteleros en 1980 ascendía a 328, con capacidad para 40.450 plazas; los alojamientos en apartamentos¹²³ y campings a 39.347 plazas; los restaurantes, en número de 428, poseían una cabida de 25.836 plazas; las cafeterías sumaban 278, y los bares 941 (Planells, 1984, p. 237).

Las deficiencias del boom de finales de los sesenta y principio de los setenta, la falta de profesionalidad, la ausencia de normativas específicas para el sector y el relajamiento que producían unos beneficios seguros condujeron a una pérdida de calidad. Ello fue el detonante de una serie de problemas posteriores, como la llegada de los *hooligans*, una política de precios a la baja por parte de los turoperadores y una imagen en el exterior que nunca había sido tan mala como lo sería en los ochenta. Un crecimiento desmesurado de la oferta respecto a la demanda, una inflación muy superior a la de los países emisores, con el consiguiente aumento de los costes, así como una peseta con una cotización elevada, dieron como resultado unos precios de contratación de plazas bajísimos, que para la gran mayoría de los establecimientos existentes, en especial los más antiguos, llegó a provocar que desapareciesen sus márgenes de beneficio. Esto “ayudo” a reducir la calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes y las necesarias inversiones en conservación de los establecimientos, lo que llevó paulatinamente a la degradación de la oferta (Ramón, 2001, p. 141).

	1983		1984		1985		1986		1987		1988		1989		1990	
	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas
Total	536	60.305	559	62.058	580	63.374	607	67.379	621	71.769	641	75.679	670	79.325	694	84.454
Apartamento	196	17.922	216	19.326	237	20.528	259	21.993	276	23.358	290	24.413	315	26.877	342	28.607
Camping	4	1.223	5	1.473	5	1.473	5	1.473	5	1.473	5	1.583	5	1.583	5	1.583
Ciudad de Vacaciones	3	1.075	3	1.075	3	1.075	3	1.075	4	2.147	4	2.147	5	2.747	7	3.966
Hotel	112	31.569	112	31.569	112	31.569	114	33.597	116	35.733	124	38.529	126	38.865	130	41.038
Hostal	133	7.186	133	7.218	134	7.353	134	7.805	133	7.709	132	7.678	133	7.924	133	8.020
Casa de Huéspedes	88	1.330	90	1.397	89	1.376	92	1.436	87	1.349	86	1.329	86	1.329	77	1.240

Tabla 24: Establecimientos y plazas de alojamiento en las Pitiüsas (años 80's).

Fuente: IBAE y elaboración propia.

Ya desde la década de los setenta los empresarios no habían logrado reinvertir adecuadamente sus beneficios en la mejora de los establecimientos, como es necesario si se quiere mantener el status en el sector (Ramón, 2001, p. 152). En muchos casos se confundían amortizaciones con beneficios y el empresario gastaba en caprichos personales un capital que debía destinarse a costear las mejoras en el hotel. Todo esto fue la causa principal, aparte de otros errores de visión empresarial, de que las plazas que se estaban quedando obsoletas tuviesen como única salida la contratación con turoperadores especializados en gente joven, que venía atraída por la fama de libertad y permisividad de la isla. Estos turoperadores tienen parte de responsabilidad en la degradación que ha sufrido la oferta turística y la imagen de Ibiza en años posteriores.

Esta situación, combinada con la estrategia comercial de dichos turoperadores, provocó la aparición de lo que se conoció como *hooligans*, que tanto han perjudicado la imagen de Ibiza en los mercados europeos. El turoperador que más favoreció la propagación del gamberrismo turístico fue 18-30, aunque no fue el único. Los hoteleros recibían una mayor suma por alojar a estos turistas problemáticos que por turistas más “pacíficos” debido a la garantía que pagaba el mayorista por daños y perjuicios. Ahora bien, los hoteles que se abocaron a este tipo de cliente fueron principalmente los que estaban degradados, de categoría baja o que eran difíciles de

¹²³ Los años finales de los ochenta y los años noventa fueron dominados por los apartamentos (Cirer, 2001b).

vender a clientes más respetables. Y el problema añadido de estos establecimientos era que, tras contratar con este tipo de turismo un par de temporadas, acababan condenados a él para siempre, porque era el único que podían albergar.

Los turistas problemáticos echaron a los “buenos” turistas, es decir los pacíficos y tranquilos, y los hoteleros tuvieron que elegir entre los malos o nada. Y eso sucedió en abundancia en Sant Antoni y en algunos puntos de Platja d'en Bossa. La proporción de turistas “conflictivos” fue siempre reducida en el conjunto de la isla, pero la capacidad de estos jóvenes para generar escándalo resultó muy importante, con la colaboración de los medios de comunicación británicos y españoles que magnificaban la situación. Un ejemplo de los comentarios aparecidos en la prensa británica en esta época es un artículo publicado en el diario británico *Today* en el que el periodista afirma:

“La noche perfecta consiste en aturdirse rápidamente con vodka y ginebra durante la barata *Happy Tour* [alcohol a precio de oferta]. Se habla también de chicas que se prostituyen de manera casual para tener un poco de dinero y que se ofrecen para ir a la cama con los camareros, a cambio de bocadillos y coca cola. [...] A las dos de la madrugada, las jardineras y las calles están llenas de botellas. Los jóvenes llegan como una manada de búfalos desde las barbacoas, donde por dos mil pesetas beben la sangría que quieren. Los policías tienen que soportar gestos abusivos y ordenar a los propietarios de bares que bajen el volumen musical. [...] Los chicos se bajan los shorts, la chica inspecciona y se va con el ganador. A las cuatro de la madrugada hay ríos de cerveza y de orina; he visto a una chica borracha en el suelo, sobre sus vómitos. Pero lo peor de la noche aún está por llegar, cuando los jóvenes británicos van en busca de camellos para comprar droga, cerca de las discotecas” (*Today*, 24 de julio de 1989).

La policía y las autoridades afirmaban que la situación “nunca ha sido tan dramática como han intentado vender los medios de información”, pero los testimonios de los vecinos que recogía la prensa eran distintos:

“¿Cómo pueden decir que aquí no pasa nada cuando yo he visto volar sillas, mesas y vasos en más de una ocasión entre un bar y otro? [...] A mí ya no me sorprende casi nada. No sería la primera vez que por la mañana me encuentro a uno de esos ingleses durmiendo la mona sobre la capota de mi coche y lo tengo que despertar si quiero llegar a tiempo al trabajo” (*Diario de Ibiza*, 13 de agosto de 1989).

La situación más insostenible se producía en el casco urbano de Sant Antoni, sobre todo en el West End. La congregación, en un pequeño espacio, de miles de jóvenes que basaban la diversión en el alcohol provocaba disturbios continuos¹²⁴, agresiones, destrozos de mobiliario urbano y propiedades particulares, escenas escandalosas y todo tipo de desmanes que avergonzaban a la isla. Las sucesivas ordenanzas emitidas por el Ayuntamiento de Sant Antoni y las reuniones con representantes de los mayoristas y las empresas de bares para tratar de imponer un mínimo de normas de convivencia no siempre dieron los resultados deseados (Ramón, 2001, pp. 153-155).

La conflictividad de la zona del West End se achacaba a una falta de efectivos policiales, sobre todo durante la noche, y a los guías de los turoperadores, que conducían a grandes grupos de turistas por una ruta que iba de bar en bar por la zona centro de Sant Antoni. Algunas personas afirmaban que los guías se sacaban un sobresueldo con las comisiones que recibían de los establecimientos por llevarles al grupo de turistas. Esta práctica se conoció en los noventa como *pub crawls* (Ramón, 2001, p. 156):

“Los muchachos, al fin y al cabo, van donde los llevan los guías y si éstos los llevan a bares que les pagan una comisión y les hacen un precio especial para emborracharlos, no nos puede extrañar que acaben a las cuatro de la madrugada en cualquier discoteca en un estado de enajenación mental absoluto” (*Diario de Ibiza*, 13 de agosto de 1989).

¹²⁴ En ocasiones se producían agresiones físicas, peleas multitudinarias, fuertes enfrentamientos entre policías y turistas, agresiones a transeúntes, etc.

Otro problema de los años ochenta fue el *overbooking*, término que inundó el vocabulario del sector y los medios de comunicación de la época. Algunos empresarios, al objeto de asegurarse la ocupación plena de sus hoteles, contrataban sus camas con varios clientes al mismo tiempo. De este modo, si fallaba un contingente de turistas, esas camas no quedarían vacías porque llegarían los del otro turoperador contratado. Sin embargo, esta práctica dio lugar a numerosos trastornos y a una pésima imagen de la oferta, puesto que abundaron los casos en que se presentaban en el hotel los dos grupos de clientes contratados y uno de ellos (el que venía en segundo lugar) encontraba ya ocupadas las plazas que había pagado. De este modo el hotelero desviaba este contingente a otro establecimiento, lo cual no siempre era satisfactorio y las críticas se sucedieron con frecuencia en las temporadas estivales de los ochenta (Ramón, 2001, pp. 161-162).

En cuanto a la nacionalidad de los turistas, cabe mencionar el predominio de ingleses y alemanes en Ibiza. Este hecho es característico del conjunto de Baleares y crea una fuerte dependencia de la situación económica de estos dos países.

Nacionalidades.	Ibiza		Formentera		Pitiüsas	
	Total	%	Total	%	Total	%
Ingleses	198.870	37,21%	338	1,33%	199.208	35,58%
Alemanes	157.584	29,48%	21.302	84,10%	178.886	31,95%
Espanoles	82.632	15,46%	1.474	5,82%	84.106	15,02%
Suecos	20.590	3,85%	25	0,10%	20.615	3,68%
Daneses	20.020	3,75%	5	0,02%	20.025	3,58%
Belgas	9.233	1,73%	439	1,73%	9.672	1,73%
Franceses	8.703	1,63%	487	1,92%	9.190	1,64%
Suizos	7.540	1,41%	703	2,78%	8.243	1,47%
Holandeses	7.651	1,43%	83	0,33%	7.734	1,38%
Austriacos	6.338	1,19%	256	1,01%	6.594	1,18%
Irlandeses	3.485	0,65%	5	0,02%	3.490	0,62%
Italianos	2.564	0,48%	107	0,42%	2.671	0,48%
Noruegos	2.194	0,41%	11	0,04%	2.205	0,39%
Finlandeses	1.474	0,28%	3	0,01%	1.477	0,26%
Estados Unidos	941	0,18%	39	0,15%	980	0,18%
Portugueses	433	0,08%	10	0,04%	443	0,08%
Canadienses	316	0,06%	1	0,00%	317	0,06%
Griegos	21	0,00%	3	0,01%	24	0,00%
Otros: Resto de Europa.	1.760	0,33%	4	0,02%	1.764	0,32%
Otros: Hispanoamérica.	1.472	0,28%	17	0,07%	1.489	0,27%
Otros: África.	281	0,05%	8	0,03%	289	0,05%
Otros: Oriente Próximo-India.	234	0,04%	4	0,02%	238	0,04%
Otros: Asia-Pacífico.	140	0,03%	4	0,02%	144	0,03%
Apátridas y desconocidos.	6	0,00%	0	0,00%	6	0,00%
Total de alojados	534.482	95,48%	25.328	4,52%	559.810	100,00%
Total estancias	5.286.026		262.140		5.548.166	

Tabla 25: Viajeros alojados en establecimientos hoteleros de las Pitiüsas en 1980.

Fuente: Planells (1984, p. 245).

En cuanto a la afluencia turística de la época, podemos resumirlo señalando un crecimiento moderado pero continuo desde 1980 a 1984, una crisis en 1985, una fuerte subida en 1986 (18,2%) y 1987 (16,1%), un moderado crecimiento en 1988 (1,5%) y a partir de entonces se

entra paulatinamente en una profunda crisis (-7% en 1989 y -14% en 1990), con descensos importantes y continuados que se prolongarían hasta mediados de la siguiente década y que terminaría adquiriendo unas proporciones que sembraron el desasosiego en el sector. Si se añade, además, la disminución de estancias por turista en temporada alta, pasando de 14,02 días en 1989 a 13,78 en 1990, y la reducción del gasto por turista y día, pasó de 45,14 € en 1989 a 43,31 € en 1990, vemos la gravedad de la crisis. En esta crisis se produjo un fuerte descenso del turismo extranjero y un claro aumento del turismo nacional, con un aumento del 45,3% entre 1989 y 1990 (Ramón, 2001, pp. 162-163)¹²⁵. Jaume Cladera, Conseller de Turismo del Govern Balear hablaba de la situación y sus causas en una entrevista concedida en 1990:

“Es en función de un análisis autocrítico y riguroso de la situación actual como podemos intentar definir dicha crisis, su extensión y profundidad, y delimitar a qué componentes de nuestra actividad turística puede aplicarse y en qué medida [...]. ¿Se trata de una crisis de nuestro modelo vacacional? ¿Estamos ante una crisis de competitividad o ante un cambio de tendencia de la demanda frente a las vacaciones de sol y playa, o simplemente constatando un marcado desequilibrio entre la oferta y la demanda? [...] Se confirma el descenso de llegada de turistas extranjeros a todos los destinos españoles de sol y playa, que se inició el pasado 1989 [...] A dicha disminución se ha unido el excesivo crecimiento de la oferta turística, prácticamente en todas las zonas, en los últimos tres años. [...] [La crisis] se ha materializado en construcciones de apartamentos y alojamientos extrahoteleros que no siempre mejoran los servicios y prestaciones ofertados por los hoteles y que permiten una explotación más barata y sencilla. [...] El influjo de la fortalecida peseta, hecho que no presenta síntomas de cambio, habrá condicionado la contratación de estos años [...], lo que hace que empiece a ser considerado como un país turísticamente caro, comparativamente a otros destinos de la competencia” (*El País*, 29 de julio de 1990).

La crisis que se produjo a finales de los ochenta y principios de los noventa puede achacarse a un conjunto de diversos factores (Ramón, 2001, p. 163): los cambios políticos y económicos que se produjeron en el país, cambios socio-culturales en España y en las Pitiüsas, cambios en el tipo de turistas y sus comportamientos (cambios sociales y culturales en los países de origen que producían cambios en las preferencias turísticas de sus habitantes), el exceso de oferta de plazas que se produjo a finales de los ochenta¹²⁶, la degradación de la oferta, y todo ello agravado por la situación internacional, pensemos en los problemas existentes en el Golfo Pérsico.

Esta crisis tuvo un punto positivo y es que estimuló a los dirigentes políticos y a los empresarios del sector a buscar soluciones que pasaban por la modernización de la oferta hotelera, la reducción del número de plazas o evitar que siguiera el crecimiento de décadas anteriores, desarrollo de una oferta de mayor calidad en los servicios prestados y respetuosa con el medio ambiente, y tomar un papel más activo en la promoción turística, no dejando el control del canal de distribución en manos exclusivas de los turoperadores extranjeros.

1.2. Década de los noventa.

La década de los noventa se caracteriza por la crisis de sus inicios y por el proceso de modernización y reflexión colectiva. Fue precisamente coincidiendo con la crisis cuando comienza a surgir una gran cantidad de normativas destinadas a reconvertir los establecimientos para adaptarlos a las nuevas exigencias y cuando la conciencia medioambiental surgida en los ochenta se empieza a plasmar en medidas concretas (Ramón, 2001, p. 179).

¹²⁵ Tradicionalmente, cuando se produce una crisis económica, la población tiende a reducir el gasto en turismo. En unos casos no se viaja o se viaja menos tiempo y, en muchos casos, se sustituyen los viajes al extranjero por viajes dentro del territorio nacional.

¹²⁶ Entre 1985 y 1990 se registró la mayor tasa de crecimiento de las plazas turísticas desde finales de los sesenta. El ritmo de aumento de las plazas fue de un 6% acumulativo anual, destacando los incrementos del segmento de apartamentos turísticos. Era el resultado de sucesivas temporadas de demanda elevada combinadas con un cambio de legislación básica, la Ley 7/88 del Govern Balear (Ley Cladera). Esto hizo que mientras los turistas se reducían, las plazas aumentaran más de lo que habían aumentado hasta entonces (Cirer, 2001b).

La crisis que azotó entre finales de los ochenta y principios de los noventa fue muy grave y afectó a todos los sectores de la sociedad. Ernesto Ramón comenta al respecto:

“Hasta la población disminuyó de forma perceptible, debido a la salida masiva de inmigrantes que abandonaban la isla al perder su puesto de trabajo. [...] Según algunas estadísticas citadas por los periódicos insulares de la época el número de personas que en 1992 habrían abandonado las Pitiüsas podría elevarse hasta las 5.000” (Ramón, 2001, pp. 179-182).

Aparte de los descensos en el consumo y los aumentos en el paro la crisis produjo efectos “chocantes” como los que comenta Ernesto Ramón:

“Pese a la reducción de la población, lo que sí aumentaba eran las patologías psicológicas infantiles, que subieron un 25% en los años 1991 y 1992. Los especialistas atribuían a la crisis económica el incremento en las islas del número de menores con trastornos psíquicos y anomalías en la dinámica familiar” (Ramón, 2001, p. 183).

	1991		1992		1993		1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas
Total	682	86.519	656	85.361	636	82.108	629	82.039	636	83.468	637	84.014	649	85.751	659	86.636	662	86.981	666	87.382
Apartamento	337	29.241	326	28.265	325	26.093	318	26.080	323	26.404	324	26.557	331	27.065	333	27.258	334	27.268	334	26.995
Hotel rural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32
Agroturismo	0	0	0	0	0	0	2	17	2	17	3	25	5	55	6	64	7	84	7	84
Camping turístico	5	1.583	5	1.583	5	1.583	5	1.583	6	1.958	7	2.358	6	1.998	6	1.998	6	1.998	6	1.998
Ciudad de Vacaciones	7	4.339	7	4.339	8	5.216	9	5.232	9	5.272	9	5.272	9	5.312	9	5.312	9	5.312	9	5.312
Hotel	133	42.232	133	42.232	134	41.702	101	35.350	100	35.495	100	35.499	103	36.249	103	36.303	103	36.313	104	36.519
Hotel Residencia	0	0	0	0	0	0	24	3.282	25	3.445	25	3.445	25	2.926	27	3.312	27	3.312	25	2.989
Hotel Apartamento	0	0	0	0	0	0	7	2.930	8	3.450	8	3.450	9	4.485	12	4.865	13	5.122	14	5.243
Residencia Apartamento	0	0	0	0	0	0	3	184	3	184	3	184	3	184	4	226	4	226	7	848
Hostal	131	7.958	131	7.958	118	6.677	46	2.811	46	2.736	45	2.686	43	2.606	42	2.413	42	2.413	42	2.413
Hostal Residencia	0	0	0	0	0	0	68	3.743	69	3.677	71	3.747	75	4.124	77	4.112	77	4.160	78	4.208
Casa de Huéspedes	69	1.166	54	984	46	837	40	685	39	688	36	638	35	622	35	622	35	622	35	622
Fonda	0	0	0	0	0	0	6	142	6	142	5	121	4	93	4	119	4	119	4	119

Tabla 26: Establecimientos y plazas de alojamiento de las Pitiüsas (años 90's).

Fuente: IBAE y elaboración propia.

Los responsables políticos apuntaron al exceso de oferta de plazas de alojamiento como una de las principales causas de la situación. La Conselleria de Turismo del Govern Balear sostenía que la existencia de esas plazas en oferta favorecía la reducción de precios, lo que conllevaba la imposibilidad de mejorar los servicios y la calidad del turismo. El responsable de la Conselleria, Jaume Cladera, reclamó solidaridad a los hoteleros de las Pitiüsas para evitar una política de precios a la baja. El problema del exceso de oferta se complicaba aún más debido a que un importante porcentaje de las plazas existentes eran ilegales y, consiguientemente, incontrolables por las administraciones¹²⁷. Además, el exceso de oferta se convierte en un problema doble

¹²⁷ Una comisión especial constituida en el seno del Parlament balear para estudiar la oferta turística ilegal en toda la Comunidad Autónoma calculó que en Ibiza y Formentera existían en 1990 más de 40.000 plazas en situación

cuando llega una situación de crisis, y la suma de los factores “más camas” y “crisis” resulta fatal (Ramón, 2001, pp. 180-181).

La crisis hizo ver a los responsables de la Administración que era necesario plantar cara a los turoperadores y empezar a tomar las riendas del canal de distribución, buscando los clientes por otros medios que no fueran los mayoristas¹²⁸. Ernesto Ramón lo expresaba en las siguientes palabras:

“realmente, los hoteleros de Ibiza y Formentera estaban en manos de los turoperadores, pues con sus estrategias empresariales acababan decidiendo no sólo el tipo de clientela del hotel, sino también los precios, y casi siempre eran calidades a la baja” (Ramón, 2001, p. 187).

A partir de los años noventa, con la grave crisis sufrida, las presiones de los turoperadores para bajar precios y las plazas vacías que quedaban en los establecimientos, se dieron cuenta de que no se podía depender de los mayoristas, exclusivamente, y que se debían buscar canales de distribución que permitieran prescindir de ellos. Además a finales de la década de los noventa, con el auge de Internet y las compañías aéreas *low cost*, se convirtió en más asequible la posibilidad de realizar una distribución directa, evitando los intermediarios. Desde entonces conviven ambas fórmulas de distribución, lo cual da una mayor flexibilidad al sector hotelero a la hora de ocupar sus plazas.

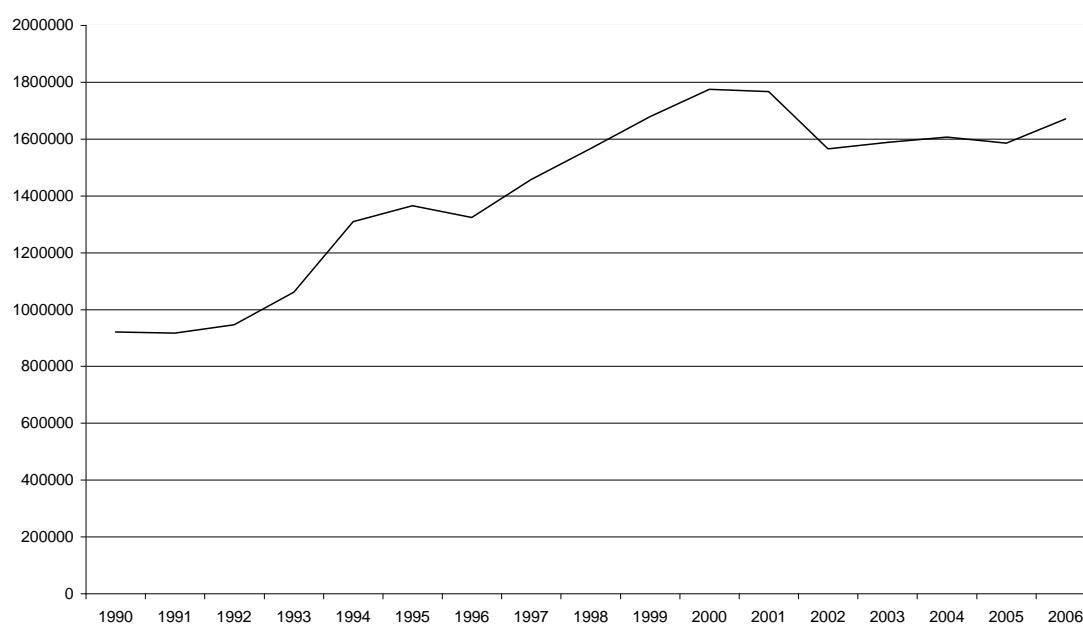


Figura 26: Turistas llegados a Ibiza y Formentera en los años noventa.

Fuente: Institut d'Estadística de les Illes Balears – IBESTAT (<http://www.caib.es/ibae/ibae.htm>).

A partir de 1994 se produjo una progresiva recuperación de las cifras de afluencia turística, tras la crisis de finales de los ochenta y principios de los noventa. En 1994, el número de llegadas internacionales del aeropuerto de Ibiza volvía a ser similar al registrado en 1987 (1.101.700 en

irregular que, sumadas a las 80.000 legales, supone una oferta global de 120.000 plazas. Era en los apartamentos donde más abundaba la oferta ilegal (Ramón, 2001, p. 180).

¹²⁸ En las islas uno de los problemas que se arrastran es que debido a la forma de crear la planta hotelera en sus inicios, las infraestructuras hoteleras se encuentran de forma mayoritaria en manos de gente de la isla, pero se implantó desde el inicio un modelo de distribución turística que se basaba en una fuerte dependencia de los mayoristas, lo cual provocaba que en realidad fueran ellos los que controlaran el canal de distribución.

1987 y 1.189.100 en 1994), justo antes de la crisis. Pero la cifra global de turistas llegados en avión, si se añaden los españoles, alcanzó las 2.092.000 personas, rebasando la simbólica barrera de los dos millones (Ramón, 2001, pp. 201-202). El crecimiento en el número de llegadas fue constante hasta llegar a su apogeo hacia 1999 y 2000. Desde entonces se producen declives y recuperaciones de menor calado que en los años previos. En la segunda mitad de los años noventa (tomando como referencia 1998), los británicos constituían prácticamente el 44% de todos los visitantes, seguidos de los alemanes (24%). El resto se reparte entre españoles (9%), italianos (7%) y franceses (5%), siendo los demás mercados bastante residuales (Ramón, 2001, p. 202).

A finales de los noventa se disparó la construcción en Ibiza, y estos fuertes niveles de construcción no empezaron a aminorar hasta el 2007 y 2008. Esto provocó una situación que no se producía hacía años: la mano de obra escaseaba y fue preciso buscar obreros fuera de la isla, tanto en la Península como en el extranjero. Sin embargo, lo que no creció de manera espectacular fue el número de plazas turísticas. Ello fue posible por varias razones: en primer lugar, las leyes cada vez más restrictivas han puesto trabas a la creación de nuevos establecimientos, pero, sobre todo, el fenómeno de la vivienda vacacional ha invadido la oferta. Residencias particulares en el campo han pasado a acoger turistas que prefieren alojarse en una vivienda en plena naturaleza, antes que compartir su espacio en un hotel con cientos de personas más. Ello ha provocado un floreciente negocio paralelo, que reporta significativas cantidades a muchos propietarios particulares, al margen de la industria turística. En esta época los hoteleros observaron que sus niveles de ocupación se mantenían muy estables mientras que el número de llegadas en el aeropuerto crecía de forma significativa (Ramón, 2001, pp. 202-203).

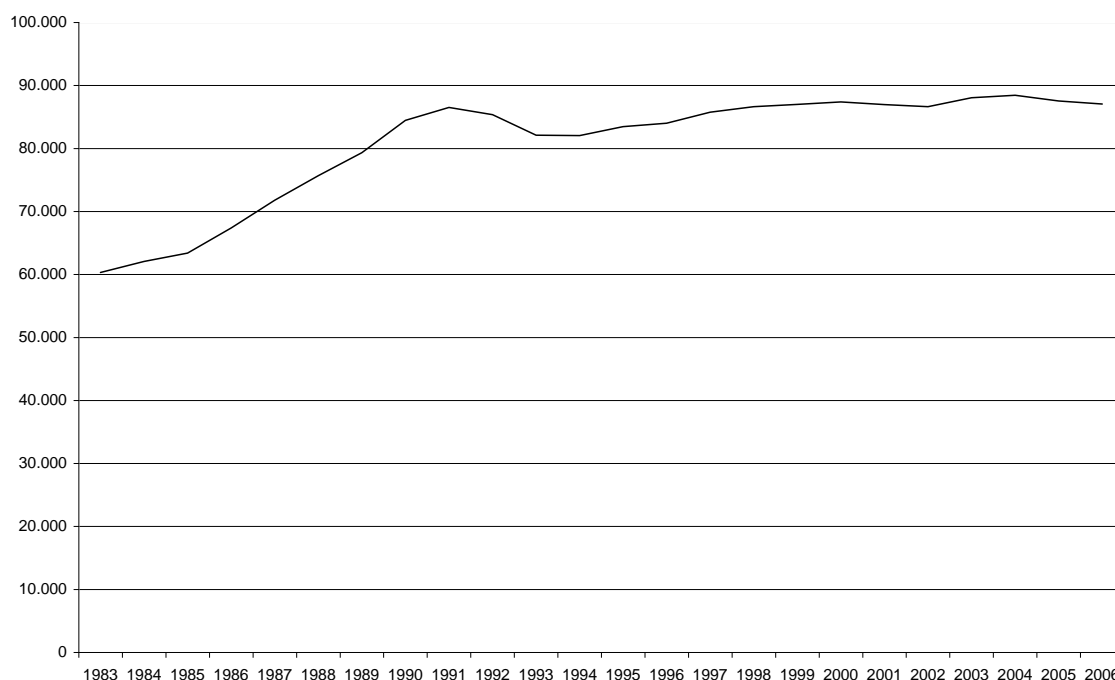


Figura 27: Número de plazas turísticas en Ibiza y Formentera (1983-2006).

Fuente: Institut d'Estadística de les Illes Balears – IBESTAT (<http://www.caib.es/ibae/ibae.htm>).

Tras el final de la crisis de principios de los noventa el crecimiento del número de plazas hoteleras ha sido muy moderado. Entre 1993 y el 2000 el crecimiento acumulado anual de las plazas turísticas no ha llegado al 1%. Además el crecimiento se ha concentrado en los establecimientos de gama alta (hoteles de 4 y 5 estrellas y apartamentos de 3 llaves). Las nuevas construcciones son escasas, pero las remodelaciones drásticas y las obras de mejora afectaron a

la mayor parte de la planta hotelera, implicando en muchos casos un aumento de categoría del establecimiento (Cirer, 2001b). Hay que mencionar que estas reformas y mejoras eran muy necesarias debido a la obsolescencia que acumulaban muchos de los establecimientos abiertos en los años del boom turístico. Los años finales de los noventa y los primeros del siglo XXI vienen presididos por el aumento de la oferta de alta gama¹²⁹. A finales del siglo XX había 322 establecimientos hoteleros con más de 57.000 plazas, 349 bloques de apartamentos con 28.000 plazas, 733 viviendas turísticas vacacionales y otros sistemas de alojamiento que superan las 8.000 plazas. Las viviendas unifamiliares ascendían a más de 50.000 (Méndez, 2001).

Los principales objetivos del cambio de siglo han sido la desestacionalización y el fomento de un turismo cultural y ecológico. La pretensión de desestacionalizar, o alargar la temporada, es tan antigua como el sector turístico, ya que en los años treinta del siglo XX ya era un tema de debate, pero el problema no sólo se ha corregido a lo largo del siglo XX sino que ha empeorado. En el año 2000, sólo abrieron durante el invierno 10 hoteles (Ramón, 2001, p. 213).

En lo referente al turismo cultural y ecológico, la creación de agroturismos y hoteles rurales ha permitido establecer una oferta de alto nivel para los amantes de los espacios naturales, pero la potenciación del turismo cultural aun deja mucho que desear. Algunos hoteles de alta categoría abiertos recientemente, el palacio de congresos y algunos otros proyectos son un resquicio de esperanza de que un nuevo tipo de turismo haga acto de presencia en las temporadas media y baja.

1.3. Discotecas, *clubbers* y *raves*.

Si la fase de implicación tuvo como elemento característico la llegada de artistas de todo el mundo y la fase de desarrollo el movimiento hippie, la fase de consolidación posee las discotecas como signo distintivo.

La imagen de juerga continua sería difícil de explicar sin el auge que tuvieron las discotecas ibicencas en los años ochenta. Ya existían establecimientos precursores en la ciudad de Ibiza a finales de los años cincuenta, pero las discotecas tal y como las conocemos hoy en día hicieron acto de presencia a lo largo de los años setenta. En los ochenta se produjo un incremento del número y las dimensiones de este tipo de establecimientos, espoleado por el auge de los clubs del Reino Unido (pensemos en la sala Ministry of Sound). En los años ochenta Pacha, Angel's, Playboy, Amnesia y Ku (hoy Privilege) constituían reclamos turísticos de fama mundial. De entre estas discotecas destacaba Ku, en Sant Rafel, como referente y símbolo de la marcha nocturna de la isla (Ramón, 2001, p. 158). También debe reconocerse que era la más gigantesca de todas ellas y se encontraba muy bien situada¹³⁰. El auge de las discotecas fue tan grande que incluso la Conselleria de Turismo del Goven Balear se sumo a esta moda y lo uso en la promoción turística (Ramón, 2001, p. 159).

A principios de los noventa se produjo una reducción de este auge, en parte por los cambios de tendencia que se produjeron en el Reino Unido¹³¹ y en parte por la crisis turística general. En los años posteriores se intento corregir la imagen de destino turístico de desenfreno y fiesta para no ahuyentar a los otros tipos de turismo que interesaba atraer. A pesar de ello, a partir de los

¹²⁹ La mejora en la oferta hotelera implica una mejora en la preparación de los empleados. A lo largo de los años noventa es cuando se produce la auténtica profesionalización de la Escuela de Turismo. En el curso 1995-1996 las matrículas de primer curso rebasaron el centenar y la plantilla ya era de 30 profesores. En 1996 se incorporaron los estudios de turismo en el Ministerio de Educación, y a partir de entonces ya puede hablarse de una escuela universitaria y de estudios universitarios. Otro gran cambio fue la integración de la Escuela de Turismo como centro adscrito en la Universitat de les Illes Balears, efectiva a partir del curso 1998-1999 (Ramón, 2001, pp. 191-192).

¹³⁰ Ku cerró por quiebra a causa de la crisis a principios de los noventa y, posteriormente, en esa misma década fue reabierta con el nombre de Privilege.

¹³¹ La generación de clubbers de los ochenta ya estaba mayor y las nuevas generaciones no eran tan aficionadas a este tipo de locales.

noventa se creó un grupo de discotecas que constituyen la imagen de la isla (Amnesia, Edén, Es Paradís, Pacha, Privilege, Space).



Figura 28: Localización de las grandes discotecas existentes a finales del siglo XX.

Fuente: elaboración propia.

En esta fase aparece el fenómeno de los *clubbers*. Traídos fundamentalmente desde Gran Bretaña por grupos como Ministry of Sound, Cream, Manumisión, etc., miles de jóvenes turistas comenzaron a venir a la isla exclusivamente atraídos por las grandes fiestas que se organizaban¹³². Vicente de Oteyza indicaba que nada tenía que ver el *clubber* con el *hooligan*.
Los clubbers

“proceden de las clases media o media-alta, exhiben glamur en su vestimenta y en su estilo y son incondicionales adoradores de sus ídolos del *techno*, el *house*, el *jungla*, el *trance* o el *garage*. Más que ligar en las discotecas buscan trabar una simple amistad para disfrutar de la música y del baile trepidante” (*Diario de Ibiza*, 8 de octubre de 2000).

A parte de las fiestas nocturnas legales, representadas por las discotecas y pequeños clubs nocturnos de la isla, existen las fiestas ilegales o *raves*. En los años cincuenta y sesenta ya se producían fiestas ilegales en casas de campo, playas y zonas rurales, pero es a partir de los noventa cuando las *raves* toman grandes dimensiones y ganan en frecuencia. Ernesto Ramón comenta:

“El propio campo se ha convertido en una extensión de las discotecas. Determinados particulares organizan fiestas ilegales en espacios naturales donde está prohibido este tipo de actuaciones. Hasta mil personas llegan a concentrarse en fiestas que duran entre dos y cuatro días. Apartados rincones de la Naturaleza, preferiblemente en la costa

¹³² En los últimos años este fenómeno ha llegado al extremo de paquetes turísticos que incluyen avión en compañía de bajo coste y entrada en una discoteca de la isla, sin alojamiento. En estos casos, se trata de viajes de una sola noche en los que el avión substituye al autobús o el taxi.

virgen, lejos de aglomeraciones urbanas, sirven de escenario para este tipo de actos, donde cientos de automóviles se aparcen en las inmediaciones. Los potentes altavoces crean un ambiente frenético y el clima de las discotecas se traslada así fuera de sus fronteras propias. Sólo en un fin de semana del mes de septiembre de 2000, las fuerzas de seguridad dismantelaban hasta tres fiestas ilegales, pero algunas logran llevarse a cabo” (Ramón, 2001, p. 206).

El hecho de que busquen costas vírgenes para organizar estas fiestas ha hecho que se den con gran abundancia en la costa norte de la isla y que el ayuntamiento de Sant Joan tenga verdaderos problemas para mantener en buen estado su patrimonio natural.

Además de las fiestas en las zonas rurales de la isla, otro hecho habitual en la isla son los *after-hours*. Se caracterizan por abrir por la mañana temprano, cuando cierran las discotecas convencionales, y no cierran hasta la tarde o la noche. Algunos establecimientos tienen los dos tipos de oferta, “convencional” y *after-hours*, y prácticamente no cierran nunca en la temporada estival.

Las discotecas, las *raves* y todo lo que las rodea tuvo gran impacto mediático. Manuel Cuellar explicaba en *El País Semanal*, durante el verano de 2000:

“¿Por qué Ibiza? ¿Qué tiene esta isla mediterránea de 83.000 habitantes que ya estaba de moda hace 30 años para que los mejores creadores se trasladen hasta aquí? ¿Qué posee ese nombre para que se haya convertido en una marca infalible cuando se imprime en la carátula de un disco? ‘Es una mezcla de cosas, Ibiza es una cocina muy sutil en la que influyen muchos ingredientes. Podemos hablar del tópico de la magia, que la hay; pero de cinco años para acá es algo más. Cientos de *raves* (fiestas) legales e ilegales, música por todas partes y a todas horas, en los locales, la playa, el campo. La gente quiere intercambiar ingredientes que ha traído desde todo el mundo: vivencias, experiencias con las drogas... Todo influye, hasta el *viaje* que tenga en un momento determinado un *dj*. La mente se abre a nuevas experiencias. La unión de todas esas cosas hace de Ibiza el lugar ideal’, explica Mr. Papi frente a un plato de arroz a banda” (*El País Semanal*, 13 agosto 2000).

1.4. Actuaciones de las administraciones.

La Comunidad Autónoma de Baleares asumió las competencias de turismo en noviembre de 1983. Este momento representó el pistoletazo de salida a una serie de decretos, leyes y otras disposiciones dictadas directamente desde las islas. En 1987, el *Llibre Blanc del Turismo a les Balears* marcaba las bases a tener en cuenta en el futuro: las islas constituyen un territorio limitado con recursos aún más limitados que es preciso poner a salvo para que el turismo de masas no termine de devastarlos, apunta que deberá diseñarse un modelo territorial acorde con esas limitaciones de recursos, y menciona los problemas de transporte y las desigualdades entre las distintas islas.

Las principales iniciativas adoptadas por el Govern Balear en uso de las competencias adquiridas y para hacer frente a las tendencias de futuro indicadas por el *Llibre Blanc* fueron (Ramón, 2001, pp. 168-173, pp. 193-197):

- El Plan Extraordinario de Inversiones en mejoras de infraestructuras de las Zonas Turísticas, popularmente conocido como “planes de embellecimiento”, tenía como objetivo adecuar los espacios públicos de las zonas turísticas.
- Ley 7/88 de Medidas Transitorias de Ordenación de Establecimientos Hoteleros y de Alojamientos Turísticos (Ley Cladera). Esta ley tenía por objetivo empezar a limitar el crecimiento turístico en las islas¹³³.

¹³³ La Ley 7/88 era una medida transitoria hasta que se aprobara el Plan de Ordenación de la Oferta Turística (POOT), que, sin embargo, no se aprobaría hasta los noventa. La llamada Ley Cladera constituyó un importante precedente de la futura ordenación turística, puesto que admitió la necesidad de frenar la expansión urbanística. Debe

- Plan de Marketing Turístico, para desarrollar una actuación coherente que coordinara los esfuerzos de los distintos agentes implicados en el sector de cara a la promoción y comercialización turística.
- Ley 3/90 por la que se crea el Plan de Modernización de la Planta Hotelera. Pieza clave de la modernización y mejora de la calidad de los hoteles. Las obras de mejora que implicaba este plan se ejecutaron de forma masiva en la década de los noventa¹³⁴.
- La Ley de Espacios Naturales (LEN), de enero de 1991, que iba a suponer uno de los textos más importantes para la ordenación territorial balear y la principal en protección medioambiental. La LEN representó la primera y más eficaz herramienta legal para preservar físicamente los espacios más emblemáticos.
- Plan de Ordenación de la Oferta Turística (POOT) de Ibiza y Formentera, aprobado en 1997. Su principal virtud consistía en definir cuáles eran las zonas turísticas de las islas; es decir, aquellas en las que a partir de ahora sería posible seguir construyendo plazas turísticas.
- La Ley 2/99 General Turística de las Islas Baleares, que recogía el principio general de eliminar una plaza turística por cada nueva que se creara en el futuro. El objetivo era limitar la construcción y potenciar los establecimientos de alta o muy alta calidad.
- La Ley 6/99 de Directrices de Ordenación del Territorio (DOT).

En esta fase, el principal objetivo de la administración autonómica fue limitar la oferta, considerada excesiva, y mejorar su calidad. Hacia mediados de 1989, tanto la Conselleria de Turismo del Govern Balear como los propios hoteleros de Mallorca admitían que en la Comunidad Autónoma sobraban unas 50.000 plazas, de las que unas 20.000 corresponderían a las Pitiüsas. La existencia de este contingente sobrante de plazas forzaba precios a la baja, al no poseer demanda suficiente. No obstante, y de manera paradójica, se seguía registrando una importante presión constructora de nuevos establecimientos. Los anuncios de la inminente aprobación de la Ley Cladera, que en 1988 entraba en vigor para restringir la construcción de hoteles, tuvieron parte de la culpa de estos incrementos, por otra parte poco lógicos. El anuncio de la aprobación de esa normativa y la inquietud que sembró entre muchos promotores espoléó una cierta oleada constructora para eludir los efectos de la nueva ley (Ramón, 2001, p. 160).

En cualquier caso, la palabra “reconversión” comenzó a impregnar el sector a finales de la década de los ochenta, crisis mediante. La actuación de la Conselleria de Turismo del Govern iba a ser capital durante los años siguientes. Jaume Caldera preveía también la eliminación de plazas, a través de un plan específico (Ramón, 2001, p. 160). Tomás Méndez comentaba en 1989 la propuesta del Conseller balear:

“Cladera ha presentado al Govern Balear un plan financiero de ayuda para eliminar 50.000 plazas turísticas. Estas ayudas serán similares a las que tiene el Mercado Común para eliminar los excesos de producción agrícola en el vino, leche, azúcar, etc. Subvenciona a los agricultores que arranquen las viñas (en nuestro caso subvención por cierre de hoteles). Ayuda a reconvertir las explotaciones que no sean rentables, concede jubilaciones anticipadas y reconvierte al personal (a través de formación profesional) hacia otras actividades” (*Diario de Ibiza*, 16 de julio de 1989).

Méndez además presagiaba una escasa afectividad de estas medidas:

“No creo que podamos hacernos muchas ilusiones de que estas medidas se apliquen al sector turístico. En primer lugar, el peso en el presupuesto comunitario de estas ayudas no es muy importante, y por supuesto no lo tienen previsto en el sector hotelero.

advertirse que, antes de la aprobación de la ley 7/88 se había dictado, en 1984, el llamado “Decreto Cladera”, precedente de la posterior Ley Cladera (también se les llamó leyes Cladera I y II). Dicho decreto constituyó, en realidad, el primer intento de ordenar urbanísticamente la oferta hotelera.

¹³⁴ Los empresarios no acogieron con excesivo entusiasmo el Plan de Modernización en un principio pero al final lo aceptaron. A los hoteleros no les gustó que les dijeran lo que tenían que hacer con sus establecimientos, aunque dada la dejación de la planta hotelera la valoración final fue positiva.

¿Quién financiará este plan? ¿Con préstamos alemanes o europeos más baratos que los españoles? ¿La Comunidad Autónoma o el Gobierno central? Hay que saber la respuesta a estos interrogantes para poder saber la viabilidad del plan” (*Diario de Ibiza*, 16 de julio de 1989).

En esta misma línea se expresaba Vicente Cardona, presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF), al recordar que, en efecto, sobran plazas, pero advertía que antes que reconvertir lo existente, debería eliminarse de manera tajante la oferta ilegal, sometiéndose además la construcción de nuevas plazas a un control muy riguroso (Ramón, 2001, p. 161).

Si en noviembre de 1983 la Comunidad Autónoma de Baleares recibió de Madrid las competencias en Turismo, en noviembre de 1996 estas competencias pasaron a manos del Consell Insular de Ibiza y Formentera, aunque la promoción seguía centralizada en Palma (Ramón, 2001, pp. 208-210).

El conjunto de legislación que fue aprobada desde la transferencia de competencias a la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares ordenó y restringió el crecimiento turístico en gran medida. El resultado es que al entrar el siglo XXI la evolución de la oferta turística se fundamenta más en derribar establecimientos obsoletos y construir establecimientos nuevos en su lugar, o en rehabilitar los existentes que en construir nuevos establecimientos.

1.5. Actitudes de los residentes.

En esta época se consolidan dos posturas enfrentadas: los que defienden la necesidad del desarrollo turístico, por pragmatismo económico, y los que consideran que el turismo ha llegado a su máximo, ya que las aglomeraciones masivas en espacios naturales, el elevado tráfico, los vertidos, la contaminación, la polución, la degradación del paisaje y la esquilmación de los recursos naturales han llevado la isla a su límite.

En los años ochenta aparecen importantes toques de atención contra la masificación, la degradación de la oferta, los daños medioambientales, el deterioro de la imagen de la isla, etc. (Ramón, 2001, p. 9). Las críticas a los impactos negativos del turismo, empezadas en los setenta, toman importancia en los ochenta de la mano de diversas entidades culturales y medioambientales. A pesar de ello la urbanización del territorio siguió a buen ritmo durante la década de los años ochenta, y zonas que a principios de la década se encontraban prácticamente desiertas a finales de la década eran la fachada de grandes urbanizaciones. Este hecho era perceptible para todos los que vivieron esa época. Laurel Gross comentaba:

“Cuando vinimos por primera vez [1979] no había ningún casino y la ciudad de Ibiza vista desde una de las carreteras que conducen a ella se elevaba hasta el cielo, afilada como una pirámide, en vez de la zona moderna que ahora la rodea extendiéndose como una masa” (Ramón, 2001, p. 229).

En zonas como la bahía de Sant Antoni los cambios eran muy significativos, tal y como describen Roy y Margaret Taylor:

“En Sant Antoni, los cambios habían sido muy grandes. Lo que entonces era un pacífico puerto en el que incluso había aves silvestres en sus aguas hacía pocos años, estaba plagado ahora de barcos de todos los tamaños y además había buques de líneas regulares con contenedores que entraban y salían diariamente, además de lujosos yates y lanchas a motor que conformaban un nuevo aspecto de la fachada marítima del pueblo. Aún existían pequeños ferrys y barcos con fondo de cristal que partían hacia las calas cercanas. La ciudad de Sant Antoni en sí misma parecía ahora una colección de bares urbanos, discotecas y tiendas que vendían los típicos suvenires para turistas” (Ramón, 2001, p. 235).

Aunque los cambios afectaron a toda la isla, en algunas zonas el desarrollo se produjo de mejor manera que en otras. Los Taylor valoraban los cambios acaecidos en Santa Eulària diferente a como lo hacían de Sant Antoni:

“Santa Eulària había cambiado también, aunque de un modo más racional. Su fachada marítima era preciosa, pero ahora se podían ver yates de precios multimillonarios por todas partes. En torno a la playa, frente a los hoteles y cafés había un espléndido paseo y en un extremo del pueblo, unas pequeñas ramblas en las que se podían comprar regalos de todo tipo” (Ramón, 2001, p. 236).

A principios de los ochenta aparece el ecologismo organizado y un cierto regionalismo que busca conservar la cultura local. Las preocupaciones ecologistas en Ibiza ya se habían expresado a finales de la década anterior (manifestación contra la urbanización de Ses Salines, en 1977), pero será a partir de 1982 cuando este movimiento quede formalmente fundado con la constitución del Grup d'Estudis de la Natura (GEN) (Ramón, 2001, p. 143). La expansión de las infraestructuras turísticas se convirtió en abrumadora para una parte cada vez más amplia de la sociedad insular. Mucha gente consideraba que el desarrollo turístico ya estaba llegando a su límite o que no debía crecer más. Los ecologistas no rechazaban el turismo, en realidad argumentaban que era necesario preservar el medio ambiente para preservar el turismo, uniendo dos conceptos complementarios: protección ecológica y turismo de calidad.

A esto se añade la dejadez de la Administración al no invertir en infraestructuras y no tomar las medidas legislativas necesarias para poner orden en el crecimiento turístico. En 1990, una carta de los obispos de Baleares titulada “Ecología y Turismo en Nuestras Islas” comentaba de forma muy lúcida los pros y contras del turismo y reivindicaba la actuación de la Administración para corregir los problemas que se podían dar con el desarrollo turístico (Ramón, 2001, pp. 144-148).

No obstante, muchos extranjeros que vivieron esta fase del desarrollo turístico consideran que aún quedan elementos del viejo atractivo de la isla, a pesar del desarrollo. Laurel Gross habla de la Ibiza de finales de los noventa en las siguientes palabras:

“Las cosas que amamos de la isla aún existen: el mar, el cielo, las magníficas vistas de las playas, rocas y montañas, así como el estado de ánimo y las sensaciones que experimentamos cuando las vemos. [...] Tal vez, para tener hoy en día esas sensaciones, tienes que tomar un camino secundario y, probablemente, venir fuera de temporada, [...]. Pero, igual que un viejo amigo, Ibiza nunca nos ha decepcionado [...]. Incluso hoy en día, conduciendo por el campo, al pasar una curva puedes ver a un hombre solitario o a una mujer encorvada sobre una pequeña extensión de terreno áspero, trabajando la tierra del mismo modo que la gente lo ha hecho durante diez, veinte, cuarenta o incluso cien años. Y todavía es posible, cuando vas deambulando, perderte en las callejuelas propias de una ‘casbah’ en la ciudad vieja, o tras haber tomado una dirección equivocada en algún lugar de la zona rural, terminar en un lugar tranquilo que parece inesperadamente correcto” (Ramón, 2001, pp. 228-229).

Roy y Margaret Taylor muestran una opinión similar a la de Laurel Gross y consideran que aún, en el interior de la isla, existe la Ibiza tradicional:

“A principios de los ochenta teníamos la sensación de que ya no era posible encontrar un ambiente de relativa calma en las vacaciones cerca de Sant Antoni, por lo que recorrimos varios lugares y finalmente encontramos un alojamiento ideal, lejos de las multitudes y el ruido, enclavado en una preciosa zona del campo. Ahora nos daba igual alojarnos lejos de una buena playa, porque podíamos disfrutar de nuevo de paseos por el campo. Era muy interesante descubrir cómo la isla, en el interior, seguía sin ser expoliada y cómo, lejos de la costa, seguían manteniéndose los cultivos. Era precioso ver los almendros y cómo se seguían recolectando las almendras al estilo tradicional [...]. Aún se veían algunos isleños con sus trajes tradicionales. Sentimos entonces que estábamos experimentando de nuevo el verdadero espíritu de la isla” (Ramón, 2001, p. 235).

En los noventa la normativa autonómica y el cambio de mentalidad de muchos empresarios consiguieron que el crecimiento de la oferta se moderara y hubiese el control que no se producía en las décadas anteriores. Estos cambios fueron percibidos por los residentes e, incluso, por los visitantes asiduos. Los Taylor comentaban:

“La construcción de grandes hoteles y apartamentos parece que empezaba a frenarse. Ahora era posible de nuevo volver a tomar bebidas locales y comidas de la isla,

especialmente el pescado de la isla, en muchos restaurantes y hoteles. [...] Ahora, el sistema de carreteras es muy bueno y la terminal del aeropuerto, una vez más, ha aumentado de tamaño. Sin embargo, parece que la construcción ha parado un poco y da la sensación de que está más controlada que en los años ochenta” (Ramón, 2001, pp. 236-237).

Aunque a finales de los noventa empezaba a haber un control en la oferta turística, la imagen de Ibiza como destino permisivo, en fiesta continua, frecuentado por artistas, gentes del espectáculo y homosexuales¹³⁵, y paraíso del sexo¹³⁶ se escapaba al control de los residentes. Entre la población local abunda el rechazo a esta imagen, demasiado extrema, combinado con la impotencia de no tener claro como cambiarla.

La complejidad social generada en la fase de desarrollo se mantiene con algunos matices en esta fase. Los grupos de opiniones son muchos y dependen de características sociales como el tiempo de residencia en la isla, el motivo que les llevó a vivir en Ibiza, la dependencia económica que tengan del turismo y los beneficios económicos obtenidos, etc. De forma general se podrían esbozar diversos grupos:

- Personas residentes en la isla desde hace años. Son individuos procedentes de fuera de la isla pero que llevan muchos años residiendo en la misma, conociendo muchos cambios desde su primera visita, y que llegaron a la isla buscando un lugar tranquilo donde vivir. Cuando llegaron, la sociedad que encontraron era tal y como ellos querían, pero, con la evolución del turismo, esta sociedad cambiaba y ya no era como ellos deseaban. Esta mentalidad que buscaba un refugio inmutable hacía que los cambios se percibieran de forma negativa (los cambios sólo servían para perder el encanto inicial que les atrajo a la isla) y el turismo, como fuente de estos cambios, es mal visto. El hecho de que dependan del turismo para ganarse la vida hace que estos individuos moderen su actitud negativa. Pero en muchos casos, su actividad profesional no tiene una dependencia de la evolución turística lo suficientemente fuerte como para tener un efecto atenuante significativo. Por tanto se trata, en resumen, de residentes de origen foráneo que llegaron a la isla hace años buscando un lugar para residir que fuera tranquilo y que, en general, no tienen vinculación económica directa con el turismo generando una actitud poco favorable hacia el mismo (actitud de lamento por el “paraíso perdido”).
- Personas residentes en la isla desde hace años por motivos económicos. Son individuos llegados a la isla con el objetivo de trabajar y prosperar económicamente. Al llegar por motivos diferentes a los del grupo anterior y tener una fuerte dependencia económica del turismo, se caracterizan por actitudes mayoritariamente positivas hacia el sector. Lo cual no impide que sean conscientes de los impactos negativos del sector.
- Residentes llegados a la isla recientemente. Son recién llegados y, en general, tienen una imagen positiva del desarrollo turístico (no han conocido la isla en otra circunstancia que no sea la actual) combinada con la ignorancia de una realidad social que aún están empezando a conocer. La reducción futura de la “ignorancia” de estos individuos depende del tiempo que vivan en la isla y del motivo que les llevo a Ibiza: los que vienen para trabajar tienen menor interés en implicarse en la sociedad local que los que vienen buscando un lugar de residencia. Este grupo, en realidad, es la fase inicial que lleva a los nuevos residentes a formar parte de uno de los dos grupos anteriores.
- Ibicencos con fuerte dependencia económica del turismo. Son personas económicamente dependientes del turismo y conscientes de la trascendencia del sector para el desarrollo de la isla. Poseen una actitud positiva hacia en turismo, por causas económicas, aunque son conscientes de los efectos negativos que implica. Su peso social disminuye en comparación con la fase anterior.

¹³⁵ En el extranjero algunas agencias no dudan en utilizar esta fama para catalogar a Ibiza entre los destinos “gay” (*Diario de Ibiza*, 6 de diciembre de 1983; *Nouvel Observateur*, 26 de agosto de 1983).

¹³⁶ Tanto que *El País* tituló un artículo: “Ibiza: la joven sexocracia” (*El País*, 17 de julio de 1983).

- Residentes con gran admiración hacia el comportamiento de los turistas. Son personas que han vivido en el entorno del turismo desde muy jóvenes e imitan el comportamiento de los turistas. Son un grupo poco numeroso y constituyen la versión extrema del grupo anterior: tienen una visión muy positiva del turismo y una fuerte falta de percepción de los impactos negativos. Son los más partidarios del turismo por falta de visión crítica.
- Ibicencos con opiniones negativas hacia el turismo. Este grupo se puede subdividir en los dos mismos grupos en que se dividía en la fase anterior: personas con una visión negativa de un conjunto de impactos y personas con una visión negativa del turismo en general. Su postura, en general, es favorable al turismo pero crítica con el desarrollo seguido.
- Ibicencos sin una posición clara. Son un grupo residual formado por unas pocas personas de edad muy avanzada y que no han trabajado en el turismo. Su postura hacia el turismo combina cierta ignorancia con una actitud positiva, debida a que gracias al turismo se han mejorado las condiciones de vida. Son, en cierto modo, los restos de la sociedad preturística.

De estos grupos los más favorables son los ibicencos y foráneos que tienen una fuerte dependencia económica del sector, y los más críticos son los ibicencos y foráneos con poca dependencia económica del sector turístico y con las posturas más conservacionistas. El resto de población se encuentra parcialmente por definir.

Aunque en esta fase predominan las posturas favorables al turismo, el incremento de las críticas hace intuir que, con el cambio de siglo, las posturas favorables y las posturas críticas se encuentren cercanas al equilibrio. Las posturas adoptadas por los partidos políticos y los resultados electorales que se suceden a partir de finales de los noventa hacen plausible pensar que se produce un acercamiento a una situación en la que la valoración general en la sociedad es favorable a un turismo con crecimientos cuantitativos mínimos y crecimientos cualitativos importantes. Dentro de los crecimientos cualitativos se puede considerar la mejora de la oferta (mejora de la planta hotelera y de la preparación de los trabajadores), pero también una mejora social más allá del aumento de la renta generada por el sector.

La aparición de la preocupación por el bienestar de los residentes, más allá de los beneficios económicos, es una de las novedades de esta fase. Por tanto se considera necesario un nuevo enfoque en la gestión del sector turístico para que

“los ibicencos y formenterenses podamos combinar el bienestar económico y el bienestar espiritual, pues el uno sin el otro nunca terminan de constituir un auténtico bienestar” (Ramón, 2001, p. 217).

Esta nueva visión de la administración turística, en la que tiene mayor peso el residente y los efectos no económicos, ha potenciado que los estudios de las actitudes de los residentes tomen protagonismo en el panorama insular.

2. Fase de Estancamiento: Rediseñar la Oferta (2000-Actualidad).

El máximo de afluencia de turistas que se produjo con el cambio de siglo parece marcar un antes y un después en la tendencia del sector. Antes se producía un crecimiento constante, más o menos intenso según las épocas, que sólo se veía interrumpido por descensos coyunturales debidos a crisis internacionales o problemas en los principales mercados emisores. Después del año 2000 se produce un descenso seguido de una tendencia del volumen de turistas, plazas de alojamiento, etc. caracterizada por ligeras oscilaciones alrededor de una cifra estable. Se puede hablar de fase de estancamiento en el periodo que va del año 2000 a la actualidad por dos motivos, aunque la cercanía del periodo estudiado fuerza a mantener una cierta cautela en las afirmaciones:

- Primero hay que mencionar que los datos correspondientes a los primeros años del nuevo siglo parecen indicar esta posibilidad. La tendencia creciente de épocas anteriores desaparece sin una clara situación de crisis internacional que lo explique. El repunte en el volumen de turistas de 2007 y 2008 queda contrarrestado por un descenso en la estancia

media de estos turistas. Parece ser que el desarrollo de vuelos directos *low cost* ha potenciado los viajes de corta duración pero frecuentes.

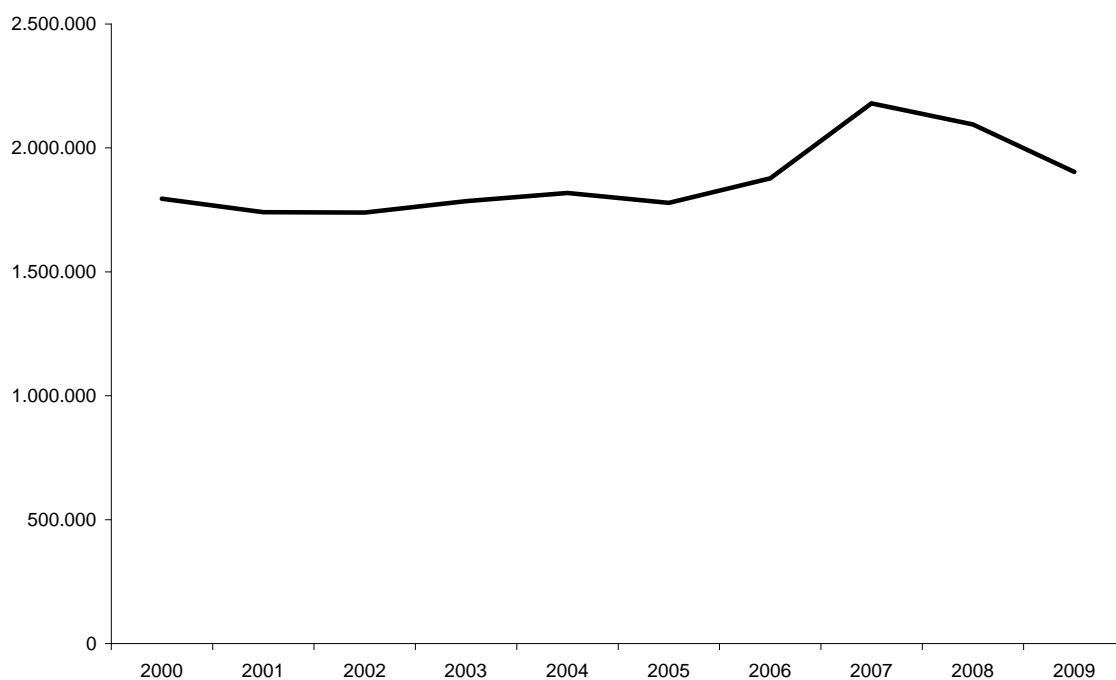


Figura 29: Turistas llegados a Ibiza y Formentera (2000-2009).

Fuente: Inestur, Caib y Fehif

- El segundo motivo es que entre las personas vinculadas al turismo está prosperando la sensación de que este estancamiento existe. Por ejemplo, los hoteleros han observado en sus niveles de ocupación una tendencia al estancamiento o la disminución año a año desde 2001. Es decir, los incrementos de turistas no conllevan ningún incremento en el volumen de pernoctaciones, al menos en el alojamiento reglado. Incluso el incremento de turistas de 2007 no significó ningún incremento en el volumen de pernoctaciones hoteleras respecto a 2006.

Aunque los dos elementos mencionados parecen indicar que la afirmación de que estamos en la fase de estancamiento es cierta, la cercanía del periodo a la actualidad y la falta de datos de un número mayor de años hacen mantener una cierta cautela¹³⁷. Aún así, si tomamos el volumen de llegadas y salidas de pasajeros en el aeropuerto de Ibiza como aproximación al número de turistas y al volumen de actividad del sector, vemos que durante el siglo XX la tendencia ha sido de constante crecimiento. Se han producido etapas de mayor crecimiento y etapas de crecimiento más moderado pero, con la excepción de algunos descensos que no se extendieron más de un año o dos y la crisis de principios de los noventa, que si tuvo un fuerte impacto, la tendencia siempre era de crecimiento. Incluso la crisis del petróleo de los setenta provocó un efecto mínimo sobre la tendencia del sector, ya que sólo aminoró el crecimiento del sector sin provocar la detención del mismo o un descenso.

¹³⁷ Los historiadores consideran que para poder analizar un hecho histórico es necesario que hayan pasado unos cuantos años desde que se produjo y de esta forma poder valorarlo de forma más objetiva. En este caso hasta que no se produzca un cambio de tendencia y este cambio de tendencia se haya mantenido durante un periodo de tiempo suficiente como para asegurar que ha finalizado la tendencia actual no se podrá poseer una cierta certeza sobre lo que esta sucediendo.

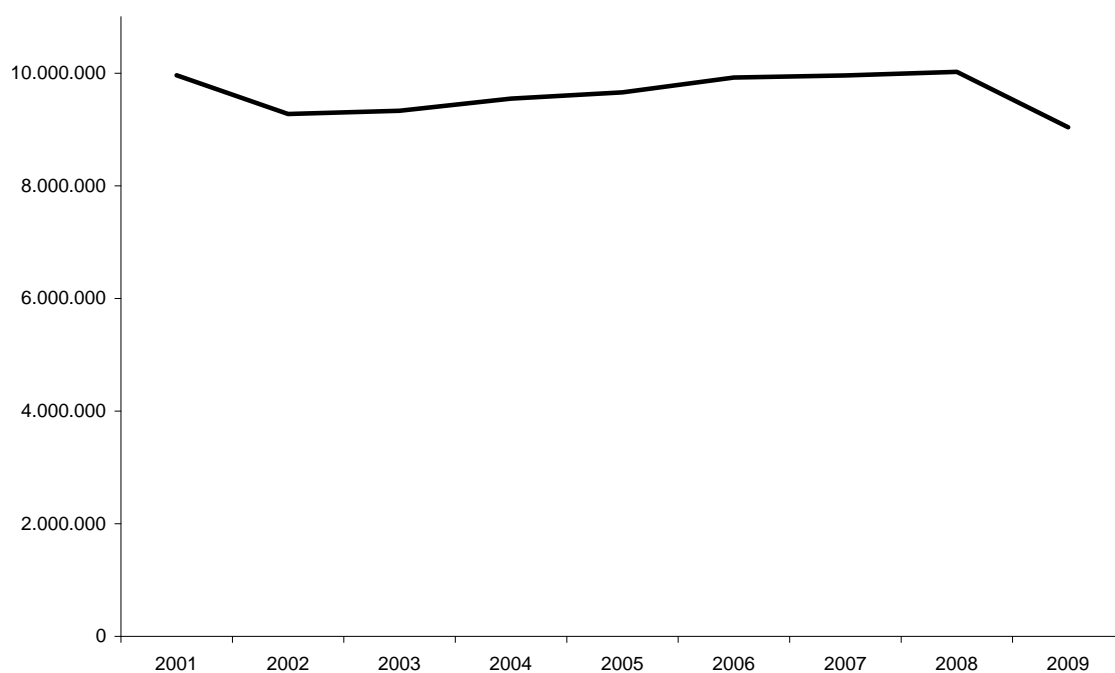


Figura 30: Turistas llegados a las Islas Baleares (2001-2009).

Fuente: INE

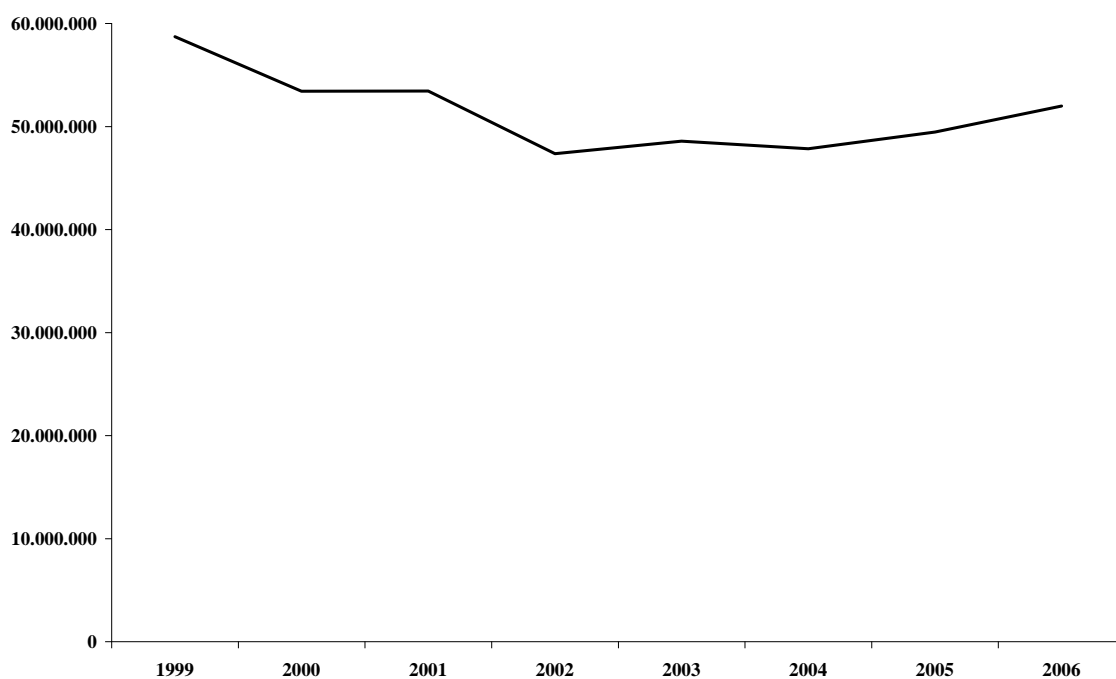


Figura 31: Pernoctaciones en Baleares (1999 a 2006).

Fuente: IBAE (2005, 2006, 2007) y elaboración propia.

Pero, por el momento, se observa que tras el máximo del periodo 1999-2001, se produjo un descenso importante en 2002 seguido de un estancamiento de las cifras, oscilando alrededor de 1.700.000-1.800.000 turistas anuales y con un tope máximo de 2.000.000-2.100.000, aunque este máximo oculta una reducción de la estancia media. Las cifras de turistas de Baleares tienen una tendencia que induce a pensar que la situación de estancamiento no es algo propio de Ibiza sino que se produce en todo el archipiélago, existiendo una especie de cifra tope de 2 millones de turistas para Ibiza y Formentera y de 10 millones para el conjunto de las islas Baleares.

Las cifras de pernoctaciones para el global de Baleares tienen una tendencia que induce a pensar que la situación de estancamiento no es algo propio de Ibiza sino que se produce en todo el archipiélago. Entre 1999 y 2006 se produce un descenso del 11,48% en el volumen de pernoctaciones que se producen en Baleares. Estos resultados no son peores porque en el 2005 y 2006 se produce una cierta recuperación.

	2001	2008	variación
Murcia	398.012	790.210	98,54%
La Rioja	33.141	63.634	92,01%
Aragón	237.917	434.825	82,76%
Extremadura	132.006	229.569	73,91%
Madrid	2.967.935	4.615.616	55,52%
Cataluña	9.683.337	14.344.333	48,13%
Asturias	126.661	181.493	43,29%
Castilla - La Mancha	134.926	187.039	38,62%
Cantabria	234.268	320.277	36,71%
Galicia	703.367	932.870	32,63%
Comunitat Valenciana	4.388.403	5.713.312	30,19%
Total España	48.565.344	57.192.013	17,76%
Castilla y León	864.796	999.334	15,56%
Navarra	162.802	188.124	15,55%
País Vasco	735.370	838.751	14,06%
Andalucía	7.591.511	7.975.202	5,05%
Illes Balears	9.961.947	10.020.782	0,59%
Canarias	10.208.945	9.356.641	-8,35%

Tabla 27: Variación en el número de turistas recibidos en España.

Fuente: INE

Pero para saber si es una tendencia general que se extiende más allá de Baleares es necesario comparar la situación de Baleares con otras regiones. Al comparar con otras regiones de España¹³⁸ vemos que Baleares tiene un crecimiento casi nulo y muy inferior al de otras regiones (Tabla 27). Al analizar el volumen de turistas, vemos que Baleares tiene un aumento insignificante entre 2001 y 2008 (0,59%), muy inferior a la media nacional (17,76%), y sólo mejor que Canarias (-8,35%). El resto de comunidades mostraban crecimientos de entre el 5% y el 98%. El resultado es un peso decreciente sobre el total nacional, pasando del 20,51% en 2001 al 17,52% en 2008. Ello hace pensar que los resultados de Baleares son debidos a elementos internos del destino turístico y no a la evolución general del sector o la economía, ya que en ese caso las cifras de Baleares habrían seguido una tendencia más parecida a la del resto del país.

¹³⁸ Concretamente se ha comparado entre los años 2001 y 2008 para evitar introducir el efecto de la crisis, ya presente en 2009, aunque no variarían las conclusiones.

Todos los datos comentados, junto con las opiniones expresadas por personas del sector, hacen plausible considerar que Ibiza, y Baleares en general, se encuentran entrando en la fase de estancamiento como destino turístico. Además la evolución turística de estos años sugiere que la entrada en esta fase no se produce por una suave desaceleración del sector, sino más bien por un reajuste significativo a partir de un máximo que probablemente fuera excesivo para el sector.

2.1. Contexto turístico y social.

Una vez argumentado porque se considera que nos encontramos en una fase de estancamiento es interesante describir, como en las fases previas, el contexto en que se produce la evolución de las actitudes de los residentes. En este caso el contexto en que se desarrollan las actitudes es descrito a partir de los datos disponibles y su interpretación, mientras que en los casos anteriores se usaban también testimonios y estudios históricos.

Debemos tener en cuenta que este es el contexto en el que se realiza el estudio empírico posteriormente descrito y, por tanto, tiene gran capacidad explicativa de los datos que se obtengan en las diversas encuestas realizadas.

Dos elementos que resultan de interés a la hora de analizar la situación de Ibiza en el nuevo siglo son: el sector turístico y la sociedad local. Ambos elementos tienen un potencial efecto sobre las actitudes de los residentes de primera magnitud.

2.1.1. Sector Turístico.

En cuanto al sector turístico se puede mencionar que cuantitativamente la situación se puede definir como “sin novedad”, a causa de las pocas variaciones en número de turistas y en número de plazas de alojamiento. Cualitativamente se puede hablar de “esperanza”, ya que los proyectos que pretenden mejorar las infraestructuras turísticas y atraer al turismo con elevados niveles de renta y gasto turístico son crecientes y de iniciativa privada en muchos casos.

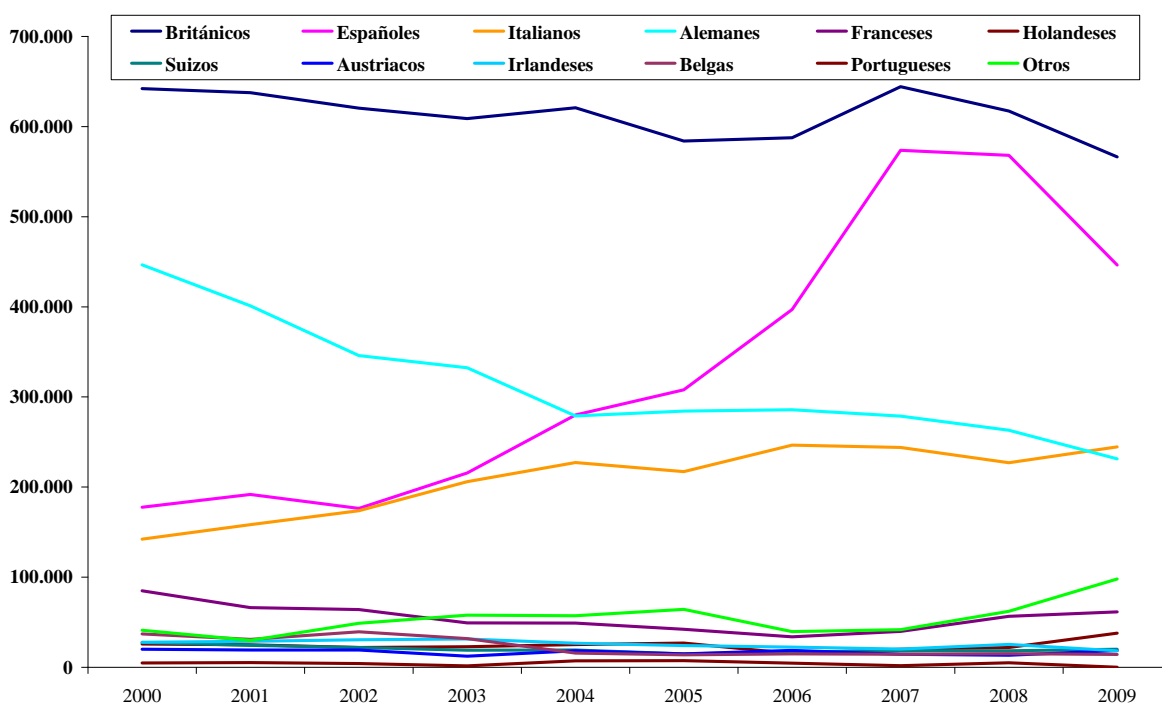


Figura 32: Turistas llegados al aeropuerto de Ibiza por nacionalidad (2000-2009).

Fuente: Inestur, Caib y Fehif

En cuanto al volumen de turistas, tras un máximo que se produjo en el periodo 1999-2001 se produjo una bajada significativa en 2002, quedando el volumen de turistas en cifras muy estables, con subidas y bajadas de poca importancia tanto en cantidad como en duración. El resultado es que desde el 2002 el volumen de turistas es muy estable, situación que no se había dado antes, ya que lo normal era un constante crecimiento sólo alterado por el efecto de crisis internacionales importantes. Además la tendencia en el volumen de turistas parece indicar que el paso de una situación de crecimiento a una situación de estancamiento no es suave y gradual sino que se produce una corrección bastante brusca.

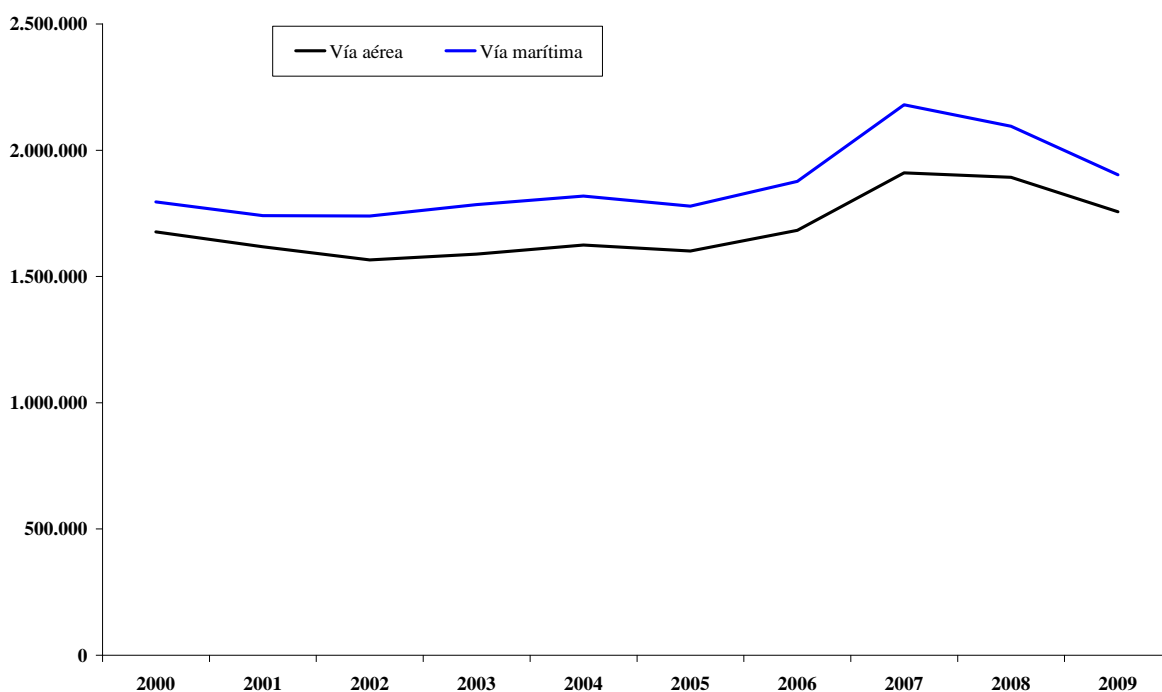


Figura 33: Turistas llegados a Ibiza y Formentera (2000-2009): desglose según vía de llegada.

Fuente: Inestur, Caib y Fehif

En lo que a plazas de alojamiento se refiere, la estabilidad en su evolución es enorme. Tras la crisis de principios de los noventa se recuperó el volumen de plazas anterior, pero desde entonces se mantiene estable con sólo algunas oscilaciones, inferiores al 1% anual, que se deben a los procesos de modernización y mejora de la planta hotelera y a las oscilaciones debidas a los habituales cierres y aperturas puntuales, gracias en gran parte a la normativa aprobada en los ochenta y noventa.

Cualitativamente se puede hablar de clara mejoría en la oferta, por los crecientes proyectos que pretenden mejorar las infraestructuras turísticas, principalmente la planta hotelera, y atraer a turistas de mayor poder adquisitivo. Según datos del Ibestat en 1999 había un hotel de cinco estrellas (116 plazas) y 12 de cuatro estrellas (3.968 plazas) y en 2009 cuatro de cinco estrellas (507 plazas) y 27 de cuatro estrellas (8.129 plazas). En cambio, según la misma fuente, en 1999 había 542 establecimientos de alojamiento (79.654 plazas) y en 2009 había 552 establecimientos (80.319 plazas). Mientras que la oferta de mayor categoría a aumentado de forma significativa (por encima del 100%), la oferta global sólo ha aumentado el 1,85% en establecimientos y el 0,83% en plazas. Esta mejora cualitativa de la oferta turística, combinada con el mantenimiento del volumen de plazas parece indicar que ha calado en el sector la sensación de estancamiento cuantitativo y que ante la amenaza de un declive es necesario buscar un mejor posicionamiento en los mercados turísticos, especialmente atrayendo a los grupos

sociales de mayor renta y aumentando los atractivos de la isla, principalmente con mejoras cualitativas y de imagen.

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas	Est.	Plazas
Total	666	87.382	670	86.968	667	86.637	675	88.060	680	88.442	671	87.532	665	87.066
Apartamento	334	26.995	331	26.683	333	26.933	334	27.077	336	27.262	329	26.954	324	26.594
Hotel rural	1	32	2	48	2	48	2	48	2	48	3	76	3	76
Agroturismo	7	84	7	84	9	111	11	155	13	193	14	210	14	226
Camping turístico	6	1.998	5	1.598	4	1.298	4	1.298	4	1.298	4	1.298	4	1.223
Ciudad de Vacaciones	9	5.312	9	5.312	9	5.312	9	5.312	9	5.242	9	5.242	9	5.242
Hotel	104	36.519	103	36.165	103	36.275	103	36.275	104	36.553	102	36.118	103	36.155
Hotel residencia	25	2.989	24	2.905	24	2.905	24	2.905	23	2.823	23	2.823	23	2.823
Hotel apartamento	14	5.243	23	5.955	17	5.532	21	6.729	21	6.729	21	6.729	21	6.729
Residencia apartamento	7	848	7	848	7	848	7	848	7	848	6	664	6	664
Hostal	42	2.413	42	2.421	42	2.449	42	2.449	42	2.449	42	2.449	42	2.449
Hostal residencia	78	4.208	78	4.208	77	4.174	77	4.174	78	4.207	77	4.179	75	4.095
Casa de Huéspedes	35	622	35	622	36	633	37	671	37	671	37	671	37	671
Fonda	4	119	4	119	4	119	4	119	4	119	4	119	4	119

Tabla 28: Establecimientos y plazas de alojamiento de las Pitiüsas.

Fuente: IBAE y elaboración propia.

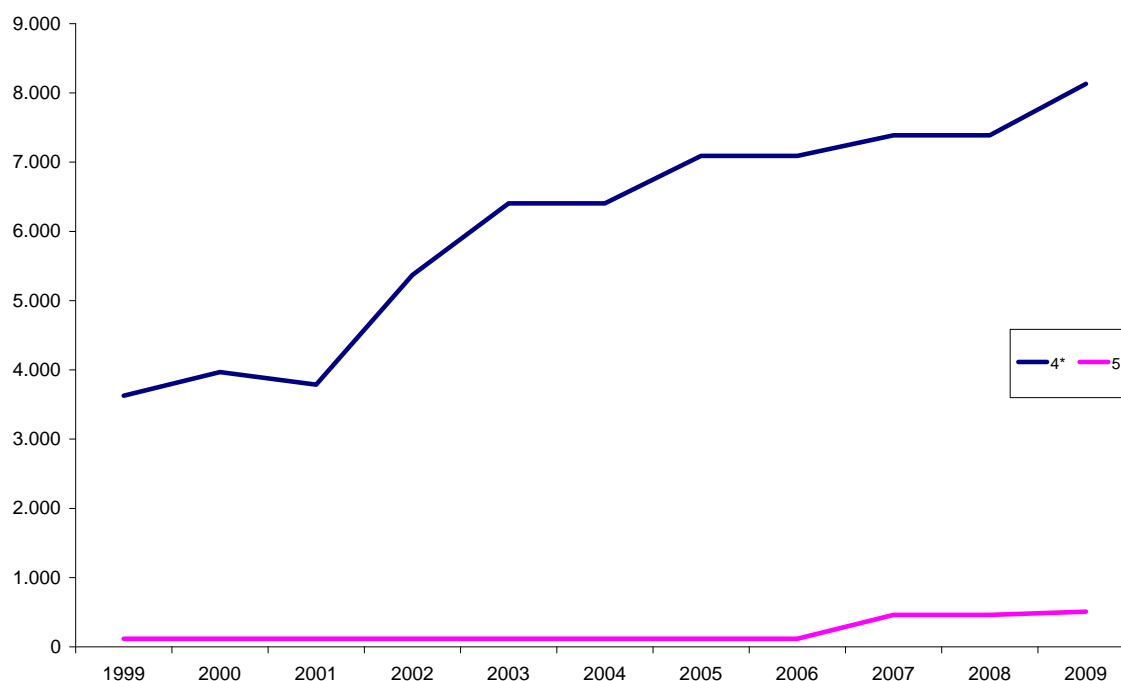


Figura 34: Plazas en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la isla de Ibiza.

Fuente: Ibestat

La promoción turística se sigue centrando en el ocio nocturno, principalmente, y en el clima, es decir sol y playa. En un estudio realizado por investigadores de la Universidad John Moore de Liverpool, del SPI Frschung alemán y del Irefreea (Instituto Europeo de la Prevención) y que ha consistido en una encuesta a 2.904 jóvenes turistas alemanes, españoles y británicos de entre 16 y 35 años, realizada en agosto del 2007 en Mallorca (1.420 encuestas) e Ibiza (1.484 encuestas),

se observa que el principal reclamo para este colectivo de turistas al visitar Ibiza es la vida nocturna (76,2%) seguido del clima (50,9%), mostrando mayor sesgo hacia el ocio nocturno que en Mallorca, donde el ocio nocturno es una motivación para el 60,1% y el clima lo es para el 55% (*Diario de Ibiza*, 12 de agosto de 2008). La vida nocturna es un reclamo que comparten Mallorca e Ibiza, pero en Ibiza tiene más peso. De cara al futuro, el sector redirige la imagen de la isla hacia una combinación de la imagen de libertad y vida alternativa generada por el movimiento hippie de los sesenta y setenta con una imagen de glamur, sofisticación y lujo vinculada a los ricos y famosos¹³⁹ del siglo XXI. La combinación de ambas imágenes es el principal elemento de diferenciación que posee la isla de cara al futuro.

En la actualidad, el destino turístico más parecido a Ibiza en cuanto a imagen turística y oferta es Míkonos¹⁴⁰, en las Cícladas griegas, aunque todos los destinos turísticos que combinen sol y playa, vida nocturna, famosos, libertad, etc. en su oferta son competidores directos de Ibiza. Otros destinos del Mediterráneo con ofertas similares a la de Ibiza son: Pag y Hvar en la costa Croata, la oferta de ocio nocturno de Malta y Chipre, y Cerdeña compite con Ibiza en la atracción de famosos y ricos. En el continente americano hay que mencionar: Playa del Carmen en México, Morro de Sao Paulo en Tinharé (Brasil), las discotecas de Miami y algunos puntos de Brasil, y Bahamas en atracción de famosos y ricos. Cabe indicar que los destinos mencionados en América son competidores mucho más indirectos de Ibiza que los del Mediterráneo.

2.1.2. Sociedad local.

Hay varias características que deben comentarse en relación a los efectos del turismo sobre la sociedad local. Después de varias décadas de cambios la sociedad es muy distinta, entre los elementos objeto de debate y preocupación de la sociedad actual encontramos la dependencia económica del turismo, los fuertes movimientos migratorios, el fracaso escolar, infraestructuras sobredimensionadas, las molestias de la actividad turística a los residentes, la criminalidad, el consumo de drogas, la promiscuidad sexual, etc.

- *Dependencia económica del turismo.*

La dependencia económica que sufre la población local de Ibiza es muy grande. En muchos casos hay una dependencia a nivel personal o familiar de trabajos o negocios que forman parte del sector turístico. En otros casos la dependencia económica no es directa pero si indirecta, el trabajo o negocio familiar no pertenece al sector turístico pero depende de una forma muy fuerte de la evolución de este sector. Sólo las personas con trabajos en la administración pública no tienen una fuerte dependencia económica del turismo y, aun así, sigue existiendo una cierta vinculación con el devenir del sector turístico, ya que el peso del sector es tan grande que incluso la actividad de las administraciones públicas se encuentra afectada parcialmente.

El resultado de esta dependencia económica es que la población residente concede valoraciones muy positivas al turismo y a las iniciativas que permitan mejorar la situación económica de la

¹³⁹ La presencia de famosos nacionales e internacionales durante el verano no significa una mejora objetiva de la oferta turística, pero si un aumento de la notoriedad y la imagen de glamour del destino, e incrementa el deseo de los potenciales turistas de veranear en la isla. La presencia de famosos en la isla también permite un aumento del impacto mediático, como se observa en los últimos años. En los 1990's Mallorca y Marbella acaparaban la mayoría de las noticias referentes a famosos, mientras que Ibiza ocupaba un lugar secundario, pero con el nuevo siglo el aumento de la presencia mediática de Ibiza, tanto en los medios de comunicación nacionales como extranjeros, ha sido continuo, llegando a una cierta primacía mediática en el ámbito nacional y a una muy buena posición en el ámbito internacional. Entrando a competir por los turistas con ingresos medio-altos y altos con destinos clásicos como Mallorca o la Costa Azul francesa. Con este nuevo posicionamiento, los destinos turísticos frecuentados por famosos se convierten en competidores mucho más directos de Ibiza de lo que eran antes, pero también nos alejamos de destinos de "sol y playa" con un turismo con menos ingresos y una imagen internacional menos singularizada.

¹⁴⁰ Míkonos es una isla mucho más pequeña (el 15% de la extensión de Ibiza) y menos poblada (aproximadamente el 10% de la población de Ibiza), con una orografía ligeramente más suave y menos vegetación. Su oferta turística se centra en "Sol y Playa" (con playas como *Platys Yialos*, *Paradise* o *Super Paradise*), ocio nocturno (destaca la discoteca Cavo Paradiso), destino *Gay Friendly* y la libertad, al igual que Ibiza. Comparada con Ibiza, Míkonos es mucho más pequeña, con un desarrollo turístico más reciente e importante y con una imagen idéntica.

región. Por ejemplo, en el estudio de Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé y Ramos (2006, pp. 13-15), el 72,5% de los ibicencos están de acuerdo con que la isla se asocie con el turismo, porcentaje superior a la media de Baleares (66,24%). También los ibicencos son los más partidarios de que se asocie la isla con el deporte (85%), siendo claramente superior a la media de Baleares (75,42%). Los ibicencos son los que están más de acuerdo con que el turismo deportivo es bueno para la economía de la isla (69,62% a favor y 6,33% en contra, frente al 62,17% a favor y el 10,55% en contra del conjunto de Baleares), básicamente porque implica abrir nuevas posibilidades de negocio.

En el estudio de Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé y Ramos (2006) se observa que los ibicencos suelen mostrar posturas muy favorables al turismo y a los beneficios económicos que generaría el turismo deportivo, tienen posturas en la media cuando se valoran impactos sociales o medioambientales, y suelen ser los que muestran menor proporción de respuestas neutras. En el polo opuesto encontramos Menorca, que muestra menos entusiasmo por el desarrollo turístico y tiene mayor proporción de residentes con opiniones neutras. La población que tiene poco contacto con el turismo tiene posturas más indeterminadas, ya que este menor contacto genera un menor conocimiento del sector y, por tanto, no disponen de tantos elementos para tomar una valoración a favor o en contra. En Baleares, Menorca destaca por ser la isla con una menor dependencia económica del turismo, a pesar de que aún es muy grande, e Ibiza y Formentera destacan por tener una dependencia mucho mayor a la media de Baleares.

- ***Movimientos migratorios.***

El sector turístico ha conllevado la presencia de una gran cantidad de población inmigrada en la isla. Esto es debido a que es un sector que genera gran cantidad de puestos de trabajo de baja cualificación y por tanto asequibles para enormes volúmenes de personas tanto de España como del extranjero que buscan un trabajo. Además los trabajos en el sector turístico tienen mejor imagen para la gente de fuera del sector que otros sectores que generan empleos de baja cualificación. Durante los últimos años, el crecimiento de la población empadronada en las Pitiüses es el mayor de Baleares (Centre de Recerca Económica, 2008, p. 254).

Puede observarse que la población nacida en el extranjero representa más del 20% y la población nacida en el resto de España es más del 30%. Finalmente las personas nacidas en Baleares son poco más del 40%. Además, con los años la proporción de gente nacida fuera de Baleares se incrementa de forma continua mostrando claramente que la mayor parte del crecimiento poblacional es debido a la inmigración.

Cabe añadir que la población nacida en Baleares contiene personas nacidas en Mallorca y que muchas de las personas nacidas en la isla son hijas de personas llegadas de fuera. El resultado es que las personas nacidas en la isla e hijas de personas nacidas en la isla son muy pocas. En algunas zonas con fuerte presencia foránea, los alumnos de los colegios e institutos que pueden considerarse parte de la población autóctona representan un 15% del total o cifras inferiores, otro 15% son hijos de parejas mixtas (persona ibicenca y persona foránea), y el resto son alumnos nacidos en la isla o fuera de ella pero sin ningún ascendiente nacido en la isla. En algunos de estos centros se pueden encontrar alumnos de más de treinta o cuarenta nacionalidades distintas¹⁴¹. En otras zonas, principalmente en el norte de la isla, la proporción de población autóctona sea mayor. Las únicas estadísticas públicas referentes a población inmigrante de que se dispone hacen referencia a los extranjeros y al conjunto de las Baleares. Estas cifras referentes a los niños escolarizados parecen ser una aproximación más o menos útil de la composición social de las islas, y permiten suponer que las apreciaciones hechas son una estimación fiable de la composición social de sus respectivas zonas.

¹⁴¹ Las cifras comentadas han surgido del trabajo interno que han realizado los responsables de algunos centros educativos de Ibiza y Sant Antoni con la finalidad de poder dirigir mejor la labor docente, dando como patrón general las cifras antes mencionadas.

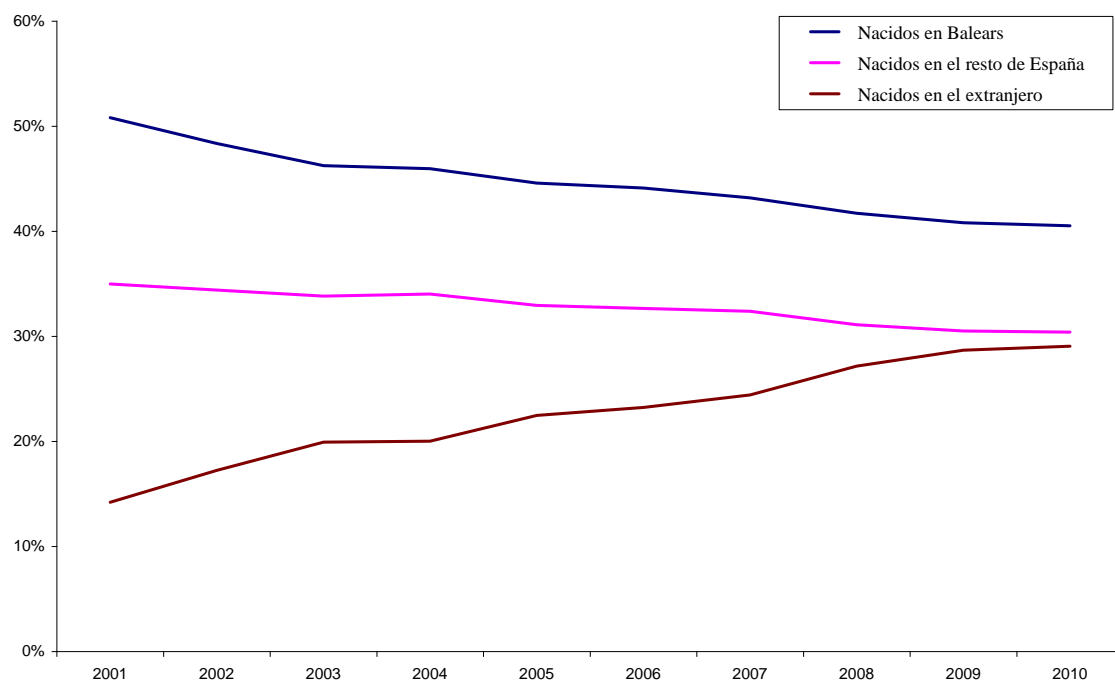


Figura 35: Evolución de la población de Ibiza según su lugar de nacimiento.

Fuente: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ISLA DE IBIZA										
Nacidos en Balears	50,81	48,36	46,25	45,96	44,59	44,12	43,18	41,72	40,81	40,53
Nacidos en el resto de España	34,98	34,40	33,82	34,02	32,94	32,66	32,39	31,11	30,51	30,40
Nacidos en el extranjero	14,21	17,24	19,92	20,02	22,47	23,23	24,43	27,17	28,68	29,07
Ibiza										
Nacidos en Balears	49,27	46,18	43,58	42,85	41,44	41,78	40,81	39,52	38,29	37,94
Nacidos en el resto de España	40,19	38,75	37,83	37,23	35,87	35,65	34,99	33,01	32,07	31,77
Nacidos en el extranjero	10,54	15,07	18,58	19,92	22,70	22,56	24,20	27,47	29,64	30,29
Sant Antoni de Portmany										
Nacidos en Balears	52,88	51,04	49,36	49,25	47,78	45,46	45,55	43,98	43,11	43,07
Nacidos en el resto de España	34,45	34,41	34,06	33,8	32,22	30,56	30,88	29,93	29,19	28,80
Nacidos en el extranjero	12,67	14,55	16,58	16,95	20,00	23,98	23,57	26,09	27,70	28,13
Sant Josep de sa Talaia										
Nacidos en Balears	51,63	50,02	47,71	47,21	45,65	44,66	43,39	42,08	41,71	41,72
Nacidos en el resto de España	32,15	32,06	31,64	32,19	31,92	32,37	32,70	32,17	31,76	32,12
Nacidos en el extranjero	16,22	17,92	20,65	20,60	22,42	22,97	23,91	25,75	26,53	26,16
Sant Joan de Labritja										
Nacidos en Balears	59,90	57,21	56,20	56,47	54,40	53,73	51,77	49,76	49,18	49,53
Nacidos en el resto de España	16,81	17,38	17,89	18,5	17,65	18,09	18,06	18,05	17,81	18,04
Nacidos en el extranjero	23,29	25,41	25,91	25,03	27,95	28,18	30,17	32,19	33,01	32,43
Santa Eulària del Riu										
Nacidos en Balears	49,44	47,13	45,58	45,95	44,93	44,67	43,47	41,84	40,99	40,39
Nacidos en el resto de España	32,88	32,52	31,76	33,09	32,21	32,32	31,81	30,62	30,36	30,26
Nacidos en el extranjero	17,68	20,35	22,66	20,96	22,87	23,00	24,71	27,55	28,65	29,35

Tabla 29: Evolución de la población según su lugar de nacimiento medido en porcentajes.

Fuente: Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT).

En cuanto a los datos del gobierno central, vemos que en la educación infantil sólo La Rioja posee una mayor presencia de extranjeros en sus aulas y en la educación obligatoria (primaria y E.S.O) Baleares posee los mayores porcentajes de alumnos extranjeros del país. En general, en Baleares hay un 50% más de alumnos extranjeros que en la media nacional.

	E. Infantil	E. Primaria	E.S.O.
TOTAL	6,76%	10,32%	9,21%
Andalucía	4,16%	5,89%	5,21%
Aragón	9,05%	12,65%	10,46%
Asturias	2,70%	4,77%	4,63%
Baleares	10,72%	16,18%	14,55%
Canarias	5,52%	9,64%	9,73%
Cantabria	3,61%	6,89%	7,03%
Castilla y León	6,00%	7,43%	6,19%
Castilla-La Mancha	6,93%	9,33%	6,95%
Cataluña	8,34%	13,83%	13,55%
Comunidad Valenciana	7,52%	13,80%	13,01%
Extremadura	2,89%	3,26%	2,27%
Galicia	2,24%	3,73%	3,09%
Madrid	9,25%	15,41%	13,99%
Murcia	9,28%	13,70%	11,70%
Navarra	8,41%	12,73%	10,80%
País Vasco	3,42%	5,91%	5,60%
La Rioja	12,71%	16,05%	13,06%
Ceuta	0,95%	1,45%	1,04%
Melilla	4,81%	6,57%	4,54%

Tabla 30: Alumnos extranjeros (curso 2006-2007).

Fuente: INE (www.ine.es) y MEC (www.mec.es).

Si se analiza la población de las diferentes comunidades autónomas y su lugar de origen se observa que Baleares, junto con Madrid, son las dos regiones con menor porcentaje de población nacida en la propia región (54%). Otro elemento a destacar es que parecen no observarse relaciones entre sector turístico y presencia de población foránea.

El problema de usar datos referentes a comunidades autónomas se encuentra en que la extensión de las comunidades autónomas es muy diferente, siendo más útil usar el desglose por provincias (Anexos IV, VIII) ya que son extensiones de territorio mucho más homogéneas. En el desglose por provincias se observan otras provincias con un bajo porcentaje de población nacida en la propia provincia (Anexo IX): Álava (54,54%), Alicante (54,54%), Girona (51,20%), Guadalajara (47,12%), Madrid (54,18%), Tarragona (50,18%). Estas provincias, junto con Baleares deben su enorme porcentaje de personas foráneas a dos causas: provincias que se encuentran cerca de grandes metrópolis y contienen un gran número de poblaciones dormitorio, como es el caso de Guadalajara, y poblaciones que desde los años cincuenta y sesenta han atraído trabajadores por ser regiones económicamente muy prósperas. En este último caso la prosperidad económica puede ser debida, principalmente, al sector primario (caso de Almería), al sector secundario y posteriormente servicios (Álava y Madrid), al sector turístico (Baleares) o a una combinación de varios de los anteriores factores. En el caso de Baleares nos encontramos con una de las provincias con más población inmigrada (inmigración interna e inmigración externa) y con mayor movilidad de población (inmigración y emigración), junto con Guadalajara, Tarragona y Girona, debido a la capacidad de atracción que genera el turismo, y a las condiciones laborales (inestabilidad del empleo y bajas remuneraciones).

Región	Total	Región	Extranjero	Región	Extranjero	España
Total	46.063.511	32.869.534	5.995.962	71,36%	13,02%	15,63%
Andalucía	8.177.805	6.933.376	718.543	84,78%	8,79%	6,43%
Aragón	1.325.272	968.109	163.673	73,05%	12,35%	14,60%
Asturias	1.079.215	873.890	62.447	80,97%	5,79%	13,24%
Baleares	1.071.221	579.067	244.677	54,06%	22,84%	23,10%
Canarias	2.070.465	1.539.580	352.687	74,36%	17,03%	8,61%
Cantabria	581.215	443.247	42.145	76,26%	7,25%	16,49%
Castilla y León	2.553.301	2.104.874	184.191	82,44%	7,21%	10,35%
Castilla-La Mancha	2.038.956	1.476.167	215.007	72,40%	10,54%	17,06%
Cataluña	7.354.441	4.616.482	1.199.957	62,77%	16,32%	20,91%
C. Valenciana	5.016.348	3.213.195	913.372	64,05%	18,21%	17,74%
Extremadura	1.095.894	948.513	42.603	86,55%	3,89%	9,56%
Galicia	2.783.100	2.451.444	194.516	88,08%	6,99%	4,93%
Madrid	6.251.876	3.387.315	1.144.617	54,18%	18,31%	27,51%
Murcia	1.424.063	1.047.866	233.099	73,58%	16,37%	10,05%
Navarra	619.114	438.539	75.639	70,83%	12,22%	16,95%
País Vasco	2.155.546	1.540.834	141.811	71,48%	6,58%	21,94%
La Rioja	317.020	209.490	45.620	66,08%	14,39%	19,53%
Ceuta	77.320	53.003	7.071	68,55%	9,15%	22,30%
Melilla	71.339	44.543	14.287	62,44%	20,03%	17,53%

Tabla 31: Población española por comunidades autónomas y lugar de nacimiento (año 2008).

Fuente: Padrón municipal a 1 de enero de 2008 (www.ine.es) y elaboración propia.

Si desglosamos las Baleares en las diversas islas vemos que las Pitiüsas tienen una mayor proporción de población foránea que cualquier provincia española. Es posible que las diferencias en la composición de la sociedad local de cada isla se deban al peso que tiene el sector turístico en cada una de ellas. En el caso de Ibiza si se puede afirmar que el motivo de esta inmigración se encuentra en el desarrollo turístico de una forma casi exclusiva, ya que no tiene ningún otro elemento significativo que pueda atraer a los inmigrantes.

	Total		Baleares		Resto España		UE 25		Resto del Mundo		Total Extranjero	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mallorca	790.763		460.397	58,22%	185.227	23,42%	54.115	6,84%	91.024	11,51%	145.139	18,35%
Menorca	88.434		53.559	60,56%	20.911	23,65%	5.491	6,21%	8.473	9,58%	13.964	15,79%
Ibiza	113.908		50.251	44,12%	37.200	32,66%	10.482	9,20%	15.975	14,02%	26.457	23,23%
Formentera	7.957		3.554	44,67%	2.190	27,52%	1.144	14,38%	1.069	13,43%	2.213	27,81%
Baleares	1.001.062		567.761	56,72%	245.528	24,53%	71.232	7,12%	116.541	11,64%	187.773	18,76%
Pitiüsas	121.865		53.805	44,15%	39.390	32,32%	11.626	9,54%	17.044	13,99%	28.670	23,53%

Tabla 32: Población de las Baleares según lugar de nacimiento (año 2006).

Fuente: IBAE (2007) y elaboración propia.

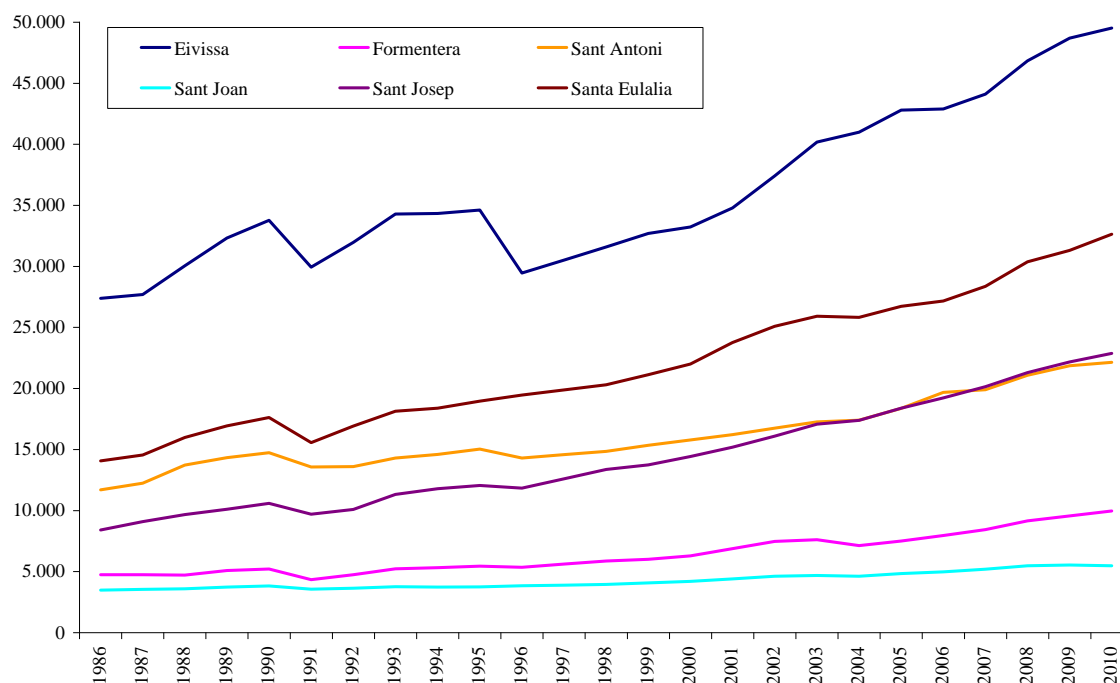


Figura 36: Población de Ibiza y Formentera (1986-2010).

Fuente: padrón municipal (www.ine.es).

Si observamos la evolución de los distintos municipios y del global de las Pitiüses vemos que en los últimos años se ha producido un continuo aumento de la población residente, sólo interrumpido por los momentos de crisis en que la población se reducía. Una de las características de la población de Ibiza es que sigue la misma pauta que el turismo, cuando el turismo aumenta la población aumenta y cuando el turismo sufre un descenso la población desciende. Esto se debe a que con el aumento del turismo aumentan los puestos de trabajo y estos atraen a población de fuera y cuando el turismo desciende se pierden puestos de trabajo y los trabajadores que no encuentran empleo abandonan la isla con la misma facilidad con que vinieron. A partir de 2002 el aumento de población es debido más a la pujanza de la construcción que al turismo, ya que este último se mantiene muy estable.

Las consecuencias que tiene la enorme presencia de población foránea en la isla es que la cultura local sufre importantes transformaciones por la incorporación de nuevas costumbres y la pérdida de las antiguas. En el estudio de las actitudes de los residentes es muy útil conocer el motivo que les llevo a residir en la isla y cuanto tiempo hace que residen en Ibiza.

- **Fracaso escolar.**

El sector turístico genera un gran volumen de puestos de trabajo de baja exigencia formativa. El predominio de este sector y sectores relacionados (como por ejemplo la construcción) causa que la oferta laboral requiera niveles formativos bajos o muy bajos. Además los trabajos que requieren una cualificación algo mayor no se encuentran vinculados a una mejor remuneración. El resultado es que hay enormes incentivos para que la gente joven abandone los estudios cuanto antes y un fuerte desincentivo para seguir estudiando, ya que es posible obtener un salario razonable para un joven sin prácticamente presentar ningún título y las mejoras salariales que se obtienen en trabajos de mayor cualificación son mínimas. Como consecuencia, las personas con mejores currículos abandonan la isla en busca de un trabajo más acorde con su formación (Buades, 2006, pp. 26-27; Murray, Rullan, y Blázquez, 2005).

	E. Infantil (0 - 2 años)	E. Infantil (3 - 5 años)	Bachillerato (16 - 17 años)	Garantía Social (16 - 17 años)	F. P. Grado Medio (16 - 17 años)	F. P. Grado Superior (18 - 19 años)
TOTAL	18,05%	97,48%	70,54%	5,22%	26,30%	23,41%
Andalucía	4,06%	99,43%	65,55%	3,65%	26,20%	18,89%
Aragón	30,44%	100,00%	71,08%	7,83%	30,10%	26,71%
Asturias	8,71%	97,42%	79,95%	4,29%	31,37%	31,43%
Baleares	10,09%	91,93%	53,63%	4,42%	21,88%	10,43%
Canarias	S.D.	97,15%	69,46%	4,91%	29,15%	22,71%
Cantabria	16,53%	98,10%	77,51%	4,65%	35,71%	27,33%
Castilla y León	12,46%	100,00%	88,57%	8,39%	30,38%	27,45%
Castilla-La Mancha	2,51%	100,00%	67,01%	5,27%	21,26%	17,92%
Cataluña	32,13%	96,73%	66,81%	4,09%	28,18%	26,27%
C. Valenciana	11,37%	94,53%	59,58%	3,61%	27,67%	22,34%
Extremadura	2,85%	100,00%	68,37%	6,44%	24,01%	16,83%
Galicia	16,15%	99,21%	80,70%	4,85%	34,22%	32,76%
Madrid	32,92%	91,50%	78,89%	5,30%	17,63%	21,51%
Murcia	14,10%	99,40%	67,51%	8,27%	21,13%	18,21%
Navarra	25,68%	99,73%	71,25%	8,01%	28,44%	27,81%
País Vasco	48,35%	100,00%	89,76%	12,09%	31,39%	42,66%
La Rioja	4,77%	98,98%	69,49%	6,97%	32,48%	25,72%
Ceuta	4,60%	100,00%	65,98%	22,96%	22,75%	32,36%
Melilla	16,32%	100,00%	73,04%	14,51%	21,82%	16,34%

Tabla 33: Tasas brutas de escolaridad por nivel de enseñanza (curso 2006-2007).

 Fuente: INE (www.ine.es) y MEC (www.mec.es).

El resultado de este mercado laboral es que hay muy poco interés por los estudios y por tanto el fracaso escolar y la falta de escolarización en los tramos no obligatorios son muy elevados. A nivel nacional, España destaca entre sus vecinos por los malos resultados educativos. Baleares es la comunidad autónoma con peores datos del país como muestran los datos del INE, e Ibiza y Formentera no parecen encontrarse por encima de la media de la región. Por tanto, los datos de Baleares pueden servir de muestra de la situación que viven las Pitiüsas.

Baleares sufre un bajo nivel de escolarización en todas las etapas no obligatorias. En la etapa infantil Baleares no posee el peor dato en ninguno de los dos ciclos, pero como son bastante bajos en ambos ciclos el resultado global es el peor índice de escolaridad de las comunidades autónomas españolas. En la secundaria post obligatoria (16 – 17 años) Baleares tiene pésimos datos de escolarización en cuanto a Garantía Social y Formación Profesional de grado medio y las peores cifras, con diferencia, tanto en Bachillerato como en el global de esta edad (Bachillerato + Garantía Social + Formación Profesional de Grado Medio). En la educación de grado superior, Baleares mantiene las peores cifras tanto en Formación Profesional de Grado Superior como en formación universitaria. Los bajos niveles de escolarización en las etapas no obligatorias se complementan con los elevados índices de fracaso escolar que se producen en las diversas etapas (Baleares tiene los índices más altos de fracaso escolar), provocando que Baleares tenga una situación mucho peor que la de otras comunidades autónomas con renta por habitante similar. Este hecho induce a pensar que las diferencias en el desarrollo económico de estas regiones explicarían porque una región con una renta elevada posee una situación educativa igual o peor a la de las regiones menos desarrolladas. Parece lógico suponer que la diferencia entre Baleares y las otras comunidades autónomas se encuentra en el importante peso económico que posee el turismo en las islas.

- ***Estacionalidad e infraestructuras sobredimensionadas.***

El tipo de turismo que predomina en Ibiza es enormemente estacional generando todo un conjunto de problemas en la sociedad local vinculados a la estacionalidad. Jornadas laborales al límite en verano¹⁴² combinado con importantes periodos de inactividad en invierno. Estos contrastes provocan comportamientos depresivos o un enfoque vital de vivir el día a día. Muchos individuos oscilan entre el estrés y la apatía a lo largo del año. La inestabilidad y el estrés que provoca la situación laboral de muchas personas tiene efectos negativos en el ambiente familiar. Si tenemos en cuenta que la familia es uno de los pilares de la sociedad, los efectos negativos son de gran importancia. Estos efectos son culpables, en gran medida, de problemas como el fracaso escolar, la violencia dentro de la unidad familiar, etc.

La estacionalidad del turismo tiene como uno de sus efectos más visibles la creación de infraestructuras sobredimensionadas (carreteras, puertos, aeropuertos, alojamientos turísticos, comercios y restaurantes, locales de ocio nocturno, etc.). Estas infraestructuras, excesivas para las necesidades existentes durante la mayor parte del año y sólo usadas a pleno rendimiento durante dos o tres meses al año, son la principal causa de que aparezcan grupos con posturas ecocéntricas y antropocéntricas muy marcadas. Unos se oponen a las nuevas infraestructuras por su gigantismo, bajo nivel de utilización e impacto ambiental, mientras que los otros consideran que es un mal necesario para garantizar la continuidad del turismo, que resulta imprescindible para la economía y, por tanto, la sociedad local. Cuando estos dos grupos de opinión sufren la injerencia de intereses políticos pueden generar una elevada conflictividad social, con protestas, altercados y tensiones entre la población. Los conflictos por la ampliación de las carreteras vividos en la legislatura 2003-2007 son un buen ejemplo de este problema.

- ***Molestias de la actividad turística: contaminación, criminalidad y drogas.***

La contaminación, en un sentido amplio (basura, aguas sucias, humos, ruido, etc.), tiene una casuística similar a las infraestructuras sobredimensionadas, provocando el surgimiento de posturas encontradas. Como sucede en Ibiza en relación a las discotecas y a las molestias que generan a los vecinos¹⁴³.

Uno de los problemas sociales que se considera vinculado al desarrollo turístico es la criminalidad, pero hay que realizar algunas matizaciones. Si se observan los datos del Instituto Nacional de Estadística referentes a sentencias criminales vemos que no hay una clara relación entre el volumen de turismo de una provincia y los casos criminales. Parece que son otros elementos los que más influyen en la comisión de grandes delitos. Lo que sí parece que puede estar relacionado con el turismo es la pequeña delincuencia (pequeños hurtos, timos de poca importancia, menudeo de drogas, etc.) que encuentra víctimas fáciles entre los desorientados turistas. En resumidas cuentas se puede afirmar que el turismo puede actuar de polo de atracción de pequeños delincuentes pero no es un elemento de peso para determinar la comisión de grandes delitos.

Vinculado a la criminalidad se suele mencionar el consumo de drogas, respecto al cual se pueden hacer las mismas apreciaciones que en relación a la criminalidad. Existe un elevado consumo de drogas, pero las intoxicaciones por drogas o medicamentos que impliquen un ingreso hospitalario no parecen mostrar mucha relación con el volumen de turismo de una región (Anexo X). Lo que sí que parece que se ve afectado es el consumo rutinario de drogas, ya

¹⁴² Por ejemplo, los residentes ibicencos destacan del resto de Baleares por que alegan como motivo para no practicar deporte la falta de tiempo con mayor frecuencia (85,7%) que mallorquines (51,6%) o menorquines (62,5%) y alegan para no practicar deporte en menor proporción el hecho de no gustarles (9,52%, frente al 23,74% de mallorquines o al 31,25% de menorquines). Probablemente el hecho de que la encuesta se realizara en agosto y septiembre sea la causa del elevado porcentaje de personas que alegan falta de tiempo para practicar deporte (Aguiló, Rey-Maqueira, Bartolomé y Ramos, 2006, p. 9).

¹⁴³ Hay grupos de residentes que creen que debe limitarse su actividad para evitar molestias, mientras otros consideran que el turismo de discotecas es de mayor calidad que el turismo que se pretende atraer poniendo límites a los establecimientos.

que los turistas que en su lugar de origen consumen drogas de forma esporádica realizan un consumo mucho más frecuente de estas drogas cuando se encuentran en Ibiza (Bellis *et al.*, 2000). Además puede existir un cierto efecto imitación de la población local hacia el comportamiento observado en los turistas. Por tanto, en lo que a consumo de drogas se refiere, lo que sucede en Ibiza es que los consumidores de drogas aumentan la frecuencia con la que consumen, pero es difícil asegurar que el turismo de la isla induzca el consumo en personas que no consumían previamente o afirmar que el consumo entre residentes es mayor que en otras regiones con menos turismo.

	Casos	Padrón Municipal	Casos/Hab.	Pernoctac.	Casos/Hab.+tur.	Pernoc./Hab.
Total	8.630	44.710.964	0,0193%	266.588.196	0,0190%	5,96
Andalucía	1.224	7.975.672	0,0153%	43.833.629	0,0151%	5,50
Aragón	240	1.277.471	0,0188%	4.386.121	0,0186%	3,43
Asturias	298	1.076.896	0,0277%	3.282.070	0,0274%	3,05
Baleares	294	1.001.062	0,0294%	51.972.693	0,0257%	51,92
Canarias	230	1.995.833	0,0115%	47.160.493	0,0108%	23,63
Cantabria	112	568.091	0,0197%	2.802.136	0,0195%	4,93
Castilla y León	511	2.523.020	0,0203%	7.240.282	0,0201%	2,87
Castilla - La Mancha	219	1.932.261	0,0113%	3.628.431	0,0113%	1,88
Cataluña	2.041	7.134.697	0,0286%	41.938.025	0,0282%	5,88
Comunidad Valenciana	991	4.808.908	0,0206%	24.844.725	0,0203%	5,17
Extremadura	156	1.086.373	0,0144%	2.004.602	0,0143%	1,85
Galicia	503	2.767.524	0,0182%	7.755.524	0,0180%	2,80
Madrid	915	6.008.183	0,0152%	16.504.744	0,0151%	2,75
Murcia	265	1.370.306	0,0193%	2.624.247	0,0192%	1,92
Navarra	78	601.874	0,0130%	1.443.494	0,0129%	2,40
País Vasco	447	2.133.684	0,0209%	3.957.874	0,0208%	1,85
La Rioja	92	306.377	0,0300%	942.698	0,0298%	3,08
Ceuta	12	75.861	0,0158%	140.413	0,0157%	1,85
Melilla	2	66.871	0,0030%	125.995	0,0030%	1,88

Tabla 34: Casos de envenenamiento por drogas, medicamentos y productos similares (2006).

Fuente: Encuesta de Morbilidad Hospitalaria 2006 (INE), padrón 2006 (INE), IBAE (2007) y elaboración propia.

- **Promiscuidad sexual.**

Una de las características de la sociedad balear es el elevado nivel de promiscuidad sexual de la población. Tomando datos de la Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales de 2003 (INE, 2006) vemos que Baleares destaca por este aspecto, y la tónica habitual de los indicadores de Baleares hacen suponer que los datos para Ibiza no son inferiores a la media de la Comunidad Autónoma.

Esta encuesta da como primer dato que la proporción de personas de 18 a 49 años que ha tenido relaciones sexuales es del 97,5% en Baleares, superior al 94,1% de la media nacional y a los resultados de las restantes comunidades autónomas (seguida por Cataluña con el 95,5%). Además, en el desglose por sexos, Baleares mantiene la mayor cifra de todas las comunidades, con la peculiaridad de que el porcentaje es el mismo para ambos sexos. En cuanto a precocidad sexual Canarias y Baleares lideran las estadísticas. También lideran las estadísticas en cuanto a personas con más de una pareja sexual en el último año. Baleares también destaca en número de nuevas parejas en los últimos 12 meses, y en porcentaje de hombres que han recurrido a los servicios de prostitutas. Si tenemos en cuenta que las encuestas realizadas en otros países europeos muestran porcentajes inferiores a los de España, vemos que Baleares destaca a nivel continental.

	Una	Dos	3 o 4	de 5 a 9	10 o más
Andalucía	49,93%	14,86%	16,09%	9,32%	9,80%
Aragón	40,38%	13,45%	19,24%	11,61%	15,33%
Asturias	35,54%	18,63%	19,54%	13,36%	12,94%
Baleares	31,79%	12,47%	15,85%	15,83%	24,05%
Canarias	35,50%	17,30%	23,16%	10,80%	13,24%
Cantabria	43,94%	17,62%	21,58%	8,89%	7,96%
Castilla y León	36,02%	17,26%	21,32%	13,30%	12,10%
Castilla-La Mancha	50,68%	15,07%	14,15%	10,69%	9,41%
Cataluña	31,47%	16,00%	21,55%	14,66%	16,31%
Ceuta y Melilla	45,28%	13,25%	15,35%	10,68%	15,45%
Comunidad Valenciana	40,56%	15,46%	19,38%	12,57%	12,04%
Extremadura	50,57%	15,96%	14,92%	10,65%	7,91%
Galicia	37,37%	13,82%	18,87%	15,54%	14,39%
Madrid	36,06%	15,77%	21,25%	13,02%	13,90%
Murcia	44,54%	19,00%	18,26%	6,74%	11,46%
Navarra	40,97%	18,32%	20,98%	8,37%	11,36%
País Vasco	37,59%	18,80%	21,23%	9,75%	12,64%
La Rioja	38,46%	19,08%	21,32%	10,63%	10,51%
Total	39,81%	15,87%	19,36%	12,04%	12,93%

Tabla 35: N° de parejas que declaran haber tenido (ambos sexos).

Fuente: Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales (INE, 2006) y elaboración propia.

	Varones					Mujeres				
	Una	Dos	3 o 4	de 5 a 9	10 o más	Una	Dos	3 o 4	de 5 a 9	10 o más
Andalucía	32,20%	16,36%	19,77%	14,47%	17,20%	67,61%	13,36%	12,43%	4,17%	2,42%
Aragón	21,27%	11,43%	21,23%	17,36%	28,71%	60,46%	15,58%	17,15%	5,56%	1,26%
Asturias	20,43%	12,28%	24,77%	19,61%	22,91%	51,41%	25,29%	14,04%	6,80%	2,46%
Baleares	17,76%	12,00%	15,96%	14,64%	39,64%	46,35%	12,96%	15,74%	17,06%	7,89%
Canarias	21,20%	15,20%	26,55%	15,68%	21,37%	50,81%	19,55%	19,53%	5,57%	4,53%
Cantabria	30,75%	15,76%	26,35%	13,26%	13,87%	57,97%	19,60%	16,50%	4,25%	1,68%
Castilla y León	19,30%	13,23%	26,03%	19,98%	21,47%	53,03%	21,35%	16,53%	6,51%	2,58%
Castilla-La Mancha	32,85%	14,59%	19,03%	16,77%	16,76%	70,64%	15,61%	8,68%	3,88%	1,19%
Cataluña	18,24%	12,53%	22,29%	21,17%	25,78%	45,00%	19,56%	20,80%	8,01%	6,63%
Ceuta y Melilla	21,43%	14,51%	17,48%	17,55%	29,04%	72,39%	11,82%	12,93%	2,86%	0,00%
Com. Valenciana	26,22%	14,72%	20,43%	18,65%	19,98%	55,74%	16,23%	18,27%	6,13%	3,63%
Extremadura	32,56%	16,82%	18,18%	16,86%	15,59%	69,13%	15,07%	11,55%	4,25%	0,00%
Galicia	21,49%	9,63%	21,48%	22,55%	24,86%	53,66%	18,13%	16,19%	8,35%	3,66%
Madrid	21,25%	13,09%	25,53%	18,94%	21,19%	50,46%	18,39%	17,09%	7,26%	6,81%
Murcia	26,97%	18,25%	24,05%	11,39%	19,34%	63,98%	19,82%	11,85%	1,60%	2,74%
Navarra	26,69%	15,22%	28,23%	10,48%	19,38%	56,31%	21,65%	13,19%	6,11%	2,74%
País Vasco	24,79%	14,58%	22,54%	16,26%	21,84%	50,15%	22,94%	19,95%	3,35%	3,60%
La Rioja	25,61%	17,28%	28,35%	12,50%	16,26%	52,73%	21,08%	13,50%	8,56%	4,13%
Total	24,38%	14,04%	22,31%	17,72%	21,55%	55,63%	17,74%	16,33%	6,21%	4,10%

Tabla 36: N° de parejas que declaran haber tenido.

Fuente: Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales (INE, 2006) y elaboración propia.

Baleares es la Comunidad Autónoma con mayor porcentaje de personas que declaran haber tenido “de 5 a 9” parejas, o “10 o más”, y la Comunidad Autónoma con menor porcentaje que han tenido “dos” parejas y segunda Comunidad Autónoma con “una” pareja (por detrás de Cataluña). Además, se encuentra por debajo de la media en 3 o 4 parejas y muy alejada del segundo en “10 o más” parejas. En el desglose por sexos se observa parecida pauta general con sólo dos datos llamativos: entre los hombres destaca la enorme diferencia en porcentaje de los que declaran haber tenido 10 o más parejas (más de 10 puntos superior a la siguiente región), y entre las mujeres destaca la enorme diferencia en porcentaje de las que declaran haber tenido de 5 a 9 parejas (8,5 puntos más que la siguiente región). Los datos de Baleares¹⁴⁴ se asemejan más a los del resto de países europeos que a los del resto de España en lo que se refiere a personas con más de diez parejas sexuales en su vida.

	Global	Varones	Mujeres
Illes Balears	9,04%	8,45%	9,67%
Cataluña	7,10%	8,60%	5,53%
Madrid	6,40%	5,85%	6,94%
Canarias	6,06%	7,28%	4,75%
Galicia	5,62%	6,80%	4,38%
Murcia	5,50%	7,91%	2,79%
Asturias	5,26%	4,38%	6,18%
Castilla y León	5,14%	6,04%	4,19%
La Rioja	4,96%	3,49%	6,64%
Comunidad Valenciana	4,83%	4,92%	4,74%
Navarra	4,49%	6,72%	2,14%
País Vasco	4,44%	4,66%	4,22%
Aragón	4,36%	5,27%	3,40%
Andalucía	4,18%	4,30%	4,06%
Ceuta y Melilla	4,07%	6,09%	1,79%
Castilla-La Mancha	3,63%	4,02%	3,18%
Extremadura	2,67%	3,59%	1,66%
Cantabria	1,11%	0,00%	2,27%
Total	5,36%	5,86%	4,85%

Tabla 37: Personas a las que les han diagnosticado alguna enfermedad de transmisión sexual.

Fuente: Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales (INE, 2006) y elaboración propia.

Por desgracia, la promiscuidad sexual va acompañada de una mayor incidencia de enfermedades de transmisión sexual, convirtiéndose lo segundo casi en indicio de lo primero. Tomando como datos la Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales (INE, 2006), vemos que al 5,36% de los españoles se les ha diagnosticado alguna enfermedad de transmisión sexual. Cabe destacar que la incidencia de las enfermedades de transmisión sexual es mayor entre los hombres (5,86%) que entre las mujeres (4,85%). Al desglosar los datos por regiones, vemos que hay bastante disparidad entre comunidades autónomas pero Baleares destaca por los altos niveles de incidencia. En el conjunto de la población balear, al 9,04% de sus habitantes les han diagnosticado una enfermedad de transmisión sexual. Las siguientes comunidades autónomas en grado de incidencia son Cataluña (7,10%), a casi dos puntos de distancia, Madrid (6,40%) y Canarias (6,06%). Por sexos, los varones poseen un grado de incidencia muy elevado (8,45%), sólo superado por los varones catalanes (8,60%), y las mujeres de las islas destacan ampliamente por encima del resto de comunidades en su grado de incidencia (9,67%),

¹⁴⁴ Estos datos junto con la libertad sexual asociada a la isla han hecho que en algunas páginas de internet llamen a Ibiza la Sodoma y Gomorra del Mediterraneo.

superando por mas de dos puntos y medio a la siguiente comunidad autónoma (Madrid con 6,94%). Vemos que Baleares destaca claramente sobre el resto de comunidades y es posible que el ambiente turístico haya facilitado esta situación por un cierto efecto imitación y por el ambiente de libertad que se promociona como atractivo turístico.

- ***Visión General.***

La sociedad local es muy diferente de la existente en las primeras fases de desarrollo turístico. En la actualidad la población residente es de orígenes muy diversos, tanto geográficamente como socioculturalmente, y se caracteriza por fuertes movimientos migratorios, tanto inmigratorios como emigratorios, que provocan importantes variaciones en los parámetros demográficos. Esta población tiene niveles formativos, en general, bajos debido a que el sector turístico genera muchos puestos de empleo pero casi todos requieren baja cualificación y sufre un efecto imitación que explicaría algunos comportamientos como una mayor promiscuidad sexual y cierta tendencia entre algunos individuos hacia el exceso en cuanto al disfrute del ocio nocturno y al consumo de drogas. Además, el hecho de tratarse de un destino turístico maduro y muy estacional ha provocado unas molestias sobre los residentes de efecto acumulado y concentrado en el tiempo que ha llevado a la formación de grupos antagónicos entre los partidarios de limitar el sector y los que consideran que no se puede frenar al sector por la fuerte dependencia económica. Probablemente, si existieran otros sectores económicos que permitieran reducir la dependencia del sector turístico y el sector turístico fuera más diversificado, menos estacional y tuviera una oferta de mayor calidad, la sociedad local sería bastante diferente y, consecuentemente, las actitudes de los residentes.

El estudio empírico que se describe a continuación muestra las actitudes que poseen los residentes de Ibiza a causa de la evolución histórica (detallada en la segunda parte de esta tesis) y la situación presente descrita en este capítulo.

CAPÍTULO 8. EVOLUCIÓN DE LAS ACTITUDES

A lo largo de las distintas fases del ciclo de vida del destino turístico, la sociedad cambia por efecto de la evolución turística, y con ella las actitudes de los residentes. Por tanto, para comprender las actitudes de la población en un momento dado es necesario conocer el punto de partida (la sociedad tradicional) y los cambios que se han producido desde ese punto de partida (desarrollo turístico y efectos colaterales) hasta el momento actual.

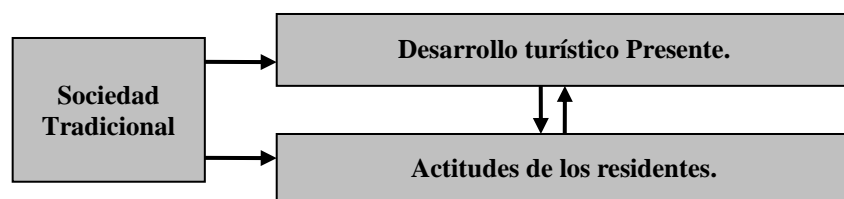


Figura 37: Estudio de las actitudes de los residentes en un destino turístico incipiente.

Fuente: elaboración propia.

Cuando una región se encuentra en los inicios de su desarrollo turístico conociendo las características del desarrollo presente y la sociedad tradicional donde se asienta es suficiente para comprender las actitudes adoptadas por los residentes (Figura 41). Pero cuando la región lleva muchos años de desarrollo turismo es necesario estudiar la evolución turística del destino y las actitudes generadas en cada momento para comprender las actitudes presentes (Figura 42).

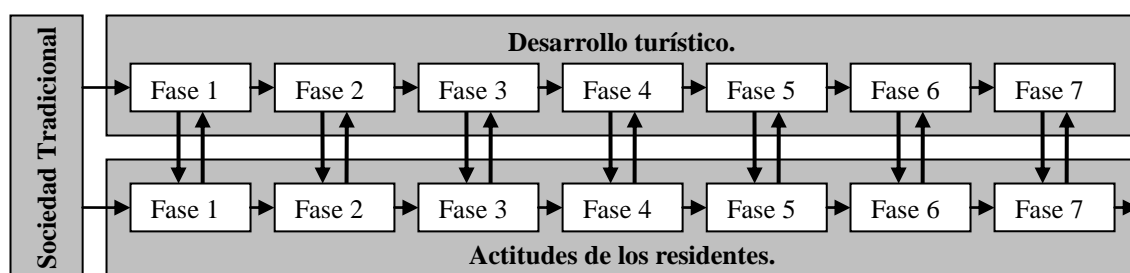


Figura 38: Estudio de las actitudes de los residentes en un destino turístico consolidado.

Fuente: elaboración propia.

En resumidas cuentas es necesario conocer como es la sociedad tradicional y la evolución del turismo y las actitudes para entender el presente. En los siguientes apartados se comentan estos tres elementos para el caso de Ibiza a la vez que se resume lo comentado hasta ahora.

1. La sociedad tradicional Ibizenca.

Si peculiar es la imagen turística que acompaña al desarrollo turístico de Ibiza más lo es la sociedad tradicional ibicenca. Muchos investigadores, profesionales o aficionados, han intentado explicar sus particularidades, pero aún hoy hay más hipótesis que certezas. Además la escasez de documentación antigua es una gran dificultad para intentar buscar explicaciones o simplemente para conocer que sucedía en el pasado. Ya en el siglo XIX, Gaston Vuiller afirmaba que:

"La historia de Ibiza es poco conocida y faltan documentos ciertos para realizarla"
(Vuiller, 2000, p. 36).

En el siglo XX los autores que hacen referencia a la sociedad primitiva aumentan, dentro de una cierta modestia cuantitativa, permitiendo conocer cómo era la Ibiza que encontraron los primeros aventureros que la visitaron (Alarco, 1976; Alarco, 1981; Barberó, 1984; Bestard, 1986; Castelló, 1953, 1955, 1961, 1974, 1976, 1988, 1993a, 1993b; Cirer, 1986, 1998, 2002, 2003, 2004, 2006; Demerson, 1976; Demerson, 1983; Fajarnés, 1929, 1978, 1995, 2000; Ferrer, 1981; Ferrer, 1998, 2002; Grimalt y Prats, 2001; Joachim y Rotthier, 1992; Joan, 1984, 1997; Kurihara, 1979; Macabich, 1964, 1966-1967; Marí, 1996; Marí, 2001; Mayans, 1994, 1995; Navarro, 1901; Parrón, 2000; Planells, 1984; Posadas, 1985, 1989a, 1989b, 1993, 1995; Ramón, 2001; Rozenberg, 1974, 1990; Selz, 2000; Serra, 2000; Torres, 1981; Torres, 1985, 1998, 1999; Tur, 1995; Valero, 2001; Vallès, 1995; Veny, 1999; Vilà, Prats, Ramón, y Vallès, 1984; Vilàs, 1989; Villangómez, 1974). Gracias a estos autores conocemos algunos de los rasgos más llamativos de la sociedad insular preturística.

La isla se caracterizó, durante mucho tiempo, por una estructura social relativamente igualitaria (Alarco, 1981) y una cierta oposición entre el campo y la ciudad (Vila, 1962). Las desigualdades entre los diversos estratos de la población permanecían dentro de los estrechos límites de una economía de subsistencia y no llegaron a constituirse grupos sociales antagónicos (Alarco, 1981, pp. 69-81). Los pocos terratenientes que existían vivían en Dalt Vila y tenían un poder muy limitado, lejos del de los terratenientes mallorquines (Cirer, 2004, p. 153). Cabe mencionar que todos los viajeros que pasaron por Ibiza en el momento del cambio de siglo se sorprenden de la mínima estratificación social existente. Enrique Fajarnés Cardona lo resume en pocas palabras:

"En Ibiza no hay nobleza titulada. Un estilo popular de vida ha teñido a toda la sociedad ibicenca" (Fajarnés, 1995).

"Ibiza, Guía del Turista", de Arturo Pérez-Cabrero, describía con bastante exactitud la Ibiza de principios del siglo XX, reflejaba la ausencia de clases sociales entre la población local y las desavenencias con los mallorquines (Ramón, 2001, p. 13):

"Las costumbres son morales y viven con modestia, pobres y ricos, con pocas diferencias [...]. Con frecuencia se ven en tertulias y cafés, formando grupos de amigos, ricos con pobres, señores con obreros, soldados y clérigos. No hay clases y si las hay no se distinguen. [...] Aman todos a España, y se envanecen de ser buenos españoles. Estiman los agasajos que se hacen a la isla y no simpatizan con los mallorquines, porque éstos inventan fábulas y exageran hechos para menospreciarles" (Fajarnés, 1995).

La población se caracterizaba por ser muy homogénea en sus niveles de riqueza. No había focos de mendicidad en situación tan precaria como en otras regiones, pero tampoco las personas más ricas destacaban por encima del resto de la población al nivel que lo hacían en Mallorca o la península. El sentimiento de españolidad de los ibicencos se puede entender si tenemos en cuenta que la única entidad de fuera de la isla que la población sentía que les ayudaba, aunque fuera una ayuda insuficiente, era la corona española. Ni Mallorca, ni Cataluña, ni ningún otro territorio o institución (quizás la única excepción fuera la Iglesia) era percibida como que atendiera las peticiones insulares o se preocupase por su bienestar. En el caso de Mallorca y los mallorquines se les consideraba más un problema que un apoyo.

Todos los que escriben sobre Ibiza a principios de siglo están de acuerdo en un segundo elemento característico de la sociedad insular: el carácter ibicenco es extraordinariamente individualista y poco dado a la participación en cualquier tipo de negocio o actividad que implique el concurso de un número importante de personas sin vínculo entre sí. Esto no quiere decir que los ibicencos no puedan montar negocios en los cuales participen diversas personas, pero cuando se asocian lo hacen en un número reducido y buscan los socios potenciales entre los que pertenecen a su círculo más próximo (Cirer, 2004, pp. 158-159). La costumbre de los ibicencos es realizar los proyectos en solitario o sólo contar con los socios imprescindibles, los cuales suelen ser familiares cercanos o viejos conocidos. En la primera mitad del siglo XX, el

individualismo de los ibicencos unido a un cierto desconocimiento o ignorancia de las posibilidades del sector turístico hizo que entidades como la Cámara de Comercio de Ibiza, el Fomento del Turismo, etc. fracasaran o se vieran reducidas a un pequeñísimo grupo de empresarios de Vila que intentaban llevar adelante algunas acciones de promoción turística.

Como tercera peculiaridad se puede comentar que el hábitat rural es disperso, característica no tradicional en las regiones más cercanas. Mientras que lo normal es que la población rural se encuentre concentrada en pueblos rodeados por las tierras de labranza, en Ibiza cada familia vive sobre el terreno de su propiedad. El resultado es que los núcleos urbanos son de creación muy reciente, salvo Ibiza ciudad, y las casas se encuentran esparcidas por el territorio de una forma bastante homogénea. Este hecho facilita la preservación de la intimidad familiar y será un elemento clave para facilitar la instalación de artistas y personas de la contracultura en la isla.

La inexistencia de pueblos conllevaba la falta de negocios dedicados a atender a las personas que se encuentran fuera de casa (alojamiento, comida, etc.), obligando a la población rural a conservar un sentido de la hospitalidad propio de la Edad Media. Eran hospitalarios y respetuosos con todas las personas que llegaban a la casa, conocidos o no, con el objetivo de que en un futuro pudieran recibir esta hospitalidad ellos, de conocidos o no. Esta costumbre, antigua y olvidada en otros lugares, hizo que los extranjeros fueran recibidos con amabilidad por parte de los ibicencos, aunque no se conocieran. El hábitat disperso obligaba a todo un conjunto de normas consuetudinarias que facilitaban la vida de los vecinos, como era la hospitalidad antes comentada o los derechos de paso, y que los extranjeros ignoraron en muchos casos. El resultado fue que los ibicencos tuvieron que adaptarse a las nuevas costumbres traídas de fuera y empeoró su opinión acerca de la población foránea y los turistas.

Finalmente, otro elemento que caracteriza a la sociedad insular es la mentalidad autárquica a que obligaba el hecho de ser una isla expuesta a ataques piratas y a problemas de comunicación con el exterior. Durante siglos la inseguridad en el Mediterráneo mantuvo a la isla en una situación de casi total aislamiento y bajo la amenaza de ataques berberiscos. A pesar de que esta amenaza se podía dar por erradicada desde principios del siglo XIX, los ibicencos mantuvieron muchos de los elementos a que obligó esta situación. Uno de los elementos era la economía de subsistencia y la autarquía, es decir poder vivir de lo que producía la explotación familiar. Aunque a partir de la segunda mitad del XIX se inician las exportaciones e importaciones de diversos productos, aún a principios del XX continuaba teniendo presencia este tipo de mentalidad preventiva. La autarquía no era un elemento tan característico de la sociedad insular como los elementos comentados en párrafos anteriores, pero sí posee importancia capital para entender el aspecto primitivo que atrajo a los primeros visitantes y turistas.

La inseguridad que obligó a una economía autárquica durante siglos tuvo otro efecto: la violencia y la propensión a las armas entre la población ibicenca. Tampoco es un elemento excepcionalmente original, salvo en su grado. Durante siglos la escasa defensa de la isla se basaba en una milicia real formada por los hombres en condiciones de luchar y, al igual que otras sociedades en condiciones parecidas, la violencia y las armas eran un elemento muy valorado por los ibicencos. La combinación de ambos elementos, violencia y armas, hizo que los tiroteos y las peleas fueran comunes en la sociedad tradicional, hasta que las autoridades decidieron prohibir llevar armas¹⁴⁵.

La sociedad tradicional que existía a principios del siglo XX fue desapareciendo con la evolución del turismo, el cual generó la sociedad actual en un proceso que duró varias décadas. El cambio fue tan grande y rápido que cuando los ibicencos evocan su Historia la dividen en dos etapas: “antes del turismo” y “ahora”. El cambio ha sido a mejor en algunos casos y a peor en otros.

¹⁴⁵ Cuando en el primer tercio del siglo XX se prohibieron las armas hubo reticencias pero pronto se erradicaron y con ello se redujeron enormemente los asesinatos. A pesar de que esta característica de la sociedad insular hubiera podido limitar las posibilidades del sector turístico, las actuaciones de las administraciones y la concienciación de la población hizo que en la época del boom turístico ya sólo fuera un borroso recuerdo del pasado.

2. La evolución del turismo y la imagen de la isla.

El proceso de cambio sufrido por las áreas turísticas europeas, especialmente las del Mediterráneo, es descrito por Christaller (1963). Christaller (1963) menciona que primero llegan los pintores, buscando un lugar poco conocido e intacto para pintar, que lentamente forman una colonia de artistas. Tras los pintores llegan escritores, actores, etc. y el destino empieza a adquirir glamur. Con ello aparecen los primeros emprendedores y los primeros hoteles y casas en la costa, tras lo cual los pintores empiezan a abandonar la región en busca de otra región menos conocida y más tranquila. Sólo los pintores más comerciales continúan en la región, rentabilizando la imagen de refugio de pintores. Tras esto el destino se pone de moda y se inician los viajes organizados y el turismo de masas. Además indica que este ciclo ocurre a la vez en distintos lugares, pasando de ser destinos de moda a destinos masificados. La descripción de Christaller (1963) es perfectamente aplicable al caso de Ibiza, ya que la evolución que describe es idéntica a la vivida por la isla en el siglo XX.

El turismo en Mallorca surgió como un nuevo destino para la *high society* de la época, que ya frecuentaba desde hacía años la Costa Azul francesa y la Riviera italiana, las cuales se empezaban a convertir en destinos "masificados" para los gustos de estas personas (Buades, 2004, p. 59; Buades, 2006, p. 30). Mientras Mallorca inició el desarrollo turístico a partir de la alta sociedad de la época que buscaba nuevos destinos, Ibiza se convirtió en un destino barato y tranquilo para los bohemios de Europa, gracias a las peculiaridades de la sociedad tradicional ibicenca (atraso económico, hospitalidad y tolerancia).

Los primeros antecedentes turísticos se encuentran en las dos primeras décadas del siglo XX. En esta época aparecen las primeras referencias a llegadas de visitantes aventureros y los primeros indicios de existir un grupo de personas, entre los ibicencos, interesadas en desarrollar una "industria de los forasteros". Aunque el turismo aún era sólo una posibilidad de futuro contemplada por unos pocos empresarios de la ciudad, hechos como la limitación de las armas y, sobre todo, la difusión de la costumbre de pintar las casas de blanco parecen indicar la existencia de una intención por parte de las administraciones de diseñar un "producto vendible", es decir, buscaban acercar la realidad de la isla a la imagen existente de una "Isla Paradisiaca" del Mediterráneo:

"A principios de siglo el pintor catalán Santiago Rusiñol, en un viaje a Ibiza, deslumbrado por la luminosidad y la arquitectura la calificó de "isla blanca", surgió una verdadera obsesión por la blancura. Un alcalde de Ibiza decretó que se pintasen, en adelante de este color, las nuevas construcciones urbanas. Los propietarios de las casas más antiguas, por contagio, encalaron sus fachadas. Cuando el azul, el rojo y el ocre habían sido los colores ornamentales clásicos de las Pitiüsas" (Rozenberg, 1990, pp. 159-160).

Estos cambios, junto con la evolución posterior, hicieron que Ibiza fuera adquiriendo una imagen de isla cálida, luminosa, económica, frecuentada por bohemios, con ocio nocturno y tolerante (nudismo, ambiente gay, etc.), es decir lo que buscaban los turistas que venían a España (Gaviria, Iríbar, Sabbah y Sanz, 1975; Instituto Español de Turismo, 1979). Esta percepción de Ibiza la encontramos en la prensa de finales de siglo, como es el caso de un suplemento dominical del diario ABC de 1985:

"Ibiza: el verano a todo trapo. Las playas para nudistas, las noches pobladas de mujeres extraordinarias, un erotismo subido de tono, restaurantes mediterráneos, una moda ligera y diversión asegurada. He aquí todo lo que ofrece Ibiza" (ABC, 14 agosto 1985).

El resultado es que Ibiza ofrece una imagen muy parecida a la de otras islas del Mediterráneo, como es el caso de las islas griegas, destacando Mikonos. En el caso de Mikonos nos encontramos con lo que podríamos denominar una pequeña Ibiza, ya que su imagen y oferta es casi idéntica, resultando indiferente una u otra para los turistas del norte de Europa. Estas similitudes entre islas situadas en extremos opuestos del Mediterráneo se deben a los

antecedentes históricos y culturales similares en ambas islas y, en una parte difícil de cuantificar, a las acciones de diseño de la oferta mencionadas anteriormente.

Los artistas e intelectuales que empezaron a llegar a la isla a partir de los años treinta y, sobretodo, en los años cincuenta actuaron como difusores de Ibiza como destino turístico, sirvieron de punto de contacto entre la población residente y los recién llegados, y fueron la primera fase de la evolución en las tipologías turísticas, a pesar de su poco peso cuantitativo. La importancia de los artistas e intelectuales en el desarrollo turístico de Ibiza era percibido por las autoridades y la población en general. En un informe de la Dirección General de Seguridad del Ministerio de la Gobernación de 7 de marzo de 1969 en relación a la presencia masiva de hippies, menciona a los artistas como los pioneros de la presencia extranjera en Ibiza:

"la situación actual de las islas de Ibiza y Formentera, respecto a la influencia de extranjeros, es fruto de una inercia desde hace veinte años, en que primero llegaron los pintores y artistas con tendencias anárquicas, continuando los existencialistas, seguidos de los beatniks, hippies y otros sin pertenecer a estas conceptualizaciones" (Cerdà y Rodríguez, 1999, p. 19).

Mariano Planells también mencionaba la importancia que tuvieron los artistas e intelectuales en el desarrollo turístico:

"El papel de la colonia intelectual afincada, desde primeros de los años cincuenta, ha sido sobre todo, de tendón, de tejido conjuntivo entre la comunidad ibicenca y los grupos llegados posteriormente: beatniks, hippies, turismo de masas, emigrantes, etc. Fueron aquellos Merlyn Evans, Hinterreiter, Erwin Broner, Josep Lluís Sert, Erwin Hubert, Will Faber, Walter Benjamin, entre otros muchos, quienes prepararon a la comunidad ibicenca para recibir nuevas referencias externas y nuevas pautas, de una forma modelada y tolerante. Pero también es cierto que no hay que sobredimensionar esta función. Muchos de los afincados se han limitado, mayormente, al trabajo en domicilio propio y se han relacionado de forma estancada en los reducidos grupos de su propia nacionalidad o profesión. Es decir, las relaciones entre muchos de estos creadores y la comunidad ibicenca tampoco han sido fáciles ni profundas" (Planells, 1997, p. 64).

Como comenta Planells, hay una falta de vinculación de los artistas de las vanguardias con la sociedad autóctona, salvo excepciones puntuales. Esta implicación es mayor en el caso de las primeras presencias de artistas, años treinta, los cuales muestran algo de interés por la sociedad local y por mantener una buena relación entre ibicencos y extranjeros. Pero para la mayoría, Ibiza es entendida no como un lugar para vivir sino para veranear (Rodríguez, 2003, p. 77).

A partir de la llegada de artistas de los años treinta, cada nueva oleada de llegadas se caracterizaba por un mayor tamaño numérico y un menor nivel cultural: en los años treinta eran unos pocos artistas e intelectuales de primera fila a nivel europeo; en los años cincuenta eran muchos más pero de un nivel no tan relevante y algunos sólo eran personas con estudios superiores; los hippies y turistas de los sesenta y principios de los setenta eran muy numerosos y su nivel cultural y económico inferior al de etapas precedentes, pero aún eran personas situadas por encima de la media, y las clases humildes se convierten en predominantes entre los turistas de la isla a partir de los años ochenta. Por tanto, la tipología de los turistas y visitantes ha seguido una evolución caracterizada por un constante aumento del número de personas llegadas a la isla, combinado con un descenso progresivo de su nivel cultural medio.

En este proceso cada oleada de llegadas actuaba de atractivo para la siguiente oleada: los artistas de los años treinta atrajeron a los visitantes de los años cincuenta (artistas, beatniks, vividores, etc.); los visitantes de los años cincuenta, principalmente artistas y beatniks, atrajeron a los hippies de los años sesenta y setenta, y los hippies atrajeron a los *clubbers* de décadas posteriores. Además, en cada nueva oleada de llegadas se producía una pérdida de peso de la tranquilidad y el ambiente cultural entre los motivos de la visita y ganaba peso la libertad de conducta y el ocio nocturno.

Probablemente el momento de la evolución del turismo con mayores contrastes y cambios sea el que va de los años cincuenta a los años setenta. La imagen difundida por la prensa, de Ibiza

como refugio de artistas y marginales, tiene como contrapunto la realidad compleja de una sociedad tradicional en proceso de incorporación al mundo moderno, sacudida por el fuerte crecimiento turístico y la llegada masiva de foráneos (peninsulares que llegan a la isla para trabajar en la construcción y el turismo¹⁴⁶, artistas, hippies, extranjeros en busca de una primera o segunda residencia en un lugar más cálido y tranquilo, etc.).

	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991
Ibiza	6.327	6.225	6.168	7.616	9.644	12.283	11.259	16.943	25.489	30.376
Formentera	2.258	2.298	2.508	2.929	3.392	2.657	2.671	2.965	4.209	4.760
Sant Antoni de Portmany	4.263	4.550	4.701	5.014	5.377	5.597	5.635	9.537	12.331	14.663
Sant Joan de Labritja	4.229	4.808	4.134	4.612	5.391	5.037	5.137	3.412	3.283	3.527
Sant Josep de sa Talaia	3.989	4.004	4.696	5.099	5.985	5.180	5.076	5.884	6.736	9.890
Santa Eulalia del Río	4.748	5.041	4.777	6.305	7.564	7.385	7.395	9.299	13.098	15.545
Pitiüsas	25.814	26.926	26.984	31.575	37.353	38.139	37.173	48.040	65.146	78.761
Variación poblacional en las Pitiüsas		4,31%	0,22%	17,01%	18,30%	2,10%	-2,53%	29,23%	35,61%	20,90%

Tabla 38: Población de hecho en las Pitiüsas (siglo XX).

Fuente: Censos de Población (INE) y elaboración propia.

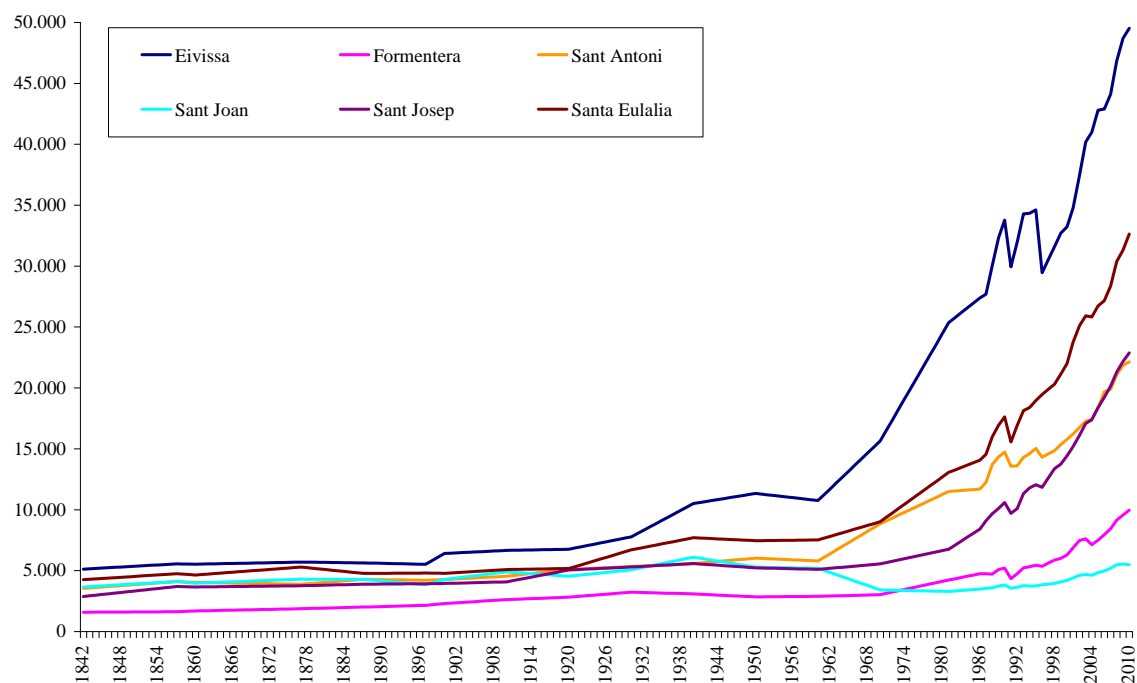


Figura 39: Población de Ibiza y Formentera (1842-2010).

Fuente: censos de población y padrón municipal (www.ine.es).

¹⁴⁶ Los empleos creados en el sector terciario, y las mejoras en las comunicaciones y las condiciones de vida, indujeron un cambio en los flujos migratorios provocando: un éxodo del campo a las zonas urbanas, y la sustitución de la emigración de los jóvenes de la isla, hacia Ultramar, por una inmigración procedente de la península que ocupaba empleos de asalariado en la construcción y la hostelería.

La llegada de población foránea es la principal causa de los importantes aumentos de población que ha vivido la isla en la segunda mitad del siglo XX y los primeros años del XXI. Hasta la década de los años 1920's la población se mantuvo estancada o creció muy lentamente. Las mejoras económicas y sociales de principios de siglo permitieron un leve aumento de la población en los años 1920's y 1930's, el cual se frenó con la guerra civil y la posguerra. Pero finalmente, a partir de los años 1960's, y sobre todo de los años 1970's, se produjo un importante aumento de población vinculado al desarrollo turístico y a la llegada de población foránea en busca de oportunidades de trabajo en la isla. Esta población es muy flotante e igual que viene se va como puede observarse en los momentos de crisis con reducciones de la población residente.

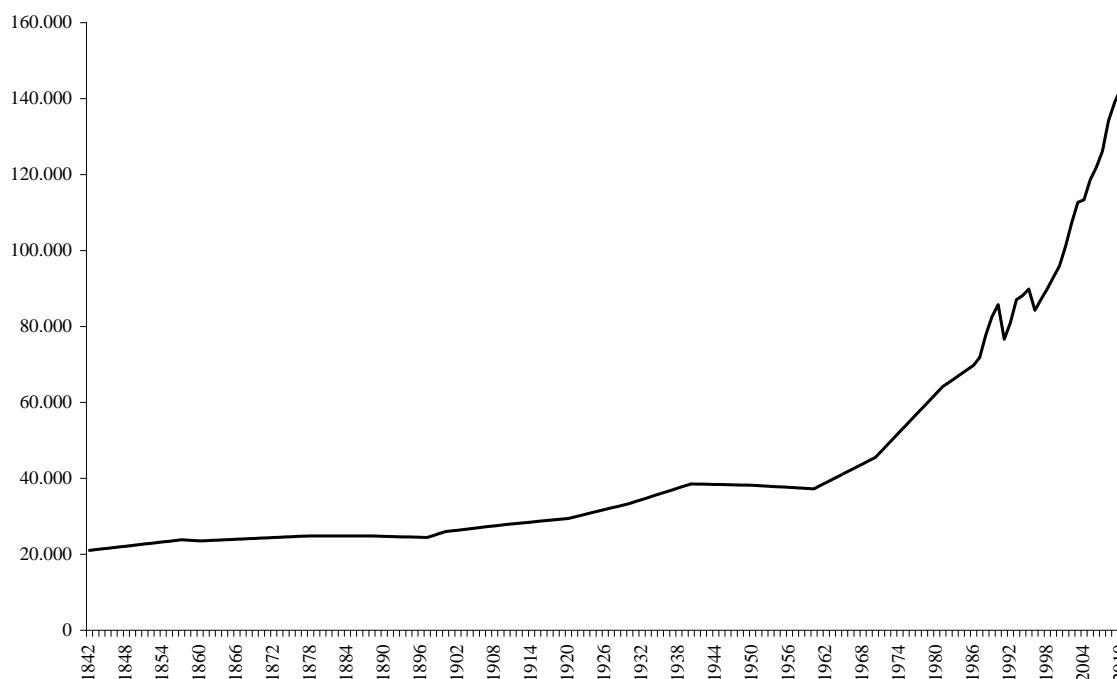


Figura 40: Población de las Islas Pitiüsas (1842-2010).

Fuente: censos de población y padrón municipal (www.ine.es).

	Var. 1940-1950	1950	Var. 1950-1960	1960	Var. 1960-1970	1970	Var. 1970-1981	1981	Var. 1981-1991	1991	Var. 1991-2001	2001
Mallorca	2,84%	339.966	6,54%	362.202	21,11%	438.656	21,86%	534.547	6,29%	568.187	19,07%	676.516
Menorca	-1,58%	41.512	1,91%	42.305	15,39%	48.817	17,26%	57.243	12,52%	64.412	11,04%	71.524
Ibiza	-0,36%	35.312	-2,76%	34.339	23,64%	42.456	41,16%	59.933	20,52%	72.231	21,94%	88.076
Formentera	-7,95%	2.838	1,69%	2.886	4,54%	3.017	39,94%	4.222	2,23%	4.316	28,66%	5.553
Baleares	2,03%	419.628	5,27%	441.732	20,65%	532.946	23,08%	655.945	8,11%	709.146	18,69%	841.669

Tabla 39: Evolución de la población de Baleares en la segunda mitad del siglo XX.

Fuente: IBAE (2007) y elaboración propia.

El aumento de población ha sido más intenso y duradero en Ibiza que en las otras islas y ha dado como resultado una sociedad formada en gran parte por personas nacidas fuera de la isla.

En los primeros años del siglo XXI ha seguido la tendencia y en la actualidad se puede afirmar que la mayoría de los residentes son nacidos fuera de la isla¹⁴⁷. El resultado es que algunas personas tienen la sensación de que es difícil encontrar una persona ibicenca (autóctona) en Ibiza, cuando visitan la isla.

	Población Total	Baleares	Resto España	Extranjero
Ibiza	94.334	47.931	32.994	13.409
	100,00%	50,81%	34,98%	14,21%
Formentera	6.875	3.373	1.844	1.658
	100,00%	49,06%	26,82%	24,12%
Pitiüsas	101.209	51.304	34.838	15.067
	100,00%	50,69%	34,42%	14,89%

Tabla 40: Población de las Pitiüsas según lugar de nacimiento, año 2001.

Fuente: IBAE (2003) y elaboración propia.

Los enormes cambios que sufrió la isla, junto con la popularidad que adoptaba gracias a los medios de comunicación de toda Europa, hizo que investigadores de diversos países de Europa se interesasen por la sociedad ibicenca y los cambios que estaba sufriendo en esos momentos¹⁴⁸. Danielle Rozenberg comentaba que:

"vine por primera vez [a Ibiza] en 1964, como turista, y apenas vi nada especial. Yo estudiaba y en París se empezaba a hablar mucho de las islas. Durante aquella época vinieron muchos franceses. Me quedé un invierno [...] y, de pronto, fui descubriendo que Ibiza y Formentera eran islas muy interesantes para un sociólogo, algo así como un laboratorio..." (Planells, 1986, pp. 31-32).

Destaca la importancia que tuvo el movimiento hippie para la difusión de la isla en el exterior y el inicio del boom turístico. Se publicaron cientos de artículos, miles de fotografías propagaron la explosión pacifista contracultural en Ibiza, y a resultas de aquella publicidad también comenzó el turismo de masas que, a la postre, destruiría la esencia y la belleza de la isla (Planells, 2002, p. 9), cumpliéndose la paradoja del turismo (OCDE, 1980; Morey, 1990, 2000):

"Las islas se convirtieron en un destino privilegiado del turismo de masas en los años del Yo, del ácido lisérgico (LSD), de la música, de las artes, de la creación artesanal y del diseño de nuevas modas. Ibiza se convirtió en una Babel caótica, maravillosa, pacífica, bulliciosa, etc." (Planells, 2002, pp. 9-10).

La imagen transmitida por los artistas, intelectuales y beatniks de décadas precedentes atrajo a los miembros de la contracultura que abandonaban sus países de origen, huyendo de la sociedad que les había defraudado con unas expectativas superiores a lo efectivamente ofrecido. Eran jóvenes de las clases medias de las grandes metrópolis decepcionados con la sociedad occidental a la vez que receptivos a ideas nuevas para ellos, como las que les ofrecían las culturas orientales o los autores de la contracultura. El rechazo que poseían a las normas y

¹⁴⁷ Los enormes aumentos de población, la falta de una estabilidad a largo plazo de muchos de los residentes y, como consecuencia, el enorme peso que poseen las personas originarias de otras partes del mundo complica la gestión del destino turístico y el estudio de las actitudes.

¹⁴⁸ Ibiza al igual que la trimurti brahmánica era una y varias: había una Ibiza del pasado y tradicional ya en decadencia y en proceso de desaparición, representada por una parte importante, pero menguante, de la población ibicenca dedicada a la agricultura, la ganadería y la pesca (los sectores económicos tradicionales); había una Ibiza de nuevo cuño, representada por ibicencos y foráneos que buscaban prosperar económicamente en el nuevo sector económico del turismo, a pesar de que en muchos casos tenían unos conocimientos escasos de esta nueva actividad económica, y había una Ibiza de fulgurante y cosmopolita presente, modesto aunque representativo pasado (años treinta) e incierto futuro, representada por los artistas y miembros de la contracultura de la época.

costumbres occidentales, les llevaba a tomar las decisiones más por oposición al "Sistema" que por creencia en una vida o un mundo alternativo. Una francesa entrevistada por Rozenberg (1990, p. 108) mencionaba que "estaba sumamente atraída por todo lo que fuera estar contra las normas".

La isla arcaica, tranquila y acogedora que mostraban los medios de comunicación de toda Europa fue un gran imán para los miembros del movimiento hippie e hizo que llegaran de forma importante entre 1968 y 1974, aportando creencias propias de la contracultura. Zush explica la fiebre por la magia, la pseudofilosofía, las nuevas religiones y el orientalismo en Ibiza:

"Ibiza está situada en un punto cultural de confluencia, está en Europa y en África al mismo tiempo. Ibiza todavía conserva costumbres africanas y practica muchas europeas. [...] Después desde un punto de vista contracultural, es decir, sociológico, se han ido reuniendo gentes de muy diferentes naciones, razas y religiones. Las distintas creencias y pautas vitales han ido configurando una nueva cultura en la isla, muy curiosa, muy extraña. [...] Una vez fundada esta cultura se abren las necesidades materiales, y muchas veces ante la contradicción -que también existe- la única salida posible para un militante en esta cultura híbrida ha sido la espiritual, la de las ideas, la religión, la de abstracción. [...] No podemos decir que sea una cultura 'underground', en el pleno sentido de la palabra, sino que no han utilizado medios normales de comunicación. La cultura 'underground' es subterránea, oculta y está basada en la agresividad y el miedo, y se dirige, al mismo tiempo contra un 'establishment' muy concreto y definido. [...] Yo diría que en Ibiza en vez de estar bajo la tierra (underground) se está en las nubes, la mayor parte del tiempo... [...] Pero en Ibiza hay mucho falsario, muchos que lo hacen por un esnobismo oportunista. Ni que decir tiene que esos no participan apenas de esta nueva cultura de Ibiza" (Planells, 1980, pp. 180-181).

A mediados de los setenta, una masa de turistas había tomado el relevo definitivo de los artistas y los hippies¹⁴⁹. La sociedad que atrajo la atención de turistas y medios de comunicación dio paso a las discotecas y el glamur pseudohippie (Planells, 2002, p. 10). Tras los años del movimiento hippie se forma la que, con pocos cambios, es la situación actual: el turismo tiene unos volúmenes muy grandes y es el puntal de la economía local, la sociedad es muy heterogénea (con personas de muchos orígenes y culturas) y los individuos tienen una gran movilidad a la hora de residir o trabajar, los efectos negativos del turismo (delincuencia, drogas, prostitución, congestión de las infraestructuras, etc.) son muy importantes y generan la aparición de posturas críticas con el desarrollo turístico, las discotecas y los establecimientos de ocio nocturno toman relevancia mundial, etc.

El volumen de turismo es enorme y se caracteriza por pertenecer a la tipología de "sol y playa", personas que buscan un lugar cálido y agradable para veranear. Otro elemento del turismo es el enorme peso que tienen los turoperadores en la distribución, causando una gran dependencia a los empresarios de la isla:

"El turismo que domina en las islas Baleares es un turismo chárter, un turismo de grupo alojado en hoteles que se agrupan a lo largo del litoral, a varios kilómetros de distancia de las aglomeraciones urbanas. Los veraneantes no permanecen en los establecimientos hoteleros del archipiélago más de diez días por término medio. Este alojamiento en 'enclave' es ofrecido por la industria, acompañado de un sistema de organización total de la vida de los viajeros (transporte, alojamiento, comidas, distracciones) que determina el tipo de relaciones susceptibles de producirse entre el turismo y los isleños. [...] No hay más remedio que constatar que el interés de los turistas por las sociedades que les acogen es muy limitado. [...] Los centros turísticos, reservas artificiales creadas para los veraneantes, son concebidos como universos de sueño que no dejan filtrar más que un eco lejano, estereotipado de la realidad local. Los únicos isleños que se encuentran allí (los profesionales del turismo) están, ellos también, tan encerrados en la interpretación de sus papeles anónimos e intercambiables

¹⁴⁹ Aunque la gran ola de llegadas de la época hippie finalizó en los setenta, han seguido llegando miembros de la contracultura a las islas desde entonces.

que hacen imposible cualquier intercambio verdadero entre los extranjeros y los autóctonos. Así, a pesar de la voluntad de los promotores del turismo ibicenco al proponer una alternativa de las famosas cuatro eses (*sea, sun, sand, sex*), sobre las que se construye la reputación de las estaciones balnearias del Mediterráneo, la percepción de la isla, ya sea entre los medios de comunicación como entre la clientela turística, no escapa a este cliché” (Rozenberg, 1990, pp. 184-186).

Tal y como menciona Rozenberg, el tipo de turismo y de distribución que hay en las islas dificulta el contacto entre residentes y turistas, ya que la cultura o la sociedad insular no está entre los elementos que atraen a la mayoría de los turistas. Esta falta de contacto tiene efectos en las actitudes y opiniones de turistas y residentes. El contacto suele mejorar la satisfacción de los turistas (Gómez, San Martín y Bertiche, 1999) con la experiencia vivida. En el caso de los residentes, algunos autores consideran que hay efectos (Murphy, 1985) pero no se puede afirmar con claridad si este efecto sería positivo o negativo ya que depende de cada caso concreto.

Una característica de la sociedad de Ibiza, causada por el turismo, es que se detecta a lo largo del siglo XX una superposición estanca de culturas y comportamientos que hace que fenómenos de mera simultaneidad temporal se interpreten como signos inequívocos de cosmopolitismo. Es el fenómeno de la multiplicidad y multivocidad de Ibiza, provocado por la llegada de diversas oleadas de foráneos que no se han llegado a integrar en la sociedad local. Estos universos paralelos (Rozenberg, 1990, pp. 171-172), o microclimas humanos (Planells, 2002, p. 33), en que se estructura la sociedad, formados por distintos grupos sociales (población autóctona, artistas y miembros de la contracultura, famosos y ricos, etc.) se desplazan por el mismo espacio físico pero no entran, a nivel social, en contacto e incluso se ignoran mutuamente. Este aislamiento de grupos, al igual que la falta de contacto entre turistas y residentes, puede ser negativo si el contacto entre ellos fuera considerado enriquecedor por las partes o puede ser considerado positivo si evita que se produzcan puntos de fricción entre ambos grupos¹⁵⁰.

Los cambios producidos en la sociedad local con el turismo han provocado que la cultura autóctona se encuentre muy diluida y mermada, siendo una de las principales críticas que se realizan en la actualidad al turismo. En palabras de Buades (2006, p. 26):

“La población y la cultura tradicional catalanas tienden rápidamente a la minorización. Además, la economía turística fomenta la sensación de que lo nuevo venido del Norte es intrínsecamente moderno y deseable mientras que lo tradicional y local no pasa de ser antiguo y residual, sea la lengua catalana, las culturas insulares, las costumbres o el paisaje”.

La preocupación por la pérdida de la cultura tradicional a llevado a diversos grupos a un proceso de "resurrección" parecido al descrito por Medina (2003), en donde las tradiciones vuelven a la vida a través de los trabajos de investigación y no a través de la tradición oral de la comunidad, hay una ruptura en la transmisión generacional de estas costumbres. Este hecho lleva a que se produzca una modificación de las tradiciones debida a errores en la investigación, a la falta de información o a no entender las ideas y creencias que la sustentaban y le daban significado. El resultado es que la cultura local se ha convertido en una animación turística:

“En Ibiza la valoración de la cultura insular se centra principalmente en las representaciones de cantos y danzas populares, así como en la comercialización de pequeños objetos inspirados en la tradición. [...] Sin embargo, estos cantos y danzas tradicionales no solamente han perdido la autenticidad de lo cotidiano al resucitar de manera artificial y fuera del contexto original que les daba su sentido, sino que también se ‘montan’ según una lógica de animación que se esfuerza en divertir al público. [...] Los objetos corrientes que eran cotidianos en el pasado se imitan hoy para venderlos a los turistas, más su éxito ha provocado que se fabriquen en serie consiguiendo con ello, a la vez, la degradación de la artesanía. Es el caso del vidrio soplado, de la cerámica, de

¹⁵⁰ Esta situación social es lo que algunos intelectuales han venido en llamar "multiculturalismo" y que ya en la edad media se demostró, con las Disputas de París de 1240 y de Barcelona de 1263 contra el Talmud (Vidal, 2000, pp. 53-54), que cuando un grupo social, religioso o étnico realmente se da cuenta de las creencias y costumbres del otro grupo pueden provocarse estallidos sociales como los sucedidos en los últimos años en Holanda y Francia.

las copias de alhajas antiguas de oro y plata. [...] La folklorización de la cultura local no puede dissociarse del contexto general de masificación turística, lo que evidentemente engendra efectos de ‘colonización’ cultural” (Rozenberg, 1990, p. 187-188).

La enorme infraestructura existente y los grandes consumos de recursos que implica el sector han generado la aparición de grupos preocupados por conservar el medioambiente. En los tiempos más recientes las voces críticas con los incrementos en las infraestructuras o en el volumen de turistas han sido significativamente importantes.

Otra preocupación de los residentes es el incremento en la delincuencia y la criminalidad que sufre la isla¹⁵¹. Los robos y actos de vandalismo tienen un amplio eco en la prensa desde hace años: “San Antonio de Portmany. Los gamberros se apoderaron de las calles la noche del domingo” (*Diario de Ibiza*, 18 de julio de 1978); “La calle de la Virgen, una calle de vandalismo” (*Diario de Ibiza*, 2 de noviembre de 1979); “Continúa y aumenta la barbarie de violencias y robos” (*Diario de Ibiza*, 6 de junio de 1980); “Nuestra isla, lugar destacado de tráfico y consumo de estupefacientes. Droga en las calles” (*Diario de Ibiza*, 14 de agosto de 1980), etc.

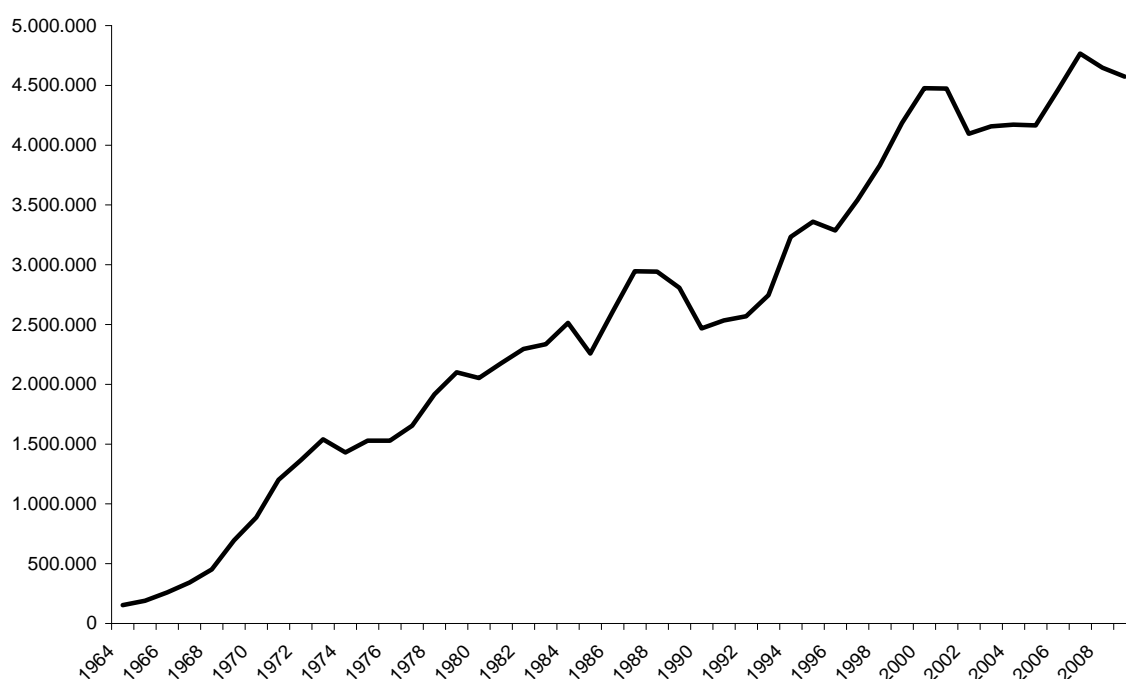


Figura 41: Tráfico aéreo en el aeropuerto de Ibiza (llegadas y salidas).

Fuente: Cirer (2000a) y AENA.

¹⁵¹ Este problema suele achacarse al turismo, pero el autor ha comprobado que en zonas donde el turismo es una actividad residual la criminalidad es muy elevada también (www.ine.es). Por tanto, no puede negarse con rotundidad que el sector turístico incrementa la delincuencia de la región pero su efecto, probablemente, sea mucho menor de lo que creen los residentes. Los delitos importantes (con condena penal de por medio) se pueden considerar casi exclusivamente cometidos por residentes, independientemente de la actividad económica de la región, y es muy posible que los rápidos cambios sociales y la densidad urbana elevada expliquen mucho mejor la comisión de grandes delitos que la presencia turística. El turismo sí puede resultar responsable de la comisión de pequeñas faltas y en el incumplimiento de normas de convivencia cívica. Cuando los residentes denuncian los aumentos de criminalidad en realidad lo que les ha causado la preocupación es el aumento de los pequeños incidentes provocados por turistas problemáticos y por pequeños delincuentes que buscan “presas” fáciles en las zonas turísticas.

A finales del siglo XX y principios del XIX nos encontramos con una situación caracterizada por un gran volumen de turistas (1.600.000 turistas al año de media) e infraestructuras de uso turístico, una sociedad formada por personas de orígenes muy diversos y que cambia con rapidez a causa de los elevados volúmenes de inmigración y emigración que vive la isla, niveles de criminalidad elevados, bajo nivel educativo, etc. Y todo ello ha llevado a la preocupación por el futuro del sector y como corregir los problemas que se acumulan. En este entorno es donde la preocupación por las actitudes de los residentes o, de una forma más general, por saber que quieren los residentes de cara al futuro ha empezado a tomar cuerpo entre los gestores del sector.

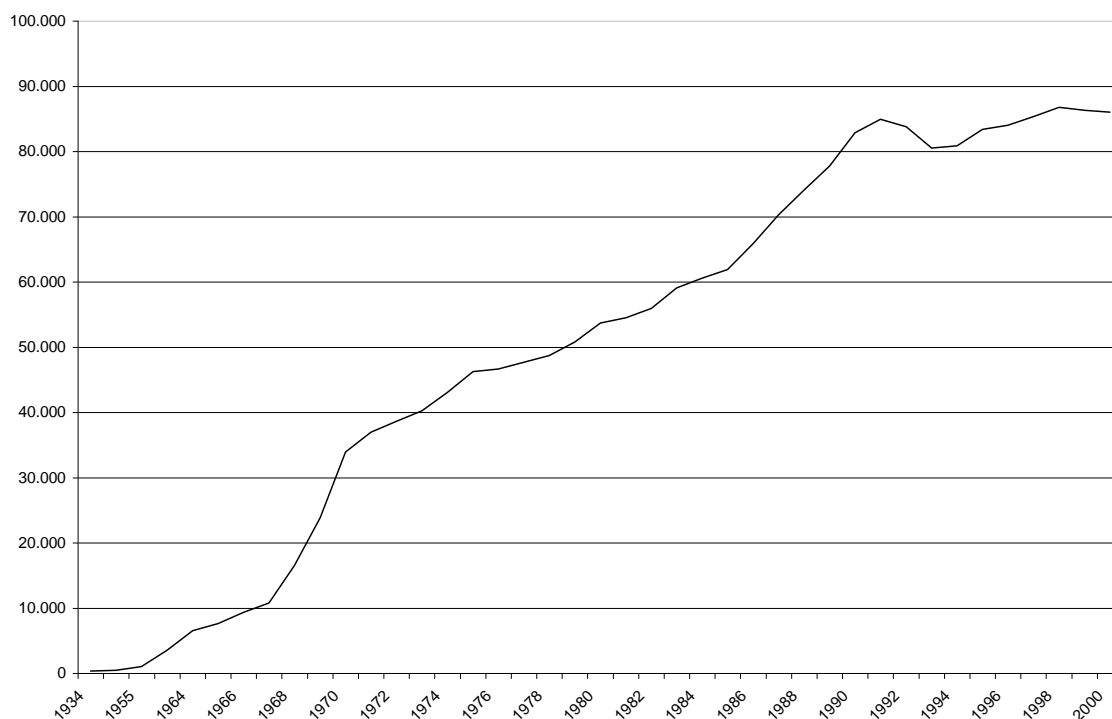


Figura 42: Plazas turísticas en Ibiza y Formentera.

Fuente: Cirer (2000b).

2.1. La situación en Formentera.

Aunque la exposición previa se refiera a Ibiza, lo comentado es aplicable a Formentera en un porcentaje muy elevado. En este punto sólo se realiza un pequeño comentario de algunas de las peculiaridades que posee la menor de las Pitiusas.

A pesar de que algunos franceses ya habían pasado sus vacaciones en Formentera, fueron los alemanes los que iniciaron las estancias turísticas en la Pitiusa menor y los de mayor presencia (llegando a representar el 90% de la ocupación), hasta que en los años noventa fueron substituidos por los italianos, que actualmente tienen el predominio indiscutible en Formentera.

En cuanto a las instituciones turísticas, cabe mencionar que en los setenta empezaron a funcionar la Cooperativa de Hostelería de Formentera y una delegación de la PIMEEF, la *Petita i Mitjana Empresa de Formentera* (PIMEF). En 1983 se creó el Patronato de Turismo de Formentera, que con el tiempo se convertiría en el auténtico puntal de la industria local. El Fomento del Turismo, que en los años ochenta se denominaba “de Ibiza y Formentera”, pasaría a serlo sólo de Ibiza en 1990, y el Patronato llenó el hueco dejado por el Fomento de manera eficaz (Ramón, 2001, pp. 166-167).

La principal característica de la industria formenterense reside en el pequeño tamaño y carácter familiar de sus explotaciones, tanto de alojamiento como de todo tipo. Sólo unos pocos hoteles de gran tamaño constituyen una excepción a los hostales, pequeños grupos de apartamentos y hoteles de modesto tamaño. De hecho, el sabor familiar y humano de estas explotaciones ha constituido uno de los principales atractivos de la isla, frente a la masificación que en ocasiones ofrecen los alojamientos de Ibiza (Ramón, 2001, pp. 165-166; L. Vidal, 2000).

Las numerosas viviendas turísticas ilegales de la isla constituyen otra de sus características fundamentales. Al igual que sucede en Ibiza, pero tal vez de manera más acentuada, en Formentera abundan las viviendas particulares que durante los meses de verano se convierten en alojamientos turísticos de forma, si no ilegal, sí al menos alega. Joan Serra Mayans, impulsor de la creación de la PIMEF y del Patronato de Turismo de Formentera describía la situación de la siguiente forma:

“Estas viviendas turísticas que teóricamente no existen, existen y, además, en una proporción casi equivalente al número de plazas legalizadas. ¿Qué sucede? Que estas casas son viviendas que se han venido alquilando desde siempre, sobre todo cuando no había suficiente oferta turística. Hay una demanda, y nadie puede evitar que si uno tiene una casa, la alquile. Lo que sucede es que nunca nadie tuvo el coraje político en el Ayuntamiento para solucionar este tema, y ya empieza a ser tarde para solucionarlo. Hacia 1990 se hizo un informe oficial de Turismo que revelaba que había más de 200 casas que se alquilaban turísticamente y estaban listas para abrírseles un expediente sancionador. Pero eso se detuvo en el Ayuntamiento” (Ramón, 2001).

Una gran cantidad de familias formenterenses explotan viviendas de este tipo, que llegan a constituir una nada despreciable fuente de ingresos complementarios. Sin embargo, suponen una interferencia para la oferta legalizada, puesto que, contrariamente a las empresas registradas oficialmente, estas casas no satisfacen impuestos y no cumplen las múltiples normativas y leyes que, en cambio, se ven obligadas a respetar las instalaciones legalizadas, so pena de fuertes sanciones (Ramón, 2001, p. 167).

Finalmente cabe mencionar que Formentera a enfocado la promoción turística propia hacia una imagen de "isla tranquila, de aguas inimitables, de contacto con la naturaleza, de paseos en bicicleta; de una isla donde era posible desconectar de todo o de casi todo" (L. Vidal, 2000) en contraste con la clásica imagen de Ibiza "esnobista: 'tutti plenti' en libertad sexual, borrachera permanente, etc. Un paraíso para reprimidos, en definitiva" (L. Vidal, 2000).

En esencia lo que se comenta para Ibiza se puede extender a Formentera. Lo único no aplicable a Formentera en esta tesis es el estudio empírico, que constituiría una posible futura vía de aplicación.

3. La evolución de las actitudes de los residentes.

No hay estudios sobre las actitudes de la sociedad ibicenca hacia el turismo hasta tiempos muy recientes. Ahora bien, las indagaciones de diversos autores (Cirer, 2004, p. 158; Cooper, 2002) inducen a pensar que los ibicencos vieron con buenos ojos el turismo porque hizo posible cambiar la sociedad para combatir la miseria y atraso endémicos de la isla. Sin embargo este apoyo nunca ha representado una falta de sentido crítico y de reconocimiento de los inconvenientes del turismo, en parte porque estando inmerso en el turismo es difícil no percibirlos. Esto indica que la situación económica, y consecuentemente social, de atraso de la población autóctona generó actitudes lo suficientemente positivas como para que las primeras fases del desarrollo turístico transcurrieran sin escollos por esta parte.

Si se toma como indicador de las actitudes hacia el turismo de principios del siglo XX las publicaciones que se realizaban en Ibiza, resulta una posición mayoritariamente favorable al turismo. Destaca el activismo del *Diario de Ibiza*, publicación vinculada al mundo comercial de La Marina. A partir de mediados años veinte la necesidad de promover el turismo constituye un

tema primordial en sus columnas (Cirer, 2004, p. 153; Ramón, 2001, p. 20). Pero parece que la inmensa mayoría de la población aun no había tomado conciencia de esta nueva actividad.

La *Voz de Ibiza*, periódico más vinculado a la derecha tradicional, no es tan contundente en sus comentarios, pero no plantea ninguna oposición explícita al fenómeno turístico, más bien al contrario, ya que los propietarios de Dalt Vila no eran tan ricos como en otras partes de España y también tenían la esperanza de mejorar económicamente con el turismo (Cirer, 2004, pp. 155-156).

Es difícil encontrar posiciones claras de oposición al turismo. Lo que si aparecen son posiciones a favor del inmovilismo social y religioso, en contra de cualquier contacto con el mundo exterior que contamine la pureza del mundo tradicional ibicenco. En este caso consiste en el temor, por parte de algunos miembros de la sociedad insular, de que la llegada de gente de fuera destruya el paisaje y la identidad cultural de la isla. También es típico de algunos visitantes “cultos” apreciar la vigencia de las tradiciones locales y pensar que los “incultos” ibicencos las perderán porque no saben valorar lo que tienen (Cirer, 2004, pp. 156-157).

Otro grupo crítico con las influencias externas es la Iglesia Católica. Su periódico, *Excelsior*, no publica opiniones viscerales en contra del turismo; al contrario, ensalza los esfuerzos de los empresarios que construyen hoteles, la constitución del Fomento del Turismo, etc., pero no pierde ocasión para fustigar a las autoridades por su permisividad con las costumbres de los extranjeros. Pero la oposición de la Iglesia nunca fue muy intensa (Cirer, 2004, p. 157).

Entre las administraciones públicas, el Ayuntamiento de Ibiza hizo lo que pudo por apoyar el turismo, dada su situación financiera, y el resto de ayuntamientos de Ibiza no parece que se opusieran al desarrollo turístico (Cirer, 2004, p. 157).

Con la llegada de intelectuales, artistas y los primeros turistas en los años treinta y cincuenta se inician los cambios sociales provocados por el turismo. La irrupción masiva de extranjeros en una comunidad con estructuras arcaicas provoca unos cambios importantes en la sociedad local. El abandono de la agricultura en provecho de empleos en la construcción, la hostelería y en el sector terciario en general, confronta a la población ibicenco a una racionalización económica de tipo capitalista de la que no llegaban más que efectos indirectos a la sociedad tradicional. Aparece una ruptura esencial entre el tiempo de producción y el de reposo que funda la dicotomía moderna entre trabajo y ocio. Igualmente, el espacio se encuentra en adelante dividido entre el domicilio y el lugar de trabajo (Rozenberg, 1990, pp. 150-151).

En los años cincuenta y sesenta se producen importantes cambios en la economía y sociedad insular favorecidos por una creciente actitud favorable hacia el desarrollo turístico. Esta actitud favorable fue espoleada por la pobreza vivida durante la postguerra, la cual hizo que los ibicencos empezaran a tomar conciencia de las posibilidades económicas del turismo. A partir de los años cincuenta la población entusiasta con el turismo es notoriamente superior en número a la etapa previa a la Guerra Civil, como prueba el aumento de empresarios del sector, la mayor implicación de estos en las actividades de promoción turística y la aparición de una generación de gente joven que trabaja en el sector y se encuentra inmersa en la nueva cultura (recuérdese a los “palanqueros”), en contraposición a la generación de sus padres que permanece anclada en la sociedad tradicional:

“La receptividad de los isleños al cambio está muy condicionada por la edad, por el lugar que ocupan, cada uno de ellos, en el sistema de producción e, incluso, por el lugar de residencia. A los jóvenes urbanos que trabajan en la industria turística, en contacto permanente con los extranjeros, que viven y piensan ‘a la europea’, se oponen los ancianos campesinos de las fincas apartadas, donde la existencia apenas se ha modificado. Entre estos dos polos se sitúan varios estratos intermedios” (Rozenberg, 1990, p. 165).

El turismo internacional abre una puerta a las influencias exteriores. El desarrollo turístico y sus efectos directos, el contacto continuo con los extranjeros y “forasteros” y el papel de los medios de comunicación se conjugan (Rozenberg, 1990, pp. 157-158):

- La generalización del trabajo en la construcción, la hostelería y los servicios ha forzado a los asalariados a participar de los aspectos materiales y sociales del modo de producción capitalista.
- Entre las transformaciones resultantes de la presencia de “otras” poblaciones en las regiones de acogida, se distinguen los cambios imputables al contacto directo entre autóctonos y visitantes, de los que provienen de simple observación de los turistas y de la imitación de sus comportamientos (efecto demostración). Así, el efecto demostración afecta principalmente a los hábitos de consumo: un mimetismo que puede engendrar desequilibrios serios cuando se tienen en cuenta las disparidades de rentas entre isleños y veraneantes. Tal distinción, sin embargo, resulta problemática cuando se observa la modificación de los comportamientos sobre el terreno.
- Finalmente, como consecuencia del aumento del nivel de vida, la radio, la televisión, el cine y la prensa escrita han invadido el ocio de los ibicencos. Estos medios de comunicación contribuyen a ensanchar el campo de referencia de los isleños proyectándolos en un espacio cultural común a toda la sociedad española.

La influencia externa ha hecho que algunos autores (Rozenberg, 1990, pp. 180-181) propongan asimilar el fenómeno turístico al fenómeno colonial, ya que consideran que se producen algunas similitudes como: la instauración de una relación de dependencia de la sociedad receptora respecto de los centros emisores de turistas; el rol dominante, bajo diferentes aspectos, de una minoría extranjera en sus relaciones con una mayoría autóctona, y los antagonismos y conflictos de intereses resultantes del contacto de civilizaciones heterogéneas, así como la instrumentalización de la sociedad visitada. Aunque parezca una comparación extrema, las actitudes con que reciben los habitantes locales a los extranjeros recuerda la situación colonial, en que una élite llegada de fuera es admirada por la población local a la vez que desprecia las propias tradiciones:

“Frecuentemente, el contacto entre los ibicencos y los extranjeros produce una desvalorización de la imagen que los isleños tienen de sí mismos. Los visitantes llegan engalanados por el prestigio de la vida ciudadana y las modas europeas. [...] Este proceso de desvalorización de sí mismos frente a la magnificación del otro funciona habitualmente de manera inconsciente y puede ir acompañado, tan perfecta como paradójicamente, por un discurso violentamente hostil respecto de la presencia extranjera” (Rozenberg, 1990, p. 189).

El resultado es que la población local se esfuerza por imitar las costumbres de lo que considera “la modernidad”, es decir los vicios y costumbres que muestran los turistas cuando se encuentran en la isla.

Dentro de la evolución del turismo y la sociedad, cabe destacar un fenómeno que causó una importante influencia en la imagen de Ibiza y en las opiniones de los residentes hacia las personas llegadas de fuera, y en especial de los turistas. El movimiento hippie marcó un antes y un después en la evolución de la isla. En un primer momento, los hippies y su modo de vida causaron una reacción de sorpresa entre la población autóctona de la isla pero pronto surgieron opiniones críticas y desavenencias. Los hippies admiraban la vida tradicional y austera de los ibicencos y pretendían imitarla a la vez que rechazaban la modernidad. Por contra los ibicencos anhelaban alcanzar los estilos de vida de los europeos y los norteamericanos, porque la vida tradicional de la isla se vinculaba a un tiempo de miseria y atraso socioeconómico (Cooper, 2002). Para los freaks los ibicencos vulgarizaban su cultura y destruían sus tradiciones, pero para los ibicencos los hippies eran jóvenes de buena familia que buscaban romper las normas sociales que se les antojaban molestas¹⁵². Con el paso del tiempo, las peculiaridades de los

¹⁵² Las personas tienden a percatarse de las cosas negativas experimentadas en su presente y las cosas positivas del pasado o de la vida de otras personas. Los extranjeros tenían presente en sus mentes los problemas de impersonalidad en el trato y competitividad en el día a día de sus sociedades de origen, en contraposición con la sociedad ibicenca, y los ibicencos veían las comodidades de los extranjeros en contraposición a la miseria propia. El resultado del

hippies fueron ridiculizadas y, a veces, fuertemente criticadas por los ibicencos, que los veían como una molestia sin beneficio claro.

Ahora bien, mientras que los extranjeros llegados con el movimiento hippie eran criticados por la ocupación de propiedades privadas, por su holgazanería, por la suciedad y falta de higiene, por su comportamiento moral o por sus molestias a la población local, algunos extranjeros instalados desde hacía tiempo (arqueólogos, arquitectos, galenistas, pintores, escritores, etc.) y que lograron establecer sólidos lazos con el medio autóctono y suministrar la prueba de su interés por la cultura local, son considerados ibicencos de adopción, consiguiendo la estima de su entorno y la aceptación general (Rozenberg, 1990, p. 171), por desgracia estos extranjeros son una pequeña minoría.

La idea general que se puede concluir sobre la relación entre hippies e ibicencos es que había una gran tolerancia entendida en el sentido de permitir comportamientos con los que no se está de acuerdo, alterada de vez en cuando por reacciones producidas al rebasarse los límites autoimpuestos a esa tolerancia. Un comportamiento pacífico no implica, como en este caso, una imagen favorable, y la imagen que tenía la población autóctona del fenómeno hippie era bastante negativa al ser la antítesis de sus costumbres, valores, creencias y expectativas.

En épocas posteriores, aunque las relaciones entre las dos poblaciones se hayan "normalizado", la ociosidad real o supuesta de los hippies¹⁵³ plantea algunas desavenencias (Rozenberg, 1990, p. 169). Un ejemplo que ilustra como en otras partes del mundo se vivió parecida evolución de las actitudes lo encontramos en el festival de Woodstock, celebrado en 1969¹⁵⁴. En Woodstock se puede ver como se produce todo el proceso vivido en Ibiza, pero concentrado en varios días.

encuentro de ambos grupos es una falta de entendimiento de las razones del otro ya que de una misma sociedad (urbana o ibicenca) unos ven lo positivo y otros lo negativo.

¹⁵³ Los oficios intelectuales o artísticos, el artesanado ejercido a domicilio, las ocupaciones ocasionales son a menudo ignorados por la vecindad, aunque en bastantes casos sus cualidades como artistas o artesanos son cuestionables.

¹⁵⁴ Tal como cuenta Schmitt (1994), John Roberts, Joel Rosenman, Michael Lang y Artie Kornfeld fueron los organizadores del festival celebrado el fin de semana del 15, 16 y 17 de agosto de 1969 en la granja de Max Yasgur situada cerca del pueblo de Bethel en el estado de Nueva York. Los organizadores prepararon el evento durante nueve meses, con un coste total de dos millones de dólares. Esperaban la llegada de 50.000 visitantes y obtener beneficios con la venta de entradas. Pero no salió según lo previsto, el viernes por la tarde habían llegado 200.000 personas al recinto y se dirigían hacia el lugar varios cientos de miles más. A las cinco de la tarde el cantante Richie Havens inauguró el festival con su canción "freedom" a lo que respondieron los asistentes derribando la alambrada convirtiendo el evento en un "free concert". Los 100 policías de los alrededores, reforzados con algunos cientos de miembros de la Guardia Nacional, tenían suficiente trabajo con el tráfico. Al anochecer del mismo viernes fallaron las provisiones de agua y alimentos. Entrada la noche llovió convirtiendo el recinto en un barrizal. El sábado por la mañana la multitud ascendía a 300.000 personas, y seguía llegando gente. Sólo el consumo de hachís y marihuana y las prácticas de yoga y meditación zen consiguieron evitar que la situación desembocara en peleas. El resultado del festival fue un déficit de 1,3 millones de dólares al volverse ingobernable la multitud, pero con el tiempo los discos y películas grabadas en el festival han generado más de 300 millones de dólares de beneficios debido a la leyenda que se creó acerca del festival de Woodstock.

Los habitantes de Bethel y White Lake (las poblaciones más cercanas) pasaron de contemplar estupefactos e ignorantes la llegada de los cientos de miles de personas que iban al festival a tener desconfianza y rechazo hacia los visitantes que buscan ver el mítico lugar donde se celebró el festival de Woodstock y, además, hay un sentimiento de repudio del recuerdo de esos días y lo que sucedió (Schmitt, 1994). Los distintos festivales de música celebrados desde entonces por todo el mundo han despertado recelos, sobre todo en las primeras ediciones, entre los residentes de las poblaciones limítrofes. Tengamos en cuenta que, con los datos en la mano, el festival de Woodstock tiene características de catástrofe natural: mucha población sin alimentos y en condiciones insalubres y unos daños medioambientales que tardaron más de un año en mitigarse. Aunque en Ibiza no se celebrara ningún festival de este tipo, el cambio en las actitudes de los residentes si es comparable, porque, aunque los parámetros sean distintos, la presencia de los miembros de la contracultura causo un efecto acumulado en los residentes igual o superior al sufrido por los habitantes de Bethel y White Lake.

Los grupos Rolling Stones y Grateful Dead organizaron meses después un festival en la abandonada pista de carreras de Altamont, en California y recibió a 300.000 visitantes, pero el 6 de diciembre de 1969 concluyo en desastre debido a los actos de los "Hell's Angels", contratados como vigilancia privada, que provocaron la muerte de cuatro personas y un gran número de heridos. Estos hechos rompieron las esperanzas utópicas de una nueva vida que Woodstock había despertado entre las gentes de la contracultura.

Tras la etapa de presencia hippie, la actitud positiva hacia el turismo, debida a los beneficios económicos que genera, empieza a ser matizada por un conjunto de impactos negativos que hacen que se reduzca el optimismo inicial de los residentes y, en algunos casos, aparece una clara hostilidad hacia el turismo.

“Sería imposible redactar el catálogo completo de las quejas acumuladas por los isleños contra sus visitantes. Su espacio natural de ocio es invadido. La muchedumbre, el alza súbita de los precios, la música disco ambiental puesta a todo volumen, han sido razones suficientes para acabar con la paciencia de las gentes del lugar, que han abandonado sus paseos tradicionales para refugiarse en lugares más apartados y tranquilos” (Rozenberg, 1990, pp. 188-189).

Este proceso de décadas ha llevado a que, en tiempos recientes, se valore el futuro del sector más fríamente que en épocas anteriores. Entre los efectos vinculados al turismo y que han colaborado a cambiar la sociedad y a generar las actitudes actuales, cabe mencionar: la fuerte inmigración que ha acompañado al desarrollo del sector, el surgimiento de desigualdades económicas entre los residentes, la acumulación de turistas en zonas y épocas muy concretas, problemas de colapso de infraestructuras, fuertes impactos medioambientales y paisajísticos, altísimo paro y economía sumergida (Buades, 2006, p. 27; Murray, Rullan y Blázquez, 2005), la elevación de precios, etc.

Una de las consecuencias sociales del desarrollo turístico en Ibiza es la inversión de los flujos migratorios. La partida de jóvenes ibicencos hacia América del Sur o Argelia cumplió una función reguladora esencial en la sociedad tradicional. Con la expansión del turismo la tendencia se invierte, no sólo no tiene que emigrar la población de la isla sino que además se produce una inmigración procedente de regiones pobres de la península que ocupa empleos asalariados en la construcción y en la hostelería. Al principio, el flujo de inmigrantes comprende trabajadores que retornan a su lugar de residencia habitual al final del verano. Progresivamente esta población se afianza en la isla: unas veces por casamientos con ibicencos y, otras, por el establecimiento definitivo de familias con hijos (Rozenberg, 1990, p. 148). Desde la década de los noventa la inmigración peninsular ha sido eclipsada por la inmigración extranjera. El alud de oportunidades de trabajo poco cualificado (especialmente en la construcción y en tareas domésticas) han convertido la isla en un polo de atracción de trabajadores procedentes de países en vías de desarrollo (Buades, 2006, pp. 25-26; Murray, Rullan y Blázquez, 2005). El hecho de que gran parte de la población sea de ascendencia foránea ha hecho que sea una población muy flotante. Cuando hay una situación de expansión económica se producen fuertes incrementos de población, pero cuando se produce una crisis muchos de estos habitantes abandonan la isla en busca de regiones con mejores oportunidades laborales. Décadas de inmigración (trabajadores, artistas, beatniks, hippies, etc.) aportan una enorme complejidad a la sociedad que tendrá su reflejo en las actitudes.

A parte de la ignorancia mutua entre grupos sociales, la “tolerancia” de los ibicencos hacia los recién llegados puede que se debiera al hecho de que los primeros visitantes extranjeros, del siglo XIX y principios del XX pertenecían a niveles culturales y, a veces, económicos muy superiores a los de la población local. Eran visitantes cultos, con un nivel de renta superior al de la población local y con un gran respeto hacia la gente y la cultura local que conllevó que la población local tuviera, por norma general, un comportamiento muy hospitalario a causa de estas primeras experiencias. Además, la población ibicenca se encontraba, hasta poco antes de empezar el turismo, dispersa y con unos niveles de desarrollo de infraestructuras de alojamiento que obligaba a conservar costumbres de hospitalidad propias de la Europa medieval, cuya pervivencia se prolongara en el siglo XX. Probablemente, la fama de pueblo hospitalario de los polinesios se deba a la pervivencia de este mismo tipo de “hospitalidad”.

Estos dos festivales representaron el “canto del cisne” del movimiento hippie en Estados Unidos, ya que a partir de entonces fue perdiendo importancia debido al desengaño de algunos de sus miembros y a que otros abandonaron el país trasladándose a lugares distantes, como es el caso de Ibiza.

Con el desarrollo turístico aparecen las verdaderas desigualdades en el acceso a la riqueza y en su distribución. El anárquico desarrollo de la industria hotelera engendra diferencias en materia económica y de estatus social, similares a las que se dan en otras regiones. En muchos casos la suerte y el hecho de haber entrado en el sector turístico antes hacía que unas personas tuvieran mayores patrimonios y rentas que otras, cuando todas ellas partían de una situación económica similar. Por ejemplo, las personas que entraron en el sector a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta han conformado el estrato social con mayores rentas. En cambio, los individuos que abandonaron el sector primario de forma más tardía, finales de los años setenta y años ochenta, han conformado un grupo social que se caracteriza por asalariados con modestas rentas o propietarios de pequeños negocios.

Una de las características de la nueva sociedad que se creó fue que las diferencias económicas y sociales no coinciden necesariamente. Así, por ejemplo, existían campesinos enriquecidos por la venta de tierras y por el negocio de la construcción de hoteles y viviendas, que acusan, sin embargo, un retraso evidente en el plano educativo y profesional en relación con otros, cuya condición económica, no obstante, es más modesta (Rozenberg, 1990, p. 154). La baja cualificación profesional requerida en la mayoría de los trabajos turísticos, junto con las malas condiciones laborales (temporalidad, horarios muy prolongados, trabajo mal pagado, etc.) y la falta de alternativas que ofrezcan mejores condiciones y exijan más cualificación ha provocado que haya un fuerte desánimo de la población en relación con los estudios. No se obtienen beneficios laborales de una mayor formación y las personas mejor preparadas se ven obligadas a abandonar la isla. Por tanto, la tendencia mayoritaria entre la juventud es estudiar lo mínimo obligatorio o, mejor dicho, permanecer en el centro sólo el tiempo que marca la ley.

"Aunque hay menos paro oficial [que la media española], las oportunidades de trabajo digno son escasas: se trabaja más tiempo, se cobra menos, la temporalidad es extrema, es la tercera región por accidentalidad laboral y los aumentos salariales se encuentran entre los más bajos de España. La falta de oportunidades para el trabajo cualificado lleva a la emigración de la inmensa mayoría de los cerebros de la región a la Península y al extranjero. [...] Existe un auténtico 'proceso de desescolarización'. El fracaso escolar es el más alto de España (+8%), tiene la proporción más baja de estudiantes de bachillerato y formación profesional (-15%) y su índice de matrícula en la universidad está casi tres veces por debajo del peso de la población balear respecto al total de España. En resumen, la formación de capital humano es extremadamente deficitaria, ya que, para la juventud, el estímulo de irse a trabajar enseguida es una tentación demasiado atractiva en una economía basada en una generosa oferta de trabajos poco cualificados, precarios y mal remunerados sin posibilidades de mejora durante el resto de la vida laboral" (Buades, 2006, pp. 26-27; Murray, Rullan y Blázquez, 2005).

El resultado es una mentalidad, combinación de desprecio por los bienes materiales (salario, posición laboral, propiedades, etc.) con aprecio por el disfrute de la vida (ocio nocturno, viajes, etc.), surgida más por un motivo de protección psicológica, aprender a vivir con lo que hay, que por una postura filosófica.

Dado que los veraneantes se distribuyen de manera muy desigual en el espacio insular, ciertas zonas residenciales o de ocio adquieren el aspecto de "territorios ocupados" por los turistas. Ejemplos de ello son Sant Antoni y la zona del puerto de Ibiza. Además de la desigual distribución territorial se produce una desigual distribución temporal. Con el incremento de la estacionalidad turística en torno al epicentro del verano mediterráneo crecen los riesgos de colapso de los principales servicios e infraestructuras. Esto obliga a continuas inversiones en reparación, ampliación e instalación de mayor cobertura a costa de las necesidades sociales, culturales y de bienestar del conjunto de la ciudadanía residente (Buades, 2006, p. 23).

Algunos trabajos realizados en islas del Caribe revelan una correlación entre la densidad turística y la hostilidad de las poblaciones locales (Boutillier, 1978), es decir los residentes que se encuentran inmersos en zonas de fuerte presencia turística tienen actitudes más negativas que los residentes que conviven con una baja presión turística. En Ibiza, aunque no existe un conflicto declarado, la invasión turística provoca frecuentemente la exasperación de los isleños. Esta exasperación se percibe principalmente al final de la temporada veraniega, que es cuando

los residentes acumulan mayor agotamiento físico y psicológico a causa de la enorme presencia turística.

Vinculado al gran volumen de turistas y a la aglomeración de los mismos, encontramos la preocupación ecologista. Desde los años setenta los grupos de protección del medioambiente han ido tomando fuerza a causa del deterioro del paisaje y al consumo de recursos que genera el turismo. La opinión de estos grupos puede ejemplificarse en las palabras de Joan Buades:

"La desaparición del suelo rústico y el paisaje rural en beneficio de la especulación inmobiliaria. [...] Las Baleares se han convertido en una de las zonas con un mayor parque de segundas residencias respecto a la vivienda total disponible. Mientras tanto, la economía campesina desaparece, la dependencia alimentaria aumenta y todo el paisaje tiende a convertirse en una macrounificación dispersa. [...] La Naturaleza se convierte en un mero parque temático al servicio del negocio turístico-residencial. [...] La idea es que la 'nueva imagen' ecológica del archipiélago sirva para afianzar crecimientos cuantitativos en segmentos aún no explotados de la demanda turística, como el ecoturismo o turismo responsable que emerge con fuerza en sociedades nórdicas de alto poder de consumo. El resultado es que cuanto más deterioradas ambientalmente están las Baleares, más propaganda de paraíso natural genera" (Buades, 2006, pp. 24-25).

El efecto inflacionista que acompaña al sector turístico, junto a la insularidad, provoca que los precios sean muy superiores a los de otras regiones. Este hecho unido a los bajos salarios y la precariedad del empleo generado por el sector provoca que la población sea muy flotante¹⁵⁵ y su situación económica mediocre.

"El acceso a la vivienda para la población residente es cada vez más difícil. [...] Comprar una vivienda supone un sobrecoste medio del 30% en dinero y tiempo respecto a la media española. Por tanto, el acceso a una vivienda resulta extremadamente difícil para la juventud y para las personas recién instaladas en las Baleares" (Buades, 2006, p. 26; Murray, Rullan y Blázquez, 2005).

Como resultado de la evolución vivida, el turismo es defendido como sector económico por la población residente a causa de que es el principal sustento económico. El turismo les ha permitido una rápida mejora material al no requerir una cualificación profesional o unos conocimientos muy avanzados, pero les ha generado un conjunto de inconvenientes que no escapan a su atención y consideran que es el precio, o la contrapartida, al desarrollo alcanzado.

"Los ibicencos, pioneros de un proceso histórico que no necesitaba para su despegue de fuerza de trabajo cualificada ni en posesión de conocimientos precisos, se han beneficiado de un ascenso social que parecía estar al alcance de todos. Instalados actualmente en una seguridad material que nada parece amenazar, estos isleños consideran que los inconvenientes que trae consigo la vocación turística de Ibiza constituyen el precio que hay que pagar por su bienestar económico recién inaugurado" (Rozenberg, 1990, p. 155).

La cultura tradicional, la fase del ciclo de vida en que se encuentra un destino y las características peculiares de su desarrollo tienen un peso muy importante en la determinación de las actitudes de los residentes. Las administraciones públicas de las regiones que han iniciado su desarrollo de forma más reciente han intentado aprender de la experiencia de destinos con más historia a sus espaldas, como Mallorca o Ibiza, pero las limitaciones de su actuación y las propias características del sector hacen difícil dirigir de forma perfecta el desarrollo del destino, dándose situaciones como la de República Dominicana.

La República Dominicana inició su desarrollo turístico en los años setenta pero no fue hasta mediados de los ochenta cuando se produjo el Boom turístico en este país caribeño. El enorme crecimiento del sector en este país, los efectos que tiene este desarrollo en el paisaje y la escasa mejoría de las condiciones de vida de la población local, como causa del sector turístico, han

¹⁵⁵ Las llegadas de nuevos residentes y los residentes que abandonan la isla son muy importantes cuantitativamente hablando.

provocado un incremento de las protestas y de los grupos de oposición al desarrollo turístico (Buades, 2006, pp. 93-96).

La República Dominicana ha pasado por las mismas fases que Ibiza, en cuanto a actitudes, pero las peculiaridades de su desarrollo hacen que este proceso haya sido mucho más rápido. Entre las peculiaridades que pueden explicar esta acelerada aparición de actitudes negativas encontramos: la mentalidad tradicional de los pueblos del Caribe, poco dados a la ambición material; el rápido crecimiento de la oferta turística a generado fuertes impactos en el entorno; vinculado al rápido crecimiento se encuentra el hecho de que la oferta se ha creado por empresas y empresarios de fuera, reduciéndose la presencia de empresarios locales enriquecidos con el turismo; vinculado al factor anterior, la población local no ha recibido los suficientes beneficios económicos como para tener una opinión positiva, y los antecedentes del desarrollo de otros destinos hace que los residentes vean su futuro plasmado en el presente de esos destinos, el futuro ya no es sólo hipótesis (hay una “memoria colectiva” y se “recuerda” lo transcurrido en otras regiones), facilitando el surgimiento de grupos críticos con el turismo.

Por tanto, vemos que la evolución seguida por Ibiza es aplicable a otros destinos, ya que introduciendo los cambios en las variables con impacto en las actitudes, permite explicar la situación de otras regiones.

**PARTE III. ESTUDIO EMPÍRICO DE LAS
ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA EL
TURISMO EN IBIZA**

CAPÍTULO 9. OBJETIVOS DE LA PARTE EMPÍRICA

Tras la revisión bibliográfica y la descripción histórica realizada en las dos partes anteriores pasamos a la fase empírica. Primero se determinan las hipótesis que definen las actitudes de los residentes, esperables en un destino con las características de Ibiza, y se describe la metodología que se va a usar. En el siguiente capítulo se exponen los resultados obtenidos con el análisis de las muestras obtenidas (descripción de las muestras, descripción de las actitudes expresadas, etc.). Finalmente, se comprueba si las actitudes expresadas por los residentes coinciden con lo esperable, es decir, las hipótesis planteadas. Los objetivos principales del estudio empírico realizado son:

- Determinación de las actitudes existentes entre los residentes en el momento presente. El grueso del análisis se sustenta sobre las actitudes expresadas en la encuesta realizada en 2011.
- Comprobar si las actitudes expresadas en Ibiza se ajustan a los conceptos y relaciones expuestos en los estudios previos y expuestos en el primer bloque de la tesis. Esta comprobación se concreta en una batería de hipótesis que se exponen a continuación en el siguiente apartado.
- Estudiar la heterogeneidad de los individuos mediante la realización de una segmentación mediante análisis cluster. Además, esta segmentación permitirá poner a prueba la segmentación propuesta en el primer bloque de la tesis.
- Realización de un estudio longitudinal, comparando entre dos momentos de tiempo distintos (2002 y 2011). En este caso se pretende comparar las actitudes expresadas en ambos momentos y ver si se observan cambios significativos en un periodo de 9 años, permitiendo calibrar la velocidad en el cambio de actitudes.
- Un objetivo metodológico planteado es que no se realiza un solo tipo de análisis y se combinan diversos tipos de análisis de las actitudes de los residentes en un solo estudio. Es decir, análisis descriptivo, análisis causal, segmentación, análisis longitudinal, etc. a partir de una misma muestra. Por este motivo en algunos de los análisis no se obtienen resultados “espectaculares” en cuanto a significación y conclusiones, ya que el cuestionario debe ser válido para todos los análisis.

A continuación se comenta detalladamente las hipótesis y metodología de la investigación empírica realizada.

1. Determinación de las hipótesis.

Partiendo de la revisión bibliográfica realizada en la primera parte de esta tesis, las propuestas teóricas realizadas a partir de esta revisión bibliográfica y de la situación evolutiva de Ibiza como destino turístico, resultante del análisis historiográfico realizado en la segunda parte, se plantean un conjunto de hipótesis que resultaría de interés contrastar para ratificar o mejorar las propuestas teóricas realizadas en la primera parte. Estas hipótesis resultantes se exponen a continuación, y en algunos casos se desglosan en subhipótesis. Parte del análisis empírico consistirá en comprobar si pueden ser apoyadas o no estas hipótesis. Se han dividido las hipótesis en dos grupos: en el grupo A se plantea la valoración general de los residentes y en el grupo B los efectos de diversos factores en la valoración de los individuos.

GRUPO A: Los residentes poseen una valoración positiva del turismo a causa de los beneficios económicos que aporta, pero no ignoran los impactos negativos asociados.

La economía local es la principal preocupación que impulsa a una región a convertirse en destino turístico. Muchas regiones con escasas fuentes de recursos adoptan el turismo como una solución a sus problemas de desarrollo económico (Cater, 1987). En estos destinos los beneficios económicos previstos hacen que la reacción de la población local sea muy favorable al turismo (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996). Diversos autores han llegado a la conclusión de que los residentes infravaloran los costes y sobrevaloran los beneficios (Besculides, Lee y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984) cuando se encuentran en una mala situación económica. Por tanto cuando más negativa sea percibida la situación económica local inicial, o cuando son fuertemente dependientes del sector turístico para mantener su calidad de vida, más entusiasta será la reacción de la población hacia el desarrollo turístico (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002).

Hipótesis 1: Los residentes poseen una valoración general positiva del turismo a causa de los beneficios económicos (actividad económica, oportunidades de empleo).

Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes, y son los beneficios más importantes y esperados por la población local.

Hipótesis 1.1: Los residentes poseen una valoración general positiva del turismo.

Hipótesis 1.2: Los residentes tienen una elevada valoración de los beneficios económicos aportados por el turismo.

Hipótesis 1.2.1: Los residentes consideran que el turismo aumenta las oportunidades de empleo.

Hipótesis 1.2.2: Las personas que reciben un beneficio económico directo del turismo muestran valoraciones más positivas.

Hipótesis 1.2.3: Los residentes consideran que el turismo aumenta las posibilidades de nuevas iniciativas empresariales y de autoempleo.

Hipótesis 1.2.4: Los residentes consideran que el turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por impuestos).

Hipótesis 1.2.5: Los residentes consideran que el turismo aumenta la valorización de los recursos y actividades tradicionales en retroceso (agricultura, ganadería y artesanía).

Hipótesis 1.3: Los residentes consideran que Ibiza depende económicamente del turismo.

Hipótesis 2: La valoración general positiva no implica que ignoren los impactos negativos que provoca el turismo.

Como contrapartida de los beneficios, los costes del turismo percibidos por los residentes afectan de forma negativa las reacciones hacia su desarrollo. La percepción de los costes del turismo se agudiza cuando los individuos desean tomar parte en la toma de decisiones, forman parte de asociaciones, cuando trabajan en el sector, cuando los niveles de concienciación se incrementan, etc. Esta percepción se reduce cuando los habitantes llevan mucho tiempo viviendo en el lugar (Teye, Sirakaya y Sönmez, 2002) porque se han acostumbrado a los inconvenientes.

Hipótesis 2.1: La percepción de los costes del turismo se agudiza cuando los individuos consideran que debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.

Hipótesis 2.2: La percepción de los costes del turismo aumenta cuando forman parte de asociaciones.

Hipótesis 2.3: *La percepción de los costes del turismo aumenta cuando aumentan los niveles de preocupación por la región.*

Hipótesis 2.4: *La percepción de los costes del turismo se reduce cuando hay una gran dependencia económica del turismo.*

Los residentes son conscientes de que su único apoyo económico presente y, probablemente, futuro es el sector turístico y por tanto deben tolerarlo porque no hay alternativa.

Hipótesis 2.5: *La percepción de los costes del turismo aumenta cuando aumentan las molestias que sufren los residentes.*

En este punto nos referimos a las molestias provocadas por la actividad turística sobre los residentes, como puede ser ruido, suciedad, actitud arrogante o desagradable hacia los residentes, daños en la propiedad privada, destrozos en el mobiliario público, algaradas, batallas campales contra la policía, protestas pacíficas o no, etc. Dentro de estas molestias se puede mencionar la delincuencia, aunque sólo la delincuencia de menor gravedad (pequeñas agresiones, hurtos, vandalismo, etc.) es achacable al hecho del desarrollo turístico.

Hipótesis 2.6: *La percepción de los costes del turismo aumenta cuando empeoran las condiciones laborales.*

Hipótesis 2.7: *La percepción de los costes del turismo se reduce cuando los habitantes llevan mucho tiempo viviendo en la región.*

El turismo conlleva la creación de una potente infraestructura de transportes (carretera, puertos y aeropuertos), suministros y saneamiento (alcantarillado, depuradoras, etc.) para abastecer la demanda de los turistas. La posibilidad de utilizar los recursos e infraestructuras destinadas a los turistas puede influir en las actitudes de los residentes. Para Lankford y Howard (1994) es el elemento con más capacidad de predicción de las actitudes de los residentes. El uso de estos recursos por parte de los residentes es un elemento importante en la formación de una opinión sobre el turismo, al beneficiar de forma indirecta a los residentes. Los individuos con más años de residencia en el destino turístico pueden poseer una percepción de los costes más moderada si han vivido enormes mejoras en las infraestructuras desde que residen en la región.

GRUPO B: Las actitudes de los residentes de Ibiza son heterogéneas, siendo los factores influyentes: el uso que se realice de la oferta e infraestructuras generadas, los efectos culturales, el tipo de turismo, la masificación y estacionalidad, los valores personales, el tamaño de la sociedad, el nivel de gestión, el contacto y la dependencia turística, y el momento del tiempo.

La preocupación por los impactos negativos del turismo empeora las actitudes de los residentes, pero la preocupación por otros problemas que padece la sociedad local, solucionables gracias al turismo, hace que mejoren las actitudes de los residentes hacia el turismo.

Hipótesis 3: *Los residentes mejoran sus actitudes hacia el turismo si pueden disfrutar de las infraestructuras, y la oferta comercial y de ocio, generadas por el turismo.*

Diversos estudios afirman que el aumento de la oferta comercial (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Pizam, 1978) y el aumento de las oportunidades de ocio y entretenimiento (Allen, Long, Perdue y Kieselbach, 1988; Davis, Allen y Cosenza, 1988; Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Liu, Sheldon y Var, 1987; Long, Perdue y Allen, 1990; Murphy, 1983b; Perdue, Long y Allen, 1990; Pizam, 1978; Rothman, 1978; Sheldon y Var, 1984; Yoon, 1998) que los residentes perciben como consecuencia del turismo afecta de forma positiva su apoyo al desarrollo turístico.

Hipótesis 3.1: *Los residentes poseen actitudes más positivas si el turismo aporta nuevos recursos de uso compartido.*

El caso más habitual de colapso de las infraestructuras hace referencia a las carreteras, y por su frecuencia de uso es uno de los mayores problemas creados por la actividad turística a los residentes.

Hipótesis 3.2: *Los residentes poseen actitudes más negativas si el turismo causa la congestión o masificación de recursos de uso compartido (principalmente carreteras).*

Hipótesis 3.3: *Los residentes poseen actitudes más negativas si el turismo causa una sensación de agobio de la población residente.*

Hipótesis 4: *Los residentes valoran positivamente los efectos culturales del turismo.*

Muchos residentes poseen una visión romántica de su comunidad y entorno (Newby, 1979), y si perciben su identidad amenazada por el turismo pueden desarrollar actitudes hostiles hacia el sector (Capenerhurst, 1994), a causa de una visión estática de su cultura¹⁵⁶. Todo ello hace que sea muy necesario tener en cuenta el factor “cultura” en los estudios de las actitudes de los residentes.

Hipótesis 4.1: *Los residentes consideran la cultura como un elemento dinámico y cambiante.*

Hipótesis 4.2: *Los residentes valoran positivamente los efectos del turismo en la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos.*

Hipótesis 4.3: *Los residentes valoran positivamente el contacto con los turistas.*

Hipótesis 4.4: *El turismo aumenta el orgullo de pertenecer a la comunidad.*

Hipótesis 4.5: *A mayor nivel de formación mayor grado de percepción de los costes culturales del turismo.*

Hipótesis 5: *El tipo de turismo influye en las actitudes de los residentes.*

Los tipos y formas de turismo, y sobre todo, la percepción y actitud de los turistas influyen en cómo evolucionan las actitudes de los residentes con el paso del tiempo una vez iniciada la actividad turística (Murphy, 1985; Ritchie, 1988; Williams y Lawson, 2001).

Hipótesis 5.1: *Las actitudes de los residentes son positivas hacia el turismo que busca el contacto con la cultura local.*

Hipótesis 5.2: *Las actitudes de los residentes son más negativas hacia el turismo que viaja en grupos organizados.*

Hipótesis 6: *Las actitudes de los residentes son más negativas por la masificación y estacionalidad.*

Dos elementos a tener en cuenta a la hora de analizar el efecto del turismo en las actitudes de los residentes son el volumen de turistas y el grado de estacionalidad con el que llegan (Murphy, 1983a; Williams y Lawson, 2001).

Hipótesis 7: *los residentes con una alta valoración del medio ambiente (ecocéntricos) tienen actitudes más negativas hacia el turismo.*

¹⁵⁶ El concepto de cultura que posean los residentes es fundamental en la determinación de las actitudes. Si predomina un concepto estático de cultura las actitudes de los residentes serán fuertemente negativas, ya que el turismo cambia la cultura. Por el contrario, si se posee una visión dinámica de la cultura se generan reacciones positivas de la población porque los cambios son vistos como la evolución natural de la cultura.

Los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada y los beneficios de forma menos importante que el resto de residentes.

Hipótesis 7.1: *Los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada.*

Hipótesis 7.2: *Los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los beneficios de forma menos importante que el resto de residentes.*

Hipótesis 8: *Las sociedades pequeñas tienen respuestas más extremas al desarrollo turístico.*

La preocupación de los residentes hacia el desarrollo turístico se vincula a espacios pequeños, con unos límites bien definidos y que forman en su conjunto un destino turístico, en donde el desarrollo turístico es percibido como una amenaza al *status quo* y a la identidad propia (Capenerhurst, 1994).

Hipótesis 8.1: *El desarrollo turístico es percibido como una amenaza a la identidad propia.*

Hipótesis 8.2: *El desarrollo turístico es percibido como una amenaza al status quo.*

Hipótesis 8.3: *A mayor apego a la sociedad, respuestas más negativas hacia el turismo.*

Hipótesis 9: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local afectan sus actitudes hacia el turismo.*

La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local como son el medioambiente, las escuelas, la criminalidad, infraestructuras, oferta de ocio y entretenimiento, etc. puede afectar la forma de percibir los costes y beneficios del turismo (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002).

El resultado es que la preocupación por los impactos negativos del turismo empeora las actitudes de los residentes, pero la preocupación por otros problemas que padece la sociedad local, solucionables gracias al turismo, hace que mejoren las actitudes hacia el turismo.

Hipótesis 9.1: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local vinculados con los impactos negativos del turismo empeora las actitudes hacia el turismo.*

Hipótesis 9.2: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local vinculados con los impactos positivos del turismo mejora las actitudes hacia el turismo.*

Hipótesis 10: *Las actitudes cambian con el tiempo.*

Hipótesis 10.1: *Cada vez son menores las valoraciones positivas del turismo y mayores las negativas.*

Hipótesis 10.2: *La valoración de la economía local se convierte en el principal elemento para explicar el inicio, la continuidad o el final del sector turístico en una región.*

Hipótesis 10.3: *La utilidad del turismo es decreciente con el nivel de riqueza.*

Hipótesis 10.4: *La dependencia económica puede hacer que los residentes apoyen el mantenimiento del desarrollo turístico.*

No por los beneficios económicos generados sino por los perjuicios económicos evitados.

2. Validación de las hipótesis.

Para el estudio empírico son usadas diversas encuestas. Las principales encuestas son una de ámbito balear realizada en 2002 y una de ámbito insular realizada en 2011. De la primera es extraída una submuestra para la isla de Ibiza que permite realizar el análisis longitudinal.

En cuanto al trabajo de campo, cabe mencionar que la longitud del cuestionario y la ausencia total de fondos constituyen importantes dificultades. Además, el riesgo de baja respuesta por parte de colectivos con aversión a la realización de encuestas, independientemente del medio de entrevista, resulta un riesgo añadido para el estudio. Individuos con bajo o nulo nivel educativo, personas muy mayores, inmigrantes recién llegados, etc. son grupos con riesgo de baja respuesta. Aunque tampoco se espera que estos individuos tengan ideas claras en referencia al tema tratado, y se les podría considerar como personas “Sin Opinión Formada” o “Neutros”.

La primera encuesta abarca el conjunto de Baleares, con desglose por islas, y su administración se produjo en el año 2002. En total, la muestra contiene 1.873 entrevistas realizadas en municipios de toda Baleares a lo largo del año 2002. Esta encuesta fue la base para la realización del estudio *Anàlisis de les actituds i percepcions de la població resident enfront del desenvolupament turístic a Balears*, dirigido por el Dr. Antoni Serra Cantallops y financiado por el CITTIB. Este estudio realiza un análisis descriptivo muy detallado y una segmentación de los residentes según sus actitudes frente al turismo. En este caso se ha trabajado directamente sobre la encuesta en bruto y no sobre el estudio, ya que los análisis a realizar son diferentes. Además se trabaja sobre la submuestra para Ibiza y no sólo con el total de la muestra.

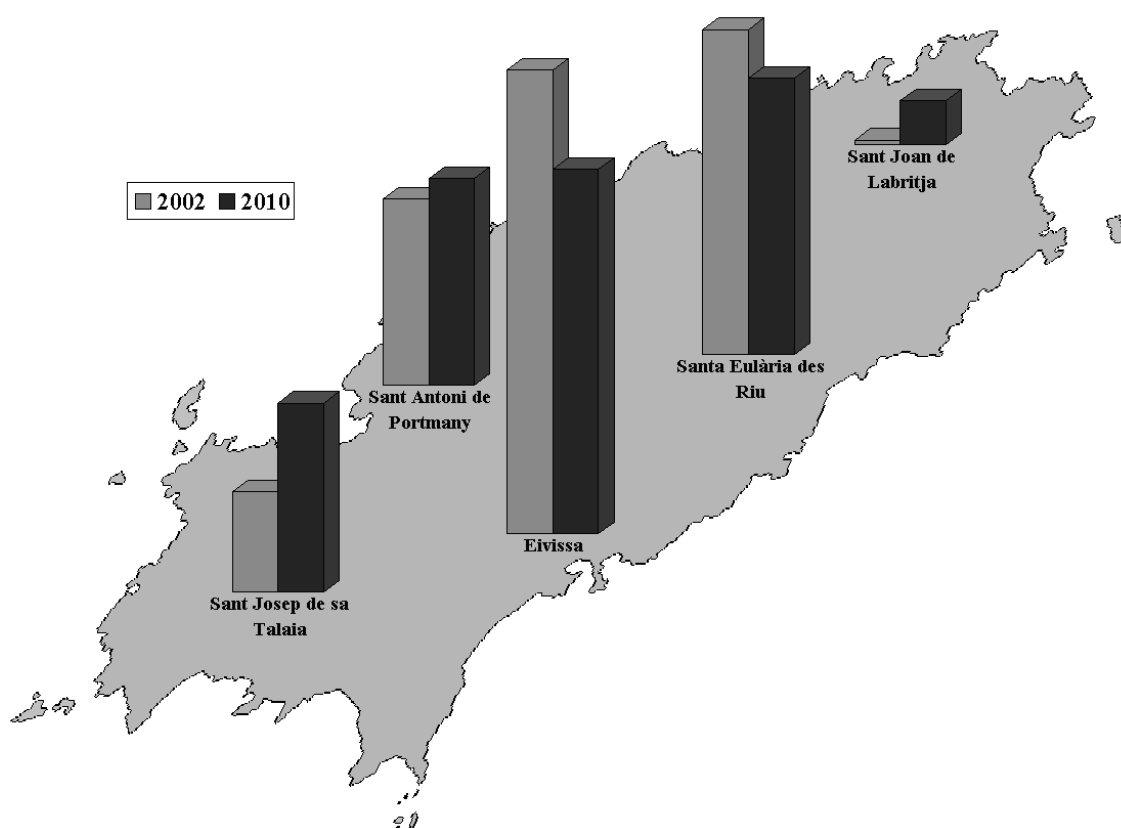


Figura 43: Distribución porcentual por municipios de las muestras usadas en el estudio.

La segunda encuesta es de aplicación exclusiva en Ibiza y en su diseño se ha tenido en cuenta que sea comparable con los datos obtenidos en la de 2002¹⁵⁷, permitiendo comparar las actitudes de los residentes entre dos momentos de tiempo distintos. Esta encuesta está compuesta por 418 entrevistas realizadas a principios de 2011 en diversas zonas de la isla de Ibiza. Vemos que hay

¹⁵⁷ En realidad, esta encuesta esta compuesta por casi la totalidad de las preguntas de la encuesta de 2002 (no más de dos o tres preguntas han sido eliminadas) y completado con baterías de preguntas extraídas de otros estudios previos y de la bibliografía existente.

casi nueve años de diferencia entre las dos encuestas, permitiendo la realización de un análisis longitudinal que compare las actitudes de los residentes entre dos momentos de tiempo distantes casi una década. Los estudios longitudinales en actitudes de los residentes son muy raros y normalmente no hay más de uno o dos años entre las dos encuestas, no habiendo constancia de periodos tan largos.

LOCALIDAD	Padrón 2010	Distribución para 400 enc.	Frecuencias
IBIZA	49.516	149	141
SANT ANTONI DE PORTMANY	22.136	67	80
Buscastell	679	2	2
Sant Antoni de Portmany	18.502	56	49
Sant Mateu d'Albarca	387	1	1
Sant Rafel de sa Creu	2.157	7	10
Santa Agnès de Corona	411	1	2
SANT JOSEP DE SA TALAIA	22.871	69	73
Es Cubells	890	3	2
Sant Agustí des Vedrà	8.626	26	5
Sant Francesc de s'Estany	1.327	4	0
Sant Jordi de ses Salines	9.325	28	23
Sant Josep de sa Talaia	2.703	8	18
SANT JOAN DE LABRITJA	5.477	17	17
Sant Joan de Labritja	1.014	3	3
Sant Llorenç de Balàfia	1.553	5	1
Sant Miquel de Balansat	1.754	5	5
Sant Vicent de sa Cala	334	1	0
Cala de Portinatx	559	2	2
Cala de Sant Vicent	139	0	0
Port de Sant Miquel	124	0	0
07054 SANTA EULÀRIA DEL RIU	32.637	98	107
Nostra Senyora de Jesús	5.543	17	16
Puig d'en Valls	3.943	12	5
Sant Carles de Peralta	4.508	14	5
Santa Eulària des Riu	16.514	50	45
Santa Gertrudis de Fruitera	2.129	6	3
ISLA DE IBIZA	132.637	400	418 (338)

Tabla 41: Población, distribución teórica para 400 encuestas y distribución real.

Fuente: Ibestat y elaboración propia.

La encuesta de 2011 fue realizada mediante un procedimiento aleatorio por el que se seleccionaban calles de cada población y se procedía al reparto de cuestionarios de forma aleatoria dentro de cada calle. Para conseguir el mayor nivel de representatividad posible de la muestra obtenida, se controlaron los parámetros demográficos de los cuestionarios recogidos con la finalidad de corregir posibles sesgos en la composición de la muestra. El parámetro principal fue el municipio de residencia y, de forma secundaria, sexo, edad y situación

profesional. En algunos parámetros demográficos hubo cierto sesgo de la muestra debido a grupos de individuos con fuertes reticencias a participar, pero en general se consiguió una muestra enormemente similar a la población en sus parámetros demográficos. A destacar la distribución geográfica por lugar de residencia, ya que se obtuvo una muestra con una distribución muy cercana a la poblacional en cuanto a municipio de residencia (418 respuestas) e incluso se observó un gran ajuste en cuanto a localidad de residencia (338 respuestas), como se puede ver en la tabla 41.

Al comparar entre los dos momentos en que se realiza el estudio vemos que existe una crisis de efectos mundiales, pero en el turismo de Baleares se observa un cierto estancamiento o declive desde 2002. Desde 2002 hasta la actualidad el sector turístico no ha vivido variaciones de gran relevancia, pero otros sectores han sufrido fuertes descensos desde 2008. En cuanto al ciclo de vida del destino, ambas encuestas se producen dentro de lo que parece ser la fase de estancamiento del destino, una al principio y otra a los diez años de su inicio. Las diferencias generacionales no se espera que sean importantes. Por tanto, la principal diferencia entre las dos encuestas es que en 2011 se esperan efectos derivados del pesimismo que arrastra la población tras varios años económicamente malos.

Al pretender como objetivo la realización de múltiples análisis distintos, ambas encuestas, y en especial la de 2011, se aplican a una zona muy reducida geográficamente y con una cantidad de ítems enorme. Ítems en los cuales se utilizan escalas Likert de 5 puntos, recomendadas por Maddox (1985), en la mayoría de casos pero con el añadido de una sexta opción de “No sabe / No contesta” (Weaver y Lawton, 2001). Las diferentes partes del análisis empírico son:

a. Análisis descriptivo.

La parte principal del análisis corresponde con el análisis descriptivo, tanto univariante como bivariante. Este tipo de análisis dispone de bastantes precedentes en la literatura (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Brayley, Var, y Sheldon, 1990; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Hernández, Cohen, y García, 1996; Husbands, 1989; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994; King, Pizam, y Milman, 1993; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Liu y Var, 1986; Mason y Cheyne, 2000; Milman y Pizam, 1988; Perdue, Long, y Allen, 1987; Perdue, Long, y Allen, 1990; Pizam y Pokela, 1985; Prentice, 1993; Ritchie, 1988; Sirakaya, 1997; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Uysal, Jurowski, Noe, y McDonald, 1994; Wall, 1996).

b. Análisis de Componentes Principales (análisis factorial exploratorio).

Se realiza un análisis de componentes principales con la finalidad de agrupar los ítems usados, al igual que se ha hecho en diversos estudios previos (Belisle y Hoy, 1980; King, Pizam, y Milman, 1993; Lankford y Howard, 1994; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Liu, Sheldon, y Var, 1987; Perdue, Long, y Allen, 1990; Sheldon y Var, 1984; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Uysal, Jurowski, Noe, y McDonald, 1994; Var, Kendall, y Tarakoglu, 1985).

c. Falsación de las hipótesis planteadas mediante ecuaciones estructurales, regresiones lineales múltiples, regresiones logit, etc., según el caso.

Se procede a la comprobación de hipótesis mediante los métodos de análisis de causalidad que se consideren más adecuados a cada caso concreto: Sistemas de Ecuaciones Estructurales (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Lindberg y Johnson, 1997), regresiones lineales múltiples (Belisle y Hoy, 1980; Lankford y Howard, 1994; Milman y Pizam, 1988; Perdue, Long, y Allen, 1990; Pizam y Pokela, 1985; Sirakaya, 1997; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002), regresiones logit (Brida, Osti y Barquet, 2010), etc. Principalmente se recurre a los Sistemas de Ecuaciones Estructurales¹⁵⁸ y al uso del software SmartPLS 2.0 (Ringle, Wende y Will, 2005).

¹⁵⁸ La existencia de relaciones de mayor complejidad que una regresión múltiple es una idea que se empezó a plantear por Sewall Wright (Wright, 1932; Wright, 1986) en su análisis de trayectorias (*path analysis*) y se reafirmó con Karl Jöreskog (Jöreskog, 1971a, 1971b; Jöreskog & Goldberger, 1975) quien les dio un marco teórico y un software ad-

Un aspecto central en la estimación de cualquier tipo de modelo estadístico es su sujeción al planteamiento de una teoría debidamente asentada en el área de conocimiento en que se esté trabajando. Esto es particularmente necesario en una técnica de modelado con la flexibilidad de los Modelos en Ecuaciones Estructurales y ello se refleja en la gran preocupación por la especificación y la identificación del modelo. El primer aspecto se refiere al correcto planteamiento del sistema de ecuaciones en función de la teoría subyacente; el segundo aspecto tiene que ver con que la cantidad de información disponible sea suficiente. La técnica de los Modelos de Ecuaciones Estructurales tiene un carácter más confirmatorio que exploratorio; se parte de una hipótesis, teóricamente pertinente en el contexto de interés. Con esta técnica, las asociaciones detectadas entre variables resultan tentadoras de ser consideradas relaciones causales. Esto es cuestionable, ya que el declarar la existencia de una cadena causal excede las capacidades de esta técnica (Pearl, 1995, 2003).

d. Análisis Clúster.

Las actitudes de los residentes son heterogéneas y no es conveniente analizarlas sólo como si de un todo homogéneo se tratara. En diversos estudios realizados en las últimas décadas se han realizado segmentaciones de los residentes según su actitud hacia el turismo (Aguiló y Rosselló, 2005; Brida, Osti, y Barquet, 2010; Brougham y Butler, 1981; Canan y Hennessy, 1989; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Evans, 1993; Fredline y Faulkner, 2000; Madrigal, 1995; Martin, 1995; Ryan y Montgomery, 1994; Schroeder, 1992; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001). Los métodos de segmentación más conocidos son el *Automatic Interaction Detection* (AID), el *Chi Square Automatic Interaction detection* (CHAID) y el *Cluster analysis*. De estos el más usado es el *Cluster analysis* (Aguiló y Rosselló, 2005; Brida, Osti, y Barquet, 2010; Davis, Allen, y Cosenza, 1988; Fredline y Faulkner, 2000; Madrigal, 1995; Martin, 1995; Ryan y Montgomery, 1994; Schroeder, 1992; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001). El análisis clúster permite analizar las relaciones entre las variables sin la necesidad de adoptar una variable criterio como ocurre en las otras dos técnicas. Es habitual la combinación de los métodos de segmentación con los análisis de componentes principales (Fredline y Faulkner, 2000; Williams y Lawson, 2001), pero se pierde capacidad explicativa al resumir la información dos veces.

En el caso concreto que nos ocupa se considera como la mejor opción la realización de una segmentación de los residentes mediante un análisis clúster seguido por el cálculo de la tabla ANOVA correspondiente, la tabulación cruzada de los grupos con otras variables y análisis discriminante, en su caso. Esto permite la generación de segmentos y la definición de sus características más significativas. Se esperan obtener una segmentación con características cercanas a las de la segmentación teórica expuesta en la primera parte.

Con la aplicación de estos cuatro bloques metodológicos se espera conseguir una visión bastante detallada de las actitudes de los residentes hacia el turismo en la fase de estancamiento del Ciclo de Vida del Destino Turístico, para el caso concreto de Ibiza.

hoc (LISREL). El resultado es que, combinando diversos conceptos (sistemas de ecuaciones lineales en varias variables, *path analysis*, análisis factorial exploratorio y confirmatorio) podemos describir, gráfica y analíticamente las relaciones que creemos existen entre las variables observables y entre estas y las no observables, tomando en cuenta la dirección de cada una de tales relaciones. A partir de la información muestral podemos estimar tales relaciones y juzgar su importancia, simplificando, probablemente, los diagramas iniciales hasta obtener un modelo parsimonioso. Paralelo al camino estadístico hacia estos modelos de ecuaciones estructurales (SEM) ha habido un desarrollo informático representado por software como LISREL, AMOS, EQS, SmartPLS, PLSGraph, etc.

CAPÍTULO 10. RESULTADOS DE LA PARTE EMPÍRICA

La parte empírica se fundamenta en el resultado de dos encuestas. En la encuesta de 2002 se consiguieron 1.873 entrevistas en Baleares entre mayo y octubre de 2002. Esta encuesta permite conocer la valoración de diversos aspectos en la isla de Ibiza y comparar los valores de Ibiza con Mallorca y Menorca. En la encuesta de 2011 se realizaron 418 entrevistas en Ibiza entre febrero y marzo de 2011. En esta encuesta se realizaron las mismas preguntas que en 2002 más algunas extra que buscaban analizar aspectos no tenidos en cuenta en la primera encuesta.

A modo complementario se han consultado los resultados del estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004). Este estudio se basa en 791 entrevistas realizadas entre noviembre de 2002 y enero de 2003¹⁵⁹. De esta muestra, sólo el 10% corresponde a Ibiza, siendo la muestra más pequeña disponible para esta isla. La composición de la muestra y los resultados de este estudio son muy parecidos a los de los otros dos. Este estudio solo es usado para completar algunas posibles lagunas del estudio longitudinal.

1. Variables demográficas.

En las encuestas realizadas se han tenido en cuenta diversas variables demográficas cuya finalidad es permitir detectar diferencias en las opiniones de las personas en relación a ellas. Pero previamente se realiza un estudio de estas variables con la finalidad de describir las características generales de las muestras usadas. Los sesgos que puedan existir en alguna de estas variables se deben a negativas a contestar difíciles de corregir, aunque en muchos casos es difícil contrastar si existen sesgos significativos en el porcentaje de contestación por la falta de datos poblacionales con suficiente desglose.

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Idioma más frecuente	Municipio de residencia	Años en la isla	Ocupación principal
Edad							
Nivel de estudios		0,01					
Idioma más frecuente							
Municipio de residencia				0,01			
Años en la isla		0,01	0,05	0,01	0,01		
Sentimiento de Ibicenco			0,01	0,05	0,05	0,01	
Ocupación principal	0,01	0,01	0,01		0,05		
Trabaja con turistas							0,01

Tabla 42: Nivel de significación de las tabulaciones cruzadas entre las diversas variables demográficas de la encuesta de 2002 (las variables que no aparecen no tienen cruces significativos).

¹⁵⁹ Cabe mencionar que resulta cuanto menos llamativo que se realizaran dos estudios de actitudes de los residentes en Baleares con pocos meses de diferencia, teniendo en cuenta la limitación de recursos que aqueja de forma crónica a la investigación en Baleares, cuando lo lógico hubiera sido fusionar ambos estudios en uno sólo.

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Lugar de nacimiento	Idioma más frecuente	Localidad de residencia	Municipio de residencia	Ha vivido en la isla...	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Asociaciones 1	Ocupación principal	Trabaja con turistas
Edad													
Nivel de estudios		0,01											
Lugar de nacimiento													
Idioma más frecuente				0,01									
Localidad de residencia				0,05	0,05								
Municipio de residencia				0,01	0,01								
Ha vivido en la isla...				0,01	0,01	0,01	0,01						
Años en la isla		0,01	0,01				0,05						
Sentimiento de Ibicenco				0,01	0,01		0,05	0,01	0,01				
Asociaciones 1				0,05				0,01					
Asociaciones 2	0,01	0,01											
Ocupación principal	0,01	0,01	0,01				0,05		0,01				
Trabaja con turistas			0,01			0,05			0,01			0,01	
Ingresos familiares		0,05	0,05									0,01	
Variación de ingresos		0,01		0,01			0,01	0,01	0,01	0,05	0,01	0,01	0,01

Tabla 43: Nivel de significación de las tabulaciones cruzadas entre las diversas variables demográficas de la encuesta de 2011 (las variables que no aparecen no tienen cruces significativos).

- **Sexo.**

La variable “sexo” es una de las variables demográficas que puede considerarse que tiene sesgo debido al bajo índice de respuesta que tienen los hombres ya que en algunos casos o respondía la mujer o no respondía nadie de esa familia. Pero las respuestas de las mujeres pueden considerarse representativas del conjunto de la familia por dos motivos: en estudios anteriores se observaba que la respuesta de ambos cónyuges era muy parecida, sino idéntica, y al cruzar la variable sexo con otras variables demográficas se observan pocas diferencias entre sexos.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Hombre	242	37,64	91	40,27	151	36,21
Mujer	401	62,36	135	59,73	266	63,79
TOTAL	643	100,00	226	100,00	417	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 1,0265 (p = 0,3110).

Tabla 44: Distribución de las dos muestras según sexo.

Hay más mujeres que la media entre los empleados y los estudiantes, y hay más hombres entre los mandos intermedios, altos ejecutivos, empresarios y personas sin empleo. Entre los

trabajadores de la administración hay una proporción de hombres ligeramente superior a la media de la muestra. Estos datos se dan tanto en la muestra de 2002 como en la de 2011.

Los hombres que han contestado presentan una elevadísima proporción (superior al 50%) de pertenencia a asociaciones, lo que lleva a pensar que entre los hombres hay dos extremos, mucha implicación o ninguna, con pocos puntos intermedios, mientras que entre las mujeres existen más puntos intermedios. En general las diferencias entre hombres y mujeres son mínimas y las existentes son plausibles en el caso de las ocupaciones o causadas por la existencia de un grupo de población poco participativo, con un bajo interés en temas locales y que predominantemente son hombres.

- **Edad.**

La variable “edad” en la encuesta de 2011 ha sido tratada como una variable numérica inicialmente y luego convertida en categórica con la finalidad de extraer mayor información de la población y conseguir una mejor distribución de los tramos al realizar la categorización de la misma. Además de esta forma se puede adaptar a los tramos usados en la encuesta de 2002 para una mejor comparación. La edad media de la muestra es de 39 años, la cual no es significativamente distinta de la media de edad de la población de Ibiza para el año 2010, situada en 38,5 años. Existe poca diferencia entre municipios en la edad media de la población.

Categorías	% población entre 15 y 75 años	Total		2002		2011	
		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menor de 30 años	25,57	160	25,93	59	26,11	101	25,83
Entre 30 y 45 años	36,60	241	39,06	78	34,51	163	41,69
Entre 46 y 60 años	24,48	169	27,39	60	26,55	109	27,88
Mayor de 60 años	13,34	47	7,62	29	12,83	18	4,60
TOTAL	100,00	617	100,00	226	100,00	391	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 14,7132 (p = 0,0021)

Tabla 45: Distribución de las dos muestras según edad.

Edad	% población entre 15 y 75 años	Frecuencias	%
Menos de 25	13,62	55	14,07
25-34	25,49	102	26,09
35-44	23,07	98	25,06
45-54	17,69	88	22,51
55 o más	20,13	48	12,28
Total frecuencias	100,00	391	100,00

Tabla 46: Distribución de la muestra de 2011 según edad.

Si comparamos las muestras de 2002 y 2011 las diferencias se reducen a que en 2002 había más gente de edad avanzada y menos de mediana edad (30 a 45 años), pero en general la distribución en ambos casos es parecida a la de la población de la isla comprendida entre los 15 y 75 años (según datos del Ibestat para el 2010). Para el análisis de la muestra del 2011 se ha usado una distribución por edades distinta a la de 2002. Esta distribución permite un mayor ajuste con la

muestra obtenida ya que uno de los problemas de la encuesta es que las personas de edad avanzada y bajo nivel de estudios son más reacias a realizar encuestas.

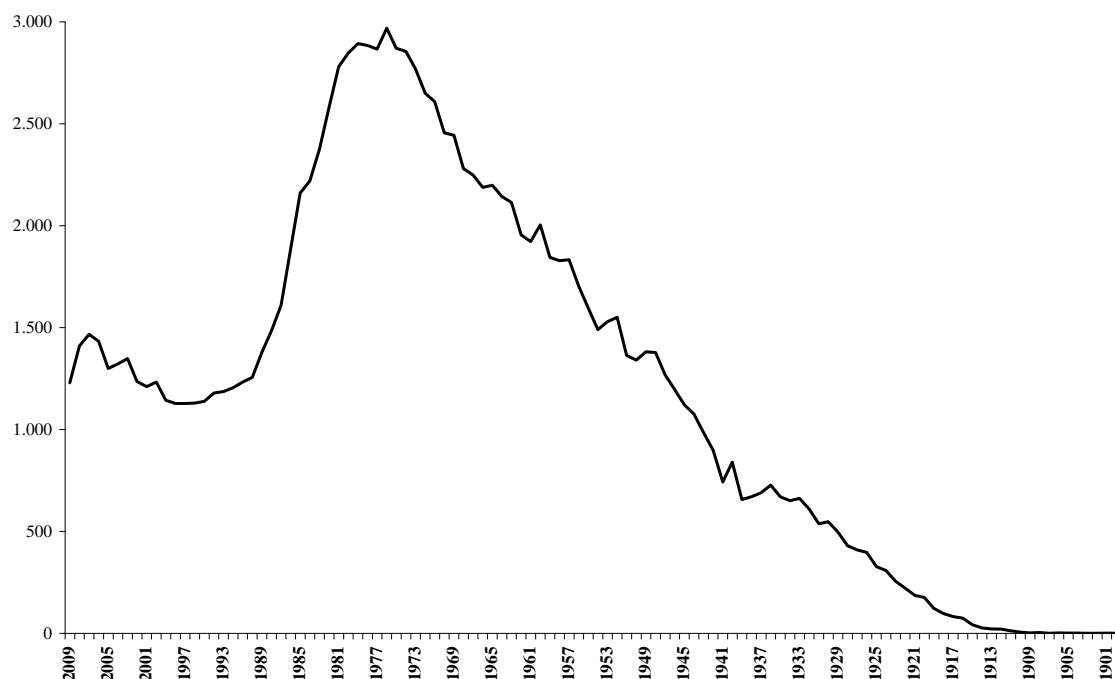


Figura 44: Padrón municipal a 1 de enero de 2010, por edades.

Fuente: Ibestat.

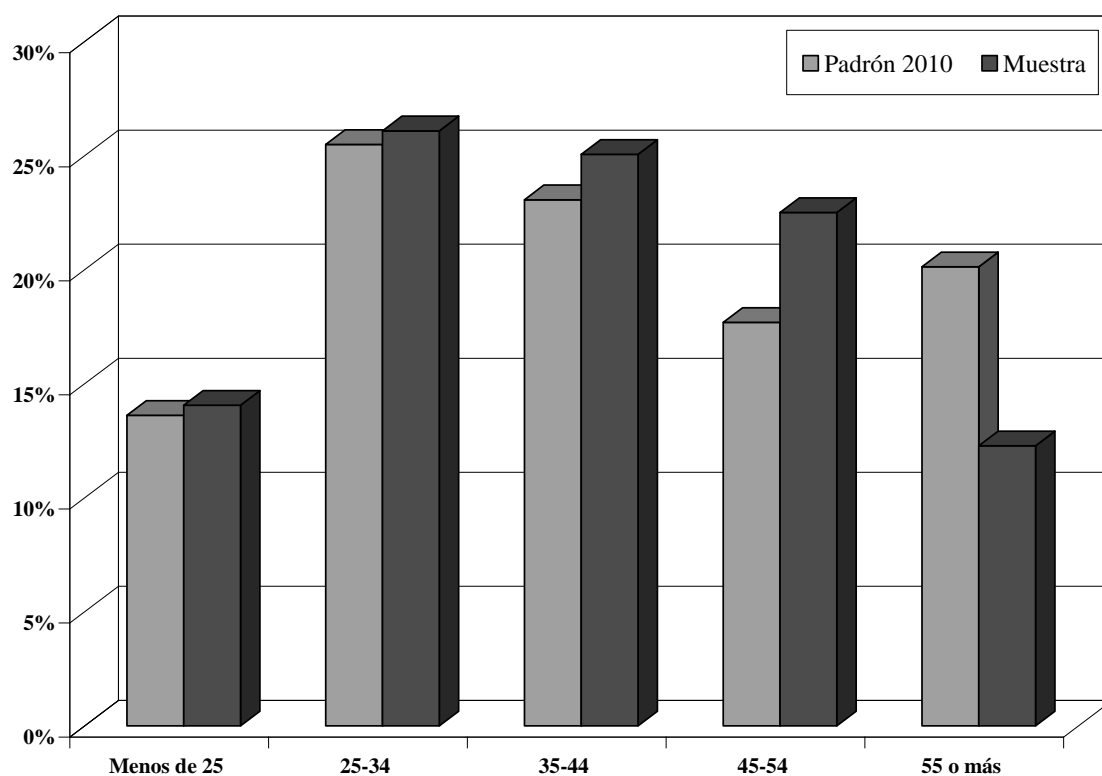


Figura 45: Comparativa del padrón municipal a 1 de enero de 2010 con la muestra de 2011.

Fuente: Ibestat y elaboración propia.

Categorías	Total		Menos de 25		25-34		35-44		45-54		55 o más	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Bajarían mucho.	151	38,82	19	35,19	49	48,04	29	29,59	31	35,23	23	48,94
Bajarían.	161	41,39	19	35,19	35	34,31	41	41,84	46	52,27	20	42,55
No cambiarían.	76	19,54	16	29,63	17	16,67	28	28,57	11	12,50	4	8,51
TOTAL	388	100,00	54	100,00	101	100,00	98	100,00	88	100,00	47	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 25,6821 (p = 0,0119)

Tabla 47: Tabulación cruzada de frecuencias entre "cómo se verían afectados los ingresos familiares ante un fuerte retroceso de la actividad turística" y edad.

Destacan los estudiantes en el tramo de menos de 25 años, los asalariados y los trabajadores de la administración entre los 25 y los 44, los empresarios y profesionales liberales a partir de los 45 y las amas de casa y los retirados entre los de más de 55 años, siendo la distribución lógica y esperable. La muestra de 2002 muestra un comportamiento similar. Los grupos de edad que consideran que sus ingresos se verían más afectados por un retroceso del turismo son los de 25 a 34 años y los de más de 55 años, seguido de los de 45 a 54 años. Los menos preocupados son los de menos de 25 años y los de 35 a 44 años, probablemente por la presencia de estudiantes, en el primero, y trabajadores de la administración, en el segundo. Finalmente, cabe mencionar que la proporción de personas afiliadas a asociaciones de algún tipo es mayor con la edad, principalmente a partir de los 45 años.

Categorías	Total		Menos de 25		25-34		35-44		45-54		55 o más	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
< 15.000 €	45	13,55	10	22,22	9	9,57	10	11,90	8	10,81	8	22,86
De 15.001 € a 30.000 €	138	41,57	23	51,11	46	48,94	30	35,71	27	36,49	12	34,29
De 30.001 € a 45.000 €	92	27,71	7	15,56	26	27,66	29	34,52	25	33,78	5	14,29
De 45.001 € a 60.000 €	35	10,54	3	6,67	10	10,64	7	8,33	6	8,11	9	25,71
De 60.001 € a 75.000 €	12	3,61	1	2,22	1	1,06	5	5,95	4	5,41	1	2,86
> 75.000 €	10	3,01	1	2,22	2	2,13	3	3,57	4	5,41	0	0,00
TOTAL	332	100,00	45	100,00	94	100,00	84	100,00	74	100,00	35	100,00

Ji cuadrado con 20 grados de libertad = 33,1781 (p = 0,0323)

Tabla 48: Tabulación cruzada de frecuencias entre renta familiar y edad.

En cuanto a la renta familiar, hay una cierta relación entre edad y nivel de renta. Entre los menores de 25 años predominan las rentas inferiores a 30.000 € subiendo la renta progresivamente. Más del 70% de las personas con rentas familiares superiores a 60.000 € tienen edades comprendidas entre los 35 y 54 años. Entre los de 55 años o más vuelven a subir los tramos bajos de renta debido a las personas jubiladas.

• *Nivel de Estudios.*

En cuanto al nivel de estudios de la muestra, es de esperar que por la vinculación entre implicación social y nivel de estudios haya un sesgo de la muestra hacia las personas con mayor nivel de estudios. Este sesgo es difícil de medir con exactitud ya que el único dato con el que comparar es el censo de 2001, pero por los datos disponibles parece evidente este hecho¹⁶⁰.

Categorías	% aprox. según censo de 2001 (personas de más de 16 años)	Total		2002		2011	
		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sin Estudios.	13,89	15	2,35	15	6,73	0	0,00
Estudios Primarios.	54,70	171	26,80	79	35,43	92	22,17
Estudios Secundarios.	18,77	256	40,13	81	36,32	175	42,17
Estudios Universitarios.	12,65	196	30,72	48	21,52	148	35,66
TOTAL	100,00	638	100,00	223	100,00	415	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 48,1000 (p = 0,0000)

Tabla 49: Distribución de las dos muestras según nivel de estudios.

Categorías	Total		Estudios Primarios.		Estudios Secundarios.		Estudios Universitarios.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 15.000 €	46	13,14	15	19,48	22	15,38	9	6,92
De 15.001 € a 30.000 €	150	42,86	36	46,75	67	46,85	47	36,15
De 30.001 € a 45.000 €	95	27,14	21	27,27	37	25,87	37	28,46
De 45.001 € a 60.000 €	37	10,57	2	2,60	11	7,69	24	18,46
De 60.001 € a 75.000 €	12	3,43	3	3,90	3	2,10	6	4,62
Más de 75.000 €	10	2,86	0	0,00	3	2,10	7	5,38
TOTAL	350	100,00	77	100,00	143	100,00	130	100,00

Ji cuadrado con 15 grados de libertad = 29,1886 (p = 0,0152)

Tabla 50: Tabulación cruzada de frecuencias entre renta familiar y nivel de estudios.

La población más joven posee un mayor nivel de estudios que la de mayor edad: la mayoría de la población con sólo estudios primarios tiene más de 45 años (53,16% en 2002 y el 60,24% en 2011) y más del 50% de la población con estudios universitarios tiene menos de 35 años. También se observa cierta relación entre el nivel de estudios y el grado en que se consideran ibicencos. A mayor nivel de estudios más baja es la proporción de personas que se consideran ibicencas, posiblemente por una mayor presencia de población no autóctona entre los de mayor nivel educativo. Entre los empleados, empresarios, amas de casa y desempleados predominan los estudios no universitarios y entre los estudiantes, trabajadores de la administración, profesionales liberales, mandos intermedios y altos ejecutivos los estudios universitarios, tanto en la muestra de 2002 como en la de 2011. También se observa una cierta relación entre el nivel

¹⁶⁰ En la muestra de 2011 no se encuentran personas sin estudios por el hecho de que la encuesta se realizaba por escrito y las personas con pocos estudios o sin ninguno no pueden, tienen dificultades o no quieren.

de estudios y el nivel de ingresos familiares. Entre las personas con estudios no universitarios predominan rentas inferiores a los 30.000 €, mientras que entre las personas con estudios universitarios predominan las rentas superiores a 30.000 €.

- **Lugar de nacimiento y años de residencia en la isla.**

En la muestra de 2011 el 60,43% de la muestra ha nacido en Ibiza y el 64% lleva toda la vida en la isla. En la muestra de 2002 se observa una distribución parecida. Si tenemos en cuenta que menos de la mitad de las personas empadronadas (50% en 2001 y 40% en 2010) han nacido en Baleares, siendo probablemente los nacidos en Ibiza un porcentaje algo menor, podríamos considerar que hay un sesgo en la muestra. Pero hay que tener en cuenta que gran parte de la población no nacida en la isla son inmigrantes extranjeros llegados en los últimos años, con dificultades con el idioma y poca predisposición a la hora de realizar encuestas.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Toda la vida	408	63,55	141	62,67	267	64,03
Más de 20 años	115	17,91	51	22,67	64	15,35
Más de 10 años	45	7,01	16	7,11	29	6,95
Más de 5 años	30	4,67	4	1,78	26	6,24
De 0 a 5 años	41	6,39	12	5,33	29	6,95
Trabajo de temporada	3	0,47	1	0,44	2	0,48
TOTAL	642	100,00	225	100,00	417	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 11,2368 (p = 0,0469)

Tabla 51: Tabulación de las dos muestras por tiempo de residencia en la isla.

La única ligera diferencia entre las dos muestras es que en la muestra de 2011 la población que ha llegado de fuera de la isla lleva menos tiempo residiendo en la isla. Para diversos análisis realizados exclusivamente sobre la muestra de 2011 se ha usado la siguiente división, exclusivamente para las personas que no llevan toda la vida en la isla.

Años viviendo en la isla	Frecuencias	%
Menos de 5	21	14,09
5-14	47	31,54
15-24	20	13,42
25-34	41	27,52
35 o más	20	13,42
Total frecuencias	149	100,00

Tabla 52: Tabulación de los años que llevan los individuos en la isla (muestra de 2011).

El lugar de nacimiento permite contrastar la pregunta referente a los años que se lleva residiendo en la isla ya que mide lo mismo en esencia y tiene una fuerte relación con el

sentimiento de pertenencia a la isla. Cuantos más años viviendo en la isla más probable es que una persona se sienta ibicenca.

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Ibiza.	252	60,43	240	74,07	8	10,96	4	20,00
Fuera de Ibiza.	165	39,57	84	25,93	65	89,04	16	80,00
TOTAL	417	100,00	324	100,00	73	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 113,6122 (p = 0,0000)

Tabla 53: Tabulación cruzada entre lugar de nacimiento y "considerarse ibicenco/a".

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Toda la Vida.	267	63,88	255	78,46	8	10,96	4	20,00
Vine a vivir hace X años.	151	36,12	70	21,54	65	89,04	16	80,00
TOTAL	418	100,00	325	100,00	73	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 135,2382 (p = 0,0000)

Tabla 54: Tabulación cruzada entre tiempo de residencia en la isla y "considerarse ibicenco/a".

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 5	21	14,09	2	2,94	15	23,08	4	25,00
5-14	47	31,54	11	16,18	30	46,15	6	37,50
15-24	20	13,42	15	22,06	3	4,62	2	12,50
25-34	41	27,52	25	36,76	12	18,46	4	25,00
35 o más	20	13,42	15	22,06	5	7,69	0	0,00
TOTAL	149	100,00	68	100,00	65	100,00	16	100,00

Ji cuadrado con 8 grados de libertad = 39,8905 (p = 0,0000)

Tabla 55: Tabulación cruzada entre años de residencia en la isla y "considerarse ibicenco/a".

De los diversos pueblos de la isla, los que tienen mayor presencia de personas originarias de fuera de la isla son la capital y Santa Eulària y los que menos los pueblos del interior y norte de la isla. Las personas nacidas fuera de la isla consideran que sus ingresos no cambiarían en una proporción mayor (26,5%) que en el caso de los nacidos en la isla (15,5%), aun así, en ambos casos la proporción es muy baja. Las personas que no llevan toda la vida viviendo en la isla muestran diferencias en cuanto a ocupación según tiempo de residencia: los estudiantes, los profesionales liberales, los mandos intermedios y los altos ejecutivos llevan poco tiempo en la isla, los empresarios llevan bastantes años, y los desempleados son esencialmente de las últimas oleadas de inmigración.

Categorías	Total		Bajarían mucho.		Bajarían.		No cambiarían.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Toda la Vida.	265	63,86	108	67,08	116	68,24	39	47,56
Vine a vivir hace X años.	150	36,14	53	32,92	54	31,76	43	52,44
TOTAL	415	100,00	161	100,00	170	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 12,7037 (p = 0,0053)

Tabla 56: Tabulación cruzada entre tiempo de residencia y riesgo de bajada de ingresos.

Categorías	Total		Bajarían mucho.		Bajarían.		No cambiarían.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 5	21	14,19	5	9,62	3	5,56	13	30,95
5-14	47	31,76	11	21,15	18	33,33	18	42,86
15-24	20	13,51	7	13,46	9	16,67	4	9,52
25-34	40	27,03	19	36,54	15	27,78	6	14,29
35 o más	20	13,51	10	19,23	9	16,67	1	2,38
TOTAL	148	100,00	52	100,00	54	100,00	42	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 26,1076 (p = 0,0104)

Tabla 57: Tabulación cruzada entre años de residencia en la isla y riesgo de bajada de ingresos.

Las personas que no llevan toda la vida en la isla muestran una división entre los que llevan más años en la isla y los que han llegado en los últimos 10 o 15 años. La mayoría de los que no trabajan en contacto con los turistas llevan menos de 15 años en la isla (51,61%) y la mayoría de los que trabajan en el sector turístico llevan 15 o más años en la isla (58,62%), muchos de los que trabajan con turistas residen en la isla desde hace 25 años o más (46%). Por eso el 73,8% de los que consideran que sus ingresos no cambiarían en caso de bajar la actividad turística llevan menos de 15 años en la isla. El 61,12% de los que consideran que bajarían y el 69,23% de los que consideran que bajarían mucho llevan 15 o más años viviendo en la isla. La gente nacida en la isla o que lleva toda la vida viviendo en ella tiene una mayor proporción de participación en asociaciones de todo tipo.

- **Idioma hablado en su entorno familiar.**

Según el censo de 2001, de la población de 16 años o más que existía en ese momento en la isla de Ibiza (72.545 habitantes) el 54,59% tenía unos conocimientos suficientes de catalán como para usarlo en su entorno familiar o social más informal (mínimo entender y hablar). Si se tiene en cuenta el lugar de nacimiento de la persona, el 80,08% de las personas nacidas en Baleares, el 37,82% de las nacidas en otras comunidades autónomas y el 17,92% de los extranjeros tenían conocimientos suficientes para su uso informal. Es difícil determinar hasta que no se disponga del próximo censo como habrán evolucionado estos porcentajes, pero es de esperar que la fuerte inmigración haya neutralizado los efectos de las políticas de normalización de la última década.

De las dos muestras analizadas, cabe destacar que tanto el catalán como el castellano tienen una frecuencia parecida y que hay un importante volumen de población que es bilingüe en su entorno familiar. Si se observa el porcentaje de personas que usan en su entorno el catalán, se observa que los datos son coherentes con los del censo de 2001.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Catalán / Ibicenco.	396	61,68	122	54,46	274	65,55
Castellano.	392	61,06	117	52,23	275	65,79
Otros.	58	9,03	1	0,45	57	13,64
TOTAL	846	(642)	240	(224)	606	(418)

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 21,8441 (p = 0,0000)

Tabla 58: Distribución de las dos muestras según idioma usado.

El idioma hablado en el entorno familiar tiene una fuerte relación con el lugar de nacimiento (Tabla 59), con el tiempo que hace que se vive en la isla (Tabla 60) y con el hecho de sentirse ibicenco (Tabla 61). No se produce una identidad total entre el idioma y tiempo en la isla o sentirse ibicenco por el hecho de que hay mucha población que ya son descendientes de las primeras oleadas de inmigración de la isla.

Categorías	Total		Ibiza.		Fuera de Ibiza.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Catalán / Ibicenco.	273	65,47	213	84,52	60	36,36
Castellano.	274	65,71	129	51,19	145	87,88
Otros.	57	13,67	23	9,13	34	20,61
TOTAL	604	(417)	365	(252)	239	(165)

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 65,3641 (p = 0,0000)

Tabla 59: Tabulación cruzada entre idioma usado y lugar de nacimiento (muestra de 2011).

Cabe destacar que la proporción de personas que usan el catalán en su entorno familiar según su lugar de nacimiento es muy parecido a los datos del censo de 2001, probablemente sea un poco superior a la media poblacional debido a que los catalanoparlantes suelen sentirse más implicados y es más probable que quieran responder a la encuesta.

Categorías	Total		Toda la Vida.		Vine a vivir hace X años.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Catalán / Ibicenco.	274	65,55	219	82,02	55	36,42
Castellano.	275	65,79	143	53,56	132	87,42
Otros.	57	13,64	30	11,24	27	17,88
TOTAL	606	(418)	392	(267)	214	(151)

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 50,8630 (p = 0,0000)

Tabla 60: Tabulación cruzada entre idioma usado y tiempo viviendo en la isla.

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Catalán / Ibicenco.	274	65,55	250	76,92	18	24,66	6	30,00
Castellano.	275	65,79	193	59,38	64	87,67	18	90,00
Otros.	57	13,64	40	12,31	14	19,18	3	15,00
TOTAL	606	(418)	483	(325)	96	(73)	27	(20)

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 41,4822 (p = 0,0000)

Tabla 61: Tabulación cruzada entre idioma usado y "considerarse ibicenco/a".

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Catalán/Ibicenco.	274	65,55	83	58,87	59	73,75	14	82,35	50	68,49	68	63,55
Castellano.	275	65,79	110	78,01	43	53,75	7	41,18	41	56,16	74	69,16
Otros.	57	13,64	24	17,02	1	1,25	1	5,88	12	16,44	19	17,76
TOTAL	606	(418)	217	(141)	103	(80)	22	(17)	103	(73)	161	(107)

Ji cuadrado con 8 grados de libertad = 21,6315 (p = 0,0056)

Tabla 62: Tabulación cruzada entre idioma usado y municipio de residencia.

Vinculado a lo mencionado anteriormente, referente al lugar de nacimiento y años en la isla, la proporción de la muestra con uno u otro idioma de referencia en el ámbito familiar varía entre los distintos municipios. Se habla menos ibicenco/catalán en los municipios de Ibiza y Santa Eulària y más en los municipios (Sant Joan) y pueblos (Sant Rafel, Sant Josep, Sant Miquel, etc.) del centro y norte de la isla. El castellano muestra una pauta inversa al ibicenco en su distribución. Los resultados tanto en la muestra del 2002 como en la de 2011 son muy parecidos.

- **Municipio o localidad de residencia.**

Municipio	Padrón 2010	%	Muestra	%
Eivissa	49.516	37,33	141	33,73
Sant Antoni de Portmany	22.136	16,69	80	19,14
Sant Joan de Labritja	5.477	4,13	17	4,07
Sant Josep de sa Talaia	22.871	17,24	73	17,46
Santa Eulària des Riu	32.637	24,61	107	25,60
Ibiza	132.637	100,00	418	100,00

Tabla 63: Comparativa entre padrón municipal a 01/01/2010 y la muestra de 2011.

Una de las variables que se han observado con mayor detenimiento a la hora de elaborar la encuesta es la distribución geográfica de la muestra intentando que sea lo más similar posible a la distribución real de la población. Debido a su dificultad, esta distribución geográfica se ha

cuidado principalmente a nivel de municipio. También se ha preguntado por la localidad concreta de residencia de los individuos. En este caso el porcentaje de respuesta ha sido muy inferior y resultaba de gran dificultad conseguir que la muestra se adaptara a la distribución por localidades. Aún así, esta información ha permitido comprobar que la muestra no se encuentra concentrada en una sola localidad del municipio y entender mejor los resultados de los municipios al poder observar las tendencias de las localidades de mayor tamaño.

LOCALIDAD	PADRÓN 2010	FRECUENCIA
EIVISSA (Vila)	49.516	141
SANT ANTONI DE PORTMANY	22.136	80
Buscastell	679	2
Sant Antoni de Portmany	18.502	49
Sant Mateu d'Albarca	387	1
Sant Rafel de sa Creu	2.157	10
Santa Agnès de Corona	411	2
SANT JOSEP DE SA TALAIA	22.871	73
Cubells, Es	890	2
Sant Agustí des Vedrà	8.626	5
Sant Francesc de s'Estany	1.327	0
Sant Jordi de ses Salines	9.325	23
Sant Josep de sa Talaia	2.703	18
SANT JOAN DE LABRITJA	5.477	17
Sant Joan de Labritja	1.014	3
Sant Llorenç de Balàfia	1.553	1
Sant Miquel de Balansat	1.754	5
Sant Vicent de sa Cala	334	0
Cala de Portinatx	559	2
Cala de Sant Vicent	139	0
Port de Sant Miquel	124	0
SANTA EULÀRIA DEL RIU	32.637	107
Nostra Senyora de Jesús	5.543	16
Puig d'en Valls	3.943	5
Sant Carles de Peralta	4.508	5
Santa Eulària des Riu	16.514	45
Santa Gertrudis de Fruitera	2.129	3
ISLA DE IBIZA	132.637	338

Tabla 64: Localidad de residencia de los encuestados.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Toda la Vida.	267	63,88	74	52,48	60	75,00	15	88,24	51	69,86	67	62,62
Vine a vivir hace X años.	151	36,12	67	47,52	20	25,00	2	11,76	22	30,14	40	37,38
TOTAL	418	100,00	141	100,00	80	100,00	17	100,00	73	100,00	107	100,00

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 17,8019 (p = 0,0013)

Tabla 65: Tabulación cruzada entre el tiempo viviendo en la isla y el municipio de residencia.

Se puede observar que las zonas con mayor presencia de población nacida en la isla son los municipios de Sant Joan y Sant Josep y el que menos el municipio de Eivissa. De la población no nacida en la isla, la que lleva menos años viviendo en la isla se concentra en las principales poblaciones, especialmente en la capital, y en localidades limítrofes a estos núcleos. Consecuentemente, los municipios con mayor porcentaje de personas que se consideran ibicencas son Sant Antoni y Sant Joan, y el que menos Eivissa.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 5	21	14,09	17	25,37	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	10,26
5-14	47	31,54	23	34,33	7	35,00	1	50,00	8	38,10	8	20,51
15-24	20	13,42	7	10,45	3	15,00	1	50,00	1	4,76	8	20,51
25-34	41	27,52	14	20,90	5	25,00	0	0,00	8	38,10	14	35,90
35 o más	20	13,42	6	8,96	5	25,00	0	0,00	4	19,05	5	12,82
TOTAL	149	100,00	67	100,00	20	100,00	2	100,00	21	100,00	39	100,00

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 27,1494 (p = 0,0399)

Tabla 66: Tabulación cruzada entre años residiendo en Ibiza y municipio de residencia.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si.	325	77,75	96	68,09	69	86,25	15	88,24	62	84,93	83	77,57
No.	73	17,46	34	24,11	10	12,50	2	11,76	8	10,96	19	17,76
No lo sé.	20	4,78	11	7,80	1	1,25	0	0,00	3	4,11	5	4,67
TOTAL	418	100,00	141	100,00	80	100,00	17	100,00	73	100,00	107	100,00

Ji cuadrado con 8 grados de libertad = 15,6079 (p = 0,0483)

Tabla 67: Tabulación cruzada entre "se considera ibicenco/a" y municipio de residencia.

Además, puede mencionarse que las zonas con más población trabajando en contacto con los turistas son: Santa Eulària, Sant Carles, Es Canar, Sant Miquel, Sant Joan, Sant Rafel, Sant Josep y Sant Agustí. Estas son las localidades que destacan en porcentaje de personas que trabajan en contacto con los turistas pero cabe matizar que una parte muy importante de la población y, consecuentemente, de la muestra trabaja en localidades o municipios distintos al suyo. Por ejemplo, muchas de las personas que trabajan en zonas turísticas como son Sant Antoni viven en poblaciones limítrofes. Vinculado con esto cabe mencionar que donde hay más población que considera que su renta no se vería mermada por una crisis turística se encuentra en el municipio de Eivissa y en poblaciones de otros municipios adyacentes al municipio de Eivissa.

Finalmente, se puede mencionar que en la muestra de 2002 la representatividad de la misma en relación a los distintos municipios es algo inferior, en particular para Sant Josep y Sant Joan, pero como se ve en el resto de esta descripción el comportamiento de la muestra de 2002 es lo suficientemente parecido a la de 2011 como para poderlo considerar una buena representación de la isla.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Eivissa.	238	36,96	97	42,92	141	33,73
Sant Antoni.	119	18,48	39	17,26	80	19,14
Sant Joan.	18	2,80	1	0,44	17	4,07
Sant Josep.	94	14,60	21	9,29	73	17,46
Santa Eulària.	175	27,17	68	30,09	107	25,60
TOTAL	644	100,00	226	100,00	418	100,00

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 18,3269 (p = 0,0011)

Tabla 68: Distribución por municipios de las dos muestras.

- **Sentimiento de pertenencia: considerarse ibicenco.**

Considerarse ibicenco es una buena aproximación para medir el sentimiento de pertenencia que tiene un habitante de Ibiza y por este motivo aparece en ambas encuestas. Al observar la distribución de ambas muestras vemos que esta es similar.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si.	500	77,88	175	77,43	325	78,13
No.	115	17,91	42	18,58	73	17,55
No lo sé.	27	4,21	9	3,98	18	4,33
TOTAL	642	100,00	226	100,00	416	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 0,1381 (p = 0,9333)

Tabla 69: Distribución de las dos muestras según si se consideran ibicenco/a.

Categorías	Total		Bajarían mucho.		Bajarían.		No cambiarían.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si.	323	77,83	127	78,88	142	83,53	52	63,41
No.	72	17,35	27	16,77	20	11,76	25	30,49
No lo sé.	20	4,82	7	4,35	8	4,71	5	6,10
TOTAL	415	100,00	161	100,00	170	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 6 grados de libertad = 15,0940 (p = 0,0195)

Tabla 70: Tabulación cruzada de "se considera ibicenco/a" y como se verían afectados los ingresos.

Entre los que se consideran ibicencos hay una menor proporción de personas que consideran que sus ingresos no cambiarían en caso de crisis turística. Esto se debe a que las personas que

no se consideran ibicencas suelen ser inmigrantes llegados a la isla hace pocos años, los cuales tienen como ocupación principal actividades sin contacto directo con los turistas y por tanto tienen menos percepción de riesgo en una bajada de la actividad turística.

- ***Pertenencia a alguna asociación.***

La población de Ibiza se ha considerado tradicionalmente que es poco dada al asociacionismo. Los partidos, asociaciones culturales, organizaciones no gubernamentales, etc. suelen tener pocos afiliados en la isla, pero es muy difícil saber de qué cantidad estamos hablando por la atomización de estas entidades y por la dificultad de conocer de muchas de ellas si siguen activas. Además, incluso los listados internos de estas asociaciones suelen tener carencias de actualización de los miembros activos que poseen.

La lógica y algunos datos de las mayores asociaciones insulares parecen inducir a pensar que los porcentajes aportados en la Tabla 71, y pertenecientes a la muestra de 2011, pueden ser algo superiores a la media poblacional, pero no se puede tener certeza de ello. Cabe mencionar que se espera que las personas pertenecientes a asociaciones tengan una mayor implicación y que sea más probable que contesten una encuesta como esta.

Asociación (respuesta múltiple)	Frecuencias	%
Partido político	37	8,85
Asociación Cultural	40	9,57
Grupo ecologista	13	3,11
Grupo religioso	10	2,39
Entidad deportiva	54	12,92
Sindicato	18	4,31
Otros	36	8,61
Total	159	38,13

Tabla 71: Proporción de la muestra que forma parte de algún tipo de asociación.

Al comparar el grado de asociacionismo de la muestra por sexos se observa que los hombres de la muestra tienen un mayor porcentaje de asociación que las mujeres (51% frente al 30,8%) lo cual puede ser debido a que en muchos casos se encuentran asociados a entidades deportivas y a que los hombres que han contestado tienen gran implicación social y esto se refleja en el hecho de formar parte de asociaciones. En cuanto a la edad, se observa que las personas de mayor edad tienen mayor propensión a pertenecer a algún tipo de asociación, especialmente a partir de los 45 años. Además, es más habitual entre las personas nacidas y criadas en la isla pertenecer a asociaciones.

- ***Ocupación principal.***

En las dos muestras se preguntaba por la ocupación principal del encuestado y como puede comprobarse en la Tabla 72 las dos muestras son muy parecidas, con las escasas salvedades de que la muestra de 2002 tiene más funcionarios, amas de casa y jubilados y la de 2011 tiene más empresarios y parados.

También se preguntaba en ambas muestras por si trabajaban en el sector turístico o en contacto con turistas (Tabla 73). En este caso la muestra de 2011 muestra mayor proporción de personas que trabajan en el sector turístico (62% frente al 54%). Al cruzar ambas variables se observa que es entre los asalariados, los empresarios y los profesionales liberales donde hay más contacto con los turistas y entre los funcionarios, amas de casa, estudiantes, jubilados y sin empleo donde hay menos contacto.

Categorías	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Asalariado (Empleado).	234	36,51	85	38,12	149	35,65
Asalariado (Mandos Intermedios).	35	5,46	12	5,38	23	5,50
Asalariado (Alto Ejecutivo).	7	1,09	4	1,79	3	0,72
Trabaja para la Administración.	67	10,45	27	12,11	40	9,57
Empresario (Propietario Empresa).	151	23,56	29	13,00	122	29,19
Profesional Liberal.	19	2,96	6	2,69	13	3,11
Labores de la Casa.	28	4,37	19	8,52	9	2,15
Estudiante.	57	8,89	22	9,87	35	8,37
Retirado / Jubilado.	24	3,74	17	7,62	7	1,67
Sin Empleo.	16	2,50	2	0,90	14	3,35
Otros.	3	0,47	0	0,00	3	0,72
TOTAL	641	100,00	223	100,00	418	100,00

Ji cuadrado con 10 grados de libertad = 51,6449 (p = 0,0000)

Tabla 72: Distribución de las dos muestras por ocupación principal.

Categorías	Total		Si		No	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Asalariado (Empleado).	147	35,59	114	44,53	33	21,02
Asalariado (Mandos Intermedios).	23	5,57	14	5,47	9	5,73
Asalariado (Alto Ejecutivo).	3	0,73	1	0,39	2	1,27
Trabaja para la Administración.	40	9,69	9	3,52	31	19,75
Empresario (Propietario Empresa).	119	28,81	90	35,16	29	18,47
Profesional Liberal.	13	3,15	9	3,52	4	2,55
Labores de la Casa.	9	2,18	2	0,78	7	4,46
Estudiante.	35	8,47	9	3,52	26	16,56
Retirado / Jubilado.	7	1,69	0	0,00	7	4,46
Sin Empleo.	14	3,39	6	2,34	8	5,10
Otros.	3	0,73	2	0,78	1	0,64
TOTAL	413	100,00	256	100,00	157	100,00

Ji cuadrado con 10 grados de libertad = 91,5269 (p = 0,0000)

Tabla 73: Tabulación cruzada entre ocupación principal y trabajar con turistas.

Los empleados tienen rentas familiares anuales inferiores a 30.000 € anuales en su inmensa mayoría. Los profesionales, trabajadores de la administración, ejecutivos y empresarios tienen

rentas superiores a los 30.000 €. Finalmente, estudiantes, amas de casa, parados y jubilados suelen tener rentas familiares anuales inferiores a los 15.000 €.

Categorías	Total		Menos de 15.000 €		De 15.001 € a 30.000 €		De 30.001 € a 45.000 €		De 45.001 € a 60.000 €		De 60.001 € a 75.000 €		Más de 75.000 €	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Empleado.	134	38,18	18	39,13	73	48,67	32	33,33	9	24,32	1	8,33	1	10,00
Mandos Intermedios.	22	6,27	1	2,17	11	7,33	6	6,25	2	5,41	0	0,00	2	20,00
Alto Ejecutivo.	3	0,85	0	0,00	0	0,00	2	2,08	0	0,00	1	8,33	0	0,00
Trabaja para Admin.	36	10,26	0	0,00	13	8,67	13	13,54	6	16,22	1	8,33	3	30,00
Empresario.	93	26,50	7	15,22	29	19,33	33	34,38	15	40,54	6	50,00	3	30,00
Profesional Liberal.	10	2,85	1	2,17	4	2,67	4	4,17	0	0,00	1	8,33	0	0,00
Labores de la Casa.	5	1,42	5	10,87	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Estudiante.	27	7,69	6	13,04	11	7,33	5	5,21	3	8,11	1	8,33	1	10,00
Retirado / Jubilado.	6	1,71	2	4,35	2	1,33	1	1,04	1	2,70	0	0,00	0	0,00
Sin Empleo.	13	3,70	5	10,87	6	4,00	0	0,00	1	2,70	1	8,33	0	0,00
Otros.	2	0,57	1	2,17	1	0,67	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	351	100,00	46	100,00	150	100,00	96	100,00	37	100,00	12	100,00	10	100,00

Ji cuadrado con 50 grados de libertad = 108,4647 (p = 0,0000)

Tabla 74: Tabulación cruzada entre ocupación principal e ingresos familiares.

Categorías	Total		Bajarían mucho.		Bajarían.		No cambiarían.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Asalariado (Empleado).	149	35,90	54	33,54	66	38,82	28	34,15
Asalariado (Mandos Intermedios).	23	5,54	10	6,21	10	5,88	3	3,66
Asalariado (Alto Ejecutivo).	3	0,72	1	0,62	0	0,00	2	2,44
Trabaja para la Administración.	40	9,64	4	2,48	13	7,65	23	28,05
Empresario (Propietario Empresa).	121	29,16	62	38,51	53	31,18	5	6,10
Profesional Liberal.	13	3,13	6	3,73	6	3,53	1	1,22
Labores de la Casa.	8	1,93	3	1,86	4	2,35	1	1,22
Estudiante.	35	8,43	12	7,45	13	7,65	10	12,20
Retirado / Jubilado.	7	1,69	2	1,24	3	1,76	2	2,44
Sin Empleo.	13	3,13	6	3,73	1	0,59	6	7,32
Otros.	3	0,72	1	0,62	1	0,59	1	1,22
TOTAL	415	100,00	161	100,00	170	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 30 grados de libertad = 77,5997 (p = 0,0000)

Tabla 75: Tabulación cruzada entre ocupación principal y como se verían afectados sus ingresos.

Las ocupaciones más sensibles ante una crisis turística son los empresarios y los profesionales liberales y los que menos los trabajadores de la administración, los estudiantes, jubilados y desempleados.

- **Renta familiar.**

Los ingresos familiares netos de la muestra de 2011 se distribuyen como puede observarse en la Tabla 76. La situación mayoritaria son las familias en donde trabajan dos o tres personas y poseen unos ingresos netos anuales de entre 15.000 € y 30.000 €.

Ingresos netos familiares anuales	Frecuencias	%
Menos de 15.000 €	46	13,11
De 15.001 € a 30.000 €	150	42,74
De 30.001 € a 45.000 €	96	27,35
De 45.001 € a 60.000 €	37	10,54
De 60.001 € a 75.000 €	12	3,42
Más de 75.000 €	10	2,85
Total frecuencias	351	100,00

Tabla 76: Tabulación de los ingresos netos familiares en la muestra de 2011.

Efecto de un retroceso de la actividad turística en los ingresos	Frecuencias	%
Bajarían mucho.	161	38,80
Bajarían.	170	40,96
No cambiarían.	82	19,76
Total frecuencias	413	100,00

Tabla 77: Cómo se verían afectados los ingresos si se produce una crisis (muestra de 2011).

Categorías	Total		Si		No	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Bajarían mucho.	160	39,02	123	48,24	37	23,87
Bajarían.	166	40,49	101	39,61	65	41,94
No cambiarían.	82	20,00	30	11,76	52	33,55
Aumentarían.	2	0,49	1	0,39	1	0,65
TOTAL	410	100,00	255	100,00	155	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 37,7926 (p = 0,0000)

Tabla 78: Tabulación cruzada entre variación de los ingresos y trabajar con turistas.

Además, consideran que estos ingresos bajarían o bajarían mucho en la inmensa mayoría de casos (79,76%), reconociendo su dependencia turística no sólo personas que trabajan con los turistas (Tabla 78). Vinculado con este dato, cabe mencionar que las personas que llevan toda la

vida en la isla consideran que sus ingresos bajarían más que el resto de la muestra. Cabe mencionar que de las personas que pertenecen a alguna asociación, son los miembros de partidos políticos los que consideran que sus ingresos se verían más afectados por una crisis en el sector turístico. Mientras que los miembros de asociaciones culturales, grupos religiosos y sindicatos los que menos.

2. Sentimiento de pertenencia y apego a la comunidad.

Resulta interesante conocer el grado de apego a la comunidad local de residencia y si las personas sienten que pertenecen a la misma. Este hecho puede influir en las actitudes o en la fuerza con que las exponen. Es de esperar que no tenga la misma valoración una persona que se siente integrada y no quiere abandonarla que otra deseosa de cambiar de lugar de residencia y sin interés por los temas locales.

2.1. Grado de integración.

Una de las preguntas que complementan las variables demográficas es la que hace referencia a si se sienten integrados en su localidad. De la muestra, la mayoría (51%) se sienten muy integrados, el 37% se sienten bastante integrados y sólo el 12% restante se sienten poco o nada integrados. Cabe mencionar que probablemente se haya producido un mayor índice de respuesta entre los que se sienten más integrados e inferior en los que no se sienten integrados.

Categorías	Total		Hombre		Mujer	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nada en Absoluto.	8	1,92	5	3,31	3	1,13
Algo.	42	10,07	22	14,57	20	7,52
Bastante.	154	36,93	57	37,75	97	36,47
Mucho.	213	51,08	67	44,37	146	54,89
TOTAL	417	100,00	151	100,00	266	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 9,2762 (p = 0,0258)

Tabla 79: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y sexo.

Categorías	Total		Toda la Vida.		Desde hace X años.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nada en Absoluto.	8	1,91	3	1,12	5	3,31
Algo.	42	10,05	22	8,24	20	13,25
Bastante.	154	36,84	86	32,21	68	45,03
Mucho.	214	51,20	156	58,43	58	38,41
TOTAL	418	100,00	267	100,00	151	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 16,6701 (p = 0,0008)

Tabla 80: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y años de residencia.

En cuanto a la relación entre las características demográficas de las personas y su sentimiento de integración, se puede mencionar que: las mujeres encuestadas se sienten más integradas que los hombres (Tabla 79), las personas nacidas en Ibiza o que llevan toda la vida en la isla se sienten más integradas (Tabla 80) y hay una gran relación entre el sentimiento de integración en su localidad y considerarse ibicenco (Tabla 81).

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nada en Absoluto.	8	1,91	6	1,85	2	2,74	0	0,00
Algo.	42	10,05	21	6,46	18	24,66	3	15,00
Bastante.	154	36,84	106	32,62	35	47,95	13	65,00
Mucho.	214	51,20	192	59,08	18	24,66	4	20,00
TOTAL	418	100,00	325	100,00	73	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 6 grados de libertad = 46,9158 (p = 0,0000)

Tabla 81: Tabulación cruzada entre sentimiento de integración y considerarse ibicenco.

Además del grado de integración de las personas en su localidad, es interesante conocer su grado de preocupación por los temas locales. Ambos elementos tienen relación entre sí, a mayor interés en los temas locales mayor nivel de integración. En cuanto a las características demográficas de las personas que muestran interés por los temas locales, muestran mayor interés por los temas locales las mujeres, las personas de mayor edad, las personas nacidas en Ibiza o con más años de residencia en la isla, las personas que se consideran ibicencos, los trabajadores de la administración, los empresarios, los profesionales liberales y las personas que pertenecen a asociaciones.

Categorías	Total		Si.		No.		No lo sé.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nada en Absoluto.	2	0,48	1	0,31	1	1,37	0	0,00
Algo.	42	10,05	24	7,38	14	19,18	4	20,00
Bastante.	143	34,21	106	32,62	29	39,73	8	40,00
Mucho.	231	55,26	194	59,69	29	39,73	8	40,00
TOTAL	418	100,00	325	100,00	73	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 6 grados de libertad = 18,1006 (p = 0,0060)

Tabla 82: Tabulación cruzada entre interés por las noticias locales y "sentirse ibicenco".

Las personas que consideran que sus ingresos bajarían son las que muestran mayor interés en las noticias locales (Tabla 83). Este resultado es totalmente lógico si tenemos en cuenta que la dependencia económica del turismo implica una dependencia económica de la evolución regional y, por tanto, aumenta el interés por las noticias locales porque de ellas depende en gran parte el futuro económico del individuo.

Categorías	Total		Bajarían mucho.		Bajarían.		No cambiarían.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Nada en Absoluto.	2	0,48	0	0,00	0	0,00	2	2,44
Algo.	41	9,88	10	6,21	15	8,82	16	19,51
Bastante.	143	34,46	58	36,02	62	36,47	22	26,83
Mucho.	229	55,18	93	57,76	93	54,71	42	51,22
TOTAL	415	100,00	161	100,00	170	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 20,6901 (p = 0,0141)

Tabla 83: Tabulación cruzada entre interés por las noticias locales y como se verían afectados los ingresos familiares.

2.2. Grado de arraigo personal.

Dos cuestiones que tienen interés por sí mismas y que resultan útiles en los análisis es conocer como se sentirían los encuestados si tuvieran que cambiar de residencia, en un caso a otro municipio de la isla y en el otro caso fuera de la isla. Concretamente se les preguntó cómo se sentirían en los supuestos de tener que cambiar de residencia a otro municipio de la isla y cómo se sentirían en los supuestos de tener que cambiar de residencia fuera de la isla, siendo las posibles respuestas una escala Likert de cinco puntos donde 1 es “muy contento” y 5 “muy disgustado”.

La combinación de ambas preguntas es debida a que por las peculiares características de entornos sociales como son las islas pequeñas, siendo Ibiza un caso particular, el sentimiento de arraigo a la isla es muy importante. En islas de mayor extensión o en territorios continentales hay, básicamente, un apego al pueblo y en menor medida a la región o al país, pero en las pequeñas islas el apego a la isla es muy fuerte y supera al del pueblo. Este hecho puede observarse en que la media aritmética referida a cambiar de municipio dentro de la isla es 3'51 y la media aritmética referida a irse de la isla es 4'11.

Categorías	Total		Menos de 5		5-14		15-24		25-34		35 o más	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy contento/a.	3	2,01	1	4,76	0	0,00	1	5,00	1	2,44	0	0,00
Contento/a.	20	13,42	0	0,00	10	21,28	5	25,00	4	9,76	1	5,00
Indiferente.	64	42,95	14	66,67	27	57,45	5	25,00	13	31,71	5	25,00
Disgustado/a.	39	26,17	5	23,81	7	14,89	7	35,00	15	36,59	5	25,00
Muy disgustado/a.	23	15,44	1	4,76	3	6,38	2	10,00	8	19,51	9	45,00
TOTAL	149	100,00	21	100,00	47	100,00	20	100,00	41	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 41,5872 (p = 0,0005)

Tabla 84: Valoración de un cambio de residencia dentro de la isla en relación a los años de residencia.

En cuanto a su relación con las diversas variables demográficas, cabe mencionar que las personas de mayor edad estarían más disgustadas en caso de verse obligadas a cambiar de lugar de residencia, tanto dentro como fuera de la isla. Las personas con un mayor nivel de estudios no se sentirían tan mal si tenían que cambiar de residencia. A las personas nacidas y criadas en la isla o con más de 25 años residiendo en ella les disgustaría en mayor medida que al resto

cambiar de residencia, tanto dentro como fuera de la isla. Las personas que se consideran ibicencos estarían más disgustadas en el caso de tener que cambiar de residencia, tanto dentro como fuera de la isla.

Categorías	Total		Menos de 5		5-14		15-24		25-34		35 o más	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy contento/a.	6	4,03	2	9,52	1	2,13	1	5,00	1	2,44	1	5,00
Contento/a.	12	8,05	3	14,29	5	10,64	1	5,00	3	7,32	0	0,00
Indiferente.	34	22,82	4	19,05	18	38,30	3	15,00	8	19,51	1	5,00
Disgustado/a.	38	25,50	8	38,10	13	27,66	6	30,00	10	24,39	1	5,00
Muy disgustado/a.	59	39,60	4	19,05	10	21,28	9	45,00	19	46,34	17	85,00
TOTAL	149	100,00	21	100,00	47	100,00	20	100,00	41	100,00	20	100,00

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 36,3214 (p = 0,0026)

Tabla 85: Valoración de un cambio de residencia fuera de la isla en relación a los años de residencia.

Las personas que trabajan con turistas o sus ingresos dependen fuertemente del turismo están menos dispuestas a cambiar de población de residencia. La explicación a esta relación cabe buscarla en el hecho de que las personas recién llegadas a la isla o las más jóvenes trabajan menos en sectores directamente dependientes del turismo, mientras que las generaciones de edades más avanzadas llevan muchos años o toda la vida en la isla y se caracterizan en una gran mayoría por unos estudios menores y trabajar en actividades directamente en contacto o dependientes del turismo.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy contento/a.	12	2,87	4	2,84	5	6,25	0	0,00	1	1,37	2	1,87
Contento/a.	57	13,64	30	21,28	11	13,75	2	11,76	8	10,96	6	5,61
Indiferente.	138	33,01	54	38,30	18	22,50	5	29,41	24	32,88	37	34,58
Disgustado/a.	127	30,38	41	29,08	20	25,00	5	29,41	28	38,36	33	30,84
Muy disgustado/a.	84	20,10	12	8,51	26	32,50	5	29,41	12	16,44	29	27,10
TOTAL	418	100,00	141	100,00	80	100,00	17	100,00	73	100,00	107	100,00
MEDIA	3,5120		3,1915		3,6375		3,7647		3,5753		3,7570	

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 41,9163 (p = 0,0004) para la tabulación cruzada.

F de Snedecor (4,413) = 5,5902 (p = 0,0002) para la media.

Tabla 86: Valoración de un cambio de residencia dentro de la isla (diferencias por municipio).

A las personas que viven en los pueblos de Santa Eulària, Sant Carles, Sant Joan, Sant Rafel, Sant Josep y Sant Jordi les molestaría más que a la media abandonar su pueblo o la isla. A las personas de Ibiza ciudad les molestaría menos que al resto cambiar de residencia, tanto dentro como fuera de la isla. Estas diferencias de valoración pueden ser debidas a las diferentes

proporciones de inmigrantes llegados recientemente que poseen estos pueblos y, por qué no, a las infraestructuras y condiciones de vida de su municipio o pueblo.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy contento/a.	13	3,11	5	3,55	3	3,75	0	0,00	2	2,74	3	2,80
Contento/a.	28	6,70	16	11,35	4	5,00	0	0,00	2	2,74	6	5,61
Indiferente.	62	14,83	29	20,57	6	7,50	2	11,76	13	17,81	12	11,21
Disgustado/a.	112	26,79	43	30,50	26	32,50	7	41,18	19	26,03	17	15,89
Muy disgustado/a.	203	48,56	48	34,04	41	51,25	8	47,06	37	50,68	69	64,49
TOTAL	418	100,00	141	100,00	80	100,00	17	100,00	73	100,00	107	100,00
MEDIA	4,1100		3,8014		4,2250		4,3529		4,1918		4,3364	

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 35,9036 (p = 0,0030) para la tabulación cruzada.

F de Snedecor (4,413) = 4,7404 (p = 0,0009) para la media.

Tabla 87: Valoración de un cambio de residencia fuera de la isla (diferencias por municipios).

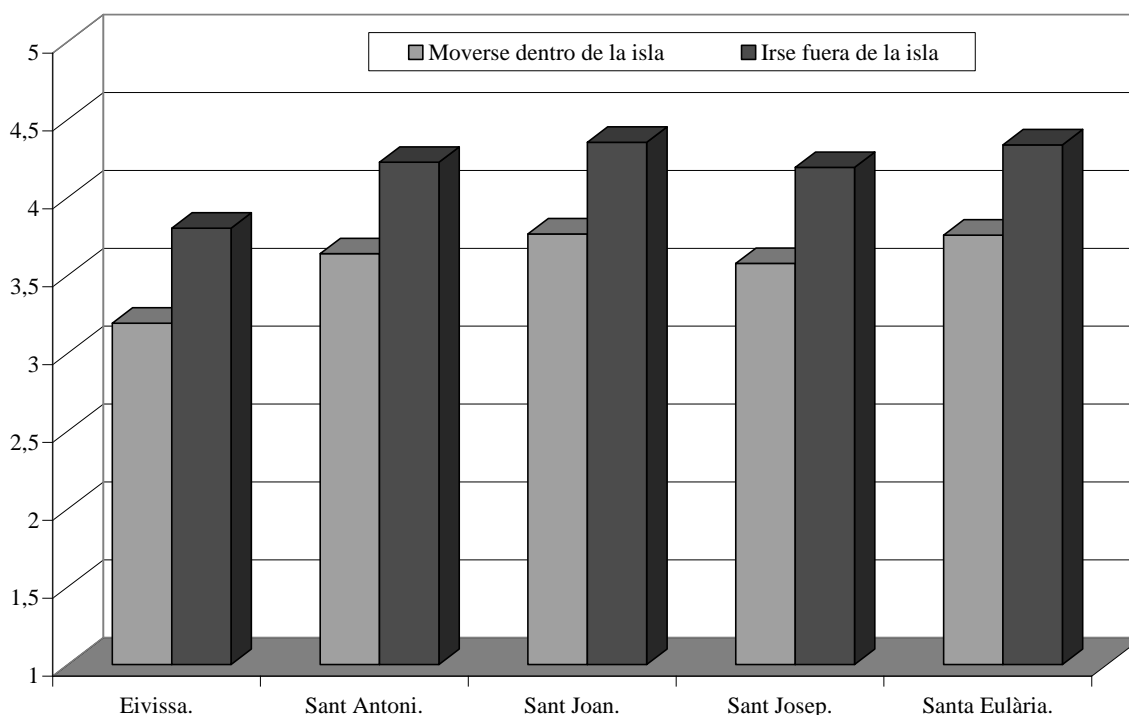


Figura 46: Valoración de un cambio de residencia (grado de disgusto).

Como resumen podríamos afirmar que nos encontramos ante dos tipos de personas con perfiles contrapuestos. Por una parte tenemos las personas de más edad, con estudios primarios o secundarios a lo sumo, nacidos y criados en la isla o con un cuarto de siglo residiendo en ella, que se sienten ibicencos, y consideran que económica y laboralmente se encuentran vinculados al turismo. Estas personas se sentirían disgustadas o muy disgustadas si tenían que cambiar de residencia, en especial salir de la isla. Por otra parte las personas jóvenes, con estudios universitarios, llegadas a la isla hace pocos años, que no se consideran ibicencos y que trabajan

en sectores sin una dependencia y contacto directo con el turismo. A estas personas el hecho de cambiar de lugar de residencia, sea a otra parte de la isla o fuera de ella, les disgusta poco o nada, cuando no les alegra, sobre todo si el cambio de residencia se ve motivado por una posible mejora en sus condiciones laborales o personales.

Estos dos estereotipos de personas, aunque presentes en la isla, pueden resultar minoritarios y extremos. Por eso resulta interesante que se realice una segmentación de la muestra con la finalidad de determinar de una forma más completa y exacta los perfiles existentes en la sociedad ibicenca y su importancia cuantitativa.

2.3. Segmentación según sentimiento de pertenencia y apego.

Nombre corto	Nombre largo
Sent 092	En su localidad, ¿se siente 'integrado/a'?
Sent 093	¿Qué interés tiene en las noticias que suceden en su localidad o municipio?
Sent 094	Suponga que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de su municipio, pero dentro de la isla. ¿Cómo se sentiría?
Sent 095	Suponga ahora, que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de la isla. ¿Cómo se sentiría?

Tabla 88: Identificación de las variables.

Como parte del análisis descriptivo de las variables demográficas se ha procedido a una segmentación de la muestra según sus sentimientos de pertenencia y apego a su localidad y a la isla. Para ello se han usado cuatro variables que miden el grado de integración y apego de la población. Esta segmentación se ha realizado mediante un Análisis Cluster (Algoritmo de Howard-Harris) realizado con el programa DYANE 4.0 (Santesmases, 2009), y se ha conservado la segmentación mayor que cumpla el criterio de que en todos los grupos contengan al menos un 10% de la muestra, con la finalidad de explicar el máximo de varianza pero evitando segmentaciones que generen grupos muy reducidos.

Nº de grupos	Varianza intragrupos con N grupos	Varianza entre grupos (explicada)	% de varianza explicada	% de incremento en la varianza explicada
1	1.376,28	0,00	0,00	0,00
2	882,02	494,26	35,91	35,91
3	694,75	681,53	49,52	13,61
4	578,65	797,63	57,96	8,44

Tabla 89: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.

Los cuatro grupos resultantes se caracterizan por tener los valores descritos en la Tabla 90 en las cuatro variables usadas en el análisis.

- Los “integrados” (28,2%). Se caracteriza por ser el grupo con mayor apego a la isla y poseer los valores más elevados. Se sienten muy integrados en su localidad (94,92%) y consideran que tienen mucho interés en los temas locales (81,36%). Además se sentirían muy disgustados (56,78%) o disgustados (43,22%) si tuvieran que cambiar su residencia a otra parte de la isla. Si tuvieran que abandonar la isla el 80,5% estaría muy disgustado y el 18,6%

disgustado. Entre sus características demográficas cabe destacar que son el grupo de mayor edad de los cuatro (43,22 años), son nacidos en la isla (77,78%), residen en ella de toda la vida (77,97%) o llevan 25 o más años residiendo en ella (16,1%) y se consideran ibicencos en la inmensa mayoría (91,53%), hablan ibicenco o catalán más (77,97%) y castellano menos (50%) que el resto de grupos, su mayor presencia se da en los municipios de Sant Antoni, Sant Joan y Santa Eulària y es menor en Eivissa ciudad. Tienen un nivel de estudios ligeramente inferior al resto, forman parte de partidos políticos y sindicatos en mayor proporción que la media, hay mayor proporción de propietarios de negocios (40,7%) y de personas que trabajan en contacto con los turistas.

		Total	Integrados	Quemados	De paso	Rechazados	
Nº de integrantes:		418	118	102	100	98	
% de la muestra:		100%	28,2%	24,4%	23,9%	23,4%	
Suma de cuadrados:		1.376,28	76,29	119,66	233,26	149,45	
Variables							F de Snedecor
Sent 092	Media:	3,37	3,95	3,59	3,21	2,62	F(3, 414) = 109,69 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,74	0,22	0,53	0,75	0,61	
Sent 093	Media:	3,44	3,81	3,60	3,26	3,03	F(3, 414) = 32,48 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,69	0,42	0,53	0,78	0,72	
Sent 094	Media:	3,51	4,57	2,57	2,79	3,96	F(3, 414) = 246,81 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,05	0,50	0,60	0,80	0,59	
Sent 095	Media:	4,11	4,80	4,47	2,46	4,59	F(3, 414) = 401,60 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,08	0,42	0,50	0,71	0,53	

Tabla 90: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados por sentimientos (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).

Categorías	Total		Integrados		Quemados		De paso		Rechazados	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 25	55	14,07	8	7,48	18	18,56	17	18,09	12	12,90
25-34	102	26,09	25	23,36	27	27,84	25	26,60	25	26,88
35-44	98	25,06	22	20,56	29	29,90	28	29,79	19	20,43
45-54	88	22,51	27	25,23	16	16,49	22	23,40	23	24,73
55 o más	48	12,28	25	23,36	7	7,22	2	2,13	14	15,05
TOTAL	391	100,00	107	100,00	97	100,00	94	100,00	93	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 33,0741 (p = 0,0009)

Tabla 91: Tabulación cruzada de la edad con los grupos generados.

- Los “quemados” (24,4%). Son el segundo grupo en cuanto a nivel de integración (el 60,78% considera que esta muy integrado y el 37,25% bastante) en su localidad y en nivel de interés en temas locales (el 61,76% considera que está muy interesado y el 36,27% bastante), pero destacan porque aunque les molestaría abandonar la isla (el 47% estaría muy disgustado y el 53% disgustado) no les disgustaría cambiar de municipio (el 62,75% le sería indiferente y el 37,25% restante estaría contento o muy contento). Son más jóvenes que la media de la

muestra (36,39 años), su mayor presencia se da en los municipios de Eivissa y Sant Antoni y es menor en Sant Josep y Santa Eulària, y se consideran ibicencos (82,35%) en mayor proporción que la media. En este grupo hay más mujeres que en la media de la muestra, y forman parte de asociaciones deportivas y ecologistas más que la media.

Categorías	Total		Eivissa.		Sant Antoni.		Sant Joan.		Sant Josep.		Santa Eulària.	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Integrados	118	28,23	24	17,02	31	38,75	6	35,29	20	27,40	37	34,58
Quemados	102	24,40	43	30,50	21	26,25	4	23,53	13	17,81	21	19,63
De paso	100	23,92	47	33,33	13	16,25	2	11,76	17	23,29	21	19,63
Rechazados	98	23,44	27	19,15	15	18,75	5	29,41	23	31,51	28	26,17
TOTAL	418	100,00	141	100,00	80	100,00	17	100,00	73	100,00	107	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 29,3812 (p = 0,0035)

Tabla 92: Tabulación cruzada de los grupos generados con los municipios.

- El grupo “de paso” (23,9%). Este grupo, aunque se siente bastante (42%) o muy (40%) integrado y tiene bastante (38%) o mucho (45%) interés en los temas locales, es el único al que no molestaría abandonar la isla (el 41% estaría contento o muy contento y el 59% estaría indiferente) y se muestra algo más indiferente sobre cambiar de residencia dentro de la isla (el 31% contento y el 14% disgustado). Son más jóvenes que la media (36,07 años), con mayor nivel educativo (44,4% con estudios universitarios y 40,4% con estudios secundarios), con menor proporción de nacidos en la isla (43%) o que vivan en ella de toda la vida (49%), los nacidos fuera de la isla llevan menos años en la isla que en los otros grupos (el 64% llevan menos de 15 años en la isla), se sienten ibicencos en menor proporción que el resto de grupos (59%) y tienen el mayor predominio de castellano como idioma habitual (78%), su mayor presencia se da en los municipios de Eivissa ciudad y es menor en Sant Joan, Sant Antoni y Santa Eulària, y es el grupo que se vería menos afectado en sus ingresos en caso de retroceso de la actividad turística. Son el grupo con más trabajadores de la administración y estudiantes y con menor proporción de personas que trabajan en contacto con turistas.

Categorías	Total		Integrados		Quemados		De paso		Rechazados	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 5	21	14,09	1	4,00	4	10,53	9	18,00	7	19,44
5-14	47	31,54	2	8,00	13	34,21	23	46,00	9	25,00
15-24	20	13,42	3	12,00	8	21,05	5	10,00	4	11,11
25-34	41	27,52	9	36,00	9	23,68	11	22,00	12	33,33
35 o más	20	13,42	10	40,00	4	10,53	2	4,00	4	11,11
TOTAL	149	100,00	25	100,00	38	100,00	50	100,00	36	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 32,6649 (p = 0,0011)

Tabla 93: Tabulación cruzada de los años de residencia (sólo los que no llevan toda la vida en ella) y los grupos generados.

- Los “rechazados” (23,4%). Aunque se sienten algo (23,5%) o bastante (69,4%) integrados y muestran bastante (48%) interés por los temas locales, son el grupo con menores puntuaciones. Y a pesar de que se sentirían disgustados de abandonar su municipio (65,3%) o muy disgustados de abandonar la isla (61,2%), su situación personal no es la mejor de todas: tienen unos ingresos familiares medios muy inferiores al resto (entre 7.000 € y 9.000 € menos que los otros grupos, aproximadamente). Su mayor presencia se da en los municipios de San Josep, Sant Joan y Santa Eulària. Este grupo tiene más hombres que la media de la muestra, hay un ligero predominio de personas con estudios secundarios y de castellanohablantes. Hay menos presencia de personas pertenecientes a asociaciones, en especial partidos políticos, y destacan por ser el grupo con mayor proporción de asociados a grupos ecologistas.

Vemos que en lo referente al grado de integración y arraigo de los individuos, tenemos un grupo muy integrado en la isla y su localidad (28,2%), un grupo que con gran apego a la isla pero muy insatisfecho con su localidad (24,4%), un grupo de personas que se encuentran de paso y les gustaría abandonar la isla (23,9%), y un último grupo al que las cosas no les han ido bien y se sienten menos cómodos que el resto en la isla (23,4%).

3. Preocupaciones de los ibicencos.

Al preguntar a los encuestados sobre diversos motivos de preocupación (economía, medio ambiente, inseguridad, etc.) estos han mostrado bastante o mucha preocupación en la mayoría de los casos (58,3%), aunque con diferencias significativas según el asunto de que se trate. Mientras el paro y las oportunidades laborales son su principal preocupación, en otros temas (carreteras, inseguridad, etc.) muestran grados moderados de preocupación.

	Total Despreocupación	Poca Preocupación	Bastante Preocupación	Mucha Preocupación	Problema Principal.	Media
El paro y las oportunidades laborales.	6,70%	5,02%	14,35%	27,27%	46,65%	4,022*
El desarrollo económico.	5,50%	7,66%	23,92%	34,93%	27,99%	3,722*
Escuelas y otras infraestructuras educativas.	8,13%	7,18%	20,33%	39,47%	24,88%	3,658**
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.	4,78%	9,57%	28,95%	34,69%	22,01%	3,596
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	6,70%	9,81%	36,84%	32,30%	14,35%	3,378*
La inseguridad ciudadana.	7,18%	19,38%	26,08%	33,25%	14,11%	3,278*
Las carreteras y el transporte.	5,98%	25,60%	29,90%	25,84%	12,68%	3,136*
Media de los siete puntos	6,43%	12,03%	25,77%	32,54%	23,24%	3,541

*media significativamente distinta de la media global al nivel 0,01.

** media significativamente distinta de la media global al nivel 0,05.

Tabla 94: Preocupaciones de los residentes (muestra de 2011).

El tema de mayor preocupación para los encuestados es el referente al paro y las oportunidades laborales. La situación laboral preocupa por encima de la media a los miembros de sindicatos y a las personas cuyos ingresos dependen del turismo. Vinculado a este punto encontramos el segundo tema de mayor preocupación, el desarrollo económico. El desarrollo económico preocupa en especial a las personas de menos de 44 años, con mayor nivel de estudios, con

bajos ingresos o que dependen del turismo y a los miembros de sindicatos. Los temas económicos y laborales son preocupaciones importantes para el común de la ciudadanía pero aun más lo son en una situación de crisis económica como la que viene sufriendo la isla desde 2008. Preocupa especialmente la situación laboral por ser el aspecto económico que afecta de forma más directa a las personas (el 46,65% de la muestra lo considera problema principal).

Otro tema que preocupa por encima de la media son las escuelas y otras infraestructuras educativas. Las infraestructuras educativas preocupan más a las mujeres, las personas de entre 35 y 44 años, los individuos con más estudios y a los miembros de sindicatos. Cabe mencionar que en diversas partes de la isla hay problemas de masificación en colegios e institutos de secundaria y las gestiones para subsanarlo no son todo lo apremiantes que muchos desearían.

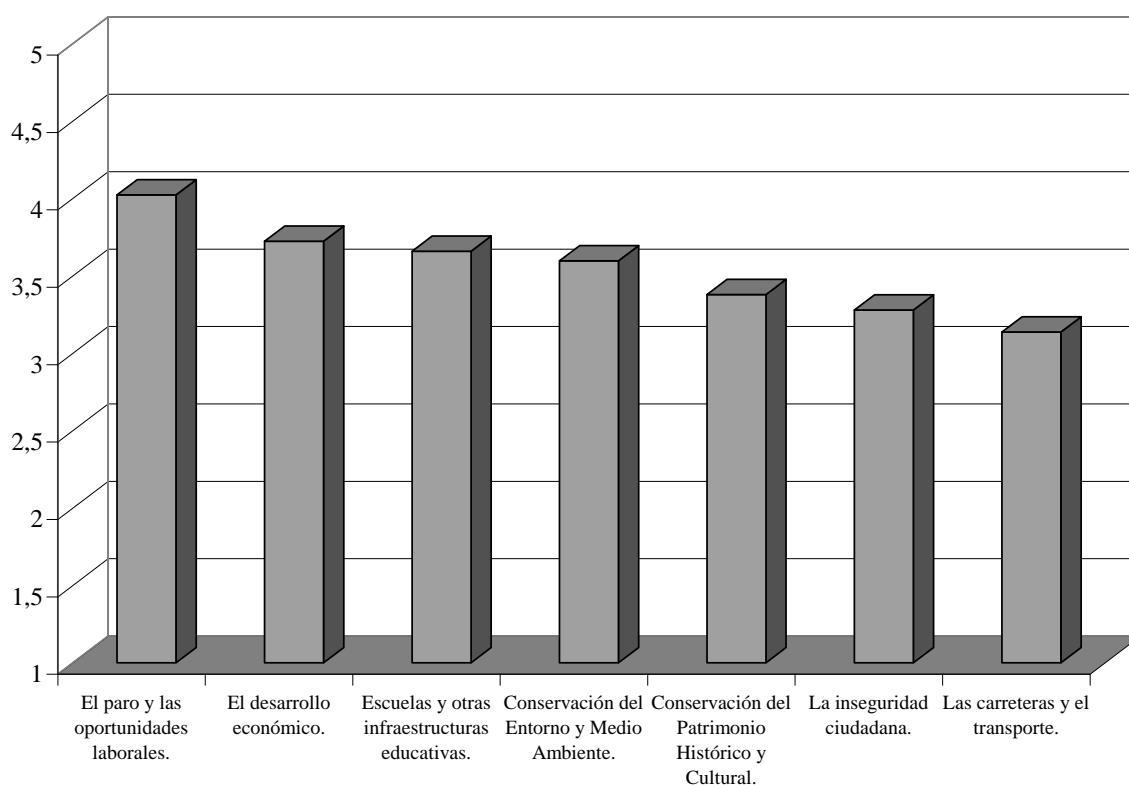


Figura 47: Preocupaciones de los residentes (muestra de 2011).

En la mitad de la escala de preocupaciones encontramos el entorno y el medio ambiente. La conservación del medio ambiente preocupa en especial a las personas que forman parte de asociaciones culturales o ecologistas. En la muestra de 2002 se preguntó por este aspecto y el grado de preocupación era significativamente mayor. Es posible que la situación económica que se vive en 2011 haya eclipsado otros aspectos tradicionalmente preocupantes para la opinión pública de la isla.

Por debajo de la media encontramos otros temas que tradicionalmente han estado en los titulares de la prensa de la isla: el patrimonio cultural e histórico, la inseguridad ciudadana y las carreteras.

La conservación del patrimonio histórico y cultural preocupa pero menos que la media. La conservación del patrimonio histórico y cultural preocupa más a las personas con mayor nivel de estudios, y a las que pertenecen a algún tipo de asociación, en especial asociaciones culturales y grupos ecologistas. En la encuesta de 2002 se preguntó por este tema y desde

entonces la preocupación ha bajado, pero es una bajada poco significativa. Probablemente la crisis económica haya eclipsado también este tema.

La inseguridad ciudadana suele ser uno de los temas mencionados al hablar de desarrollo turístico, pero parece que las estadísticas y la opinión de los encuestados muestran que no es un problema tan acuciante en los destinos turísticos, al menos no más que en el resto de regiones del país. La inseguridad preocupa más a las personas que llevan más años viviendo en la isla y a los miembros de sindicatos.

Categorías	Total		Habla Ibicenco		No habla ibicenco	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Total despreocupación	25	5,98	14	5,11	11	7,64
Poca preocupación	107	25,60	75	27,37	32	22,22
Bastante preocupación	125	29,90	96	35,04	29	20,14
Mucha preocupación	108	25,84	66	24,09	42	29,17
Problema Principal	53	12,68	23	8,39	30	20,83
TOTAL	418	100,00	274	100,00	144	100,00

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 21,4548 (p = 0,0003)

Tabla 95: Preocupación por las carreteras y los transportes según si usan el ibicenco/catalán.

Las carreteras y el transporte ocupan el último lugar de los diversos temas de preocupación por los que se ha preguntado a los entrevistados. Las carreteras preocupan más a la población no catalanoparlante y a los miembros de partidos políticos. Cabe recordar que las carreteras de la isla y sus obras de ampliación fueron el tema principal de los titulares de la prensa local y de los discursos políticos durante la legislatura 2003-2007, con fuerte enfrentamiento de posturas a favor y en contra de estas ampliaciones. Este hecho permite muy diversas interpretaciones políticas del dato obtenido.

Categorías	Total		Partido Político		No Partido Político	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Total despreocupación	25	5,98	2	5,41	23	6,04
Poca preocupación	107	25,60	11	29,73	96	25,20
Bastante preocupación	125	29,90	9	24,32	116	30,45
Mucha preocupación	108	25,84	5	13,51	103	27,03
Problema Principal	53	12,68	10	27,03	43	11,29
TOTAL	418	100,00	37	100,00	381	100,00

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 9,6924 (p = 0,0459)

Tabla 96: Preocupación por carreteras y transportes según si pertenecen a algún partido político.

En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se planteaba la misma batería de preguntas. En ese caso las mayores preocupaciones de los ibicencos eran la inseguridad ciudadana (3,87) y el medio ambiente (3,84). En 2011 estas preocupaciones pierden peso a

favor de las preocupaciones económicas, que en ese estudio preocupaban pero de forma más moderada: el paro en un 3,67 y el desarrollo económico en 3,29. También baja la preocupación por las carreteras entre el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) y la encuesta realizada en 2011 (de 3,36 en 2002 a 3,14 en 2011).

3.1. Análisis de Componentes Principales.

El test de Bartlett (1950) permite contrastar la hipótesis nula de que la matriz de coeficientes de correlación no es significativamente distinta de la matriz identidad. Si se rechaza la hipótesis nula es adecuado utilizar el análisis factorial. En este caso la χ^2 con 21 grados de libertad da como resultado 1.033,31 rechazando la hipótesis nula a un nivel de significación del 0,01. A continuación se procede a la realización de un análisis factorial exploratorio mediante la técnica de Análisis de Componentes Principales, reteniendo los factores con un valor propio o autovalor mayor que 1. Se obtiene un solo factor con un valor propio superior a 1 y este consigue explicar el 51,3% de la varianza de las variables. Las cargas de todas las variables son superiores a 0,6. El Alfa de Cronbach¹⁶¹ de este factor es de 0,8395.

Factor 1: Preocupación de los residentes.	Cargas
Escuelas y otras infraestructuras educativas.	0,770
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	0,758
El desarrollo económico.	0,754
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.	0,749
El paro y las oportunidades laborales.	0,675
La inseguridad ciudadana.	0,673
Las carreteras y el transporte.	0,620
Alfa de Cronbach	0,840

Tabla 97: Cargas significativas del factor retenido, después de la rotación Varimax, para los ítems referentes al grado de preocupación de los residentes.

Los resultados del Análisis de Componentes Principales nos indican que la batería de ítems es adecuada para la medición del grado de preocupación de los individuos y puede ser usada para la obtención de un constructo útil para la realización de estudios causales, por ejemplo en Sistemas de Ecuaciones Estructurales.

3.2. Segmentación según preocupaciones mostradas.

Se ha procedido a una segmentación de la muestra según su grado de preocupación por diversos temas. Para ello se han usado las siete variables que miden el grado de preocupación por diversos temas. Esta segmentación se ha realizado mediante un Análisis Cluster (Algoritmo de Howard-Harris) realizado con el programa DYANE 4.0 (Santesmases, 2009), y se ha

¹⁶¹ El alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) permite comprobar si un conjunto de variables o ítems se corresponden con un único factor o concepto subyacente. Es decir, un alfa de Cronbach alta en un conjunto de ítems significa que ese conjunto de ítems pueden ser resumidos en un solo factor o que forman parte de un mismo constructo. Lo ideal es un alfa de Cronbach de 0,8 o superior, sobre todo si se pretenden usar los factores obtenidos en un posterior análisis de regresión múltiple o para un sistema de ecuaciones estructurales. Un alfa de 0,7 es buena (Santesmases, 2009) y en la práctica un 0,6 es aceptable (Nunnally & Bernstein, 1994). Valores inferiores resultan problemáticos y, salvo algún valor superior a 0,5 en Análisis Factoriales Confirmatorios, no tienen suficiente fiabilidad para garantizar un buen uso de los factores.

conservado la segmentación mayor que cumpla el criterio de que en todos los grupos haya al menos un 10% de la muestra contenido, con la finalidad de explicar el máximo de varianza pero evitando segmentaciones que generen grupos muy reducidos. Para ello se han descartado las sucesivas segmentaciones que incrementen la varianza explicada en menos del 5%.

Nombre corto	Nombre largo
Prob 072	Conservación del Entorno y Medio Ambiente.
Prob 073	Escuelas y otras infraestructuras educativas.
Prob 074	La inseguridad ciudadana.
Prob 075	Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.
Prob 076	El desarrollo económico.
Prob 077	Las carreteras y el transporte.
Prob 078	El paro y las oportunidades laborales.

Tabla 98: Identificación de las variables.

Nº de grupos	Varianza intragrupos con N grupos	Varianza entre grupos (explicada)	% de varianza explicada	% de incremento en la varianza explicada
1	3.692,68	0,00	0,00	0,00
2	2.549,39	1.143,29	30,96	30,96
3	2.081,75	1.610,93	43,62	12,66
4	1.888,99	1.803,69	48,84	5,22

Tabla 99: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.

Ingresos	Total		Históricos		Desencantados		Proteccionistas		Desarrollistas	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 15.000 €	46	13,11	11	8,53	12	38,71	10	9,17	13	15,85
De 15.001 € a 30.000 €	150	42,74	57	44,19	9	29,03	47	43,12	37	45,12
De 30.001 € a 45.000 €	96	27,35	40	31,01	7	22,58	33	30,28	16	19,51
De 45.001 € a 60.000 €	37	10,54	11	8,53	2	6,45	15	13,76	9	10,98
De 60.001 € a 75.000 €	12	3,42	6	4,65	1	3,23	1	0,92	4	4,88
Más de 75.000 €	10	2,85	4	3,10	0	0,00	3	2,75	3	3,66
TOTAL	351	100,00	129	100,00	31	100,00	109	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 15 grados de libertad = 30,2001 (p = 0,0112)

Tabla 100: Distribución por nivel de ingresos familiares de los miembros de los distintos grupos.

Los cuatro grupos resultantes se caracterizan por tener los valores descritos en la Tabla 101 en las variables usadas en el análisis:

- Los “históricos” (35,2%). Son individuos a los que les preocupa mucho todo y la situación laboral y económica la consideran problema principal. En este grupo hay un mayor número de mandos intermedios, ejecutivos, trabajadores de la administración y jubilados. En cuanto al sentimiento de apego, este grupo destaca por el elevado porcentaje de “quemados” y el bajo porcentaje de “rechazados”. Se trata de individuos con una situación personal ligeramente mejor a la media pero insatisfechos y preocupados con su entorno inmediato.

		Total	Históricos	Desencantados	Proteccionistas	Desarrollistas	
Nº de integrantes:		418	147	44	124	103	
% de la muestra:		100%	35,2%	10,5%	29,7%	24,6%	
Suma de cuadrados:		3.692,68	527,28	246,27	630,35	485,09	
Variables							F de Snedecor
Prob 072	Media:	3,60	4,14	1,86	4,12	2,92	F(3, 414) = 155,68 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,08	0,76	0,99	0,71	0,60	
Prob 073	Media:	3,66	4,26	1,64	4,22	2,99	F(3, 414) = 176,40 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,16	0,67	0,91	0,69	0,92	
Prob 074	Media:	3,28	4,07	1,68	3,10	3,03	F(3, 414) = 90,61 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,14	0,85	0,73	0,94	0,93	
Prob 075	Media:	3,38	4,08	1,93	3,61	2,71	F(3, 414) = 119,98 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,06	0,72	0,99	0,80	0,71	
Prob 076	Media:	3,72	4,51	1,75	3,47	3,75	F(3, 414) = 149,75 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,12	0,59	0,68	0,94	0,82	
Prob 077	Media:	3,14	4,05	1,80	2,63	3,01	F(3, 414) = 115,51 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,11	0,81	0,76	0,83	0,85	
Prob 078	Media:	4,02	4,69	1,80	3,88	4,19	F(3, 414) = 131,91 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,19	0,56	1,12	1,00	0,86	

Tabla 101: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).

- Los “desencantados” (10,5%). Son el grupo opuesto al anterior y les preocupan poco o nada los distintos aspectos planteados. Es el grupo con menor nivel de estudios. Predominan pequeños empresarios y desempleados, y hay pocos trabajadores de la administración, ejecutivos y mandos intermedios. Este grupo posee unos ingresos familiares claramente inferiores a los del resto de la muestra (unos 7.000 € o 8.000 € menos) y son los que menos han contestado a la pregunta referente a la renta familiar (70%), probablemente los que no contestan sea porque tienen una renta familiar de la que no están muy orgullosos. También son los que consideran que afectaría menos una crisis turística a sus ingresos familiares. En cuanto al sentimiento de apego, este grupo destaca por un porcentaje de “rechazados” muy elevado y el bajo porcentaje de “integrados”. Muestran poca preocupación por los diversos aspectos preguntados, pero la causa no es una valoración positiva sino una desilusión general debida a su situación personal. Posiblemente este sea el grupo más expuesto a sufrir diversos grados de depresión motivada por la situación socioeconómica personal.
- Los “proteccionistas” (29,7%). Muestran entre bastante y mucha preocupación por los diversos temas. Son un grupo intermedio entre los dos anteriores. Muestran mucha preocupación por el medio ambiente y las infraestructuras educativas, y bastante preocupación por el patrimonio histórico. Este grupo destaca por un mayor número de estudiantes y personas con estudios universitarios. En cuanto al sentimiento de apego,

destaca por el elevado porcentaje de “integrados”. Este grupo posee más estudios y se siente más integrado en su localidad y en la isla que el resto, siendo ello causa de su especial preocupación por el patrimonio natural y cultural de la isla. La preocupación por las infraestructuras educativas está directamente vinculado al nivel educativo. A mayor nivel educativo de las personas mayor concienciación y preocupación poseen por la educación.

Categorías	Total		Históricos		Desencantados		Proteccionistas		Desarrollistas	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Bajarían mucho.	161	38,80	57	39,31	14	32,56	46	37,10	44	42,72
Bajarían.	170	40,96	61	42,07	15	34,88	56	45,16	38	36,89
No cambiarían.	82	19,76	27	18,62	12	27,91	22	17,74	21	20,39
Aumentarían.	2	0,48	0	0,00	2	4,65	0	0,00	0	0,00
TOTAL	415	100,00	145	100,00	43	100,00	124	100,00	103	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 21,4414 (p = 0,0108)

Tabla 102: Efectos de una crisis en los ingresos familiares de los miembros de los distintos grupos.

Grupos	Total		Históricos		Desencantados		Proteccionistas		Desarrollistas	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Integrados	118	28,23	44	29,93	6	13,64	40	32,26	28	27,18
Quemados	102	24,40	43	29,25	10	22,73	29	23,39	20	19,42
De paso	100	23,92	37	25,17	11	25,00	28	22,58	24	23,30
Rechazados	98	23,44	23	15,65	17	38,64	27	21,77	31	30,10
TOTAL	418	100,00	147	100,00	44	100,00	124	100,00	103	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 17,2546 (p = 0,0449)

Tabla 103: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.

- Los “desarrollistas” (24,6%). Muestran bastante preocupación por los diversos temas excepto en el caso del mercado laboral y el desarrollo económico, donde muestran mayor preocupación. En cuanto al sentimiento de apego, este grupo destaca por el elevado porcentaje de “rechazados” y el bajo porcentaje de “quemados”. Se encuentran en una posición intermedia entre los dos primeros grupos, pero la situación personal no es de las mejores y priorizan los aspectos vinculados al desarrollo insular y que generen beneficios directos para los individuos.

Según su grado de preocupación, tenemos un grupo muy preocupado por todo y en especial por la economía (35,2%), un pequeño grupo con una situación personal peor que el resto y que muestran bajos grados de preocupación a causa de un elevado grado de desilusión personal (10,5%), un grupo preocupado principalmente por la protección del entorno y el patrimonio (29,7%), y un último grupo preocupado principalmente por el desarrollo económico (24,6%).

En general, vemos que cada grupo muestra mayor preocupación por lo que les afecta de forma más inmediata. Las personas con mala situación económica, o con riesgo de un empeoramiento, muestran mayor preocupación por la situación económica. Las personas con una situación económica menos preocupante, con mayores niveles educativos y mayor concienciación proteccionista muestran mayor preocupación por el entorno.

4. Valoraciones de diversos productos u ofertas turísticas.

Tanto en la encuesta de 2002 como en la de 2011 se preguntó a los entrevistados sobre el grado de aceptación de diversos productos y ofertas turísticas. Este hecho permite analizar la evolución de las valoraciones realizadas por los residentes. En general son considerados aceptables la mayoría de los productos, aunque unos más que otros. Si analizamos los diversos productos uno por uno podemos observar cual es la oferta deseada por los ibicencos:

- La oferta de “todo incluido” o *All inclusive* está implantada en establecimientos de algunas zonas muy turísticas de la isla. Esta oferta fue copiada de los *Resort* situados en destinos tropicales, en los cuales era necesario ofrecer este tipo de oferta, y posteriormente importada en destinos más tradicionales. El “todo incluido” tiene la parte positiva para el cliente de permitir conocer y controlar de antemano el gasto que se realizará y para el empresario de retener al turista y su gasto en el establecimiento. La parte negativa es que la oferta complementaria del destino (tiendas, restaurantes, bares, etc.) sufre un durísimo recorte en sus ingresos, ya que los consumos que realizan los turistas en el hotel los pierden ellos. En destinos turísticos tradicionales, como es el caso de Ibiza, la gran presencia de oferta complementaria convierte en poco o nada popular el “todo incluido”. Los titulares de la prensa local y las opiniones expresadas por mucha gente en los últimos años en Ibiza parecen indicar la existencia de un rechazo mayoritario a este tipo de oferta. Las dos encuestas (2002 y 2011) confirman esta percepción: el 63,72% de la muestra de 2002 y el 69,14% de la muestra de 2011 consideran inaceptable el “todo incluido” y sólo el 20,8% de la muestra de 2002 y el 16,27% de la muestra de 2011 lo consideran aceptable. Las personas de menos de 25 años o llegadas en los últimos 15 años son menos críticas con el todo incluido. Los habitantes de Sant Joan, los catalanoparlantes y las personas que trabajan en contacto con los turistas o sus ingresos dependen del turismo son mucho más críticos con el todo incluido. Puede concluirse que no se han producido cambios significativos en el grado de inaceptabilidad de este producto entre 2002 y 2011, y por tanto no hay tiempo o crisis económica que pueda mejorar la imagen del “todo incluido”. Resultaría interesante que de cara al futuro se procediera a la paulatina desaparición de este tipo de oferta.

Producto u oferta turística	Inaceptable	Sin postura clara	Aceptable	Media
<i>All inclusive</i>	63,72%	15,49%	20,80%	2,283*
Golf	19,91%	28,32%	51,77%	3,460*
Cicloturismo	6,19%	23,01%	70,80%	3,987*
Otro turismo deportivo	2,21%	15,49%	82,30%	4,186*
Turismo Náutico	5,31%	15,49%	79,20%	4,111*
Congresos, Seminarios, Ferias	1,77%	18,58%	79,65%	4,173*
Turísticos de naturaleza	2,21%	10,18%	87,61%	4,416*
Turismo Rural	3,54%	9,29%	87,17%	4,381*
Casas vacacionales en alquiler	7,52%	23,89%	68,58%	3,889*
Turismo cultura	2,21%	8,85%	88,94%	4,367*
“Turismo de marcha”	48,67%	19,47%	31,86%	2,739*
Turismo de segunda residencia	17,26%	25,22%	57,52%	3,602*
Turismo de sol y playa familiar	6,19%	12,39%	81,42%	4,142*

*El test t de la media rechaza la hipótesis nula de no diferencia de 3 (indiferente) al nivel de 0,01

Tabla 104: Valoración de los diversos productos y ofertas turísticas en 2002.

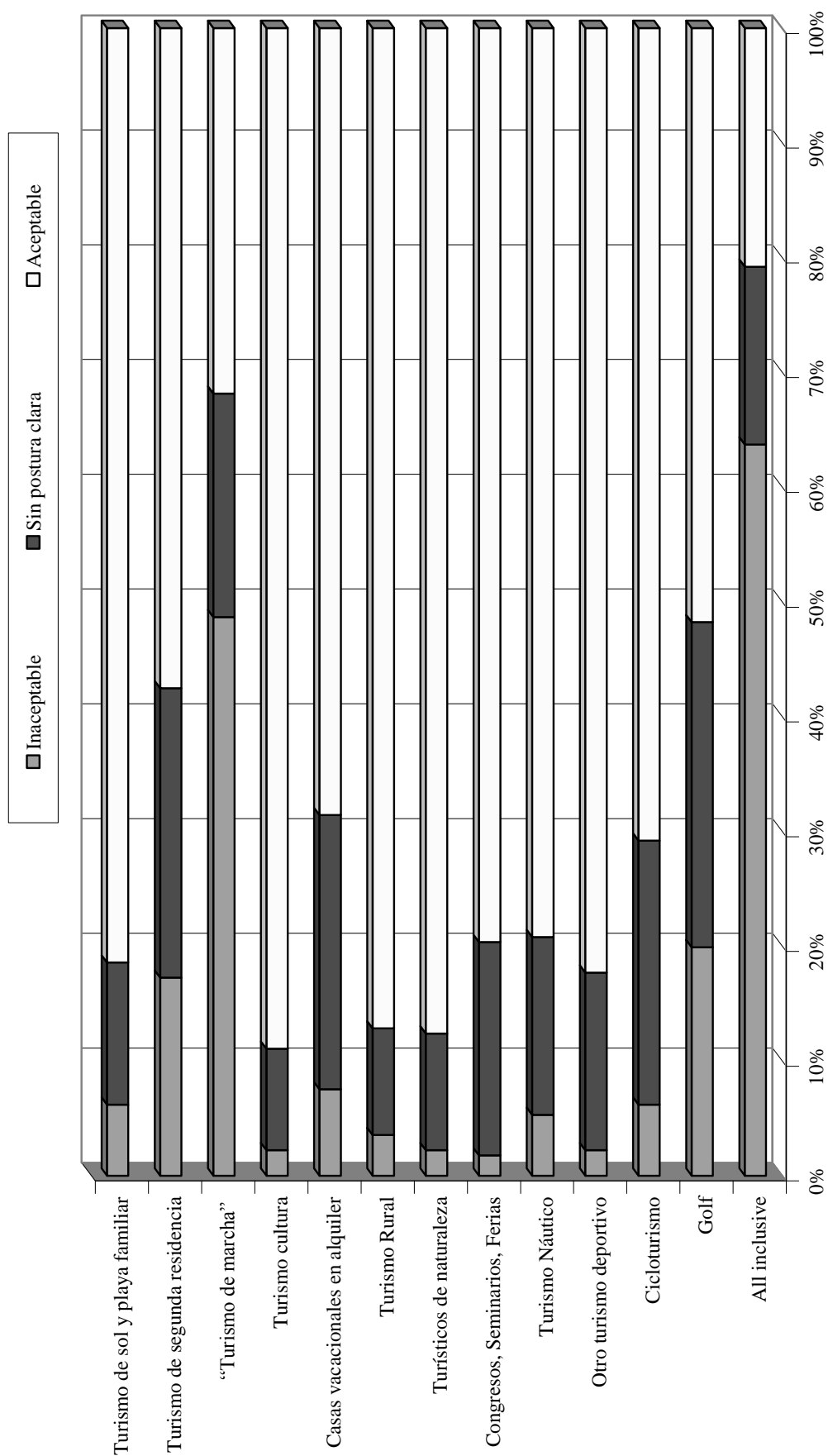


Figura 48: Valoración de los distintos productos turísticos por parte de los residentes (2002).

- Los campos de golf es otro de los productos turísticos que ha traído polémica en la prensa desde hace años. Los detractores alegan impactos medioambientales: importante consumo del territorio, elevado consumo de agua para regar el césped y la habitual existencia de urbanizaciones asociadas a los proyectos de campo de golf. Los partidarios alegan que el golf permite atraer al turismo de calidad, entendido como poco conflictivo y con elevado gasto medio en destino, y para regar el césped se usaría agua depurada. En realidad el principal escollo que plantean los críticos es la tendencia a construir grandes urbanizaciones residenciales alrededor de los campos de golf. Además, las asociaciones ecologistas no se fían de que realmente se use agua depurada para regar el campo. En el resto de casos las críticas se deben a eslóganes políticos que intentan oponer el agua para ricos (campos de golf) con el agua para pobres (consumo humano y agricultura). Por tanto, a priori la postura hacia los campos de golf parece más dividida y politizada que en otros productos turísticos. Si recurrimos a los resultados de las encuestas, observamos que la aceptación de esta oferta turística es mayoritaria (51,77% en 2002 y 54,07% en 2011) pero es una mayoría muy ajustada y hay una parte significativa de la población que se opone (19,91% en 2002 y 26,32% en 2011). Muestran peor valoración del golf: las mujeres, la gente joven, los recién llegados a la isla, los estudiantes, los que no trabajan en turismo o su renta no depende del turismo y los de rentas más bajas. El golf mantiene una valoración moderadamente positiva y sin variaciones entre ambas encuestas. Probablemente se podría conseguir un apoyo más fuerte entre los residentes si se realizaran los desarrollos de campos de golf garantizando que el agua usada es depurada o procede de otro origen no apto para consumo humano y no tuviera más desarrollo urbanístico que la construcción de edificios para servicios básicos al campo, recurriendo a la oferta de alojamiento existente.
- El cicloturismo, entendido como la llegada de ciclistas amateurs o profesionales a la isla para entrenar, es uno de los tipos de turismo alternativo que se suelen considerar como herramienta de desestacionalización turística, pero probablemente tenga más posibilidades en destinos de mayor tamaño como Mallorca. Había una elevada proporción de personas que apoyaban el cicloturismo en 2002 (70,8%) y se ha producido un aumento significativo del mismo, como muestra el dato de 2011 (85,17%). En el resto de la muestra predomina una falta de postura clara. Entre las personas de renta alta, los hombres y los que se consideran ibicencos hay más apoyo al cicloturismo. El cicloturismo pertenece a un grupo de productos turísticos con demanda cuantitativa pequeña pero con la característica de permitir atraer turismo en las temporadas media y baja. Desde hace años se han desarrollado rutas ciclistas por la isla con la finalidad de fomentar y facilitar las excursiones ciclistas como complemento a la oferta existente. No obstante se han generado algunas críticas por parte de los automovilistas por acciones peligrosas y ralentización de la circulación en vías compartidas por automóviles y ciclistas, como muestra el hecho de que “otro turismo deportivo” consigue mejor valoración que el cicloturismo. Resultaría interesante, independientemente del grado de desarrollo de este turismo, que se diseñaran mejor las normas, rutas y vías ciclistas con la finalidad de mejorar la seguridad de todos y la fluidez del tráfico, pero evitando un consumo del territorio difícilmente justificable.
- A parte de por el cicloturismo, en las encuestas se pregunta por otros tipos de turismo deportivo (turismo deportivo en general). El turismo deportivo tiene un elevado grado de aceptación (82,3% en 2002 y 87,56% en 2011) que ha mejorado significativamente desde 2002. Apoyan con mayor intensidad esta oferta turística los hombres, las personas de mayor renta familiar y los miembros de asociaciones. Aunque no se desglosa por deportes, resulta lógico pensar que los deportes que generen menor impacto serían más valorados. La creación de grandes infraestructuras o la invasión de los espacios frecuentados por los residentes podrían deteriorar el grado de aceptación del turismo deportivo.
- El turismo náutico tiene gran importancia en destinos de costa del Mediterráneo o el Caribe, por poner ejemplos. Este tipo de turismo se caracteriza por tener un elevado poder adquisitivo y generar pocos problemas. Aunque competiciones como la Copa del Rey de Vela celebrada todos los años en Palma de Mallorca son un importante atractivo para este

tipo de turismo, otros destinos de moda, como es el caso de Ibiza, consiguen atraer una gran cantidad de turistas que tienen como una parte significativa de su estancia la navegación. En los últimos 10 años ha aparecido un nuevo tipo de embarcaciones, los megayates, cuyo tamaño y prestaciones hace que su mera presencia actúe de elemento promocional para el destino. El turismo náutico tiene como puntos positivos que es turismo con alto o muy alto poder adquisitivo, no es conflictivo y no implica una ocupación del territorio. Entre las desventajas tenemos: el impacto ambiental de los clubs náuticos necesarios para dar refugio a las embarcaciones (impacto visual, alteración del perfil de costa y de los procesos de erosión y regeneración naturales), la contaminación del agua por vertidos ocasionados por las embarcaciones (intencionados o fortuitos), los daños en el fondo marino provocados por cadenas y anclas, y el impacto visual que genera en algunos casos la enorme aglomeración de embarcaciones en una misma zona. Estos inconvenientes han sido contrarrestados con diversas acciones (puntos de amarre en las zonas de fondeo, normativa restrictiva en cuanto a fondeo y vertidos, etc.). Todo ello combinado ha reducido los daños medioambientales y visuales de esta actividad. Podemos ver que la opinión de los residentes era muy positiva en 2002 (79,2% de aceptación) y había mejorado significativamente en 2011 (87,32% de aceptación). Las personas que llevan menos de cinco años en la isla, los que no se sienten ibicencas, los de menores rentas familiares, los que no dependen económicamente del turismo, y los estudiantes, jubilados y parados tienen un grado de aceptación más moderado hacia el turismo náutico.

Producto u oferta turística	2002	2011
Turismo Rural	4,381	4,600
Turísticos de naturaleza	4,416	4,483
Turismo Náutico	4,111	4,450
Turismo de sol y playa familiar	4,142	4,443
Otro turismo deportivo	4,186	4,440
Turismo cultura	4,367	4,421
Cicloturismo	3,987	4,359
Congresos, Seminarios, Ferias	4,173	4,349
Casas vacacionales en alquiler	3,889	4,225
Turismo de segunda residencia	3,602	4,033
Golf	3,460	3,388
“Turismo de marcha”	2,739	3,144
<i>All inclusive</i>	2,283	2,139

Tabla 105: Comparativa entre los valores de ambas encuestas.

- El turismo de congresos, seminarios y ferias es un clásico de los destinos urbanos que desde hace algunos años plantean como herramienta de desestacionalización en algunos destinos tradicionales de sol y playa, como es el caso de Baleares. En Ibiza el fomento de este tipo de turismo se tradujo en la construcción de un Palacio de Congresos en Santa Eulària y en la creación del Festival Internacional de Cine (Ibiza International Film Festival). Los residentes de Ibiza valoran muy positivamente este tipo de turismo (79,65% de aceptación en 2002 y 83,25% de aceptación en 2011), pero no es de los que más a pesar de que la valoración que hacen los residentes ha tenido una significativa mejora. Las personas con mayor renta familiar, los trabajadores que entran en contacto con los turistas, y los funcionarios y directivos tienen una mayor aceptación de esta oferta. Puede que tuviera un poco más de aceptación si se percibiera esta actividad como poseedora de mayor impacto económico y mediático, un elemento de promoción de la isla.

- El turismo basado en la naturaleza (rutas excursionistas, zonas de observación de fauna natural, etc.) es uno de los más valorados por los ibicencos, junto al turismo rural (87,61% de aceptación en 2002 y 87,8% de aceptación en 2011). Los individuos con mayor renta familiar, los residentes de Sant Josep, los directivos y funcionarios consideran más aceptable este tipo de turismo. Se percibe un deseo entre los residentes de que se potencien atractivos de la isla que consideran infrautilizados y uno de ellos es el paisaje natural.

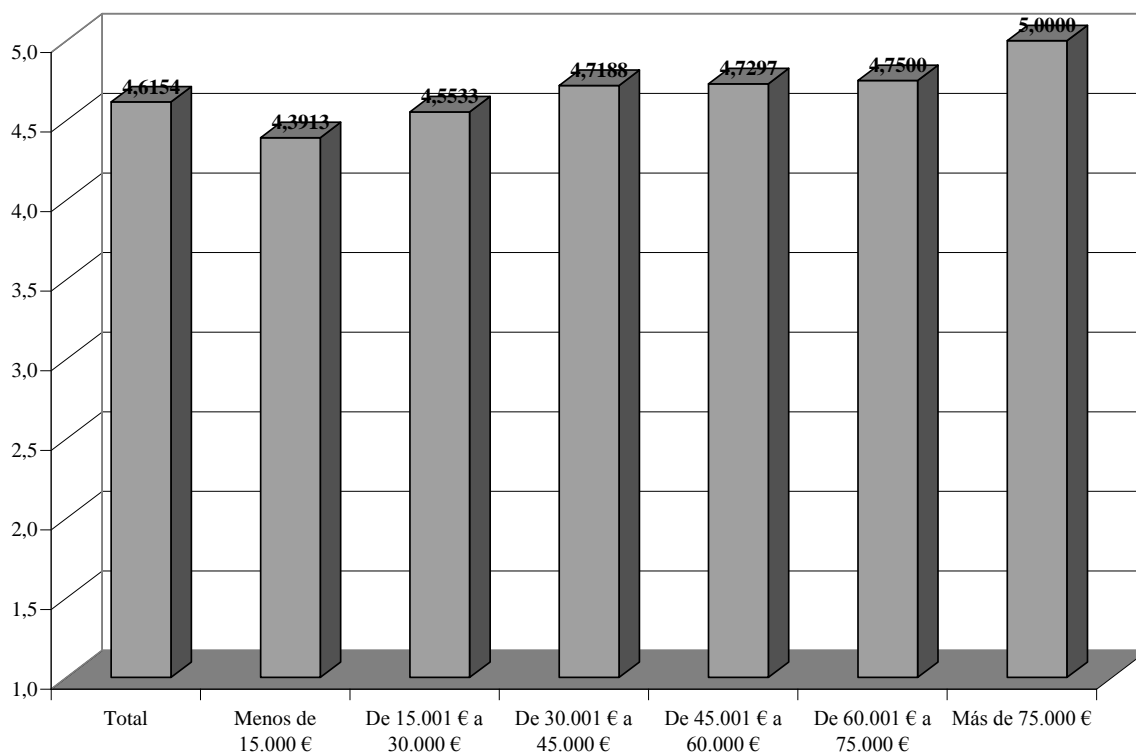


Figura 49: Grado de aceptación del turismo rural según ingresos netos familiares.

- El turismo rural surgió como parte de un binomio que debía servir como puntal de la actividad agraria del continente europeo (junto con las denominaciones de calidad), más allá del proteccionismo y las subvenciones. El objetivo era que la combinación de las denominaciones de calidad y el turismo rural permitiera que siguiera siendo rentable el trabajo agrario. Las denominaciones debían permitir diferenciar los productos y evitar la competencia directa con países en vías de desarrollo y el turismo rural debía completar los ingresos de la explotación. Desde los años noventa se ha producido el surgimiento de la oferta de turismo rural en Ibiza (agroturismo, hoteles rurales, etc.). En realidad el único crecimiento en plazas hoteleras de los últimos años se ha producido en el turismo rural y en los hoteles de mayor categoría, y este crecimiento ha sido compensado por el descenso en número de plazas en las otras categorías hoteleras. Juntar a los hoteles de cuatro y cinco estrellas con los establecimientos de turismo rural tiene sentido en Baleares, y en especial en Ibiza, por las peculiaridades del turismo rural de las islas. La peculiaridad del turismo rural de Baleares es el nivel de calidad de la oferta. Mientras en otras partes de España y Europa los establecimientos rurales son llevados en muchos casos por la familia propietaria de la explotación y tienen como finalidad económica complementar las rentas de la explotación, en Baleares son muchos los establecimientos gestionados por personas con amplia experiencia hotelera y el personal está altamente cualificado. Nos encontramos por tanto ante un turismo rural distinto, más profesionalizado de lo habitual y con una calidad propia de un hotel de cuatro o cinco estrellas a pequeña escala. En las encuestas se observa que era uno de los productos más aceptables en 2002 (87,17%) y que ha visto mejorada significativamente

su aceptación en la encuesta de 2011 (92,34%) hasta destacar como el producto más aceptable. Las personas con mayor renta, los individuos que dependen en mayor medida del turismo para su renta familiar, los miembros de partidos políticos, y los directivos, funcionarios y profesionales liberales tienen una opinión más positiva que el resto. El hecho de explotar un atractivo tradicionalmente no suficientemente explotado y la calidad de esta oferta explicaría esta elevada valoración.

Producto u oferta turística	Inaceptable	Sin postura clara	Aceptable	Media
<i>All inclusive</i>	69,14%	14,59%	16,27%	2,139*
Golf	26,32%	19,62%	54,07%	3,388*
Cicloturismo	2,87%	11,96%	85,17%	4,359*
Otro turismo deportivo	2,63%	9,81%	87,56%	4,440*
Turismo Náutico	3,11%	9,57%	87,32%	4,450*
Congresos, Seminarios, Ferias	3,59%	13,16%	83,25%	4,349*
Turísticos de naturaleza	4,31%	7,89%	87,80%	4,483*
Turismo Rural	1,44%	6,22%	92,34%	4,600*
Casas vacacionales en alquiler	3,83%	13,64%	82,54%	4,225*
Turismo cultura	4,78%	7,66%	87,56%	4,421*
“Turismo de marcha”	33,97%	20,57%	45,45%	3,144**
Turismo de segunda residencia	7,66%	16,75%	75,60%	4,033*
Turismo de sol y playa familiar	4,07%	5,98%	89,95%	4,443*

*El test t de la media rechaza la hipótesis nula de no diferencia de 3 (indiferente) al nivel de 0,01

**El test t de la media rechaza la hipótesis nula de no diferencia de 3 (indiferente) a un nivel de 0,05

Tabla 106: Valoración de los diversos productos y ofertas turísticas en 2011.

- Las casas vacacionales en alquiler no cuentan con una valoración tan arrolladora como otros productos turísticos (68,58% de aceptación en 2002 y 82,54% de aceptación en 2011), aunque su valoración es ampliamente positiva y significativamente mejor en 2011. Las mujeres, los que se consideran ibicencos y las personas cuyos ingresos familiares dependen del turismo, tienen una mayor aceptación de las casas vacacionales. Aunque no sean rechazadas como oferta turística, las casas en alquiler no son de los productos más valorados por los residentes. Las posibles explicaciones habría que buscarlas en el hecho de que los turistas que alquilan casas no son considerados malos turistas pero no son los que dejan más ingresos. Además las viviendas en alquiler generan menos empleo que los hoteles, siendo considerado por algunos expertos mejor el desarrollo basado en hoteles (Chías, 2005).
- El turismo basado en la cultura y el patrimonio permite aumentar el orgullo de pertenencia de los residentes a una comunidad local. En el caso de Ibiza, la cultura y el patrimonio es un elemento considerado por muchos como infrautilizado en la oferta turística. Aunque también hay opiniones que consideran que el volumen de turistas que atraería a la isla sería pequeño y en todo caso sólo serviría para complementar la oferta actual. El turismo cultural mantiene niveles muy altos y estables de aceptación en ambas muestras (88,94% en 2002 y 87,56% en 2011). Las personas con mayor renta familiar tienen opiniones más favorables al turismo cultural. El potencial del turismo cultural y del turismo de naturaleza queda patente en la declaración de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999 de un conjunto formado por bienes históricos y naturales, pero no se espera que alcance nunca volúmenes comparables a los de la actual oferta turística.

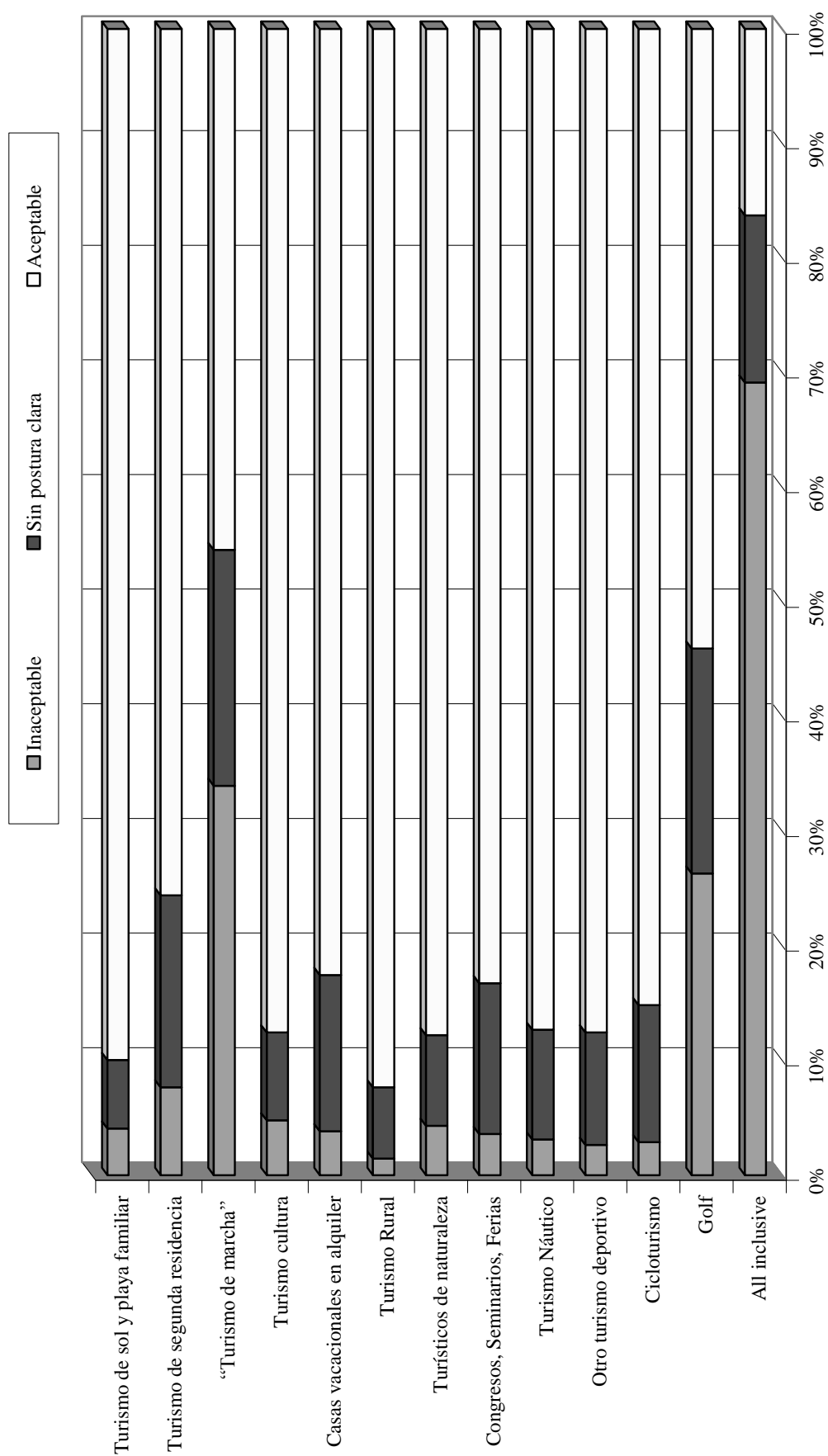


Figura 50: Valoración de los distintos productos turísticos por parte de los residentes (2011).

- El “turismo de marcha” (discotecas, bares, etc.), o turismo *clubber*, es con toda seguridad uno de los elementos principales de la actual imagen de la isla, junto con las playas y la idea de libertad. La imagen de la isla como destino de ocio nocturno de prestigio mundial empezó a labrarse en los años cincuenta y sesenta del siglo XX al popularizarse como destino de beatniks y hippies. La gran incursión empresarial en el sector se produjo en los años setenta, alcanzando fama mundial en los años ochenta con establecimientos como la discoteca Ku de Sant Rafel. Desde entonces, la isla se ha mantenido en mayor o menor grado como referente mundial del sector de las discotecas. La importancia de este sector en la imagen de Ibiza es reconocida ampliamente por los residentes, pero consideran que genera un turismo de mala calidad. Cabe tener en cuenta también que desde hace años hay polémicas y titulares referentes a los inconvenientes generados por las discotecas. Los residentes que viven cerca de las grandes discotecas o de las zonas de ocio nocturno sufren molestias de diversos tipos (ruido, suciedad, etc.) y muchos consideran que la oferta de este sector no tiene en cuenta a los residentes. Todo ello provoca porcentajes de aceptación (31,86% en 2002 y 45,45% en 2011) y rechazo (48,67% en 2002 y 33,97% en 2011) muy similares. Aún así, se ha producido una significativa mejora en la valoración de este sector entre ambas muestras, pasando de considerarlo moderadamente inaceptable a moderadamente aceptable. Tienen una mejor valoración del turismo *clubber*: los hombres, los jóvenes, los que dependen económicamente del turismo y los que no hablan catalán. Cabe mencionar que las autoridades insulares han pasado de una política de restricciones al sector a convertirlo en buque insignia del avance insular en menos de cuatro años.
- El turismo de segunda residencia, es decir personas no residentes propietarias de viviendas que usan sólo durante sus vacaciones, tiene una valoración positiva pero relativamente moderada en relación a otros productos (57,52% de aceptación en 2002 y 75,6% de aceptación en 2011). Tiene menos apoyos entre los jóvenes, las personas que llevan menos años viviendo en la isla y los miembros de partidos políticos. El turismo de segunda residencia es, al igual que las casas vacacionales en alquiler, un tipo de turismo que necesita la urbanización de una gran cantidad de territorio pero genera pocos puestos de trabajo una vez construidas las viviendas. A pesar de ello el grado de aceptación de este tipo de turismo ha mejorado desde 2002, posiblemente por la situación económica.
- El turismo de sol y playa familiar es tradicional en la isla y el más típico en gran parte de la costa mediterránea. A pesar de ser la oferta que ha llevado a la actual situación, o quizá gracias a ello, tiene una valoración muy positiva (81,42% de aceptación en 2002 y 89,95% en 2011). El turismo de sol y playa familiar es más aceptado entre: las mujeres, los que llevan más años residiendo en la isla, los que se consideran ibicencos, los que dependen económicamente del turismo y los que no forman parte de partidos políticos o asociaciones culturales. Probablemente, el elevado grado de aceptación se deba a que no es el mejor pero sí el único que puede mantener los actuales volúmenes de turistas y por tanto generar suficientes ingresos para la población.

Como resumen general podemos afirmar que los residentes consideran que hay un conjunto de productos turísticos muy aceptables (turismo rural y de naturaleza, turismo náutico, turismo deportivo, turismo cultural, congresos y ferias, turismo de sol y playa, etc.), por diversos motivos, productos moderadamente aceptables (casas en alquiler y segundas residencias) y productos con problemas de aceptación (golf, *clubbers* y *all inclusive*). Dentro del primer grupo tenemos ofertas relativamente nuevas, que permiten explotar atractivos infrautilizados hasta ahora y desestacionalizar la temporada, aunque son cuantitativamente poco significativas, y la principal oferta tradicional de la isla (sol y playa) por su capacidad de alcanzar los volúmenes de demanda necesarios para mantener el nivel económico actual. Este grupo de ofertas podrían aumentar un poco más su grado de aceptación con algunas mejoras, pero no causan graves inconvenientes a ojos de los residentes. Los productos moderadamente aceptables no generan problemas graves pero resultan poco rentables en términos de generación de empleo. Estas ofertas deberían mantenerse sólo como elemento complementario. Finalmente existen varias ofertas que poseen un nivel de aceptación bajo o muy bajo, y en este caso se hace necesario su

eliminación o reenfoque y promoción, si se quiere evitar una importante oposición por parte de los residentes.

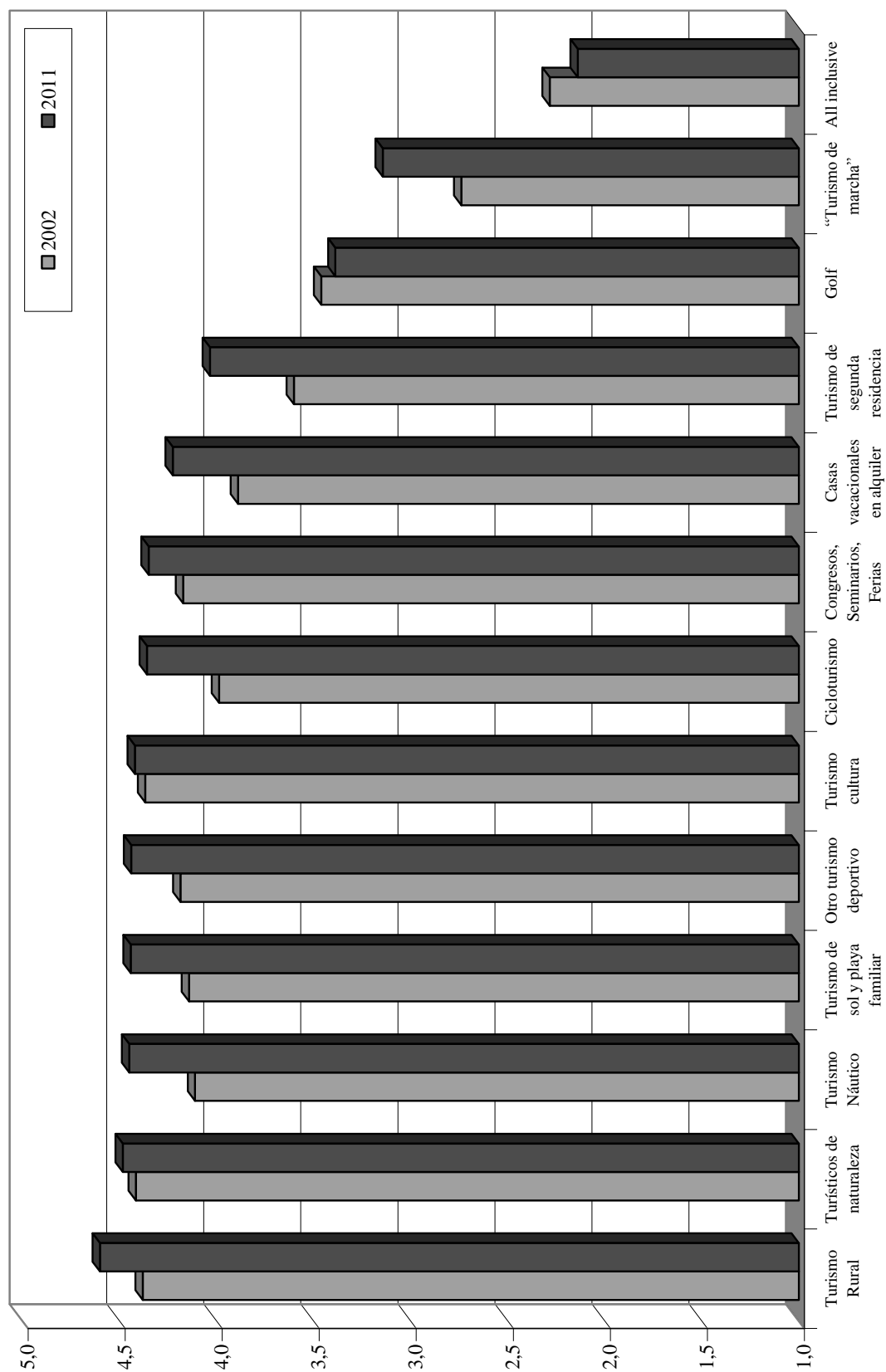


Figura 51: Comparativa de la valoración de los distintos productos turísticos entre 2002 y 2011.

4.1. Análisis de Componentes Principales.

El test de Bartlett (1950) permite contrastar la hipótesis nula de que la matriz de coeficientes de correlación no es significativamente distinta de la matriz identidad. Si se rechaza la hipótesis nula es adecuado utilizar el análisis factorial. En este caso la χ^2 cuadrado con 78 grados de libertad da como resultado 2.379,87 rechazando la hipótesis nula a un nivel de significación del 0,01. A continuación se procede a la realización de un análisis factorial exploratorio mediante la técnica de Análisis de Componentes Principales, reteniendo los factores con un valor propio o autovalor mayor que 1.

Tras la rotación Varimax de los factores resultantes se conservan sólo las cargas superiores a 0,3 en valor absoluto, permitiendo ver más claramente las relaciones existentes entre los ítems y los factores. En negrita aparecen los valores propios superiores a 0,5 ya que los valores propios entre 0,3 y 0,5 son tenidos en cuenta o no según el autor de que se trate (Bigné, Sánchez y Sanz, 2009; Kuvan y Akan, 2005; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). De los dos factores retenidos sólo el primero tiene un alfa con un nivel bueno, en este caso excelente. El otro factor tiene un valor Alfa demasiado bajo. Los factores resultantes son:

Factor 1: Valoración de la oferta turística.	Cargas
Turísticos basados en la naturaleza.	0,856
Otras formas de turismo deportivo.	0,808
Agroturismo, Turismo Rural, etc.	0,804
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.	0,803
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	0,765
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	0,741
Turismo Náutico.	0,687
Turismo de sol y playa familiar.	0,513
Casas vacacionales (en alquiler).	0,487
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	0,399
Alfa de Cronbach	0,900
Factor 2: Valoración de la oferta turística más polémica.	Cargas
“Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).	0,704
Golf.	0,568
All inclusive o “Todo incluido”.	0,523
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	0,491
Casas vacacionales (en alquiler).	0,458
Turismo de sol y playa familiar.	0,395
Alfa de Cronbach	0,575

Tabla 107: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax para la valoración de los distintos tipos de oferta.

Factor 1: Valoración de la oferta turística. Formado por 10 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,90. Mide la valoración que hacen los individuos de un conjunto de ofertas turísticas. Este factor puede resultar un buen punto de partida para la creación de un constructo que mida la

valoración de los residentes de la oferta turística general. Este constructo será usado en el Modelo de Ecuaciones Estructurales posterior.

Factor 2: Valoración de la oferta turística más polémica. Formado por 6 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,58. Mide la opinión de los residentes hacia diversos tipos de oferta turística con una visión más crítica entre la población. Si se realiza una importante mejora de este factor es posible su uso como constructo en el Modelo de Ecuaciones Estructurales posterior.

Tres variables están presentes en los dos factores con pesos bajos, se trata de ofertas con una imagen ambigua entre la población de Ibiza. Son ofertas que se encuentran entre las mayoritariamente aceptadas y las parcialmente aceptadas.

El Alfa de Cronbach del conjunto de ítems que valoran la opinión de los residentes hacia diversos tipos de oferta turística es de 0,8217 en la encuesta de 2011 y de 0,7768 en la encuesta de 2002 para el caso de Ibiza. En la encuesta de 2002, para el conjunto de Baleares, el Alfa es de 0,7584. Las diferencias entre estas Alfas pueden ser debidas a la mayor dependencia económica del turismo que padece Ibiza y a la situación de crisis vivida en los años previos a la encuesta de 2011. La crisis habría homogeneizado las opiniones de los residentes hacia posturas de aceptación de todas las ofertas planteadas.

4.2. Segmentación según valoración de distintas ofertas turísticas.

Nombre corto	Nombre largo
Ofer 079	All inclusive o 'Todo incluido'.
Ofer 080	Golf.
Ofer 081	Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).
Ofer 082	Otras formas de turismo deportivo.
Ofer 083	Turismo Náutico.
Ofer 084	Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.
Ofer 085	Turísticos basados en la naturaleza.
Ofer 086	Agroturismo, Turismo Rural, etc.
Ofer 087	Casas vacacionales (en alquiler).
Ofer 088	Turismo basado en la cultura y el patrimonio.
Ofer 089	'Turismo de marcha' (Bares, discotecas, etc.).
Ofer 090	Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).
Ofer 091	Turismo de sol y playa familiar.

Tabla 108: Identificación de las variables.

Como parte del análisis de los productos y ofertas turísticas se ha procedido a una segmentación de la muestra de 2011. Las variables usadas (Tabla 108) miden el grado de aceptación de diversos productos turísticos. Esta segmentación se ha realizado mediante un Análisis Cluster (Algoritmo de Howard-Harris) realizado con el programa DYANE 4.0 (Santesmases, 2009), y se ha conservado la segmentación mayor que cumpla el criterio de que en todos los grupos haya al menos un 10% de la muestra y una nueva división no permita explicar más del 5% de la varianza.

Nº de grupos	Varianza intragrupos con N grupos	Varianza entre grupos (explicada)	% de varianza explicada	% de incremento en la varianza explicada
1	4.876,25	0,00	0,00	0,00
2	3.728,77	1.147,49	23,53	23,53
3	3.242,67	1.633,58	33,50	9,97
4	2.982,83	1.893,42	38,83	5,33

Tabla 109: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.

Los cuatro grupos resultantes se caracterizan por tener los valores descritos en la Tabla 113 en las variables usadas en el análisis. Estos grupos son:

- Los “partidarios sin matices” (17%). Es el único grupo que valora positivamente todas las ofertas planteadas. En la mayoría de casos muestran un elevado grado de aceptación de las distintas ofertas (con medias superiores al 4,6), sólo moderando el grado de aceptación en el caso del golf y el turismo de segunda residencia, y mostrando una baja aceptación del *all inclusive* y el turismo *clubber*. Las personas no nacidas en la isla que forman este grupo llevan menos años que el resto residiendo en Ibiza y es el grupo con menos personas que se consideran ibicencas. El 46,48% de este grupo considera que bajarían mucho sus ingresos en caso de una crisis turística. En cuanto al sentimiento de pertenencia de las personas de este grupo, hay más personas “de paso” y menos “rechazados” que en el conjunto de la muestra. En cuanto a su grado de preocupación por diversos temas, cabe destacar los pocos “desencantados” que contiene este grupo.

Categorías	Total		Partidarios sin matices		Moderados		Partidarios con matices		Anti- <i>all inclusive</i>	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Bajarían mucho.	161	38,80	33	46,48	28	34,15	27	23,48	73	49,66
Bajarían.	170	40,96	22	30,99	31	37,80	58	50,43	59	40,14
No cambiarían.	82	19,76	16	22,54	23	28,05	29	25,22	14	9,52
TOTAL	415	100,00	71	100,00	82	100,00	115	100,00	147	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 31,3051 (p = 0,0003)

Tabla 110: Efecto en los ingresos familiares de un retroceso turístico según grupo al que pertenece.

- Los “moderados” (19,6%). Este grupo muestra niveles de aceptación bajos en los diversos tipos de oferta, salvo en golf y turismo *clubber* que muestra una postura general de indiferencia. En cuanto al *all inclusive* lo consideran moderadamente inaceptable. Este grupo posee una valoración media de las diversas ofertas mucho más baja que el resto de grupos. En este grupo hay más empleados, estudiantes y parados que en la media y menos mandos intermedios y funcionarios que en la media. Es el grupo que posee más individuos que consideran que no se verían afectados sus ingresos en caso de crisis turística. En cuanto al sentimiento de pertenencia de las personas de este grupo, hay más personas “rechazadas” y menos “integrados” que en el conjunto de la muestra. En cuanto a su grado de preocupación por diversos temas, cabe destacar que hay menos “históricos” y “proteccionistas” y más “desencantados” y “desarrollistas” que en el conjunto de la muestra.

Grupos	Total		Partidarios sin matices		Moderados		Partidarios con matices		Anti-all inclusive	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Integrados	118	28,23	22	30,99	17	20,73	26	22,22	53	35,81
Quemados	102	24,40	17	23,94	18	21,95	30	25,64	37	25,00
De paso	100	23,92	23	32,39	19	23,17	23	19,66	35	23,65
Rechazados	98	23,44	9	12,68	28	34,15	38	32,48	23	15,54
TOTAL	418	100,00	71	100,00	82	100,00	117	100,00	148	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 25,2137 (p = 0,0027)

Tabla 111: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.

- Los “partidarios con matices” (28%). El grado de aceptación que muestra este grupo es similar al de la media de la muestra con algunas excepciones. Poseen un nivel de aceptación superior a la media del turismo basado en la cultural y en la naturaleza. Consideran inaceptable el turismo de *all inclusive*, golf y *clubbers*. Hay más estudiantes y jubilados que en la media. Muchos miembros de este grupo (50,43%) consideran que bajarían, pero no mucho, sus ingresos en caso de crisis turística. En cuanto al sentimiento de pertenencia de las personas de este grupo, hay más personas “rechazados” y menos “integrados” y “de paso” que en el conjunto de la muestra. En cuanto a su grado de preocupación por diversos temas, cabe destacar que hay menos “desarrollistas” y más “proteccionistas” que en el conjunto de la muestra.

Grupos	Total		Partidarios sin matices		Moderados		Partidarios con matices		Anti-all inclusive	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Históricos	147	35,17	27	38,03	22	26,83	39	33,33	59	39,86
Desencantados	44	10,53	3	4,23	17	20,73	12	10,26	12	8,11
Proteccionistas	124	29,67	23	32,39	18	21,95	44	37,61	39	26,35
Desarrollistas	103	24,64	18	25,35	25	30,49	22	18,80	38	25,68
TOTAL	418	100,00	71	100,00	82	100,00	117	100,00	148	100,00

Ji cuadrado con 9 grados de libertad = 22,1414 (p = 0,0084)

Tabla 112: Grado de preocupación de los distintos grupos.

- Los “anti-all inclusive” (35,4%). Consideran bastante aceptables o muy aceptables todos los tipos de oferta propuestos (4,4 de media o superior) menos el todo incluido, que consideran bastante o totalmente inaceptable y el turismo *clubber*, que consideran poco aceptable. Este grupo representa la visión mayoritaria y poseen valoraciones similares a las de los “partidarios sin matices”, con la excepción del fuerte rechazo del todo incluido. La diferencia con respecto a los “partidarios con matices” se encuentra en que aceptan el golf y las discotecas. Los miembros de este grupo son los que llevan más años viviendo en la isla, si es que no han nacido en ella, y son los que se sienten ibicencos en mayor proporción. En este grupo hay pocos trabajadores de la administración y muchos empresarios y profesionales

liberales. Es el grupo que se vería más afectado en caso de crisis turística. En cuanto al sentimiento de pertenencia, hay más “integrados” y menos “rechazados” que en el conjunto de la muestra. En cuanto a su grado de preocupación por diversos temas, cabe destacar que hay más “históricos” que en el conjunto de la muestra.

		Total	Partidarios sin matices	Moderados	Partidarios con matices	Anti-all inclusive	
Nº de integrantes:		418	71	82	117	148	
% de la muestra:		100%	17,0%	19,6%	28,0%	35,4%	
Suma de cuadrados:		4.876,25	442,39	939,01	890,65	710,78	
Variables							F de Snedecor
Ofer 079	Media: Desv.Std.	2,14 1,18	3,87 0,69	2,61 1,13	1,66 0,79	1,43 0,51	F(3, 414) = 184,50 p = 0,0000
Ofer 080	Media: Desv.Std.	3,39 1,34	4,01 1,08	3,02 1,02	1,98 0,92	4,40 0,65	F(3, 414) = 174,72 p = 0,0000
Ofer 081	Media: Desv.Std.	4,36 0,82	4,63 0,68	3,46 0,93	4,40 0,64	4,69 0,53	F(3, 414) = 62,65 p = 0,0000
Ofer 082	Media: Desv.Std.	4,44 0,78	4,63 0,66	3,51 0,89	4,54 0,59	4,78 0,44	F(3, 414) = 76,79 p = 0,0000
Ofer 083	Media: Desv.Std.	4,45 0,82	4,80 0,43	3,52 0,84	4,33 0,85	4,89 0,32	F(3, 414) = 87,86 p = 0,0000
Ofer 084	Media: Desv.Std.	4,35 0,86	4,70 0,57	3,32 0,84	4,37 0,71	4,74 0,57	F(3, 414) = 86,80 p = 0,0000
Ofer 085	Media: Desv.Std.	4,48 0,83	4,86 0,35	3,20 0,86	4,74 0,46	4,81 0,42	F(3, 414) = 194,61 p = 0,0000
Ofer 086	Media: Desv.Std.	4,60 0,67	4,90 0,30	3,66 0,75	4,72 0,47	4,89 0,34	F(3, 414) = 134,10 p = 0,0000
Ofer 087	Media: Desv.Std.	4,22 0,86	4,56 0,62	3,54 0,83	4,06 0,85	4,57 0,69	F(3, 414) = 39,47 p = 0,0000
Ofer 088	Media: Desv.Std.	4,42 0,85	4,66 0,65	3,23 0,91	4,66 0,47	4,78 0,48	F(3, 414) = 126,67 p = 0,0000
Ofer 089	Media: Desv.Std.	3,14 1,26	3,75 1,10	3,05 1,20	2,43 1,14	3,47 1,18	F(3, 414) = 25,16 p = 0,0000
Ofer 090	Media: Desv.Std.	4,03 0,96	4,39 0,76	3,29 0,92	3,82 0,94	4,44 0,78	F(3, 414) = 38,14 p = 0,0000
Ofer 091	Media: Desv.Std.	4,44 0,81	4,73 0,63	3,70 0,97	4,37 0,77	4,78 0,45	F(3, 414) = 46,64 p = 0,0000

Tabla 113: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).

Resumiendo, vemos que en relación a la valoración que realizan de diversas ofertas, la mayoría de la muestra posee valoraciones muy positivas de las ofertas planteadas (52,4%). Esta mayoría puede dividirse entre los partidarios del *All inclusive* (17%) y sus detractores (35,4%). Existe un grupo con posturas partidarias pero más moderadas que los anteriores y que se oponen al *all*

inclusive, los campos de golf y el turismo *clubbers* (28%). Finalmente el resto de la muestra (19,6%) posee una valoración muy moderada de los diversos tipos de oferta turística.

La encuesta de 2002 se realizó para el conjunto de Baleares, con lo cual es posible comparar las valoraciones hechas en las distintas islas en ese año. Lo primero que se observa al calcular el promedio de las puntuaciones es que Ibiza es la isla con mayor aceptación general de las diversas ofertas planteadas. Este dato resulta coherente con el hecho de que es la isla que tiene mayor dependencia del turismo y por tanto defender los diversos tipos de oferta turística es defender la supervivencia de la sociedad ibicenca. Es posible realizar un análisis más detallado, revisando los resultados obtenidos producto por producto:

- El todo incluido es mal visto en todas las islas. Donde es considerado más inaceptable es en Menorca y donde es menos rechazado es en Mallorca. En las tres islas existe un elevado grado de presencia de oferta complementaria que se ve fuertemente afectada por el todo incluido hotelero.
- Los campos de golf poseen una moderada aceptación en el conjunto de Baleares. Por islas, Menorca tiene una postura general de indiferencia y Mallorca e Ibiza de moderada aceptación. Ibiza muestra el mayor grado de aceptación de Baleares, pero siempre dentro de la moderación.
- El cicloturismo es aceptable en el conjunto de las islas, pero sobretodo en Ibiza. Siendo Mallorca la que muestra la puntuación más moderada, aunque si comparamos con la puntuación de los otros apartados Menorca tiene una valoración muy baja del cicloturismo.
- Las ofertas deportivas en general muestran un mayor grado de aceptación que el cicloturismo. Probablemente por los inconvenientes en la circulación que generan los ciclistas en las carreteras de las islas. Sigue siendo Ibiza la que muestra mayor grado de aceptación de este tipo de turismo, pero donde hay mayor mejoría en la puntuación en relación al cicloturismo es en Mallorca y Menorca.
- El turismo náutico muestra un grado de aceptación moderado en Mallorca y mucho mejor en Ibiza y en Menorca. El turismo náutico tiene la peculiaridad de que no genera efectos más allá de una estrecha franja de costa. Mallorca es la isla más grande de Baleares y posee bastante territorio y población demasiado alejada de la costa como para obtener beneficios del turismo náutico y los puertos deportivos.
- Los congresos, seminarios y ferias tienen un muy buen grado de aceptación, no existiendo diferencias significativas entre islas. Se trata de turismo típicamente de destinos urbanos y que resulta poco significativo en las islas pero bastante atractivo para la ciudadanía en general y las autoridades en particular.
- El turismo basado en la naturaleza es, junto con el turismo rural, una de las ofertas mejor valoradas en las tres islas, destacando la elevada valoración hecha por los residentes de Menorca. El turismo consistente en la contemplación del entorno natural goza de muy buena imagen ya que lleva implícito el respeto por el lugar visitado, algo que muchos residentes echan de menos.
- El turismo rural es la parte complementaria del anterior. Hace referencia a los pequeños establecimientos situados en propiedades rurales y que suelen dar cobijo a turistas interesados por visitar los espacios naturales circundantes. Es el producto turístico mejor valorado en el conjunto de las islas y destaca la elevada aceptación que recibe por parte de los menorquines.
- Las casas y apartamentos vacacionales en alquiler tiene un nivel de aceptación moderado en las tres islas, en especial en Mallorca. Se trata de una oferta turística que, a pesar de tener una aceptación mayoritaria, se encuentra en la parte baja de la tabla de preferencias de los residentes, no resultando del todo convincente a los ojos de los residentes.
- El turismo basado en la cultura y el patrimonio es el mejor valorado en las tres islas, después del turismo de naturaleza y el turismo rural. El motivo de esta valoración tan

positiva es el mismo que en el caso del turismo basado en la naturaleza pero aplicado al entorno humano. A muchos residentes les gusta que su cultura y su patrimonio sean motivo de admiración y, consecuentemente, de visitas turísticas.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
<i>All inclusive</i>	2,3609 n = 1873	2,2832 n = 226	2,4123 n = 1511	1,9191 n = 136	F(2,1870) = 11,6058 p = 0,0000
Golf	3,3182 n = 1873	3,4602 n = 226	3,3216 n = 1511	3,0441 n = 136	F(2,1870) = 4,8976 p = 0,0076
Cicloturismo	3,6188 n = 1873	3,9867 n = 226	3,5586 n = 1511	3,6765 n = 136	F(2,1870) = 15,3338 p = 0,0000
Otro turismo deportivo	3,9509 n = 1873	4,1858 n = 226	3,9107 n = 1511	4,0074 n = 136	F(2,1870) = 11,0770 p = 0,0000
Turismo Náutico	3,5718 n = 1873	4,1106 n = 226	3,4540 n = 1511	3,9853 n = 136	F(2,1870) = 40,1657 p = 0,0000
Congresos, Seminarios, Ferias	4,0945 n = 1873	4,1726 n = 226	4,0841 n = 1511	4,0809 n = 136	F(2,1870) = 1,1114 p = 0,3293
Turísticos de naturaleza	4,2472 n = 1873	4,4159 n = 226	4,2032 n = 1511	4,4559 n = 136	F(2,1870) = 9,8477 p = 0,0001
Turismo Rural	4,2766 n = 1873	4,3805 n = 226	4,2449 n = 1511	4,4559 n = 136	F(2,1870) = 6,2415 p = 0,0020
Casas vacacionales en alquiler	3,5195 n = 1873	3,8894 n = 226	3,4242 n = 1511	3,9632 n = 136	F(2,1870) = 33,5520 p = 0,0000
Turismo cultura	4,1570 n = 1873	4,3673 n = 226	4,1125 n = 1511	4,3015 n = 136	F(2,1870) = 11,1050 p = 0,0000
“Turismo de marcha”	2,5136 n = 1873	2,7389 n = 226	2,4090 n = 1511	3,3015 n = 136	F(2,1870) = 37,6038 p = 0,0000
Turismo de segunda residencia	3,0609 n = 1873	3,6018 n = 226	2,9378 n = 1511	3,5294 n = 136	F(2,1870) = 46,2665 p = 0,0000
Turismo de sol y playa familiar	3,7058 n = 1873	4,1416 n = 226	3,6334 n = 1511	3,7868 n = 136	F(2,1870) = 27,7219 p = 0,0000
Promedio	3,5689	3,8257	3,5159	3,7313	

Tabla 114: Comparativa entre islas en los grados de aceptación de las diversas ofertas (2002).

- La postura mayoritaria en Baleares, en 2002, hacia el turismo basado en el ocio nocturno era de no aceptación. La única isla que tenía una postura de moderada aceptación era Menorca, probablemente porque en esa isla el sector está poco desarrollado. Los inconvenientes de este tipo de turismo (ruidos, suciedad, problemas de tráfico, etc.) junto con la imagen de turismo de baja calidad son los motivos más probables del rechazo a este tipo de turismo.
- El turismo de segunda residencia tiene una valoración general ambigua, ya que las valoraciones positivas y las negativas se compensan. Por islas hay una postura ligeramente negativa en Mallorca y moderadamente positiva en Ibiza y Menorca. Es un tipo de oferta

menos valorada que las casas en alquiler y que en Mallorca creo suspicacias con la masiva compra de viviendas por parte de alemanes en los noventa.

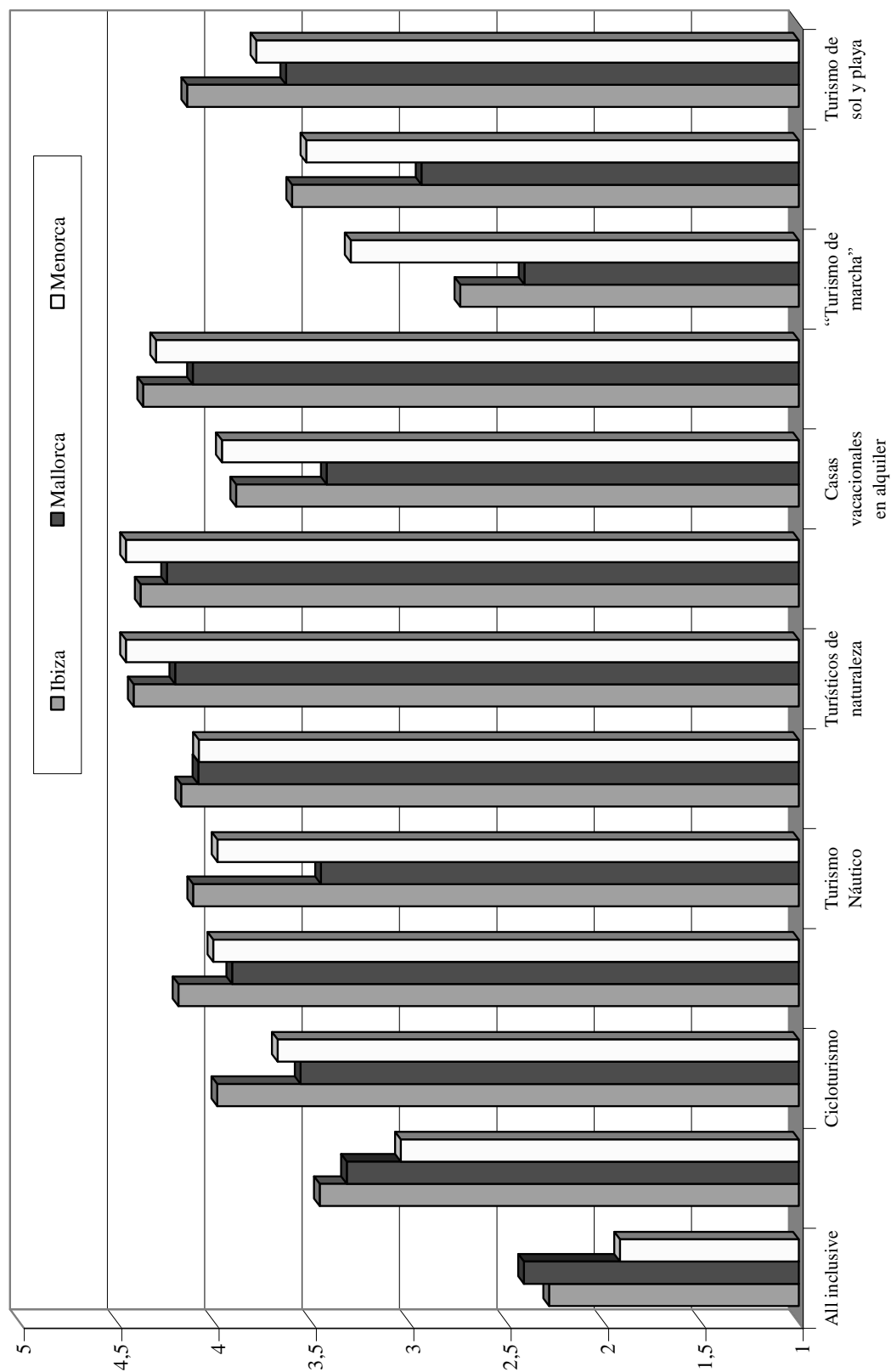


Figura 52: Comparativa por islas de los grados de aceptación de las diversas ofertas (2002).

- El turismo de sol y playa familiar es el volumen principal y la oferta más tradicional de las islas Baleares. Esta importancia tradicional genera unos pros y contras que hacen que la valoración general sea de moderada aceptación. Por islas, destaca Ibiza por tener la valoración más positiva hacia este tipo de turismo.

Las ofertas más positivamente valoradas son el turismo rural y el basado en la naturaleza, seguidas de cerca por el turismo basado en la cultura y el patrimonio. Las viviendas en alquiler, las segundas residencias y los campos de golf tienen una valoración general positiva pero muy baja y el todo incluido y el turismo de ocio nocturno poseen valoraciones generales negativas.

Categorías	Total		Ibiza		Mallorca		Menorca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Trabaja con turistas	739	40,03	119	53,85	532	35,61	88	67,18
No trabaja con turistas	1.107	59,97	102	46,15	962	64,39	43	32,82
TOTAL	1.846	100,00	221	100,00	1494	100,00	131	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 69,9463 (p = 0,0000)

Tabla 115: Porcentaje de la muestra que trabaja en el sector turístico por isla (2002).

En conjunto se observa que Mallorca tiene la valoración más baja en el promedio general y en 10 de los 13 elementos analizados. Además es la isla con una valoración menos negativa del todo incluido. Si tenemos en cuenta que la valoración de las distintas ofertas es más positiva entre las personas que trabajan en contacto con turistas y la muestra de Mallorca posee un 35,61% de personas que trabajan en el sector turístico, las puntuaciones medias de Mallorca son coherentes. Los individuos con un conocimiento indirecto del turismo suelen tener valoraciones más moderadas que los individuos en contacto con el turismo. El porcentaje de personas que trabajan en contacto con turistas es lógico si tenemos en cuenta que tanto en pueblos del interior de la isla como en Palma de Mallorca hay mucha población que no trabaja directamente en el sector turístico.

En Ibiza y Menorca las distintas ofertas resultan más aceptables por el mayor contacto de los residentes con el turismo, elemento que queda reflejado en los porcentajes de personas que trabajan en el sector o en contacto con los turistas. Ibiza tiene la valoración más alta de las tres islas en el promedio general y en 9 de los 13 elementos analizados, a pesar de que la muestra tiene menor porcentaje de trabajadores turísticos en Ibiza que Menorca. Esto se explica por la mayor dependencia turística de Ibiza, lo cual hace que las personas tengan mayor conciencia de la importancia del turismo, aunque no trabajen directamente en el.

5. Actitudes de los residentes frente al turismo.

El núcleo central de la encuesta completada por la muestra de 2011 lo conforman 60 afirmaciones referentes a los efectos del turismo en la sociedad local y los residentes: efectos económicos tanto para particulares como para la administración y la sociedad en general, efectos culturales y medioambientales que pueden vincularse al turismo, apreciaciones generales de cara a la gestión y desarrollo futuro del turismo, y aspectos generales del turismo y la isla.

Primeramente se procederá al análisis descriptivo de los resultados de estos 60 ítems para la muestra de 2011, y su comparación con los resultados de 2002. A pesar de la simplicidad metodológica que posee el análisis descriptivo permite obtener una primera batería de resultados

de gran interés. Posteriormente se procederá a otros análisis que permiten obtener resultados complementarios al análisis descriptivo.

5.1. Factores económicos.

Los efectos económicos son el principal motor que impulsa el desarrollo turístico de un destino y las actitudes positivas de los residentes hacia este sector. Es de esperar que los habitantes de un destino turístico tengan una fuerte percepción de que el turismo genera beneficios económicos de distinta índole, y así se observa en los resultados del estudio realizado:

- Más del 90% de la muestra considera que el turismo genera más oportunidades de trabajo, incrementa las oportunidades de negocio y atrae inversiones a la isla. En esencia, consideran que el turismo es básico para la economía de Ibiza. Pero estos beneficios, en concreto las oportunidades laborales generadas, pierden valoración positiva al añadir el matiz de que sean buenos y atractivos para los residentes (del 96,4% al 70,1%). Aunque se mantiene una valoración muy positiva, el aspecto cualitativo daña el aporte cuantitativo que realiza el turismo a la economía de los residentes. Las personas de más edad, los individuos que trabajan en contacto con turistas o que más dependen económicamente del sector, los empresarios, amas de casa y jubilados, y los que se sienten ibicencos muestran mayor grado de acuerdo con esta afirmación. Los individuos con mayor nivel de estudios, estudiantes y personas sin empleo están menos de acuerdo con que el turismo genere puestos de trabajo de calidad. Además, cabe mencionar que la opinión de los residentes sufre deterioro con el paso del tiempo, posiblemente debido a los aspectos cualitativos de la oferta laboral generada, pasando del 82,7% de aceptación en 2002 al 70,1% en 2011. Si de cara al futuro no se plantea una reestructuración sectorial que permita mejorar la calidad de los trabajos turísticos, es posible que los efectos económicos positivos del turismo desaparezcan.
- El hecho de que un destino turístico sea un producto relativamente diferenciado se considera causa de unas mayores subidas de precios en este sector, respecto a otros sectores con productos menos diferenciados, al conceder margen para ello. Es lógico que esta subida de precios turísticos se transmita a todos los precios en destinos turísticos muy masificados. Por tanto, resulta plausible que se observe una mayor inflación en destinos turísticos y que las subidas de precios sean mayores en los productos en que los residentes y los turistas compiten, como por ejemplo en la vivienda. Tanto en la encuesta de 2002 como en la de 2011 se observa que los residentes están de acuerdo con esta visión, pero es mayor en el 2002 (81,9% frente al 57,4% de 2011). La diferencia entre los dos años puede deberse a que en el 2002 la demanda de vivienda por parte de residentes y turistas era muy elevada y se percibía esta competencia como muy fuerte, mientras que en el 2011 la crisis económica ha frenado el mercado de la vivienda.
- Es mayoritaria la opinión de que el turismo es el culpable de que los residentes deban pagar impuestos y tasas municipales más elevados. Muchos individuos consideran que los turistas generan consumos de recursos y diversos tipos de contaminación que son sufragados por los residentes. Este argumento es uno de los más usados por los críticos con el turismo y por los defensores de las tasas turísticas a lo largo del tiempo. Los grupos contrarios a esta visión opinan que sin el turismo no se generarían las mayores rentas que permiten pagar sobradamente estos mayores impuestos y tasas.
- Uno de los debates turísticos tradicionales hace referencia a la baja calidad del turismo imperante en la isla, entendiendo turismo de baja calidad como turistas conflictivos y con bajos niveles de gasto. Tanto en la encuesta de 2002 como en la encuesta de 2011 los residentes consideran que el turismo es de baja calidad, pero en 2011 esta afirmación se encuentra más moderada. Posiblemente la crisis haya hecho que lo que antes era regular ahora sea bueno y lo malo regular. La imagen de baja calidad probablemente se deba a dos factores: una parte importante de los turistas la conforma gente joven con pocos recursos que resultan comparativamente problemáticos y poco rentables, y algunos grupos de turistas

(como los *clubbers*) tienen una imagen peor de la que objetivamente se merecen por una falta de información a los residentes. Es necesaria una mejor información a la población y una progresiva sustitución de los grupos de turistas más problemáticos por otros más acordes a los deseos de los residentes. Esta sustitución nunca podrá ser total pero si permite mantener un equilibrio entre tipos de turistas que sea aceptable para la población será suficiente.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
1. Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	2011	1,67%	1,91%	96,41%	4,495*	...
2. El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	2011	4,07%	5,74%	90,19%	4,278*	...
3. El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	2011	3,11%	4,78%	92,11%	4,325*	...
4. Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	2002	1,33%	1,77%	96,90%	4,650*	-0,01
	2011	2,15%	1,91%	95,93%	4,644*	
5. El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	2002	8,85%	8,41%	82,74%	4,040*	-0,30*
	2011	17,46%	12,44%	70,10%	3,742*	
6. El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	2002	8,41%	9,73%	81,86%	4,186*	-0,59*
	2011	22,97%	19,62%	57,42%	3,596*	
7. Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	2002	11,50%	11,50%	76,99%	3,991*	-0,75*
	2011	32,78%	22,97%	44,26%	3,237*	
8. Tenemos un turismo de baja calidad.	2002	8,41%	7,96%	83,63%	4,248*	-0,26*
	2011	13,88%	10,05%	76,08%	3,990*	

*Significativo al 0,01

Tabla 116: Factores económicos directos.

En relación al grado de apego de los residentes hacia la comunidad local, los “integrados” son los que están más de acuerdo con que el turismo ha generado beneficios económicos, mientras que las personas “de paso” muestran las respuestas más moderadas, aunque aún son elevadas. En cuanto al nivel de preocupación, los mayores partidarios de que el turismo atrae inversiones son los “históricos” y los que menos los “desarrollistas”, probablemente se deba a que consideran que es insuficiente y por eso les preocupen los temas económicos. En cuanto a la valoración de la oferta turística, los “partidarios sin matices” son los que consideran que el turismo aporta más beneficios económicos y los “moderados” los que menos. Los “partidarios con matices” son los más partidarios de que el turismo genera inflación, siendo los “partidarios sin matices” los menos partidarios. Los “anti-all inclusive” seguidos por los “partidarios con matices” son los que consideran en mayor medida que el turismo es de baja calidad. Estos dos grupos son los más críticos con el “todo incluido” y con el turismo de discotecas.

A parte de los efectos económicos directos sobre la población residente, hay otros efectos económicos no tan directos. Se trata de las mejoras en la oferta comercial y de ocio, en los servicios públicos, en las infraestructuras de transporte, etc. Se trata de mejoras que se financian en parte o en su totalidad gracias al turismo, que dan servicio al sector turístico y de forma más

o menos remarcable a los residentes. En este caso se pretende observar el impacto turístico percibido por los residentes en estos aspectos.

- Más del 60% de los encuestados considera que el turismo ha permitido tener más y mejores servicios públicos, aunque desde el 2002 ha bajado el grado de acuerdo. Esta afirmación tiene más apoyo entre la gente de más edad, los empresarios, las personas con menos estudios, los que se consideran ibicencos y personas cuyos ingresos dependen del turismo. Este hecho se debería a que la demanda turística y el aumento de rentas públicas debido al turismo ha hecho que aumenten las infraestructuras y servicios públicos. Pero parece que esta mejora en los servicios públicos se percibe como sólo cuantitativa, ya que al preguntar por la calidad de estos servicios se observa que no hay una mayoría clara a favor de esta afirmación. Los empresarios, profesionales liberales, desempleados y los que trabajan con turistas o sus ingresos dependen del turismo son los más partidarios de una mejora cualitativa debida al turismo.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
9. Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	2002	22,57%	10,18%	67,26%	3,646*	-0,17***
	2011	26,32%	11,96%	61,72%	3,479*	
10. El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	2002	38,50%	11,50%	50,00%	3,279*	-0,13
	2011	34,69%	17,22%	48,09%	3,153*	
11. El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	2002	31,42%	19,91%	48,67%	3,310*	0,01
	2011	25,84%	20,57%	53,59%	3,323*	
12. El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).	2011	10,77%	24,88%	64,35%	3,706*	...
13. La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	2011	37,32%	18,66%	44,02%	3,048	...
14. El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.	2011	15,79%	11,48%	72,73%	3,842*	...
15. El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	2002	3,54%	5,31%	91,15%	4,478*	-0,20*
	2011	4,78%	6,22%	89,00%	4,280*	

*Significativo al 0,01; ***Significativo al 0,1

Tabla 117: Factores económicos indirectos y costes económicos.

- Muy posiblemente no se perciba una mejora cualitativa en los servicios a causa de que consideran que el turismo causa la saturación de los servicios e infraestructuras públicas. Esto es especialmente significativo en el caso de las carreteras. Aproximadamente el 90% de los encuestados consideran que el turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades. Los hombres son más críticos con los problemas de tráfico que las mujeres. El grado de acuerdo con los problemas de tráfico ha bajado entre 2002 y 2011, posiblemente debido a la crisis (menos turistas que puedan colapsar el tráfico y postura menos remilgada de los residentes) y a mejoras en algunas carreteras principales entre estas dos fechas (carretera Ibiza-Sant Antoni, carretera del aeropuerto, etc.).

- Otra consecuencia lógica de la saturación de los servicios públicos se encuentra en el aspecto y grado de cuidado de las zonas urbanas. Tanto en 2002 como en 2011 los encuestados consideran que el turismo mejora el cuidado, limpieza y aspecto de los núcleos urbanos, pero esta opinión no es muy mayoritaria y más del 30% de la muestra no está de acuerdo con esta afirmación. Las personas de más edad, los hombres, los empresarios, los profesionales liberales, los jubilados y las personas que dependen económicamente del turismo son los más partidarios de que el turismo ha mejorado los espacios urbanos.
- El sector turístico favorece la creación de una importante oferta cultural y lúdica para atender a los turistas. La cuestión es si esta oferta también es disfrutada por los residentes. Tanto en 2002 como en 2011 son mayoritarios los que consideran que los residentes se benefician de la oferta generada por el turismo, pero esta mayoría no es muy abultada. Las personas con menos estudios y que se consideran ibicencos son los que muestran una opinión más favorable a esta afirmación. El hecho de que el turismo mayoritario en Ibiza sea muy estacional y de un tipo muy específico causa que la oferta creada sólo esté disponible durante un corto periodo de tiempo al año, justamente cuando los residentes disponen de menos tiempo a causa del trabajo, y no resulte del agrado de todos. Además los establecimientos de ocio suelen tener precios elevados, siendo aptos para visitas muy esporádicas, como es el caso de los turistas, pero no para clientes frecuentes, como sería de esperar con los residentes. Cabe mencionar que diversos establecimientos, principalmente discotecas, han creado ofertas especiales para residentes, pero resultaría de interés aumentar estas ofertas e intentar generar una oferta “polivalente”, apta tanto para turistas como para residentes.

En cuanto al apego de los individuos, los “integrados” consideran que los servicios públicos han mejorado gracias al turismo, mientras que los “quemados” y los “de paso” no están de acuerdo. Los dos últimos grupos no se sienten satisfechos con la localidad donde viven y es lógico que no consideren que hayan mejorado los servicios públicos. En cuanto a la valoración de la oferta, los “partidarios con matices” son los más críticos con los efectos del turismo en los servicios públicos y los “anti-all inclusive” son los únicos que consideran que se ha producido una mejora en los servicios aunque también ven problemas de saturación.

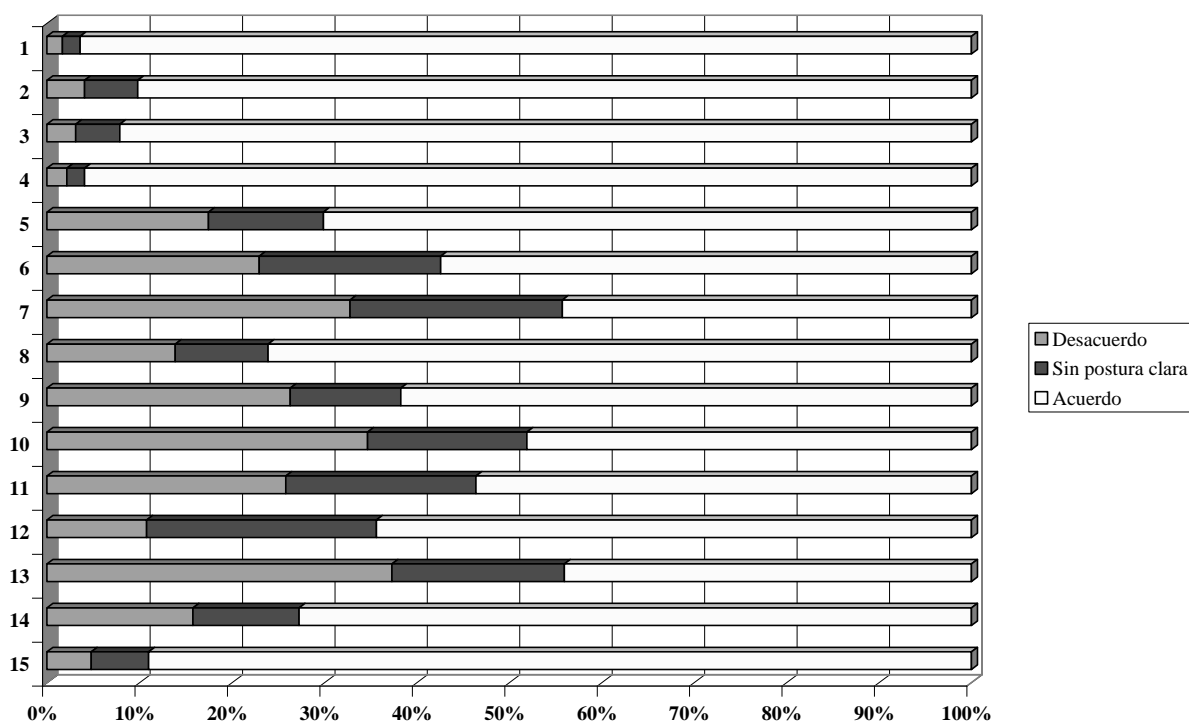


Figura 53: Resultado de los factores económicos (2011).

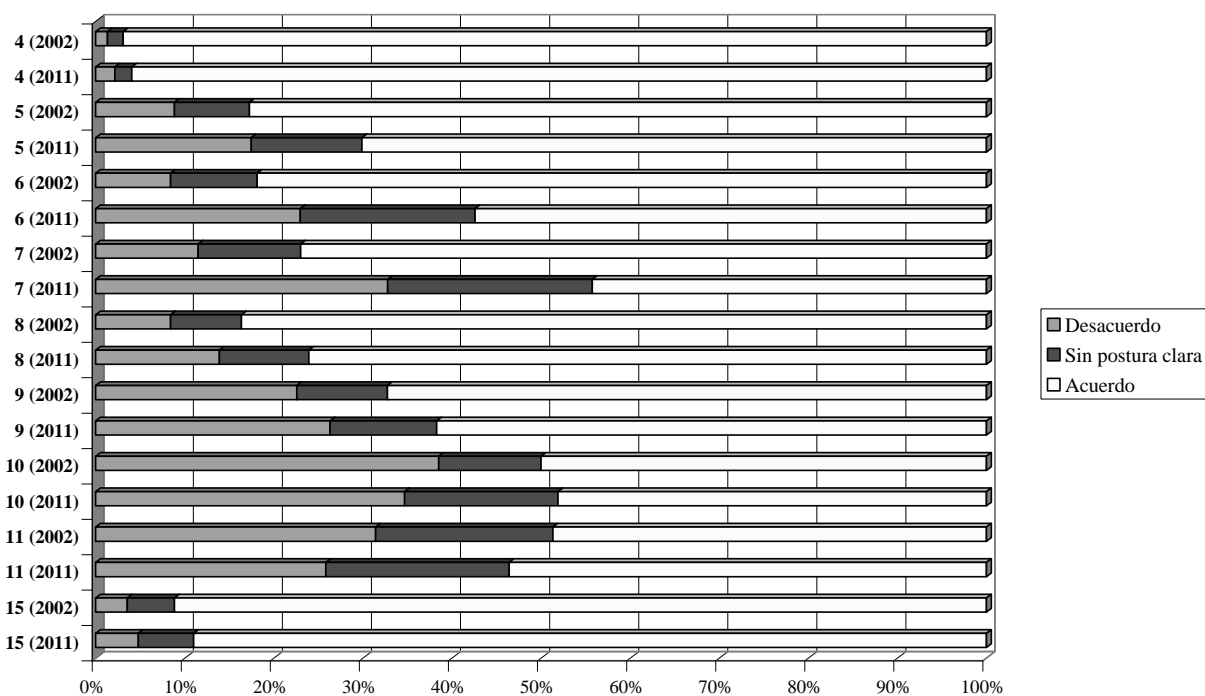


Figura 54: Comparativa de los factores económicos entre 2002 y 2011.

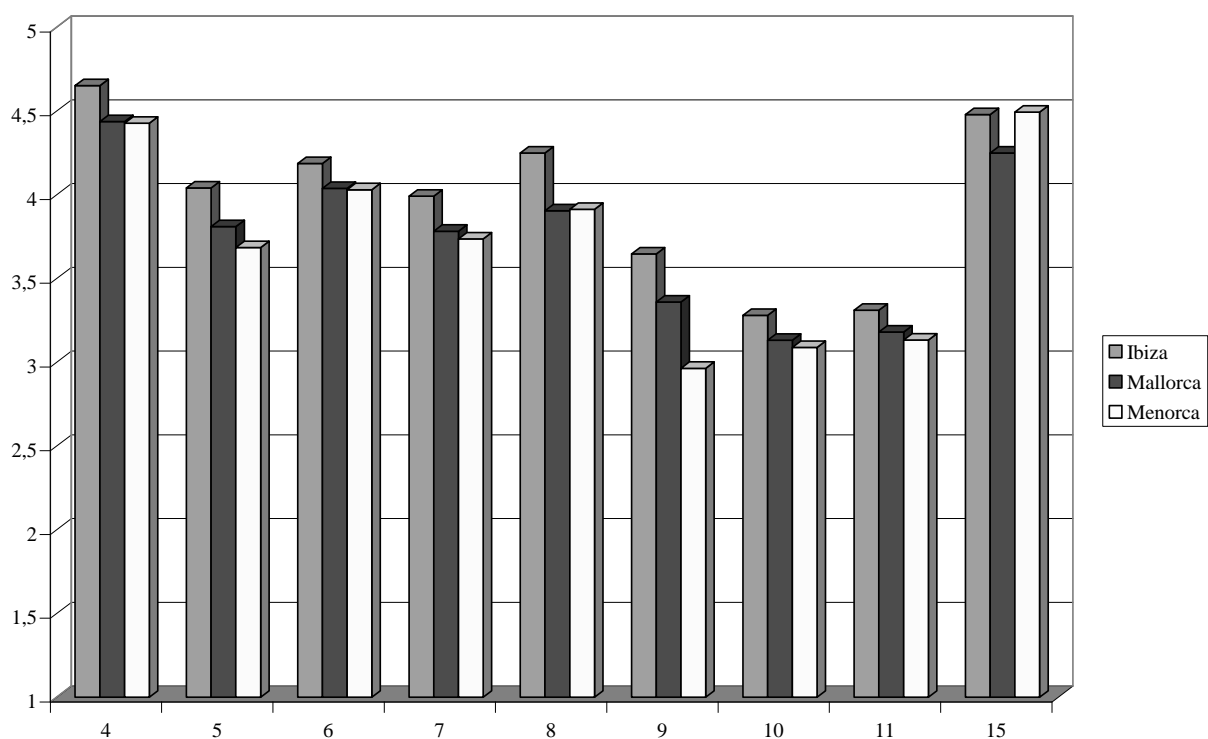


Figura 55: Comparativa de los factores económicos entre islas (2002).

En líneas generales se puede afirmar que los residentes consideran que el turismo genera más servicios públicos, puestos de trabajo y oportunidades de negocio, siendo una actividad básica para la isla. Pero las virtudes cuantitativas se ven mermadas cuando se tienen en cuenta aspectos cualitativos de los puestos de trabajo, los servicios públicos generados, la oferta lúdica, el aspecto de las zonas urbanas y el tipo de turismo predominante. También consideran el turismo causante de un incremento de precios y de impuestos, pero desde 2002 se ha moderado esta

percepción. La desestacionalización turística y primar tipos de turismo de “calidad” es compleja, larga y no se puede conseguir más que en parte, pero es de esperar que todo logro en estos aspectos mejore las opiniones menos favorables y aumente la supervivencia a largo plazo del destino turístico.

En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se preguntó por algunas cuestiones que no aparecen en el otro estudio de la misma época pero si en el de 2011. En ese estudio la valoración de los ibicencos era ligeramente superior en cuanto a la generación de oportunidades de empleo (4,53), un poco inferior en cuanto al interés por invertir en la isla (3,94) e igual en cuanto a la valoración de las oportunidades de negocio para los residentes (4,30). En 2002 era mayor la opinión de que el turismo causaba saturación de los servicios a la comunidad (4,02 en 2002 frente a 3,84 en 2011). Estas diferencias son obvias y esperables si tenemos en cuenta la crisis iniciada en 2008.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	4,4613 n = 1873	4,6504 n = 226	4,4361 n = 1511	4,4265 n = 136	F(2,1870) = 9,6917 p = 0,0001
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	3,8275 n = 1873	4,0398 n = 226	3,8087 n = 1511	3,6838 n = 136	F(2,1870) = 7,0435 p = 0,0009
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	4,0550 n = 1873	4,1858 n = 226	4,0377 n = 1511	4,0294 n = 136	F(2,1870) = 2,3411 p = 0,0965
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	3,8035 n = 1873	3,9912 n = 226	3,7816 n = 1511	3,7353 n = 136	F(2,1870) = 4,4384 p = 0,0119
Tenemos un turismo de baja calidad.	3,9461 n = 1873	4,2478 n = 226	3,9040 n = 1511	3,9118 n = 136	F(2,1870) = 10,6113 p = 0,0000
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	3,3647 n = 1873	3,6460 n = 226	3,3587 n = 1511	2,9632 n = 136	F(2,1870) = 15,9262 p = 0,0000
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	3,1452 n = 1873	3,2788 n = 226	3,1304 n = 1511	3,0882 n = 136	F(2,1870) = 1,7731 p = 0,1701
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	3,1922 n = 1873	3,3097 n = 226	3,1800 n = 1511	3,1324 n = 136	F(2,1870) = 1,7109 p = 0,1810
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	4,2936 n = 1873	4,4779 n = 226	4,2482 n = 1511	4,4926 n = 136	F(2,1870) = 9,8599 p = 0,0001

Tabla 118: Comparativa de los factores económicos entre islas (2002).

En la muestra de 2002 se pregunto en Mallorca, Menorca e Ibiza, con lo cual es posible realizar algunas comparaciones con las otras islas. Los residentes de Ibiza son los que muestran mayor grado de acuerdo con los impactos económicos positivos (“el turismo es básico para la economía de nuestra isla” y “genera puestos de trabajo buenos y atractivos”) y negativos (“aumento del precio de la vivienda”, “debemos pagar impuestos y tasas más elevadas”, y “tenemos un turismo de baja calidad”). También son los que más de acuerdo están con otras afirmaciones, en especial con la “mejora de servicios públicos”. En cuanto al incremento de los

problemas de tráfico, los valores para Menorca e Ibiza son parecidos y muy superiores a los de Mallorca.

Se observa que la isla con mayor presencia y dependencia del turismo muestra mayores grados de acuerdo con las afirmaciones, tanto con las referentes a impactos positivos como con las referentes a impactos negativos. Siendo la isla con menos presencia turística la que posee los valores más bajos. La única excepción, en parte, hace referencia al tráfico y posiblemente se deba a que Menorca es una isla pequeña y con carreteras menos desarrolladas que las otras islas, generando el turismo mayor impacto en el tráfico de lo que debería.

5.2. Factores del entorno del destino.

Los impactos económicos son el principal impulsor del apoyo al turismo por parte de los residentes, pero existe un conjunto de impactos en el entorno social y natural que poseen la capacidad de incrementar o reducir el grado de apoyo generado por los impactos económicos. Cabe mencionar que la preocupación por las alteraciones que el turismo causa o puede causar en la cultura local, el entorno natural o el patrimonio histórico son tema habitual en la opinión pública desde los inicios del sector, tanto en Ibiza como en muchos otros destinos turísticos. Para el caso de Ibiza, y en referencia a los impactos sociales y culturales cabe mencionar:

- El 69% de los encuestados, tanto en el 2002 como en el 2011, considera que el turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas. Destacan este intercambio cultural las personas cuyos ingresos dependen del sector turístico. Los “desencantados” con su localidad son los que muestran menos acuerdo con esta afirmación. Pero este intercambio positivo se ve matizado por el bajo porcentaje de residentes que consideran que el trato dispensado por los turistas hacia los residentes es respetuoso y amable. Los jóvenes, los residentes en Eivissa y los que no trabajan con turistas o no dependen económicamente del sector son los más críticos con el trato recibido por los turistas. Los “partidarios sin matices” y los “anti-*all inclusive*” tienen una opinión mayoritaria de que el trato recibido de los turistas es bueno y los “partidarios con matices” consideran mayoritariamente que el trato no es respetuoso. Además, es débil el rechazo a la existencia de un conflicto sociocultural entre turistas y residentes. Las personas que no dependen económicamente del turismo y los menores de 25 años consideran de forma mayoritaria que si hay conflicto. Los grupos de los “desarrollistas” y “proteccionistas” tienen una postura opuesta al conflicto entre turistas y residentes. Es decir, consideran que se aprende del contacto con los turistas aunque su relación con los residentes sea mejorable.
- En cuanto a la conservación del patrimonio y acervo cultural, los encuestados consideran que el turismo ha ayudado a la conservación del patrimonio histórico y cultural pero no a mantener las actividades tradicionales. Los más jóvenes, las mujeres, las personas con mayor nivel de estudios y los que no se sienten ibicencos son los más críticos. Ven al turismo como causante de un cambio cultural aunque no lo consideran culpable de una pérdida de las costumbres e identidad locales. Puede considerarse que el turismo ha ayudado a la conservación de determinados elementos culturales y no ha contribuido a la conservación de otros, más por pasiva que por activa.
- Existe la opinión mayoritaria de que el turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana. Los turistas problemáticos y los pequeños delincuentes que llegan a las zonas turísticas atraídos por la presencia turística son la principal causa de esta opinión. Las estadísticas de delincuencia muestran que las regiones de España con mayor presencia turística no presentan estadísticas significativamente distintas en los delitos de mayor importancia, siendo la posible diferencia y causa de esta imagen la pequeña delincuencia (vandalismo, carteristas, pequeños hurtos, etc.). Esta opinión negativa, aunque persiste con fuerza, se ha visto aminorada desde 2002, pasando del 73% al 61,2%.
- Se considera que el turismo ha provocado una inmigración masiva y un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes, pero se ha atenuado esta postura desde el 2002 a pesar de que

la población nacida fuera de la isla ha pasado de representar el 48,4% en ese año al 40,5% en 2010. Los más críticos son los jóvenes y las personas criadas en la isla. Posibles explicaciones de esta moderación en la opinión serían la crisis económica y su efecto moderador en las preocupaciones no económicas, los años de convivencia entre gente de la isla y de fuera, y considerar que el turismo no tiene tanta culpa en los conflictos culturales entre inmigrantes y residentes. Estas posibles causas, y otras, pueden explicar esta moderación en la opinión de los residentes.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
1. El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	2002	12,39%	18,58%	69,03%	3,801*	-0,07
	2011	13,64%	16,99%	69,38%	3,730*	
2. El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	2011	34,21%	23,68%	42,11%	3,096	...
3. El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	2002	30,97%	15,93%	53,10%	3,367*	-0,10
	2011	31,34%	17,22%	51,44%	3,268*	
4. El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	2011	55,26%	21,77%	22,97%	2,574*	...
5. El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2002	38,50%	19,47%	42,04%	3,186**	-0,42*
	2011	52,63%	17,70%	29,67%	2,770*	
6. El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	2011	28,95%	16,03%	55,02%	3,354*	...
7. El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	2002	15,93%	11,06%	73,01%	3,969*	-0,40*
	2011	22,49%	16,27%	61,24%	3,569*	
8. El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	2002	26,99%	12,83%	60,18%	3,615*	-0,30*
	2011	32,54%	16,51%	50,96%	3,316*	
9. El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2002	38,94%	23,01%	38,05%	3,115	-0,24*
	2011	45,93%	23,21%	30,86%	2,876**	
10. La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	2011	16,51%	21,77%	61,72%	3,612*	...

*Significativo al 0,01; **Significativo al 0,05

Tabla 119: Factores del entorno sociocultural.

Unos conocimientos mínimos de historia y cierto grado de análisis llevan ineludiblemente a considerar la cultura un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo. Pero en muchos casos se utiliza una visión de la cultura local estática y definida como un conjunto de elementos y costumbres considerados tradicionales, pero que en muchos casos son una estandarización o una recreación de la cultura tradicional. Conocer la existencia de grupos de residentes con un concepto estático de la cultura puede resultar de gran utilidad ya que su respuesta ante cambios sociales y culturales generados por el turismo será distinta al resto. A pesar de la redacción de la pregunta realizada en el 2011, que induce a elevados porcentajes de respuestas favorables, y del 61,7% de aceptación que recibe, el 16,5% están en desacuerdo con la afirmación y, por tanto, consideran a la cultura local como un elemento estático. Además el

21,8% de la muestra no tienen una postura clara, indicando una posible visión estática de la cultura, aunque sería fácil convencerlos de lo contrario.

Junto al entorno sociocultural encontramos el entorno natural o medioambiental. En este caso se pregunta por el impacto causado por el turismo en los recursos y espacios naturales del destino turístico. Encontramos que la opinión al respecto de los residentes de Ibiza es que:

- El turismo no favorece la conservación pero si la degradación y saturación de los elementos naturales de la isla, aunque desde 2002 se ha moderado la percepción del turismo como causante de degradación ambiental. Esta degradación dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, repercutiendo en el propio sector los daños que genera en la naturaleza. Los más jóvenes y las personas con más estudios son los más críticos.
- La contaminación acústica generada por los establecimientos turísticos causa molestias a la mitad de los encuestados, tanto en 2002 como en 2011. Las personas que no dependen económicamente del turismo son las más críticas. La contaminación acústica es la más perceptible que genera el sector turístico y depende de las características de los establecimientos y del tipo de turismo que predomine en el destino. Reducir este tipo de contaminación, siempre y cuando no perjudique el atractivo turístico del destino, debe ser un elemento prioritario para los empresarios del sector.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
11. El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.	2011	45,93%	23,44%	30,62%	2,816*	...
12. El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	2002	13,27%	7,96%	78,76%	4,062*	-0,35*
	2011	21,53%	10,53%	67,94%	3,713*	
13. El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	2011	16,99%	10,29%	72,73%	3,842*	...
14. La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.	2011	20,10%	27,27%	52,63%	3,459*	...
15. Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.	2002	21,68%	28,76%	49,56%	3,460*	-0,05
	2011	23,44%	25,36%	51,20%	3,414*	

*Significativo al 0,01

Tabla 120: Factores del entorno medioambiental.

Los “partidarios con matices” son los más críticos con los efectos medioambientales del turismo y los “partidarios sin matices” son los más benévolos en su opinión sobre los impactos medioambientales del turismo.

Una de las características del turismo es que su propio desarrollo causa la pérdida de los elementos que lo han permitido. Esto se ve con gran claridad en los destinos que destacan por sus atractivos naturales, ya que los turistas dañan los elementos que los llevaron a visitar el lugar. La única solución para mitigar este proceso es conocer las capacidades de carga de los diversos recursos y espacios naturales, evitando rebasarlas, y realizar trabajos de mantenimiento y conservación de los mismos.

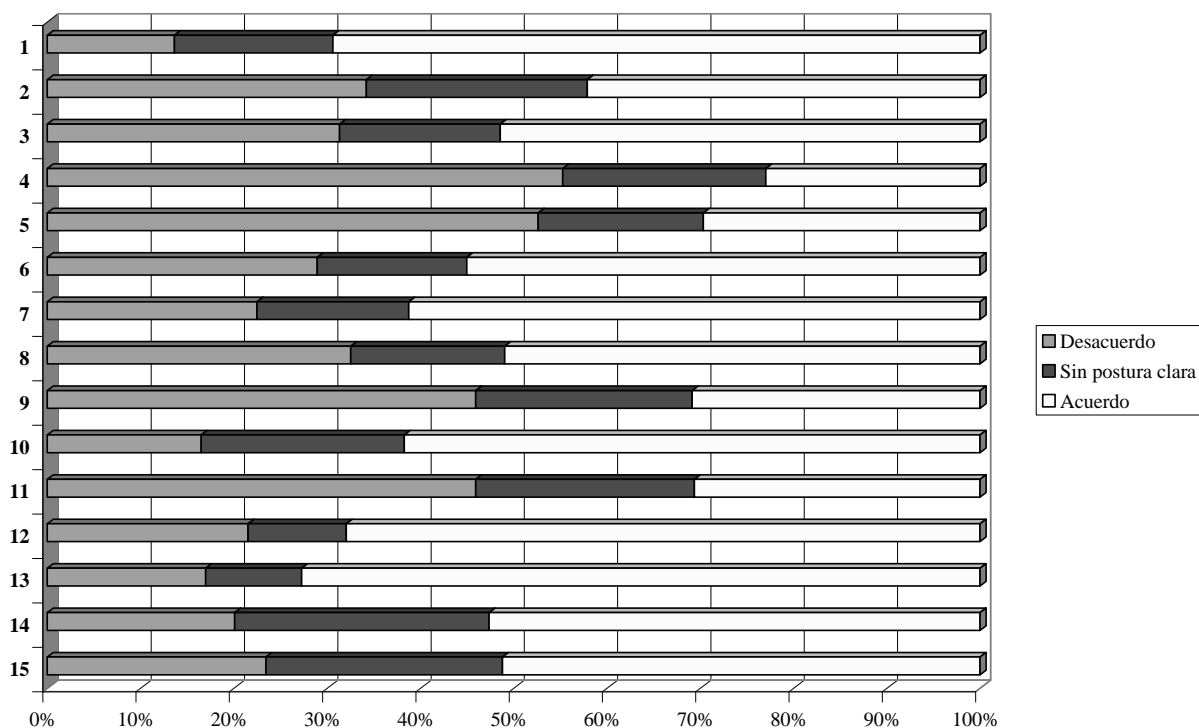


Figura 56: Resultado de los factores del entorno (2011).

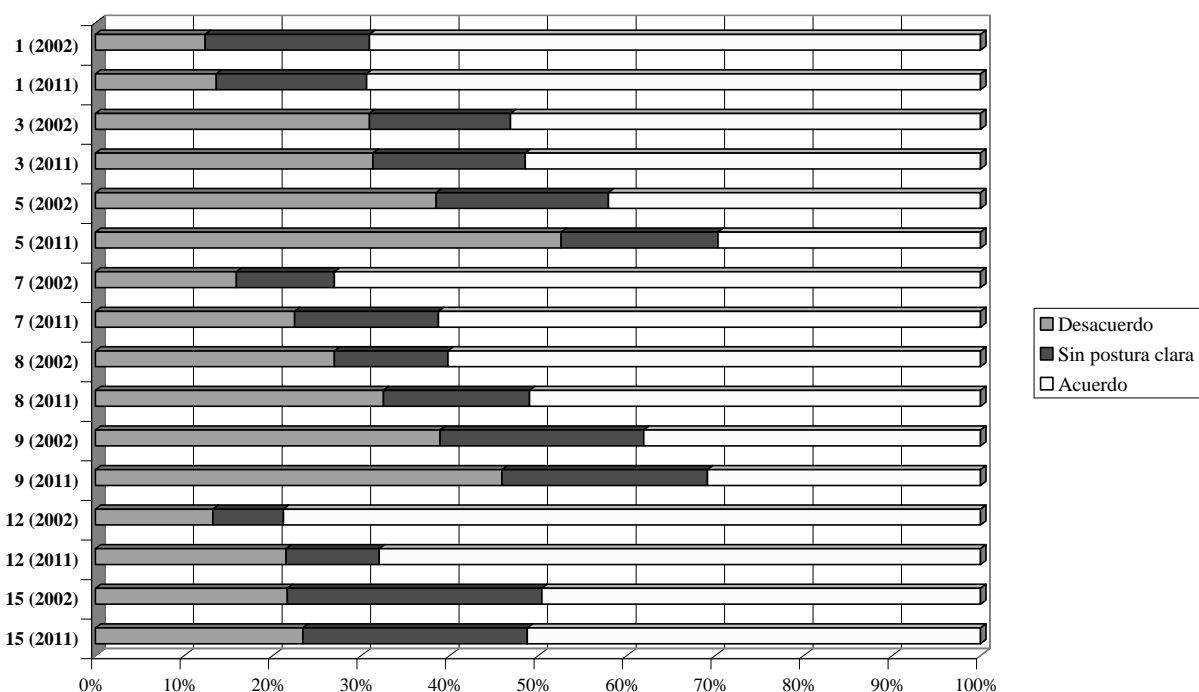


Figura 57: Comparativa de los factores del entorno entre 2002 y 2011.

La visión global de los residentes de Ibiza sobre los efectos del turismo en su entorno cultural y natural es de un efecto positivo sobre algunos elementos culturales (patrimonio e intercambio cultural) y un efecto negativo sobre el entorno natural y diversos elementos culturales (conservación de actividades tradicionales, trato con los turistas, delincuencia e inmigración). Puede afirmarse que si los efectos económicos son el motor impulsor de las actitudes positivas hacia el turismo, los efectos en el entorno son los impulsores de las actitudes negativas.

En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se preguntó si el turismo generaba un cambio importante de la cultura local, y hubo un mayor acuerdo entre los ibicencos que en la encuesta de 2011 (3,96 de media en 2002). En relación a si el turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales, el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) muestra una valoración superior a la encuesta de 2011 (3,10 frente a 2,82), pero que no puede considerarse positiva. En ese estudio los ibicencos muestran el mismo grado de acuerdo con la afirmación de que el turismo provoca la saturación de los espacios naturales (3,89) y un nivel inferior de acuerdo con la afirmación de que la degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos (3,28) que en la encuesta de 2011.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,2301 n = 1873	3,8009 n = 226	3,1403 n = 1511	3,2794 n = 136	F(2,1870) = 38,5810 p = 0,0000
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,0822 n = 1873	3,3673 n = 226	3,0304 n = 1511	3,1838 n = 136	F(2,1870) = 9,5264 p = 0,0001
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	3,0080 n = 1873	3,1858 n = 226	2,9768 n = 1511	3,0588 n = 136	F(2,1870) = 3,2246 p = 0,0400
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	3,5024 n = 1873	3,9690 n = 226	3,4348 n = 1511	3,4779 n = 136	F(2,1870) = 21,4448 p = 0,0000
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,4736 n = 1873	3,6150 n = 226	3,4931 n = 1511	3,0221 n = 136	F(2,1870) = 12,9810 p = 0,0000
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	3,0368 n = 1873	3,1150 n = 226	3,0682 n = 1511	2,5588 n = 136	F(2,1870) = 15,1804 p = 0,0000
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	3,9466 n = 1873	4,0619 n = 226	3,9338 n = 1511	3,8971 n = 136	F(2,1870) = 1,6613 p = 0,1902
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.	3,2093 n = 1873	3,4602 n = 226	3,1509 n = 1511	3,4412 n = 136	F(2,1870) = 10,6592 p = 0,0000

Tabla 121: Comparativa de los factores del entorno entre islas (2002).

Al comparar Mallorca, Menorca e Ibiza, con los datos de la muestra de 2002 se observa que:

- Los residentes de Ibiza son los que valoran más positivamente los intercambios culturales entre turistas y residentes, con gran diferencia respecto a Menorca y Mallorca. Tradicionalmente se ha considerado a Ibiza como un destino de libertad e intercambio cultural, impregnando a población nativa, inmigrantes y turistas con esta filosofía. Además, la tradicional cortesía con los visitantes ha llevado a que los ibicencos den un magnífico trato a los turistas desde los inicios del sector.
- Los ibicencos son los que consideran de forma más significativa que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio histórico, pero son los únicos que muestran una opinión mayoritariamente partidaria de considera que el turismo ha causado la pérdida de las costumbres e identidad local. Mientras en las otras islas hay sectores económicos y zonas que han sobrevivido a la llegada del turismo, en Ibiza resultan anecdóticos los sectores económicos y las zonas que han permanecido al margen del turismo. Por el contrario la comercialización de la cultura y el patrimonio que implica el turismo ha sido más fuerte en Ibiza por el mero hecho de que el sector turístico es más hegemónico.

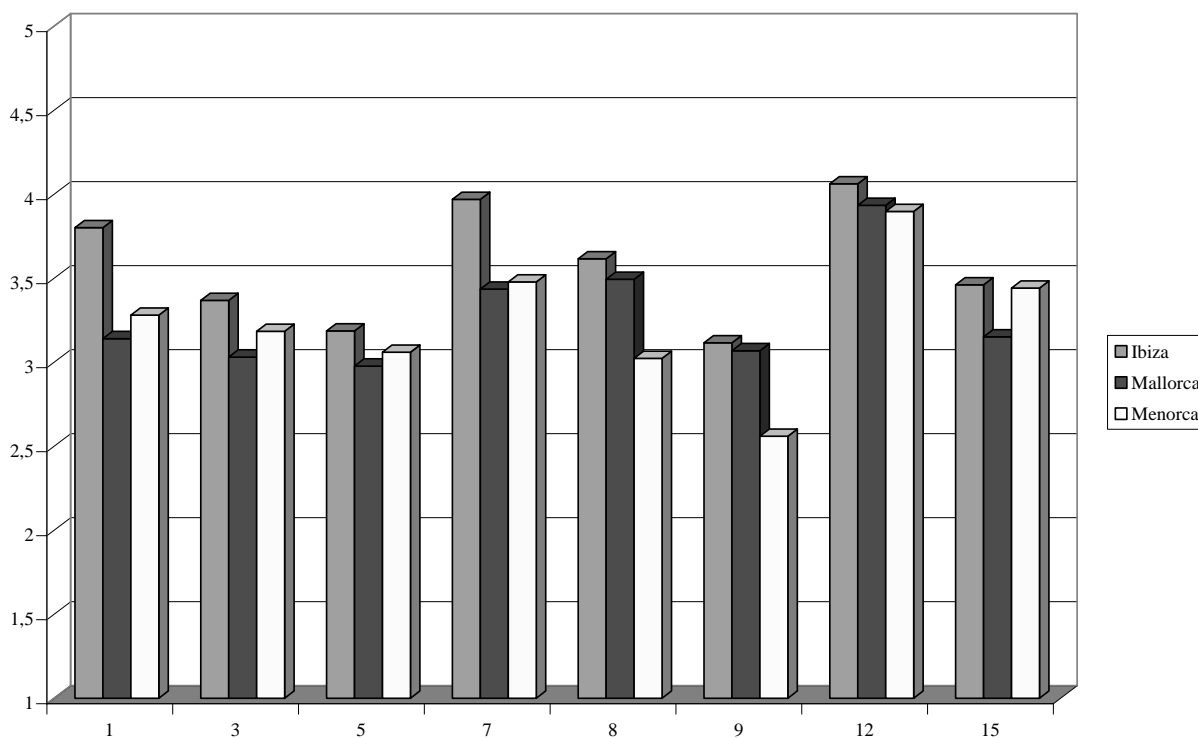


Figura 58: Comparativa de los factores del entorno entre islas (2002).

- La población de Ibiza es la que considera con mayor fuerza que el turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana. El turismo atrae migraciones de población de diversas procedencias y con diversos objetivos. La mayoría llegan para trabajar parte o todo el año en el destino turístico, pero una parte no despreciable se dedica a actividades delictivas más o menos de poca monta.
- Los ibicencos son los más partidarios de considerar que el turismo ha generado conflictos, tanto entre turistas y residentes como entre inmigrantes y residentes. La gran densidad turística y la importante inmigración que ha generado, todo ello en un espacio geográfico relativamente pequeño explicaría estos mayores valores.
- Los habitantes de Ibiza, seguidos de cerca por los menorquines, son los que se consideran más afectados por los ruidos. En las islas más pequeñas resulta de mayor dificultad alejarse de las zonas turísticas y, consecuentemente, la exposición a ruidos es más difícil de evitar.

Se observa que la isla con mayor presencia y dependencia del turismo muestra mayores grados de acuerdo con las afirmaciones, tanto con las referentes a impactos positivos como las referentes a impactos negativos. Menorca y Mallorca muestran valores más bajos que Ibiza, posiblemente por el hecho de que Menorca es la isla con menos presencia turística y muchas zonas de Mallorca se encuentran suficientemente alejadas de los grandes núcleos turísticos como para considerar que no se han producido cambios culturales importantes debidos al turismo.

5.3. Evolución futura del turismo.

No sólo resulta interesante conocer la percepción que poseen los residentes de los impactos que genera el turismo en el destino turístico, también resulta interesante conocer que opinan los residentes sobre cómo debería enfocarse el sector y su gestión en el futuro.

En cuanto a la evolución turística futura, hay una gran oposición de los residentes a una disminución del número de turistas (más del 60%), aunque esta sea gradual, tanto en 2002 como en 2011. Esta postura es debida a que el turismo es fundamental para la economía de la isla. Por otra parte hay posturas contrapuestas en relación a un posible aumento del número de turistas, tanto en 2002 como en 2011, no existiendo una postura mayoritaria de apoyo o rechazo a un incremento en el volumen de turistas. Lo que si tienen claro la mayoría de los residentes es que para mejorar el bienestar de los residentes no es necesario un aumento del turismo. A mayor dependencia del turismo mayor oposición a una disminución del número de turistas. Las mujeres muestran mayor preocupación por la calidad del turismo que los hombres. Los menores de 25 años y las personas con estudios universitarios están poco conformes con dejar las cosas tal y como están. Las personas con una fuerte dependencia económica del turismo consideran que debería seguir aumentando el turismo.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
1. Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario disminuir progresivamente el número de turistas.	2011	61,48%	20,81%	17,70%	2,493*	...
2. El número de turistas debería disminuir progresivamente.	2002	60,62%	15,49%	23,89%	2,544*	...
3. No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	2002	3,98%	7,08%	88,94%	4,487*	-0,03
	2011	5,02%	5,26%	89,71%	4,455*	
4. Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.	2011	82,54%	10,29%	7,18%	1,916*	...
5. ¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	2002	23,01%	12,83%	64,16%	3,642*	-0,36*
	2011	31,82%	20,81%	47,37%	3,280*	
6. A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	2002	24,34%	15,93%	59,73%	3,571*	-0,26*
	2011	24,64%	26,79%	48,56%	3,309*	
7. Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	2011	57,89%	16,03%	26,08%	2,624*	...
8. El número de turistas debería seguir aumentando.	2002	46,90%	9,73%	43,36%	3,009	0,03
	2011	44,02%	11,24%	44,74%	3,036	
9. A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	2002	45,58%	18,58%	35,84%	2,894	0,19***
	2011	38,76%	19,38%	41,87%	3,086	

*Significativo al 0,01; ***Significativo al 0,1

Tabla 122: Valoración de la evolución futura cuantitativa.

La opinión mayoritaria es que se tendría que mantener el número de turistas pero realizando ciertas correcciones: desestacionalizar y mejorar la calidad del turismo (turistas menos conflictivos y con mayor nivel de gasto). Cabe mencionar que el mantenimiento del volumen de turistas tiene menos apoyos en 2011 que en 2002, posiblemente por la crisis que se arrastra en

2011 y que ha mermado el volumen de turistas por debajo de cifras consideradas adecuadas por muchos.

Por nivel de apego de los encuestados, los “integrados” son los que más se oponen a disminuir el número de turistas. En cuanto a nivel de preocupación, los “desarrollistas” son los más partidarios de aumentar el volumen de turistas y los “proteccionistas” los más contrarios a un mayor número de turistas. En cuanto a la opinión sobre la oferta turística, los “partidarios sin matices” son favorables a nuevos incrementos de turistas y se oponen fuertemente a reducciones. Los “partidarios con matices” son partidarios de mantener el volumen pero mejorando la calidad del turismo. Finalmente, los “anti-all inclusive” son los más contrarios a dejar las cosas tal y como están.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
10. Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	2002	25,66%	16,81%	57,52%	3,535*	-0,33*
	2011	36,36%	16,51%	47,13%	3,206*	
11. Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	2011	2,39%	7,18%	90,43%	4,342*	...
12. Debería incrementarse la promoción turística de la isla.	2011	12,20%	11,96%	75,84%	3,978*	...
13. Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.	2002	56,64%	15,49%	27,88%	2,637*	0,13
	2011	49,52%	21,53%	28,95%	2,768*	
14. La Ecotaxa es una buena medida.	2002	23,01%	17,70%	59,29%	3,518*	...
15. Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.	2011	44,26%	26,56%	29,19%	2,864**	...
16. Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.	2002	57,96%	20,35%	21,68%	2,522*	0,02
	2011	58,61%	19,62%	21,77%	2,546*	

*Significativo al 0,01; **Significativo al 0,05

Tabla 123: Valoración de diversos elementos de peso en el futuro.

Las cuestiones relativas a la futura evolución cuantitativa del turismo han sido completadas con otras cuestiones de índole diversa:

- La mayoría de los encuestados se sienten agobiados por la gran cantidad de turistas que llegan en verano, aunque la crisis ha provocado que en 2011 esta proporción sea menor. Los que se sienten más agobiados son los trabajadores de la administración, los estudiantes y los jubilados. Los mandos intermedios y los empresarios no se sienten agobiados. En general se quejan de agobio las personas que no trabajan o dependen del turismo de forma significativa y muestran una postura ambigua las personas que trabajan o dependen del sector. En cuanto al nivel de apego a la localidad, los “integrados” no se sienten agobiados en su mayoría, mientras que los “quemados” y “de paso” se sienten agobiados de forma mayoritaria. Los “partidarios con matices” se sienten más agobiados que otros segmentos de opinión sobre la oferta turística. Este agobio es uno de los problemas generados por la fuerte estacionalidad estival de la isla.

- La celebración de eventos de renombre tiene una elevada aceptación (90,4%) siendo uno de los posibles elementos de diversificación. Las personas con ingresos familiares más dependientes del turismo son las más partidarias de la celebración de eventos. De los diferentes grupos de individuos generados según preocupaciones, los “histéricos” son los más favorables a la celebración de eventos y los “proteccionistas” los menos partidarios, pero todos tienen un elevado nivel de apoyo.

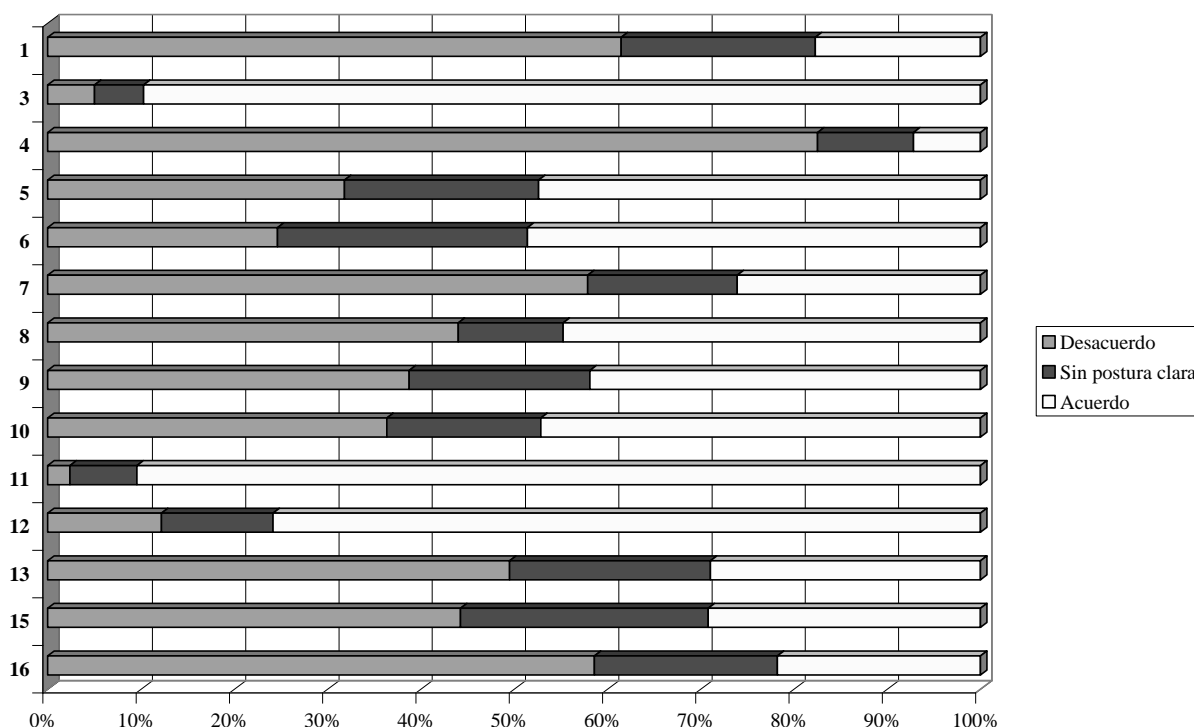


Figura 59: Cuestiones referentes a la evolución futura (2011).

- Tres cuartas partes de los residentes encuestados consideran que la promoción turística de la isla debería incrementarse. Aunque la isla de Ibiza es muy conocida internacionalmente y aparece con regularidad en los medios de comunicación, esto es insuficiente para muchos residentes. Los más partidarios de aumentar la promoción turística son los empresarios, profesional, parados y personas dependientes económicamente del turismo. Los que menos, los estudiantes, asalariados y miembros de asociaciones ecologistas. El grupo de los “proteccionistas” posee una valoración mucho menor que el resto, aunque positiva.
- Muchos individuos consideran que los recursos consumidos y la contaminación generada por los turistas son sufragados por los residentes. Este argumento es uno de los más usados por los críticos con el turismo y por los defensores de las tasas turísticas. Esta percepción parece ser la mayoritaria entre la población residente. Aproximadamente, la mitad de la muestra considera que los turistas deberían pagar tasas turísticas, pero esta afirmación debe tomarse con cautela¹⁶². Las personas con una fuerte dependencia económica del turismo no muestran una postura claramente favorable hacia las tasas turísticas. Las personas que no se sienten ibicencas están más a favor de las tasas turísticas que los que se consideran ibicencos. Los

¹⁶² En el estudio de Pouta (2004) se observa que la presencia de preguntas referidas a actitudes y creencias en el mismo cuestionario en que se mide la disposición a pagar por algo vinculado a estas actitudes y creencias, por ejemplo temas medioambientales, genera un sesgo favorable a la acción que se propone y reduce la sensibilidad de la respuesta. En resumidas cuentas una encuesta para medir las actitudes y creencias de los residentes que realice en la misma la valoración de una política de acción que implique un coste, por ejemplo un impuesto ecológico, recibirá unas respuestas sesgadas a favor de dicha acción.

“partidarios sin matices” no tienen una postura clara de apoyo a las tasas turísticas y los “partidarios con matices” son los más partidarios de las tasas turísticas. En 2002 se preguntó por una tasa turística concreta, la Ecotaxa, y el 59,3% consideró que era una buena medida. Aunque debe tenerse en cuenta que estas opiniones se refieren a la idea general de impuesto turístico, no siendo fiable como valoración de una aplicación impositiva concreta.

- La opinión mayoritaria de los residentes es de oposición a la creación de nuevos establecimientos turísticos de cualquier tipo, en especial plazas de alojamiento. Entre la población existe la opinión mayoritaria de que la isla a llegado a su límite de capacidad, con lo cual nuevos establecimientos que impliquen un aumento de turistas o de consumo de territorio tienen pocos apoyos entre los residentes. Entre los menores de 35 años es mayoritaria la postura a favor de la creación de nuevos servicios turísticos y los menores de 25 años no muestran una clara oposición a la creación de nuevas plazas de alojamiento. Las personas de más edad, con estudios superiores, que se sienten ibicencas o hablan ibicenco se oponen con fuerza a ambos tipos de incrementos.

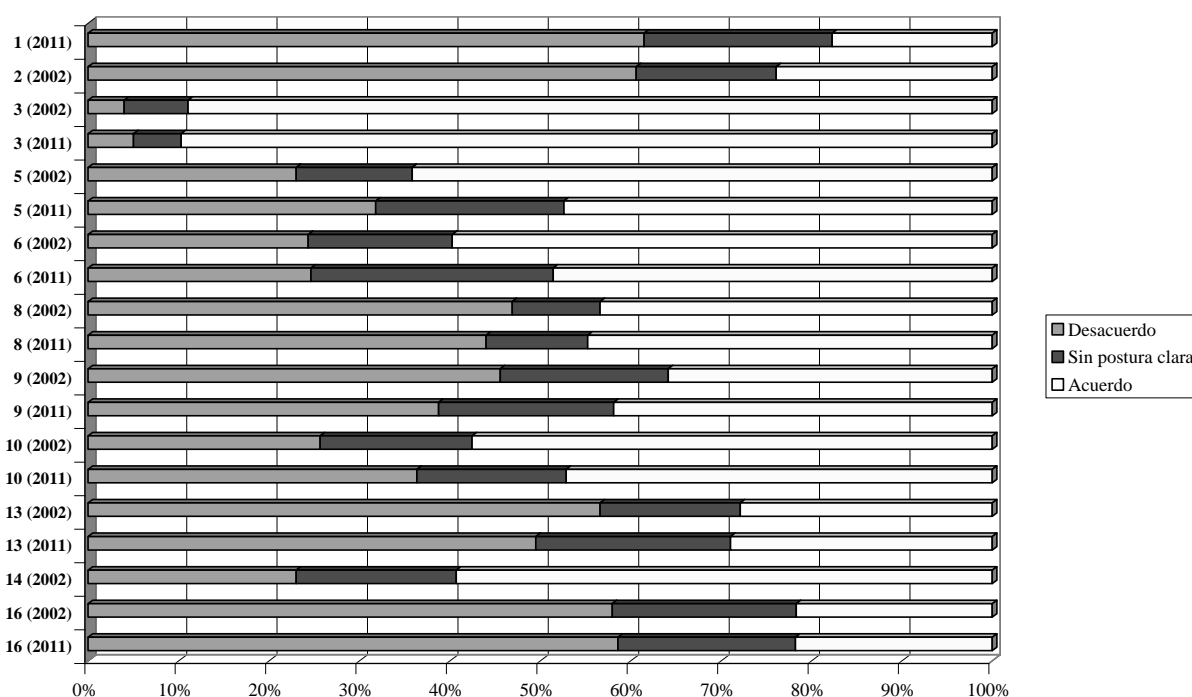


Figura 60: Comparativa sobre cuestiones de la evolución turística entre 2002 y 2011.

En general, los residentes consideran que el número de turistas debe mantenerse en los niveles de la última década pero reduciendo la estacionalidad y mejorando la “calidad” de este turismo. Además, los residentes son partidarios de la celebración de eventos, aumentar la promoción turística y cobrar tasas turísticas, pero no de aumentar las infraestructuras turísticas.

En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se preguntó por algunas cuestiones que no aparecen en la muestra de 2002 pero sí en el de 2011. En ese estudio los ibicencos eran menos críticos con una posible disminución del número de turistas con la intención de mejorar el bienestar (2,75) y con dejar las cosas como están, unos meses de mucha actividad y otros dedicados a descansar (2,23). También se observa que hay poca variación en el apoyo a la celebración de eventos de renombre (4,39 en 2002) y apertura de nuevas áreas de servicios turísticos (2,78 en 2002), si se observa un mayor apoyo en 2002 a un incremento de la promoción turística (4,25).

Al comparar los datos de 2002 para Mallorca, Menorca e Ibiza observamos la misma pauta general respecto a Ibiza que en los apartados anteriores:

- La población ibicenca es la que muestra menos oposición a seguir creciendo en número de turistas y los más partidarios de incrementar la “calidad” del turismo. La mayor dependencia del turismo hace que sea la isla menos crítica con posibles aumentos en los volúmenes de turistas, aunque no los apoya. El tipo de turismo de la isla, más joven y aficionado a la fiesta, puede explicar porque los ibicencos muestran más interés por incrementar la “calidad” del turismo.
- Los menorquines son los más agobiados por las puntas de turistas estacionales y Mallorca es la que menos sensación de agobio presenta. Posiblemente el pequeño tamaño y la falta de costumbre explique este mayor agobio de los menorquines. Ibiza muestra grados de agobio parecidos a los de Menorca.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
El número de turistas debería disminuir progresivamente	2,6092 n = 1873	2,5442 n = 226	2,6254 n = 1511	2,5368 n = 136	F(2,1870) = 0,8200 p = 0,4406
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	4,3017 n = 1873	4,4867 n = 226	4,2753 n = 1511	4,2868 n = 136	F(2,1870) = 5,1226 p = 0,0060
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	3,4832 n = 1873	3,6416 n = 226	3,4626 n = 1511	3,4485 n = 136	F(2,1870) = 2,7326 p = 0,0653
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	3,4880 n = 1873	3,5708 n = 226	3,4679 n = 1511	3,5735 n = 136	F(2,1870) = 1,4107 p = 0,2442
El número de turistas debería seguir aumentando.	2,5739 n = 1873	3,0088 n = 226	2,5069 n = 1511	2,5956 n = 136	F(2,1870) = 15,9978 p = 0,0000
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	2,5836 n = 1873	2,8938 n = 226	2,5367 n = 1511	2,5882 n = 136	F(2,1870) = 9,8732 p = 0,0001
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	3,3865 n = 1873	3,5354 n = 226	3,3408 n = 1511	3,6471 n = 136	F(2,1870) = 6,2440 p = 0,0020
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.	2,3887 n = 1873	2,6372 n = 226	2,3362 n = 1511	2,5588 n = 136	F(2,1870) = 7,7025 p = 0,0005
La Ecotaxa es una buena medida	3,5515 n = 1873	3,5177 n = 226	3,5804 n = 1511	3,2868 n = 136	F(2,1870) = 3,5559 p = 0,0287
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.	2,3529 n = 1873	2,5221 n = 226	2,3534 n = 1511	2,0662 n = 136	F(2,1870) = 6,9058 p = 0,0010

Tabla 124: Comparativa sobre cuestiones de la evolución turística entre islas (2002).

- Los ibicencos son los menos partidarios de las tasas turísticas, aunque los menorquines eran más críticos con la ecotaxa. Parece que la opinión de los hoteleros tenía cierta equivalencia con la del conjunto de la población.
- Los residentes ibicencos son los que muestran una postura menos opuesta al incremento de plazas de alojamiento. Aunque hay una oposición mayoritaria, no es tan elevada como en Mallorca o Menorca. La dependencia económica del turismo explica una postura más moderada de los ibicencos.

En general, la postura de los ibicencos destaca por una mayor preocupación por dañar los ingresos del sector. Es decir, poseen posturas más moderadas hacia elementos que puedan reducir la llegada de turistas y son más tolerantes con posibles futuros aumentos de las llegadas de turistas. No obstante consideran que la calidad del turismo actual es mejorable con mayor énfasis que el resto de islas. Todo ello probablemente debido a la gran dependencia turística que padece Ibiza.

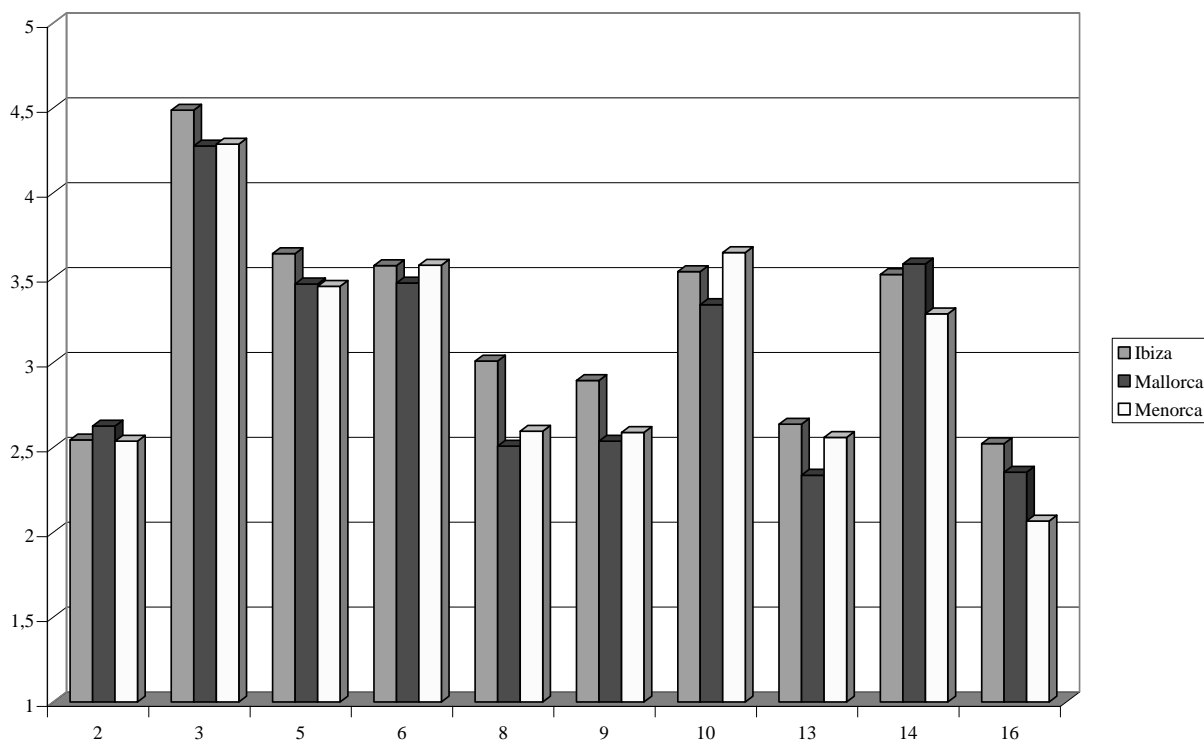


Figura 61: Comparativa entre islas sobre cuestiones de la evolución turística (2002).

5.4. Gestión turística.

Para que la dirección futura del turismo se ajuste a las preferencias de los residentes no sólo es necesario conocer las grandes líneas que deben seguirse (desestacionalizar, mantener el volumen cuantitativo, etc.), también es necesario determinar cómo se gestionan esas grandes líneas en una planificación concreta. Tanto en 2002 como en 2011 se realizaron preguntas referentes a diversos aspectos de la gestión y dirección del sector, cuyos resultados deberían tener en cuenta las administraciones:

- La inmensa mayoría de los entrevistados consideran que la opinión de la población local debe tenerse en cuenta en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico¹⁶³. Se observa con claridad que a los residentes les gustaría que se les consultara y tuviera en cuenta por parte de las autoridades responsables de la gestión turística. Los “partidarios con matices” y los “partidarios sin matices” son los que más desean que se les tenga en cuenta.
- Los encuestados creen que les deberían tener en cuenta, pero pocos consideran que tengan gran capacidad de influir en el futuro de la isla. Puede decirse que los residentes consideran que no se les tiene suficientemente en cuenta. Las personas que llevan toda la vida en la isla consideran mayoritariamente que no tienen capacidad para influir en el futuro de la isla,

¹⁶³ Como dato curioso cabe mencionar que durante el trabajo de campo se observó que una proporción significativa de personas consideraban de gran utilidad para la isla estudios como el presente y mostraron interés por conocer los resultados.

mientras que los que nacieron fuera de la isla son mayoritariamente de la opinión que si tienen influencia.

- Hay un elevado grado de acuerdo en que el sector debe estar regulado y controlado por las administraciones insulares, principalmente entre las personas con mayor dependencia económica del sector. El 88% de la muestra, tanto en 2002 como en 2011, considera que debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones. Las personas nacidas fuera de la isla son las más partidarias del control por parte de la administración, mientras que los miembros de grupos ecologistas son menos entusiastas. En cuanto a la valoración de la oferta, los “anti-*all inclusive*” seguidos por los “partidarios con matices” son los más partidarios de que la gestión se lleve a cabo por las administraciones de la isla.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
1. Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.	2011	2,15%	7,18%	90,67%	4,325*	...
2. Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.	2011	32,30%	39,23%	28,47%	2,926	...
3. La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.	2011	11,00%	22,25%	66,75%	3,801*	...
4. Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	2002	3,54%	7,96%	88,50%	4,314*	-0,06
	2011	2,87%	8,85%	88,28%	4,256*	
5. Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	2002	4,42%	9,29%	86,28%	4,310*	0,10***
	2011	2,39%	4,78%	92,82%	4,414*	
6. Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	2002	46,46%	13,27%	40,27%	3,018	-0,16
	2011	45,22%	19,86%	34,93%	2,861**	
7. Creo que el turismo genera beneficios para todos.	2002	14,60%	7,52%	77,88%	3,982*	0,16**
	2011	8,13%	6,22%	85,65%	4,146*	
8. Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.	2002	28,32%	14,16%	57,52%	3,500*	-0,17
	2011	35,89%	14,11%	50,00%	3,333*	
9. Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	2002	11,50%	19,91%	68,58%	3,929*	-0,08
	2011	12,68%	21,77%	65,55%	3,847*	

*Significativo al 0,01; **Significativo al 0,05; ***Significativo al 0,1

Tabla 125: Valoración de diversos elementos para la gestión turística.

- La importancia de la participación de los empresarios en las decisiones sobre turismo genera división entre los encuestados y muchos consideran que tienen demasiada influencia política. Los que consideran que los empresarios tienen más influencia política son los universitarios, los que llevan pocos años en la isla, los que no trabajan con turistas o no dependen económicamente del sector. Las personas sin estudios universitarios, con fuerte dependencia económica del turismo o que trabajan con turistas no tienen una clara postura de oposición a

que los empresarios tomen las decisiones sobre turismo. Si dividimos a los residentes según su grado de apego vemos que los “integrados” son los únicos que mayoritariamente están a favor de que las decisiones las tomen los empresarios y son los que ven menos influencia política de los empresarios. Los “quemados” son las personas que consideran que los empresarios tienen más influencia política.

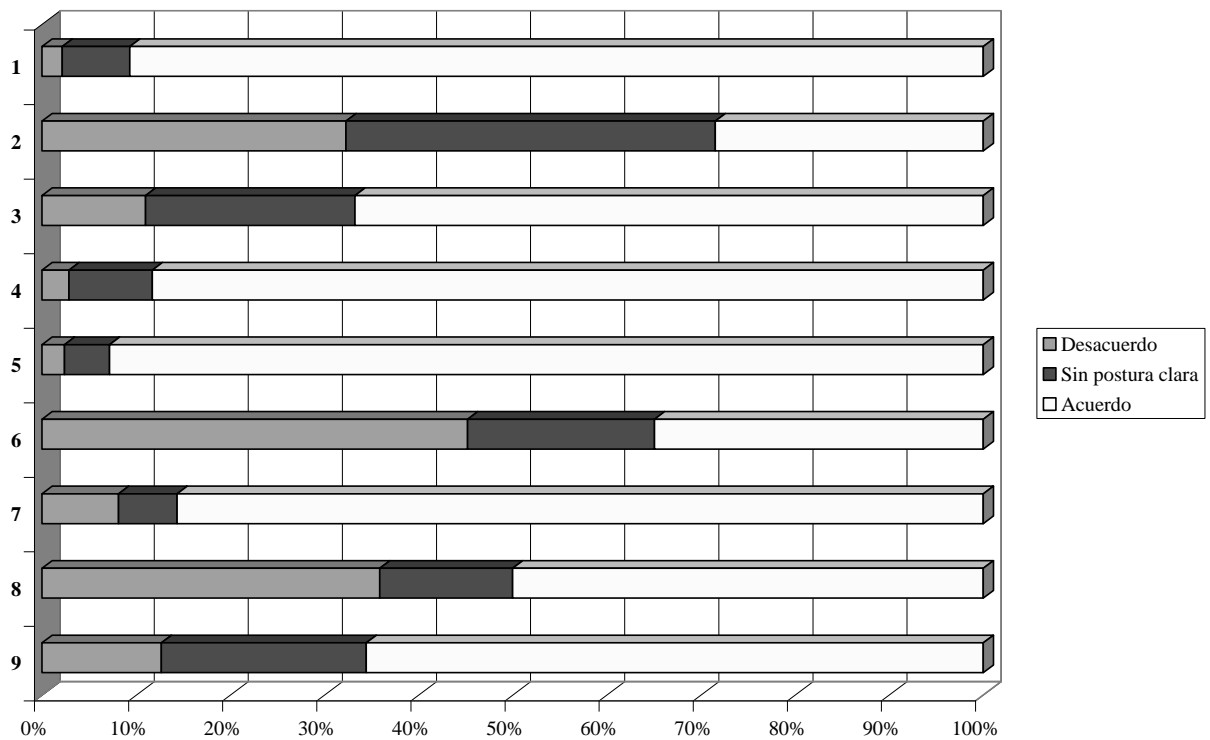


Figura 62: Cuestiones referentes a la gestión turística (2011).

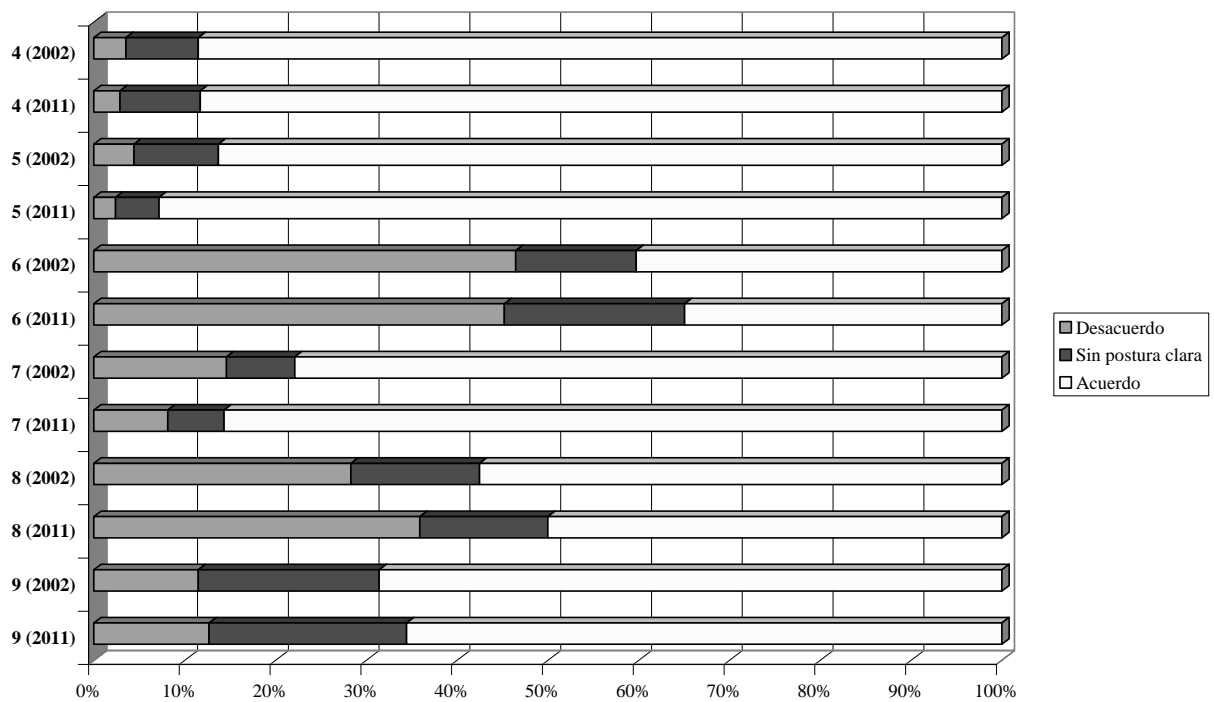


Figura 63: Comparativa referente a la gestión turística entre 2002 y 2011.

- Los encuestados consideran que el turismo genera beneficios para toda la población, pero un porcentaje importante considera que estos beneficios repercuten mayoritariamente en unos cuantos individuos. Los más críticos con el reparto de los beneficios del turismo son las personas con estudios universitarios, los menores de 25 años, los estudiantes y las personas que no trabajan o no dependen del turismo. De los distintos grupos según grado de apego, los “integrados” son los que están más de acuerdo con que el turismo genera beneficios para todos y no tienen una postura clara sobre si beneficia sólo a unos cuantos y los “de paso” son los más críticos con la distribución de los beneficios del turismo. De los distintos grupos generados según su actitud hacia la oferta turística, los “partidarios con matices” son los más críticos.
- El gran problema a afrontar por los gestores es la desestacionalización, repartir las llegadas de turistas entre todo el año, hecho que preocupa a la gran mayoría de los residentes (86,3% en 2002 y 92,8% en 2011). En relación al grado de preocupación de los residentes, los “desarrollistas” son los menos preocupados por desestacionalizar el turismo, mientras que los “proteccionistas” y los “históricos” son los más preocupados. En cuanto a la valoración de la oferta, los “anti-all inclusive” son los más preocupados por desestacionalizar.

En general, los residentes consideran que la gestión turística debe llevarla a cabo las administraciones de la isla teniendo en cuenta las opiniones de la población local. La visión que tienen es que actualmente su opinión no es suficientemente influyente y la de los empresarios excesiva. El turismo genera beneficios para todos pero especialmente para unos cuantos, según una parte importante de la muestra y la desestacionalización es prioritaria.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	4,1180 n = 1873	4,3142 n = 226	4,0860 n = 1511	4,1471 n = 136	F(2,1870) = 7,3204 p = 0,0007
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	4,1543 n = 1873	4,3097 n = 226	4,1443 n = 1511	4,0074 n = 136	F(2,1870) = 5,9924 p = 0,0025
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	2,6887 n = 1873	3,0177 n = 226	2,6466 n = 1511	2,6103 n = 136	F(2,1870) = 10,6184 p = 0,0000
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	3,6642 n = 1873	3,9823 n = 226	3,6029 n = 1511	3,8162 n = 136	F(2,1870) = 13,1549 p = 0,0000
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.	3,5900 n = 1873	3,5000 n = 226	3,6075 n = 1511	3,5441 n = 136	F(2,1870) = 0,8822 p = 0,4140
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	3,6967 n = 1873	3,9292 n = 226	3,6803 n = 1511	3,4926 n = 136	F(2,1870) = 8,5330 p = 0,0002

Tabla 126: Comparativa referente a la gestión turística entre islas (2002).

La muestra de 2002 englobaba Mallorca, Menorca e Ibiza, y las tres islas mostraban opiniones generales en el mismo sentido, pero en el caso de Ibiza se producía una mayor propensión a valoraciones positivas:

- En las tres islas es muy mayoritaria la opinión de que el turismo debe encontrarse regulado y controlado por las administraciones, pero en Ibiza es donde hay mayor grado de acuerdo.

- También es muy fuerte el grado de acuerdo con la desestacionalización del turismo en las tres islas. En este caso también Ibiza es la que muestra mayor grado de acuerdo.
- En cuanto a si los empresarios del sector deben tomar las decisiones sobre turismo, Ibiza es la única isla que no muestra una clara oposición a esta idea aunque es la que muestra mayor acuerdo con la afirmación de que tienen demasiada influencia política. Por tanto, es la isla que muestra una postura más proempresarial de las tres, ya que es la que reconoce más poder político de los empresarios pero es la que menos se opone.

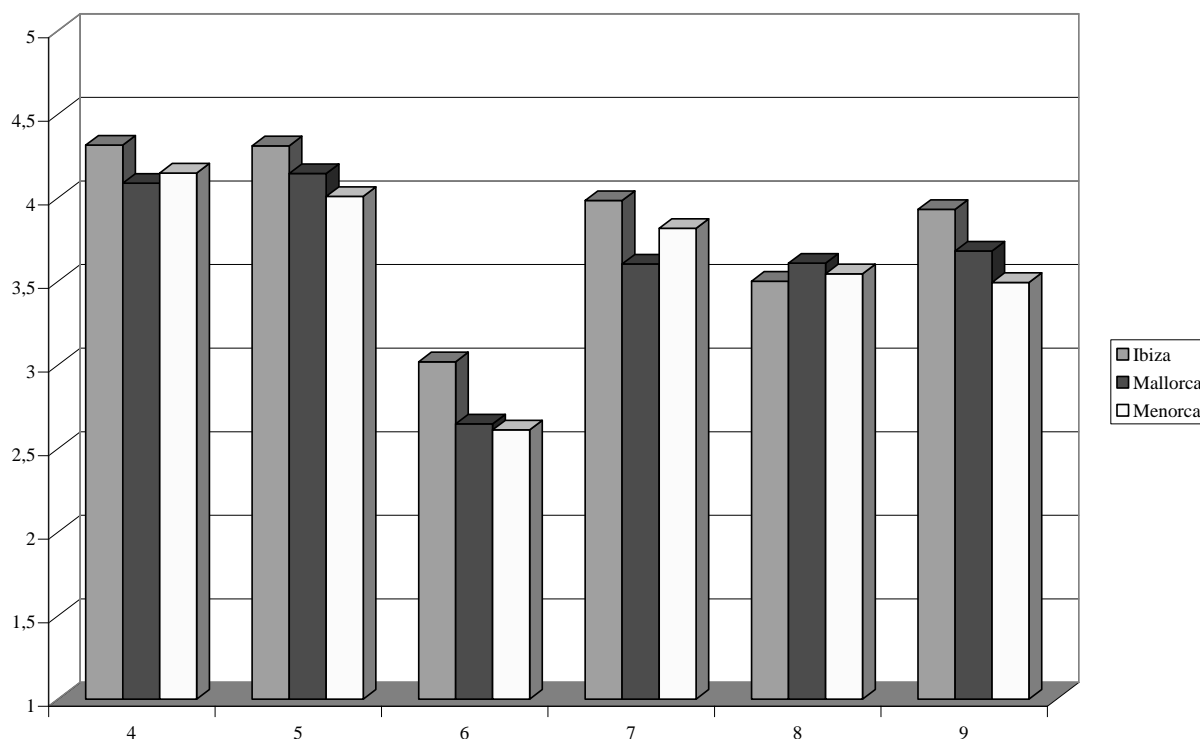


Figura 64: Comparativa entre islas referente a la gestión turística (2002).

- Ibiza es la isla donde es más fuerte la idea de que el turismo genera beneficios para todos. Probablemente porque es la isla donde el turismo implica a una mayor proporción de población residente.

Ibiza es la isla que muestra posturas más favorables a los empresarios, aunque también considera con más fuerza que el resto que debe existir regulación y control. Los ibicencos son menos críticos con el reparto de los beneficios generados por el turismo que los mallorquines y menorquines, parece que les preocupa más el reparto del turismo a lo largo del año que el reparto de los beneficios entre la población.

5.5. Aspectos generales.

Se preguntaron a los entrevistados diversas cuestiones generales, tanto sobre la situación de la isla como sobre la valoración global del impacto del turismo. El objetivo era tener unos valores de referencia para el análisis de otros aspectos más concretos. Los elementos generales que se consultaron dieron como resultado:

- El 78% de la muestra considera que la situación económica de la isla es preocupante. Este dato, con gran seguridad vinculado a la crisis general nacional e internacional, es el causante de la mayor parte de variaciones significativas entre las dos muestras utilizadas (2002 y 2011). Si los efectos de la crisis han resultado graves en todo el país, en Ibiza son peores por

la fuerte dependencia del turismo y las características propias del mismo, que amplifica la evolución general de la economía con enormes crecimientos en épocas de crecimiento y grandes descensos en épocas de crisis.

- La población no tiene una postura mayoritaria sobre si se vive mejor ahora que hace veinte años. El 24,6% no lo tiene claro, el 35,4% cree que no se vive mejor y el 40% considera que se vive mejor. El valor medio de esta variable no difiere significativamente de la valoración de indiferente. Los hombres, las personas con estudios universitarios y los profesionales liberales si consideran que se vive mejor. Las personas con estudios primarios, los asalariados y los desempleados consideran que se vive peor¹⁶⁴. Las diferencias de opinión entre grupos sociales posiblemente se deban al hecho de que en la actualidad las personas con pocos estudios lo tienen peor para encontrar trabajos en condiciones que hace 20 años.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia 11-02
1. La situación económica de la isla es preocupante.	2011	12,92%	9,09%	77,99%	3,978*	...
2. Se vive mejor ahora que hace veinte años.	2011	35,41%	24,64%	39,95%	3,060	...
3. Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	2002	10,62%	19,47%	69,91%	3,934*	0,24*
	2011	5,74%	13,64%	80,62%	4,177*	
4. El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	2002	7,52%	4,42%	88,05%	4,252*	-0,27*
	2011	10,29%	10,05%	79,67%	3,981*	
5. Los efectos positivos superan a los negativos.	2002	17,26%	12,83%	69,91%	3,805*	-0,15***
	2011	15,07%	19,62%	65,31%	3,660*	
6. Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	2002	11,06%	10,62%	78,32%	4,027*	-0,23*
	2011	13,16%	13,88%	72,97%	3,799*	
7. El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	2002	16,37%	11,95%	71,68%	3,916*	-0,30*
	2011	24,16%	10,77%	65,07%	3,615*	

*Significativo al 0,01; ***Significativo al 0,1

Tabla 127: Valoraciones generales.

Diversas cuestiones hacen referencia a cómo ven los residentes el turismo en general:

- En 2002 el 69,9% de los residentes estaban orgullosos de que tantas personas quisieran visitar Ibiza. En 2011 el 80,6% de los residentes se sentían orgullosos de que los turistas quisieran visitar la isla. Esta mejora puede deberse a dos elementos: la crisis que se vive en 2011, y a la mejora en la imagen y popularidad que ha vivido la isla en los primeros años del siglo XXI. Con el inicio de siglo se produjo una mejora en la imagen de la isla: es más

¹⁶⁴ En las primeras épocas del desarrollo turístico se observaban claras mejoras en las condiciones de vida de los residentes pero con el paso de los años las mejoras eran cada vez menores y los inconvenientes empezaban a ser perceptibles. En los últimos 20 años no se han producido cambios en los volúmenes de turistas, las condiciones laborales, los ingresos generados, la planificación turística, etc. suficientes como para que exista una postura mayoritaria partidaria de una mejora o un empeoramiento de las condiciones de vida de los residentes.

popular como destino de moda de lo que ya era antes, y son muy abundantes en los medios de comunicación las imágenes de famosos en Ibiza. Cabe mencionar que las personas que se sienten más orgullosas son las que trabajan o dependen económicamente del turismo, los que llevan más años en la isla, los que se sienten ibicencos y los que tienen menos estudios. En cuanto a la valoración de la oferta, los más orgullosos son los “partidarios sin matices” y los “anti-*all inclusive*”.

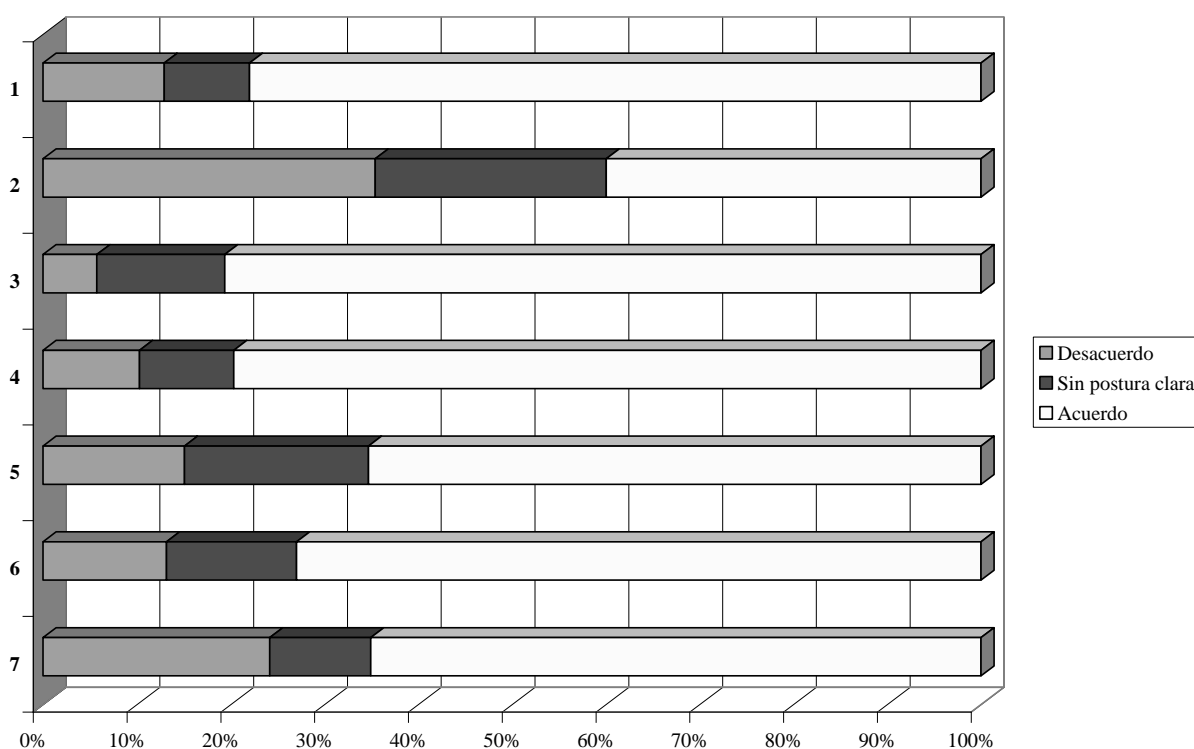


Figura 65: Aspectos generales del turismo (2011).

- Una amplia proporción de la muestra considera que el turismo tiene efectos positivos y negativos en la calidad de vida de los residentes (en 2002 el 88% y en 2011 el 79,7%), y los positivos superan a los negativos (el 69,9% en 2002 y el 65,3% en 2011). En cuanto al grado de apego, los “integrados” son los que tienen una opinión más favorable y los “de paso” más moderada. En cuanto a la valoración de la oferta, los “anti-*all inclusive*” son los que tienen una opinión más positiva. Esta podríamos decir que es la valoración general que realizan los residentes del turismo en Ibiza y es la valoración esperable para un destino con fuerte dependencia económica del turismo. En Ibiza el turismo ha constituido el camino para mejorar la calidad de vida de los residentes en el pasado y es la única alternativa capaz de mantenerla en el presente, como así reconocen los encuestados. Los más críticos son los que poseen estudios universitarios, hace muy poco que han llegado a la isla, no se sienten ibicencos, tienen menos de 25 años, son estudiantes o desempleados y los que no dependen económicamente del turismo. El 78,3% de la muestra de 2002 y el 73% de la muestra de 2011 consideran que gracias al turismo los residentes tienen una calidad de vida más elevada. Cabe mencionar que esta postura a perdido apoyos desde el 2002, posiblemente porque desde hace años hay más un mantenimiento que una mejora y por los efectos de la crisis económica en los datos de 2011. En cuanto al grado de apego, los “integrados” son los más convencidos de que el turismo ha mejorado la calidad de vida y los “de paso” consideran que ha mejorado la calidad de vida pero son los que menos.
- Finalmente, está muy claro para los residentes que el turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de la isla. Al no contemplar claros sectores alternativos, el turismo se

convierte en la única herramienta capaz de mantener el nivel de vida que ha generado y que los residentes no quieren perder. Aun así, el porcentaje de acuerdo con esta afirmación ha descendido del 71,7% en 2002 al 65,1% en 2011 y el porcentaje de desacuerdo llega al 24,2% en 2011. Este cambio probablemente este debido a que parte de los residentes desearían cierta diversificación de la economía local. Los más convencidos de la necesidad de buscar sectores alternativos son los jóvenes, las personas con estudios más elevados, los que no trabajan en turismo, las personas con menos ingresos familiares o cuyos ingresos no dependan del turismo. En cuanto a la valoración de la oferta, los “anti-all inclusive” son los más partidarios de que el turismo siga siendo la principal actividad económica de Ibiza, mientras que los “partidarios con matices” son los menos convencidos de ello.

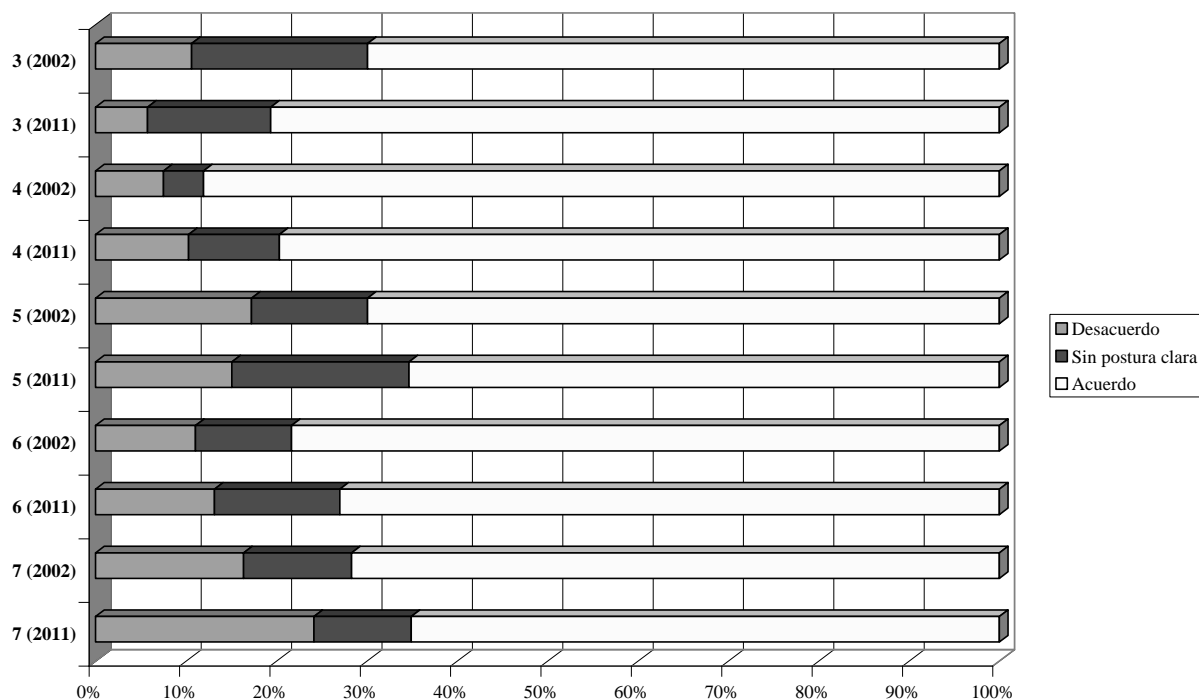


Figura 66: Comparativa de diversos aspectos generales entre 2002 y 2011.

Denominación	Total muestra	Isla			F de Snedecor
		Ibiza	Mallorca	Menorca	
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la Isla.	3,6850 n = 1873	3,9336 n = 226	3,6545 n = 1511	3,6103 n = 136	F(2,1870) = 7,9469 p = 0,0004
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	4,1452 n = 1873	4,2522 n = 226	4,1363 n = 1511	4,0662 n = 136	F(2,1870) = 2,3802 p = 0,0928
Los efectos positivos superan a los negativos.	3,7128 n = 1873	3,8053 n = 226	3,7009 n = 1511	3,6912 n = 136	F(2,1870) = 1,0692 p = 0,3435
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	3,8265 n = 1873	4,0265 n = 226	3,8114 n = 1511	3,6618 n = 136	F(2,1870) = 6,2670 p = 0,0019
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	3,6551 n = 1873	3,9159 n = 226	3,6459 n = 1511	3,3235 n = 136	F(2,1870) = 12,7990 p = 0,0000

Tabla 128: Comparativa de diversos aspectos generales entre islas (2002).

En general se puede afirmar que los residentes consideran la situación económica preocupante y están orgullosos del reconocimiento internacional que tiene Ibiza entre los turistas. Consideran que el turismo debe seguir siendo la principal actividad económica por que elevó la calidad de vida de los residentes, aunque desde hace 20 años no hay una mejora clara, y los efectos positivos del sector superan sus efectos negativos.

En el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se preguntó por algunas cuestiones que no aparecen en la muestra de 2002 pero si en la muestra de 2011. En 2002 eran ligeramente mayoritarios los que pensaban que la situación no era preocupante (valor medio de 2,81), mientras que en 2011 una gran mayoría estaba preocupado por la situación económica. Este resultado es lógico dada la crisis sufrida a partir de 2008. Ello ha conllevado un menor grado de acuerdo con el hecho de que se vive mejor que 20 años antes (en 2002 el valor medio de este ítem era de 3,32 mientras que en 2011 era de 3,06).

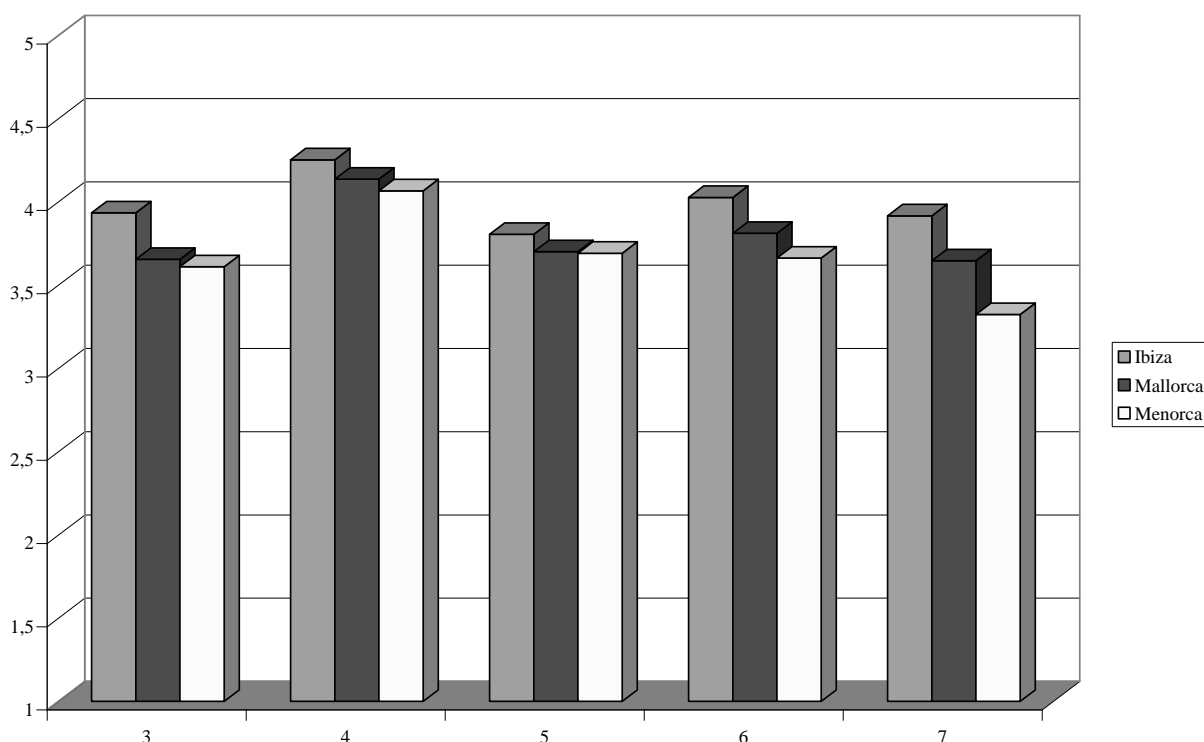


Figura 67: Comparativa entre islas de diversos aspectos generales (2002).

Las diferencias generales entre Mallorca, Menorca e Ibiza, con datos de 2002, son las siguientes:

- Los residentes de Ibiza son los que se sienten más orgullosos de que los turistas quieran visitar la isla. En los últimos años la imagen de Ibiza ha adoptado gran relevancia internacional en comparación con Mallorca y Menorca.
- Los ibicencos son los que muestran más acuerdo con que el turismo ha mejorado la calidad de vida y debe seguir siendo la principal actividad económica de las islas. Cabe recordar que Ibiza tiene una mayor dependencia del turismo que el resto de islas.

Al comparar las tres islas se puede observar que Ibiza destaca por tener las valoraciones más altas en todos los puntos. Muestran elevados niveles de acuerdo con las afirmaciones referidas a efectos positivos del turismo pero también con las afirmaciones referidas a los efectos negativos. Este elevado reconocimiento de los efectos positivos y negativos, junto con una visión general de mayor peso de los efectos positivos puede explicarse por la elevada dependencia turística de la isla.

5.6. Análisis de Componentes Principales.

El test de Bartlett (1950) permite contrastar la hipótesis nula de que la matriz de coeficientes de correlación no es significativamente distinta de la matriz identidad. Si se rechaza la hipótesis nula es adecuado utilizar el análisis factorial. En este caso la ji cuadrado con 770 grados de libertad da como resultado 8.530,83 rechazando la hipótesis nula a un nivel de significación del 0,01. A continuación se procede a la realización de un análisis factorial exploratorio de la muestra de 2011 mediante la técnica de Análisis de Componentes Principales, reteniendo los factores con un valor propio o autovalor mayor que 1.

Tras la rotación Varimax de los factores resultantes se conservan sólo las cargas superiores a 0,3 en valor absoluto, permitiendo ver más claramente las relaciones existentes entre los ítems y los factores. En negrita aparecen los valores propios superiores a 0,5 ya que los valores propios entre 0,3 y 0,5 son tenidos en cuenta o no según el autor de que se trate (Bigné, Sánchez y Sanz, 2009; Kuvan y Akan, 2005; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). De los 16 factores retenidos 6 tienen un alfa con un nivel bueno, dos tienen un valor de Alfa aceptable (Nunnally y Bernstein, 1994), dos tienen un Alfa muy bajo y dos más se pueden resumir en una sola variable. Los cuatro factores restantes poseen un valor de Alfa excesivamente pequeño. Los factores resultantes son:

Factor 1: Beneficios no económicos. Formado por 12 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,83. Mide la percepción de los beneficios no económicos generados por el turismo: conservación del patrimonio, las tradiciones y los recursos naturales, mejoras estéticas y de limpieza en las zonas urbanas, mejora de los servicios públicos, mejora de la oferta recreativa y lúdica, e intercambio cultural positivo entre turistas y residentes.

Factor 2: Impactos del turismo en el entorno. Formado por 6 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,75. Mide la valoración de los impactos del turismo en el entorno, en especial el medioambiente: ruidos, degradación medioambiental y saturación de espacios naturales.

Factor 3: Deseo de seguir creciendo. Formado por 7 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,79. Muestra el deseo de los residentes por seguir aumentando el turismo: más turistas, más plazas turísticas y más promoción turística.

Factor 4: Desajustes generados por el turismo. Formado por 5 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,61. Mide la percepción que tienen los residentes en relación al grado de desigualdades que ha generado el desarrollo turístico. Este factor mide variables referentes a diversos tipos de desigualdades: demasiado peso político de los empresarios, bajos ingresos públicos y un reparto desigual de los beneficios del turismo en la sociedad local.

Factor 5: Beneficios económicos. Formado por 6 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,72. Mide la percepción de los beneficios económicos que posee la población residente. Los principales beneficios económicos contemplados son la atracción de inversiones a la isla, la generación de empleo y el incremento de las oportunidades de negocio para los residentes.

Factor 6: Costes socioculturales. Formado por 9 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,79. Mide la valoración de los costes generados por el turismo y que afectan a la sociedad y cultura local. Entre los costes englobados en este factor tenemos: el pago de mayores impuestos y tasas municipales, la generación de inflación, pérdida de identidad cultural, inseguridad ciudadana, saturación de servicios e infraestructuras, etc.

Factor 7: Rechazo de las tasas turísticas. Formado por un sólo ítem que mide el grado de rechazo de los residentes a cobrar tasas o impuestos turísticos a los turistas.

Factor 8: Necesidad de cambios en la gestión. Formado por 3 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,54. Mide el deseo de los residentes de cambiar la situación actual y de que la población local sea tenida en cuenta para la toma de decisiones referentes al futuro desarrollo turístico.

Factor 11: Preocupación por el turismo de la isla. Formado por 5 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,58. Mide el grado de preocupación general de los residentes hacia el turismo como sustento económico de la isla.

Factor 1: Beneficios no económicos.	Cargas
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	0,710
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	0,677
El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.	0,630
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	0,584
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	0,581
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	0,516
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos.	0,436
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	0,409
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	0,405
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	0,340
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	0,336
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	-0,312
Alfa Cronbach	0,829
Factor 2: Impactos del turismo en el entorno.	Cargas
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	0,681
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.	0,618
La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.	0,611
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	0,572
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	0,569
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	0,346
Alfa Cronbach	0,751
Factor 3: Deseo de seguir creciendo.	Cargas
El número de turistas debería seguir aumentando.	0,804
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	0,741
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	0,711
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.	0,649
Debería incrementarse la promoción turística de la isla.	0,522
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	0,336
¿Por qué crecer tanto? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	-0,523
Alfa Cronbach	0,788

Tabla 129: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax.

Factor 4: Desajustes generados por el turismo.	Cargas
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	0,639
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	0,613
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.	0,580
El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).	-0,309
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	-0,410
Alfa Cronbach	0,610
Factor 5: Beneficios económicos.	Cargas
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	0,756
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	0,745
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	0,673
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	0,470
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	0,325
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos.	0,301
Alfa Cronbach	0,720
Factor 6: Costes socioculturales.	Cargas
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas.	0,744
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	0,736
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	0,652
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	0,496
El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad estén saturados.	0,462
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	0,455
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	0,403
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	0,377
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	0,329
Alfa Cronbach	0,786
Factor 7: Rechazo de las tasas turísticas.	Cargas
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.	0,702
Factor 8: Necesidad de cambios en la gestión.	Cargas
Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.	0,678
Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	0,500
Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.	-0,602
Alfa Cronbach	0,535

Tabla 130: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont.).

Factor 9.	Cargas
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	0,657
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	0,633
Tenemos un turismo de baja calidad.	0,348
Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.	-0,303
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	-0,452
Alfa Cronbach	0,431
Factor 10.	Cargas
Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.	0,724
Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.	0,556
Alfa Cronbach	0,331
Factor 11: Preocupación por el turismo de la isla.	Cargas
La situación económica de la isla es preocupante.	0,696
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	0,556
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	0,450
El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad estén saturados.	0,382
Tenemos un turismo de baja calidad.	0,366
Alfa Cronbach	0,577
Factor 12: Conflictividad social.	Cargas
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	0,621
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	0,535
Alfa Cronbach	0,656
Factor 13.	Cargas
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	0,640
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	0,453
¿Por qué crecer tanto? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	0,353
El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).	0,303
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	-0,349
Alfa Cronbach	-0,001

Tabla 131: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont. 2).

Factor 12: Conflictividad social. Formado por 2 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,66. Mide el grado de conflictividad social entre turistas, residentes e inmigrantes que los residentes consideran causado por el desarrollo turístico de la isla.

Factor 14: Mejora social a lo largo del tiempo. Este factor se podría reducir a una sola variable que mide si los residentes consideran que se vive mejor ahora que hace 20 años, permitiendo

medir si consideran que con el paso del tiempo mejoran las condiciones de vida de los residentes gracias al turismo.

Factor 15: Valoración general del turismo. Formado por 7 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,77. Este factor realiza una medición general de que opinan los residentes del turismo y sus efectos. Considerar que los efectos positivos del turismo superan los efectos negativos, el turismo ha mejorado la calidad de vida de los residentes, los residentes se sienten orgullosos de que tantos turistas quieran visitar la isla, la mejora de los servicios públicos o un reparto equitativo de los beneficios entre todos los residentes son variables que incrementan el valor de este factor.

Factor 14: Mejora social a lo largo del tiempo.	Cargas
Se vive mejor ahora que hace veinte años.	0,777
¿Por qué crecer tanto? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	-0,309
Alfa Cronbach	0,267
Factor 15: Valoración general del turismo.	Cargas
Los efectos positivos superan a los negativos.	0,680
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	0,665
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	0,532
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	0,485
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	0,471
Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	0,402
Debería incrementarse la promoción turística de la isla.	0,300
Alfa Cronbach	0,768
Factor 16.	Cargas
La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.	0,737
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	0,455
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	0,330
Alfa Cronbach	0,379

Tabla 132: Cargas significativas de los factores retenidos después de la rotación Varimax (Cont. 3).

Los factores 9, 10, 13 y 16 tienen una Alfa de Cronbach muy baja y son de difícil definición, por tanto su interpretación no resulta de utilidad. Los 12 factores restantes pueden ser un buen punto de partida para la confección de constructos útiles para análisis posteriores, como los modelos de ecuaciones estructurales, aunque es necesario un importante proceso de refinamiento. Este proceso de refinamiento y su aplicación a un modelo de ecuaciones estructurales se encuentra extensamente expuesto en el punto siete de este mismo capítulo.

5.7. Segmentación según actitudes de los residentes.

Como parte del análisis descriptivo se ha procedido a una segmentación de la muestra de 2011 según las actitudes de los residentes frente al turismo. Para ello se han usado 60 ítems (Anexo XVI) que miden diversos aspectos de las actitudes de los residentes hacia el turismo. Esta segmentación se ha realizado mediante un Análisis Cluster (Algoritmo de Howard-Harris)

realizado con el programa DYANE 4.0 (Santesmases, 2009), y se ha conservado la segmentación mayor que cumpla dos criterios: en todos los grupos hay al menos un 10% de la muestra contenido, y una nueva segmentación explicaría menos del 2% de la varianza. Se han adoptado estos criterios con la finalidad de obtener una segmentación lo más útil posible. Los cinco grupos resultantes se caracterizan por tener los valores descritos en el Anexo XVI en las diversas variables usadas en el análisis.

Nº de grupos	Varianza intragrupos con N grupos	Varianza entre grupos (explicada)	% de varianza explicada	% de incremento en la varianza explicada
1	27.968,37	0,00	0,00	0,00
2	24.914,14	3.054,23	10,92	10,92
3	23.968,09	4.000,28	14,30	3,38
4	23.151,11	4.817,27	17,22	2,92
5	22.540,14	5.428,23	19,41	2,18

Tabla 133: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.

- **Los “Partidarios Entusiastas” (19,6%).**

Respecto al total de la muestra, tiene más hombres, son personas más viejas y hay menos individuos que lleven toda la vida en la isla. En este grupo hay muchos empresarios y profesionales liberales, y pocos empleados y estudiantes. Es el grupo con la mayor proporción de personas que trabajan en contacto con los turistas y, por tanto, son los que consideran en mayor grado que sus ingresos bajarían mucho en caso de crisis turística. Este grupo usa en el entorno familiar el catalán/ibicenco menos que la media (57,3%).

Poseen la opinión más positiva de los impactos económicos del turismo. Son el grupo que está más de acuerdo con la generación de oportunidades de trabajo y de negocio y, aunque moderan su opinión, también son los individuos que consideran con mayor fuerza que los trabajos creados por el turismo son buenos. En cuanto al efecto del turismo en la inflación y las tasas, no tienen una postura clara en relación a si genera inflación o no y se oponen de forma mayoritaria a que se estén pagando más tasas por culpa del turismo. Aunque consideran que el turismo de la isla es de baja calidad, su postura es la más benévola de la muestra.

Es el grupo más partidario de que, gracias al turismo, se ha producido una mejora en los servicios públicos, tanto cuantitativa como cualitativa, ha mejorado el aspecto de las poblaciones, han aumentado las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos) y ha generado oferta lúdica de la cual se benefician los residentes. Después de los *Neutros*, es el grupo con una postura más moderada en cuanto a saturación de servicios e infraestructuras. Aunque consideran de forma mayoritaria que se genera saturación, su postura es más moderada que la de los otros tres grupos.

Son los más partidarios de considerar la cultura local como algo dinámico y cambiante. Es el grupo con una visión más positiva de los efectos del turismo sobre la sociedad y la cultura local. Son los que tienen una visión más positiva del intercambio cultural entre turistas y residentes y del trato recibido de los turistas, y son los más partidarios de que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio. Muestran una clara oposición a considerar el turismo como causa de la pérdida de costumbres e identidad y no poseen una postura mayoritaria sobre si ha ayudado o no a conservar las actividades tradicionales. Este grupo considera que el turismo no ha incrementado la delincuencia y los niveles de inseguridad. Y consideran que no hay conflicto cultural ni con inmigrantes ni con turistas.

No muestran críticas con los impactos del turismo en el medio ambiente. Consideran que el turismo favorece la conservación y no la degradación medioambiental, y tampoco provoca la saturación de los espacios naturales. Además no les molestan los ruidos procedentes de los establecimientos turísticos. Si consideran, aunque de forma moderada, que la degradación medioambiental dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.

Edad	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Menos de 25	55	14,07	5	6,58	18	19,15	13	16,05	4	4,55	15	28,85
25-34	102	26,09	14	18,42	23	24,47	27	33,33	18	20,45	20	38,46
35-44	98	25,06	18	23,68	30	31,91	17	20,99	19	21,59	14	26,92
45-54	88	22,51	23	30,26	13	13,83	17	20,99	33	37,50	2	3,85
55 o más	48	12,28	16	21,05	10	10,64	7	8,64	14	15,91	1	1,92
TOTAL	391	100,00	76	100,00	94	100,00	81	100,00	88	100,00	52	100,00

Ji cuadrado con 16 grados de libertad = 62,5634 (p = 0,0000)

Tabla 134: Distribución por edades de los grupos de residentes.

En cuanto a la evolución futura, este grupo se caracteriza por ser partidario de un aumento en el volumen de turistas. Es fuertemente partidario de aumentos en el volumen de turistas y se opone con gran intensidad a reducciones en el número de turistas, e incluso se opone a mantener los niveles actuales. Este grupo no se siente agobiado por los turistas en los meses de verano. Son los más partidarios de incrementar la promoción turística (con una puntuación media de 4,56 sobre 5). Son el único grupo que se opone a las tasas turísticas. Muestra cierta oposición a la apertura de áreas de servicios turísticos sin nuevos alojamientos vinculados. Creen que tienen capacidad para influir en el futuro de la isla. Consideran que el turismo genera beneficios para todos y se reparten de forma igualitaria. Son partidarios de que el turismo lo regule la administración pero también deben participar en la toma de decisiones los empresarios, a los que ven sin excesiva influencia política.

Categorías	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Bajarían mucho.	161	38,80	49	59,76	21	21,43	36	42,86	35	36,84	20	35,71
Bajarían.	170	40,96	28	34,15	42	42,86	32	38,10	47	49,47	21	37,50
No cambiarían.	82	19,76	4	4,88	35	35,71	15	17,86	13	13,68	15	26,79
TOTAL	415	100,00	82	100,00	98	100,00	84	100,00	95	100,00	56	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 48,6654 (p = 0,0000)

Tabla 135: Efecto de una crisis turística en los ingresos familiares de los distintos grupos de residentes.

No les preocupa la situación económica en mayor grado que a la media de la muestra. Consideran que se vive mejor ahora que hace 20 años y están muy orgullosos de que tanta gente quiera visitar la isla. Globalmente consideran que el turismo ha tenido efectos positivos y negativos, pero los positivos superan con mucho a los negativos y la calidad de vida se ha elevado mucho. Finalmente hay que decir que los miembros de este grupo están muy convencidos de que el turismo tiene que seguir siendo la principal actividad económica.

En relación al sentimiento de pertenencia y apego, este grupo tiene muchos “integrados”, más que ningún otro, y menos “quemados” y “de paso” que la media de la muestra. En cuanto al grado de preocupación mostrado por los miembros de este grupo, es el que engloba menos “proteccionistas” y, además, tiene más “desarrollistas” que la media de la muestra. En cuanto a su valoración de los diversos productos turísticos analizados, es el grupo con más “partidarios sin matices” (28,1%) y “anti-all inclusive” (45,1%) y con menos “moderados” (15,9%) y “partidarios con matices” (11%). Este grupo destaca por la elevada presencia de “partidarios” de las discotecas (42,7%).

- **Los “Críticos” (23,5%).**

Los miembros de este grupo son más jóvenes que la media de la muestra. Hay menos empresarios que en los otros grupos y más empleados, estudiantes y jubilados. Es el grupo con menos personas trabajando en contacto con los turistas y, consecuentemente, el menos afectado en sus ingresos familiares en caso de crisis turística. Este grupo usa en el entorno familiar el catalán/ibicenco más que la media (73,5%).

Después de los *Neutros* son los que muestran una visión más moderada en relación a los efectos económicos del turismo, llegando a una puntuación media sólo ligeramente positiva al preguntarles por la calidad de los trabajos generados. Este grupo posee la postura más crítica con la generación de inflación y pago de impuestos y tasas, sólo superada ligeramente por los *Partidarios Interesados*. Este grupo es el que considera con mayor intensidad que el turismo de la isla es de baja calidad.

Grupos	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Integrados	118	28,23	33	40,24	26	26,53	23	27,06	30	31,25	6	10,53
Quemados	102	24,40	15	18,29	29	29,59	22	25,88	18	18,75	18	31,58
De paso	100	23,92	16	19,51	23	23,47	17	20,00	24	25,00	20	35,09
Rechazados	98	23,44	18	21,95	20	20,41	23	27,06	24	25,00	13	22,81
TOTAL	418	100,0	82	100,0	98	100,0	85	100,0	96	100,0	57	100,0

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 21,1294 (p = 0,0485)

Tabla 136: Sentimiento de pertenencia y apego de los distintos grupos.

Junto a los *Neutros* tienen la opinión mayoritaria de que el turismo no ha mejorado los servicios públicos, ni cuantitativamente ni cualitativamente, siendo los más contrarios a creer que se han producido mejoras cualitativas. También son contrarios a considerar que el turismo ha mejorado el aspecto de los pueblos y ciudades y ha generado oferta lúdica apta para los residentes. Consideran que el sector ha ayudado a generar rentas públicas (vía tasas e impuestos), pero su apoyo a esta afirmación es inferior a la media de la muestra. Junto a los *Partidarios con Opinión Matizada* son los individuos más partidarios de que el turismo causa saturación, en especial en el tráfico.

Consideran que la cultura local es algo cambiante y dinámico, pero en menor grado que la media de la muestra. Es el grupo con la peor opinión de los efectos del turismo sobre la sociedad y la cultural local. No tienen una visión claramente positiva del intercambio cultural y consideran malo el trato recibido de los turistas. Consideran que el turismo no ha ayudado a conservar el patrimonio y mucho menos las actividades tradicionales. Consideran el turismo causa de un importante cambio cultural y de la pérdida de las costumbres e identidad colectiva. Junto a los *Partidarios Interesados*, es el grupo que considera con mayor fuerza que el turismo ha incrementado la inseguridad y delincuencia. Consideran que hay conflicto cultural con los inmigrantes y con los turistas pero lo opinan en menor grado que los *Partidarios Interesados*.

Es el grupo más crítico con los efectos medioambientales del turismo. Consideran que el turismo causa la degradación y saturación del medioambiente y no favorece la conservación de los recursos naturales. Esta degradación la consideran una grave dificultad para el desarrollo de nuevos proyectos. Les molestan mucho los ruidos procedentes de los establecimientos turísticos.

Grupos	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Históricos	147	35,17	31	37,80	34	34,69	33	38,82	34	35,42	15	26,32
Desencantados	44	10,53	11	13,41	13	13,27	14	16,47	3	3,13	3	5,26
Proteccionistas	124	29,67	16	19,51	37	37,76	18	21,18	33	34,38	20	35,09
Desarrollistas	103	24,64	24	29,27	14	14,29	20	23,53	26	27,08	19	33,33
TOTAL	418	100,0	82	100,0	98	100,0	85	100,0	96	100,0	57	100,0

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 27,8197 (p = 0,0059)

Tabla 137: Grado de preocupación de los distintos grupos.

En cuanto a la evolución futura, se oponen más que el resto a seguir aumentando el número de turistas, ven bien que se mantenga el nivel actual y son los únicos que estarían de acuerdo con una reducción progresiva. Se sienten muy agobiados por los turistas durante los meses de verano y son los menos partidarios de incrementar la promoción turística. Son los más partidarios de las tasas turísticas. Se oponen a la abertura de nuevas áreas de servicios turísticos, pero sobretodo se oponen a la creación de nuevas plazas de alojamiento. Son los que valoran más que se tenga en cuenta la opinión de la población, pero creen que no tienen capacidad para influir en el futuro de la isla. Consideran que el turismo genera beneficios pero el reparto es muy desigual. Son partidarios de que el turismo lo regule la administración y sin la participación de los empresarios en la toma de decisiones, ya que los consideran con excesiva influencia política.

No les preocupa la situación económica en mayor grado que a la media de la muestra. Consideran que no se vive mejor ahora que hace 20 años y son los que se sienten menos orgullosos de que tanta gente quiere visitar la isla. Globalmente consideran que el turismo ha tenido efectos positivos y muchos efectos negativos, siendo los negativos superiores a los positivos, aunque reconocen que la calidad de vida ha mejorado algo gracias al turismo. Finalmente hay que decir que consideran que el turismo no debe de seguir siendo la principal actividad económica, aunque no es una postura muy rotunda.

En relación al sentimiento de pertenencia y apego, este grupo tiene más “quemados” que la media de la muestra. En cuanto al grado de preocupación mostrado por los miembros de este grupo, hay más “proteccionistas” y menos “desarrollistas” que en ningún otro grupo. En cuanto a su valoración de los diversos productos turísticos analizados, es el grupo con menos “partidarios sin matices” (9,2%) y “anti-all inclusive” (28,6%) y con más “partidarios con

matices” (43,9%). Este grupo destaca por la elevada presencia de “detractores” de las discotecas (54,1%).

- **Los “Partidarios Interesados” (20,3%).**

Respecto al total de la muestra, tiene más mujeres y gente joven. Este grupo es el que tiene el menor porcentaje de individuos miembros de una asociación (23,5%). Es el grupo con menor uso del Catalán/ibicenco en su entorno familiar (55,3%).

Poseen una valoración de los efectos económicos del turismo ligeramente superior a la media y similar a la de los *Partidarios con Opinión Matizada*. Es el grupo que se muestra más de acuerdo con la afirmación de que el turismo genera inflación y mayores tasas e impuestos. Es el grupo más partidario de los impactos económicos negativos.

Al igual que los *Partidarios con Opinión Matizada*, considera por encima de la media de la muestra que se ha producido una mejora cualitativa y cuantitativa de los servicios públicos, los núcleos urbanos han mejorado su aspecto, las rentas públicas han aumentado y se ha generado oferta de ocio aprovechable por los residentes, todo ello gracias al turismo. Muestra una preocupación por la saturación ligeramente superior a la media muestral.

Considera la cultura un elemento dinámico en mayor proporción que la media. En relación a los impactos del turismo en la cultura y la sociedad, este grupo tiene una valoración muy similar a la media de la muestra salvo en el hecho de que considera con más intensidad que el resto que se ha producido un importante cambio en la cultura local y se ha producido una pérdida de las costumbres y la identidad locales. Junto con los *Críticos*, es el grupo que considera con mayor fuerza que el turismo ha incrementado la inseguridad y la delincuencia. Son los más partidarios de la existencia de conflicto cultural, tanto con los turistas como con los inmigrantes.

Grupos	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Partidarios sin matices	71	16,99	23	28,05	9	9,18	15	17,65	13	13,54	11	19,30
Moderados	82	19,62	13	15,85	18	18,37	15	17,65	20	20,83	16	28,07
Partidarios con matices	117	27,99	9	10,98	43	43,88	27	31,76	26	27,08	12	21,05
Anti-all inclusive	148	35,41	37	45,12	28	28,57	28	32,94	37	38,54	18	31,58
TOTAL	418	100,0	82	100,0	98	100,0	85	100,0	96	100,0	57	100,0

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 36,1658 (p = 0,0003)

Tabla 138: Grado de aceptación de distintos productos turísticos en los diversos grupos.

Después de los *Críticos* es el grupo más crítico con los impactos medioambientales del turismo. Consideran que el turismo causa la degradación y saturación del medioambiente. Esta degradación la consideran una grave dificultad para el desarrollo de nuevos proyectos. Este es el grupo al que más le molestan los ruidos procedentes de los establecimientos turísticos.

De cara al futuro, la postura de este grupo es similar a la de los *Partidarios Entusiastas* pero más moderada. Son partidarios de incrementar los turistas, se oponen con fuerza a reducirlos y muestran una postura moderadamente positiva hacia mantener el número de turistas.

Se sienten algo agobiados por los turistas durante el verano y son partidarios de incrementar la promoción turística en mayor medida que la media de la muestra. No tienen una postura clara sobre las tasas turísticas, pero no se oponen. Están moderadamente a favor de la apertura de nuevas plazas de alojamiento y áreas de servicios turísticos. Creen que tienen capacidad para

influir en el futuro de la isla. Consideran que el turismo genera beneficios para todos pero se reparten de forma desigual. Son partidarios de que el turismo lo regule la administración pero también deben participar en la toma de decisiones los empresarios, a los que ven con mucha influencia política.

Son el grupo más preocupado por la situación económica de la isla. Consideran que no se vive mejor ahora que hace 20 años pero se sienten muy orgullosos de que tantos turistas quieran visitar Ibiza. Globalmente consideran que el turismo ha tenido efectos positivos y negativos, pero los positivos superan a los negativos y la calidad de vida ha aumentado bastante. Finalmente, opinan que el turismo tiene que seguir siendo la principal actividad económica.

En relación al sentimiento de pertenencia y apego, este grupo tiene más “rechazados” que ningún otro. En cuanto al grado de preocupación mostrado por los miembros de este grupo, es el que contiene más “desencantados” y, además, tiene menos “proteccionistas” que la media de la muestra. Este grupo posee una visión de las discotecas parecida a la de los *Partidarios Entusiastas* pero más moderada.

- **Los “Partidarios con Opinión Matizada” (23%).**

Respecto al total de la muestra, tiene más hombres, sus miembros son más viejos y hay más individuos que llevan toda la vida en la isla. Este grupo tiene mayor proporción de funcionarios y empresarios, y menor proporción de estudiantes, parados y empleados. En este grupo hay más personas trabajando en contacto con los turistas que la media y consideran que sus ingresos bajarían en una gran mayoría de casos pero, en general, no de forma dramática. Es el grupo con la mayor proporción de miembros de asociaciones (46,9%), en especial de asociaciones culturales (17,7%), y posee la mayor proporción de usuarios del ibicenco en su entorno familiar (78,1%).

Poseen una valoración de los efectos económicos del turismo ligeramente superior a la media y similar a la de los *Partidarios Interesados*. En relación a la inflación, los impuestos y las tasas, este grupo posee valoraciones ligeramente inferiores a la media siendo ligeramente partidarios de que se genera inflación, y no poseen una postura clara sobre si genera un aumento de tasas e impuestos.

Al igual que los *Partidarios Interesados*, consideran por encima de la media que se ha producido una mejora cualitativa y cuantitativa de los servicios públicos, los núcleos urbanos han mejorado su aspecto, las rentas públicas han aumentado y se ha generado oferta de ocio aprovechable por los residentes, todo ello gracias al turismo. Este grupo es, junto a los *Críticos*, el que cree con mayor intensidad que el turismo causa saturación. En cuanto a la saturación de las carreteras su postura no es tan pésima como el resto de grupos.

Grupos	Total		Partidarios Entusiastas		Críticos		Partidarios Interesados		Partidarios con Opinión Matizada		Neutros	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Partidarios	114	27,27	35	42,68	10	10,20	29	34,12	27	28,13	13	22,81
Detractores	122	29,19	16	19,51	53	54,08	16	18,82	20	20,83	17	29,82
Intermedios	182	43,54	31	37,80	35	35,71	40	47,06	49	51,04	27	47,37
TOTAL	418	100,0	82	100,0	98	100,0	85	100,0	96	100,0	57	100,0

Ji cuadrado con 8 grados de libertad = 52,0537 (p = 0,0000)

Tabla 139: Actitud hacia el sector de las discotecas de los distintos grupos.

Considera la cultura local dinámica, pero en el mismo grado que la media. Este grupo posee una valoración más positiva que la media de los efectos del turismo en la cultura y el patrimonio local, no considerando al turismo el causante de un gran cambio en la cultura local y mucho menos de la pérdida de las costumbres e identidad local. Su opinión sobre el turismo como causante de inseguridad y delincuencia es similar a la media de la muestra. Consideran que no hay conflicto cultural con los inmigrantes y turistas, pero esta opinión no es tan rotunda como la de los *Partidarios Entusiastas*. Su postura hacia los efectos en el medioambiente es similar a la media de la muestra pero ligeramente más moderada.

De cara al futuro, consideran que se debe mantener el volumen actual de turistas, ni aumentarlo ni reducirlo, y mejorar la calidad del turismo. Son moderadamente partidarios de las tasas turísticas. Se oponen claramente tanto a la creación de nuevas plazas de alojamiento como a la apertura de nuevas áreas de servicios turísticos. Creen que no tienen capacidad para influir en el futuro de la isla. Son los más partidarios de que la gestión se realice a nivel insular. Creen que el turismo genera beneficios para todos pero hay cierta desigualdad en el reparto. Son partidarios de que el turismo lo regule la administración y sin la participación de los empresarios en la toma de decisiones, ya que los consideran bastante influyentes políticamente.

Les preocupa menos que a la media de la muestra la situación económica de la isla. Consideran que se vive mejor ahora que hace 20 años y están orgullosos de que tantas personas quieran visitar la isla. Globalmente consideran que el turismo ha tenido efectos positivos y negativos, pero los positivos superan a los negativos y la calidad de vida ha mejorado. Finalmente, opinan que el turismo tiene que seguir siendo la principal actividad económica.

En relación al sentimiento de pertenencia y apego, este grupo tiene menos “quemados” que la media de la muestra. En cuanto al grado de preocupación mostrado por los miembros de este grupo, es el que engloba menos “desencantados” y, además, tiene más “proteccionistas” que la media de la muestra.

- **Los “Neutros” (13,6%).**

Es el grupo con mayor proporción de mujeres, el más joven y el que tiene más individuos residiendo toda la vida en la isla. Este grupo tiene mayor proporción de empleados, estudiantes y parados, y menor proporción de empresarios y profesionales liberales. En este grupo hay menos personas trabajando en contacto con los turistas que la media y consideran que una crisis turística no les afectaría o lo haría de forma moderada. Es el grupo con menos miembros de asociaciones culturales (1,75%). Este grupo usa en el entorno familiar el catalán/ibicenco menos que la media (57,9%).

Aunque reconocen que el turismo ha generado puestos de trabajo y oportunidades de negocio, son el grupo con las valoraciones más bajas, en especial en relación a las oportunidades de negocio de los residentes. Cuando se les pregunta si los empleos generados son buenos, su valoración cae hasta una postura media de indiferencia. Aunque sus valoraciones son bajas, su principal crítica es cualitativa, no cuantitativa. Es el grupo más contrario a los efectos económicos negativos del turismo (inflación y mayores cargas fiscales).

Junto a los *Críticos* tienen la opinión mayoritaria de que el turismo no ha mejorado los servicios públicos, ni cuantitativamente ni cualitativamente, siendo los más contrarios a creer que se han producido mejoras cuantitativas. También son contrarios a considerar que el turismo ha mejorado el aspecto de pueblos y ciudades y ha generado oferta lúdica apta para los residentes. La postura general de este grupo en relación a si el turismo ha generado ingresos públicos (tasas e impuestos), es de indiferencia, siendo el grupo que valora más bajo este efecto. Es el grupo más contrario a pensar que el turismo satura los servicios e infraestructuras de la isla. Si muestran acuerdo con la idea de que se satura el tráfico, pero es más moderada que en el resto de grupos.

Es el único grupo con una visión de la cultura local mayoritariamente estática. Este grupo considera poco positivo el intercambio cultural con los turistas y el trato de los turistas con los residentes lo ve como poco respetuoso. No cree que el sector haya ayudado a la conservación ni

del patrimonio ni de las actividades tradicionales aunque no lo culpa de los cambios sociales acaecidos ni de la pérdida de las costumbres e identidad. Están poco convencidos de que los turistas causen un aumento de la delincuencia y la inseguridad ciudadana. Tienen la peculiaridad de considerar que hay conflicto con los inmigrantes pero no con los turistas, aunque ambas posturas son muy moderadas.

Su postura hacia los efectos del turismo en el entorno natural es similar a la media de la muestra, pero con más énfasis en la degradación que en la saturación de los recursos naturales. Además, no están de acuerdo con que el turismo ayude a la conservación de los recursos naturales y no tienen claro si la degradación del medioambiente puede dificultar o no el desarrollo de nuevos proyectos.

Este grupo muestra una postura ambigua de cara al futuro, se oponen claramente a una disminución del volumen de turistas, pero son ambiguos al preguntarles por si sería adecuado aumentar o mantener el volumen de turistas.

Se sienten algo agobiados por los turistas durante el verano. Son partidarios de incrementar la promoción turística en menor medida que la media de la muestra. Son moderadamente partidarios de las tasas turísticas. Son moderadamente partidarios de la abertura de nuevas áreas de servicios turísticos. Creen que no tienen capacidad para influir en el futuro de la isla. Consideran que se generan beneficios para todos pero se reparten de forma desigual. Son partidarios de que el turismo lo regule la administración y sin la participación de los empresarios en la toma de decisiones, ya que los consideran bastante influyentes políticamente.

Junto a los *Partidarios con Opinión Matizada* son los menos preocupados por la situación económica de la isla. Consideran que no se vive mejor ahora que hace 20 años y son de los menos orgullosos, junto a los *Críticos*, de que los turistas quieran visitar la isla. Globalmente reconocen efectos positivos y negativos, y consideran que los positivos son algo superiores a los negativos, pero no tienen claro si la calidad de vida ha mejorado. Finalmente, opinan que el turismo tiene que seguir siendo la principal actividad económica, aunque es el grupo que muestra una postura afirmativa más moderada.

En relación al sentimiento de pertenencia y apego, este grupo tiene muchos “quemados” y “de paso”, más que ningún otro grupo, y menos “integrados” que el resto de la muestra. En cuanto al grado de preocupación mostrado por los miembros de este grupo, es el que engloba menos “históricos” y más “desarrollistas”. Además, tiene más “proteccionistas” y menos “desencantados” que la media de la muestra. En cuanto a su valoración de los diversos productos turísticos, es el grupo con más “moderados” (28,1%).

5.7.1. Posicionamiento de los grupos de residentes.

Como complemento y resumen de la segmentación realizada se ha procedido a representar gráficamente el posicionamiento de los distintos segmentos. Para ello se han tomado dos baterías de impactos del turismo: la primera está formada por 15 preguntas referentes a impactos positivos del turismo, y la segunda se encuentra compuesta por 13 preguntas referentes a impactos negativos del turismo. Se hubieran podido añadir o quitar preguntas pero se ha optado por introducir todas las que hacían referencia a impactos positivos o negativos sin posibles ambigüedades¹⁶⁵.

Una vez seleccionadas las baterías de preguntas se ha procedido a calcular el promedio de las puntuaciones para cada grupo de preguntas y para cada grupo. El resultado es la obtención de dos valores entre uno y cinco que representan de forma muy escueta la importancia que le conceden a los impactos positivos y negativos. Estos datos, junto con el tamaño porcentual de los segmentos y los valores medios de la muestra, aparecen en la Tabla 142. Al representar las medias obtenidas se obtiene un resultado que recuerda el de Madrigal (1995) y, especialmente,

¹⁶⁵ Como serían elementos que no está claro si son positivos o negativos o que preguntan por elementos no considerables como impactos de turismo, por ejemplo preguntas referentes a como debe gestionarse el turismo o que tendencia de futuro debe tomar esta gestión.

el de Fredline y Faulkner (2000) y se parece mucho a la división teórica propuesta en la primera parte de esta tesis.

Res 001	Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.
Res 002	El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.
Res 003	El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.
Res 006	El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.
Res 007	Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).
Res 013	El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.
Res 015	El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.
Res 016	El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.
Res 017	El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.
Res 018	El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.
Res 019	El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.
Res 029	El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.
Res 038	El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).
Res 042	La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.
Res 047	Creo que el turismo genera beneficios para todos.

Tabla 140: Batería de impactos positivos.

Res 008	El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.
Res 009	El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.
Res 010	El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.
Res 011	El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.
Res 012	Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).
Res 020	El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.
Res 022	El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.
Res 024	El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.
Res 026	Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.
Res 027	El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.
Res 028	El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.
Res 031	Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.
Res 048	Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.

Tabla 141: Batería de impactos negativos.

Podemos ver que los *Partidarios Entusiastas* muestran una puntuación media de los impactos positivos de 4,069, la más alta con diferencia, y una puntuación media de los impactos negativos de 2,699, siendo el único grupo que está en contra de la existencia de impactos negativos. Además, al comprobar impacto por impacto se observa que estas medias son muy representativas de la puntuación de los impactos contenidos. Son el grupo más partidario de considerar los impactos positivos superiores a los negativos. La única diferencia entre el modelo teórico y el estudio empírico es que en este último caso se encuentra un poco más a la derecha, pero es esperable si tenemos en cuenta que estudios como los de Madrigal (1995) y Fredline y Faulkner (2000) muestran un resultado muy parecido, y en un destino tan masificado como Ibiza es difícil no percibir algún tipo de efecto negativo que pueda achacarse al turismo y haga que incluso los más optimistas moderen su postura al respecto.

Un grupo de gran tamaño relativo (23,4%) es el de los *Críticos*. Muestran indiferencia con la existencia de impactos positivos y un elevado nivel de acuerdo con la existencia de impactos negativos. Son el grupo más pesimistas y a la pregunta “los efectos positivos superan a los negativos” son los únicos que muestran desacuerdo, aunque moderado. Al comparar con el modelo teórico se observa una postura general hacia los impactos positivos que no es contraria a los mismos. Posiblemente el hecho de tratarse de un grupo muy grande y la crisis económica sean las causas de que esta media sea más favorable. Al ser tan grande el grupo es esperable que dentro de él existan personas muy críticas y personas moderadamente críticas o con posturas puntualmente favorables. La crisis parece haber causado, comparando las respuestas de 2002 con las de 2011, unas respuestas más favorables hacia el turismo debido a su inmensa importancia económica y a la necesidad que tienen los residentes de salir de la actual situación. Estos dos elementos podrían explicar porque no muestran una clara oposición a la existencia de impactos positivos causados por el turismo.

Grupo	Media de los Impactos Positivos	Media de los Impactos Negativos	Tamaño del Segmento
Partidarios Entusiastas	4,069	2,699	19,6%
Críticos	3,013	4,081	23,4%
Partidarios Interesados	3,700	3,909	20,3%
Partidarios con opinión Matizada	3,817	3,275	23,0%
Neutros (Sin Opinión Formada)	3,017	3,133	13,6%
Total de la Muestra	3,547	3,462	100,0%

Tabla 142: Puntuaciones medias de los impactos positivos y negativos.

La principal diferencia entre los resultados que se prevén en la teoría y los que se observan en la práctica se produce en los dos grupos moderadamente partidarios: *Partidarios con Opinión Matizada* y *Partidarios Interesados*. En este caso se produce un intercambio de las posiciones relativas de los dos grupos, posiblemente debido a los efectos de la crisis económica:

- Los *Partidarios Interesados* son personas mayoritariamente de fuera de la isla y suelen preocuparles poco los impactos negativos del turismo al buscar principalmente el beneficio personal. Pero la crisis económica parece que les ha afectado de lleno y muestran una enorme preocupación por la situación económica de la isla. En realidad son los más preocupados, y parece que afectados, por la crisis. En realidad los impactos negativos que más importancia tienen para ellos son los económicos y los referentes a saturación de infraestructuras y servicios. Los *Partidarios Interesados* consideran que el volumen de turistas debería aumentar, o en su defecto mantenerse, y que se vive peor hoy que hace 20 años. Este grupo está de acuerdo con que “los efectos positivos superan a los negativos” por encima de la media.

- Por el contrario, los *Partidarios con Opinión Matizada* son personas mayoritariamente nacidas en la isla con trabajos vinculados al turismo y una posición económica que les permite un nivel de preocupación por la crisis menor a la media de la muestra. Probablemente la combinación del reconocimiento de la dependencia económica con una situación personal menos mala que la media explique porque dan poca importancia a los impactos negativos del turismo. Los *Partidarios con Opinión Matizada* consideran que el volumen de turismo actual es el adecuado y se vive mejor hoy que hace 20 años. Este grupo está de acuerdo con que “los efectos positivos superan a los negativos” por encima de la media y algo por encima de los *Partidarios Interesados*.

En resumidas cuentas, los *Partidarios con Opinión Matizada* consideran que hay el volumen óptimo de turismo con los niveles de 2010, mientras que para los *Partidarios Interesados* es insuficiente. Es esperable que cuando desaparezca la crisis estos dos grupos se acerquen o incluso intercambien sus posiciones. Al mejorar las condiciones económicas de los *Partidarios Interesados* es probable que se tranquilicen y no muestren posturas tan pesimistas. Los *Partidarios con Opinión Matizada* es posible que muestren más críticas a los impactos negativos, ya que en ausencia de crisis el volumen de turistas sería sensiblemente superior.

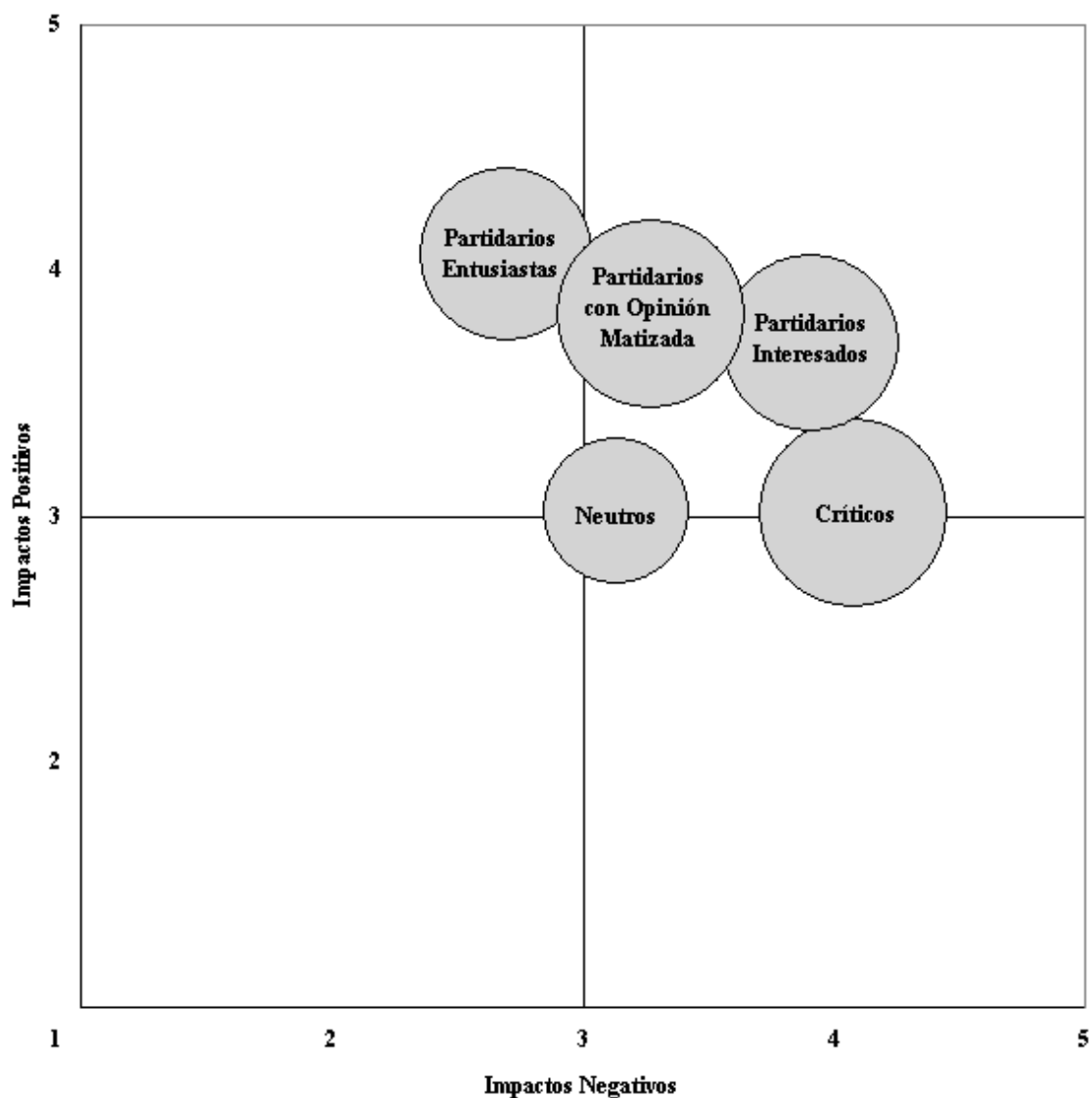


Figura 68: Grupos de residentes según actitud hacia el turismo (2011).

El 13,6% de la muestra posee valores medios inferiores a la media de la muestra tanto en relación a los impactos positivos como en relación a los impactos negativos. En general este grupo muestra respuestas muy moderadas y ambiguas hacia las distintas preguntas. Son personas que se consideran de paso o que les gustaría ir a vivir a otro lugar. Al preguntarles si “los efectos positivos superan a los negativos” muestran un moderado acuerdo, muy inferior al del resto de segmentos con actitud general positiva. Este podríamos decir que es el grupo de los *Neutros* o de los *Sin Opinión Formada* porque, aunque opinan sobre el turismo, sus posturas son muy moderadas y ambiguas, mostrando una falta de criterio sólo explicable por la falta de contacto directo con la actividad turística.

5.7.2. Mapa de actitudes de los residentes de Ibiza.

Los datos de la segmentación de los residentes se pueden resumir en un tipo de gráfico distinto al usado en el apartado anterior. En la primera parte de esta tesis se presenta una segmentación teórica de las actitudes de los residentes frente al turismo. Esta segmentación plantea la posibilidad de que se den hasta cinco grupos claramente diferenciados por sus actitudes. Como un paso más en este desarrollo teórico se propone la posibilidad de usar una tabla de datos resumen que represente el cruce entre los grupos de actitudes y una variable demográfica. El dato contenido en cada una de las casillas de la tabla es el porcentaje de la muestra que posee una determinada actitud y una determinada categoría de la variable demográfica. A esta tabla y a sus representaciones gráficas le llamamos “Mapa de Actitudes”¹⁶⁶, por el tipo de gráfico usado para visualizar los datos del cuadro.

A priori, y en base a la literatura existente, parece que las variables más interesantes para el cruce son los años residiendo en el destino turístico y si se ha nacido o vivido desde siempre en el. De los segmentos de actitudes, uno de los dos de la parte de *Sin Opinión Clara* desaparecerá con gran probabilidad y en la parte *Con Opinión Formada y Clara* puede desaparecer uno de los grupos de partidarios moderados o fusionarse ambos, en casos excepcionales. En todo caso, es muy recomendable mantener siempre las mismas divisiones en las aplicaciones empíricas para posibilitar las comparaciones en el tiempo (estudios realizados en un destino pero en momentos del tiempo distintos) y en el espacio (comparar diversos destinos en un mismo momento), aunque existan divisiones sin datos. También es posible crear otros mapas de actitudes cruzando los grupos de actitudes con otras variables demográficas que resulten significativas y compliquen la representación gráfica tradicional.

El objetivo pretendido con la idea del “Mapa de Actitudes” es conseguir resumir la información más relevante de un análisis descriptivo de las actitudes de los residentes en una imagen lo más intuitiva y sencilla posible.

A continuación se presenta el “Mapa de Actitudes” de los residentes de Ibiza según la muestra de 2011, tomando las dos variables demográficas antes expuestas (años residiendo en la isla y si se ha nacido o no en ella). La distribución por tramos de edad es muy parecida a la que muestran los datos poblacionales, tal y como se ha mostrado al principio del análisis. La proporción entre nacidos en la isla y nacidos fuera se ha corregido parcialmente con la finalidad de evitar un excesivo sesgo entre la muestra y la población, ya que los nacidos en Ibiza han contestado en una proporción mayor que los nacidos fuera de la isla.

Los tramos de años, tanto para los nativos como para los foráneos se han diseñado para que sean equivalentes. Existe una relación entre los años que llevan en la isla y la edad de los individuos significativa al 0,01. Según los datos de la muestra, parece ser que la gran mayoría de las personas nacidas fuera de la isla se establecieron en ella a una edad comprendida entre los 20 y los 30 años.

En las Figuras 73 y 74 vemos la tabla del mapa de actitudes convertido en algo semejante a un mapa topográfico. Las montañas muestran grupos de población que destacan por una

¹⁶⁶ Este tipo de representación gráfica es muy usada en ciencias para representar enormes volúmenes de datos interrelacionados.

combinación de variables demográficas y actitudes hacia el turismo. Los valles muestran grupos poco significativos, cuantitativamente hablando.

ISLA DE IBIZA 2011 (100%)		Con Opinión Formada y Clara (87,3 %)				Sin Opinión Clara (12,7 %)
		Partidarios Entusiastas (20,4 %)	Partidarios con Matices (22,1 %)	Partidarios Interesados (20,8 %)	Críticos (24,1 %)	Neutros (12,7 %)
Nativos (62,4 %)	Menos de 25 años (8,4 %)	0,8%	0,8%	1,2%	2,6%	3,0%
	De 25 a 34 años (13,7 %)	2,2%	1,8%	3,2%	3,0%	3,6%
	De 25 a 34 años (11,6 %)	2,0%	2,8%	2,4%	2,8%	1,6%
	De 25 a 34 años (10,6 %)	1,6%	5,0%	2,2%	1,6%	0,2%
	Más de 54 años (5,8 %)	2,2%	1,8%	0,6%	1,2%	0,0%
Foráneos (37,6 %)	Menos de 5 años (7,6 %)	1,0%	0,7%	2,6%	2,3%	1,0%
	De 5 a 14 años (15,6 %)	4,0%	2,6%	3,6%	4,6%	0,7%
	De 15 a 24 años (6,6 %)	1,3%	1,7%	1,0%	2,0%	0,7%
	De 25 a 34 años (13,6 %)	3,3%	3,6%	2,0%	3,3%	1,3%
	Más de 34 años (6,6 %)	2,0%	1,3%	2,0%	0,7%	0,7%

Tabla 143: Mapa de Actitudes de Ibiza (datos).

Al realizar las tabulaciones cruzadas de las variables usadas en el “Mapa de Actitudes” vemos que las personas nativas muestran actitudes significativamente distintas según el grupo de edad (lado izquierdo de las figuras), pero las personas nacidas fuera no muestran diferencias significativas en sus actitudes en relación a los años residiendo en la isla (lado derecho de las figuras). Este hecho se puede observar en la existencia de una “formación montañosa” situada en diagonal en el lado izquierdo y dos “cordilleras” paralelas en el lado derecho.

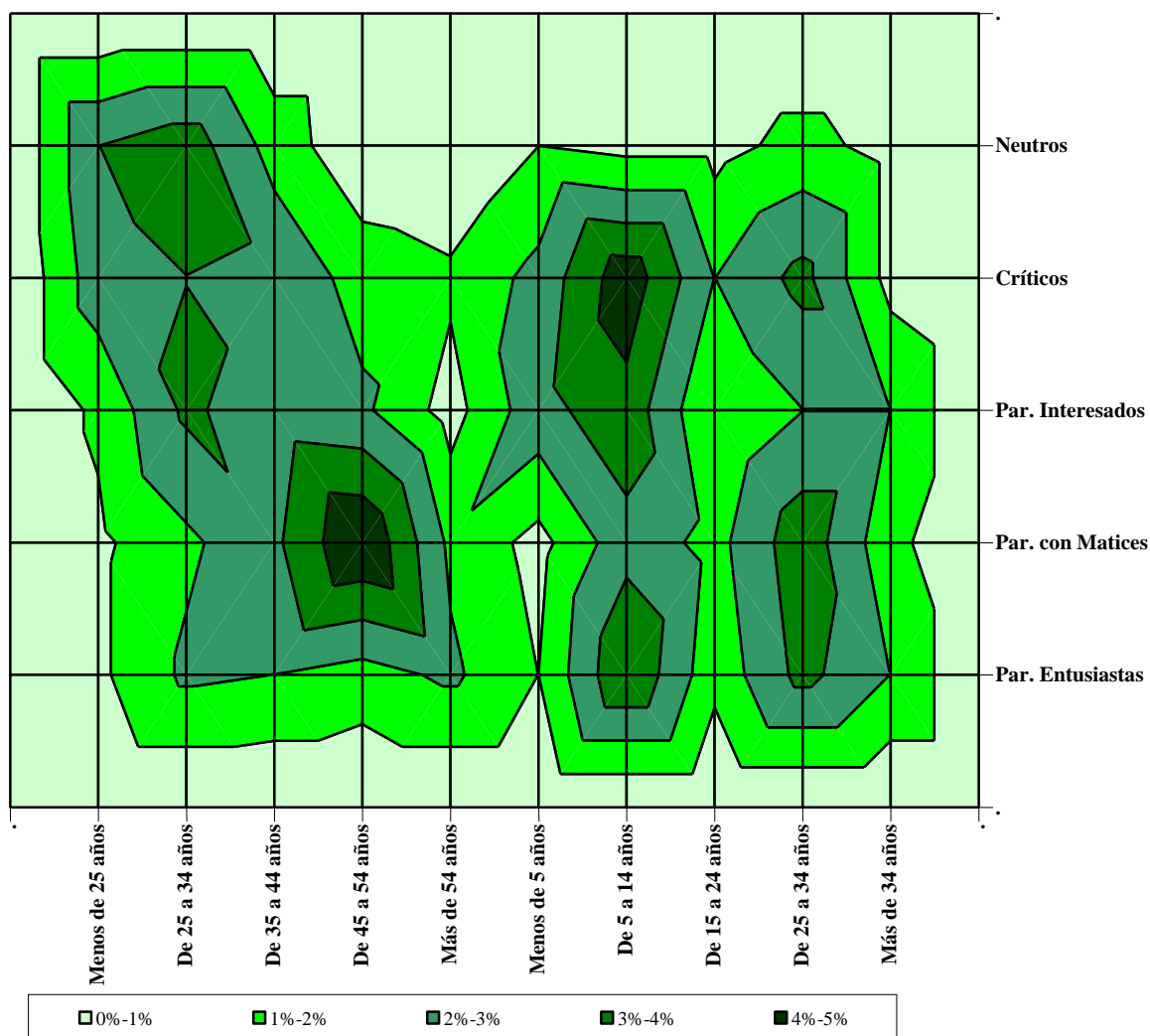


Figura 69: Mapa de Actitudes de Ibiza (imagen 2D).

La “formación montañosa” de la izquierda indica que con la edad varía la actitud de los nacidos en la isla, siendo más positivas las personas de más edad y más negativas o neutras las personas jóvenes. Las dos “cordilleras” de la derecha corresponden a las personas nacidas fuera de la isla e indican que no son significativos los años que se lleve viviendo en la isla en la actitud hacia el turismo. El valle entre las dos “cordilleras” es explicable por la crisis de finales de los ochenta y principios de los noventa. El resultado de esta forma de representación gráfica es que de un rápido vistazo se observa que:

- Los dos grupos más voluminosos de residentes son los nativos que rondan los 50 años y son *Partidarios con Matices*, y las personas que llegaron entre finales de los noventa y principios del siglo XXI y son *Críticos* con el sector.
- Los *Neutros* destacan por ser mayoritariamente jóvenes de menos de 35 años nacidos en la isla. Posiblemente exista en la población de la isla un importante grupo de *Neutros* entre los

inmigrantes llegados en los últimos años, pero este grupo es muy reacio a contestar cuestionarios.

- Los *Partidarios Entusiastas* son personas llegadas desde fuera de la isla en su mayoría. Parece que entre los grandes beneficiados del desarrollo turístico hay más personas llegadas desde fuera de la isla que nacidas en ella.
- La crisis económica de finales de los ochenta y principios de los noventa se hizo notar en la población de la isla, en especial entre las personas no nacidas en ella. Los datos demográficos muestran que muchas personas abandonaron la isla en esos años, invirtiéndose la tendencia de otras épocas.
- Los *Partidarios con Matices* son mayoritariamente personas mayores y en gran parte nacidas en la isla. La edad y, sobretodo, conocer la evolución de la isla a lo largo de muchos años facilita que se conozcan los pros y contras del turismo con gran profundidad.
- Las personas con pocos años en la isla son el grupo más abundante dentro de los *Críticos* con el turismo. Los recién llegados tienen la capacidad de detectar los contrastes y peculiaridades de la isla en relación a otras regiones, haciéndolos más críticos.

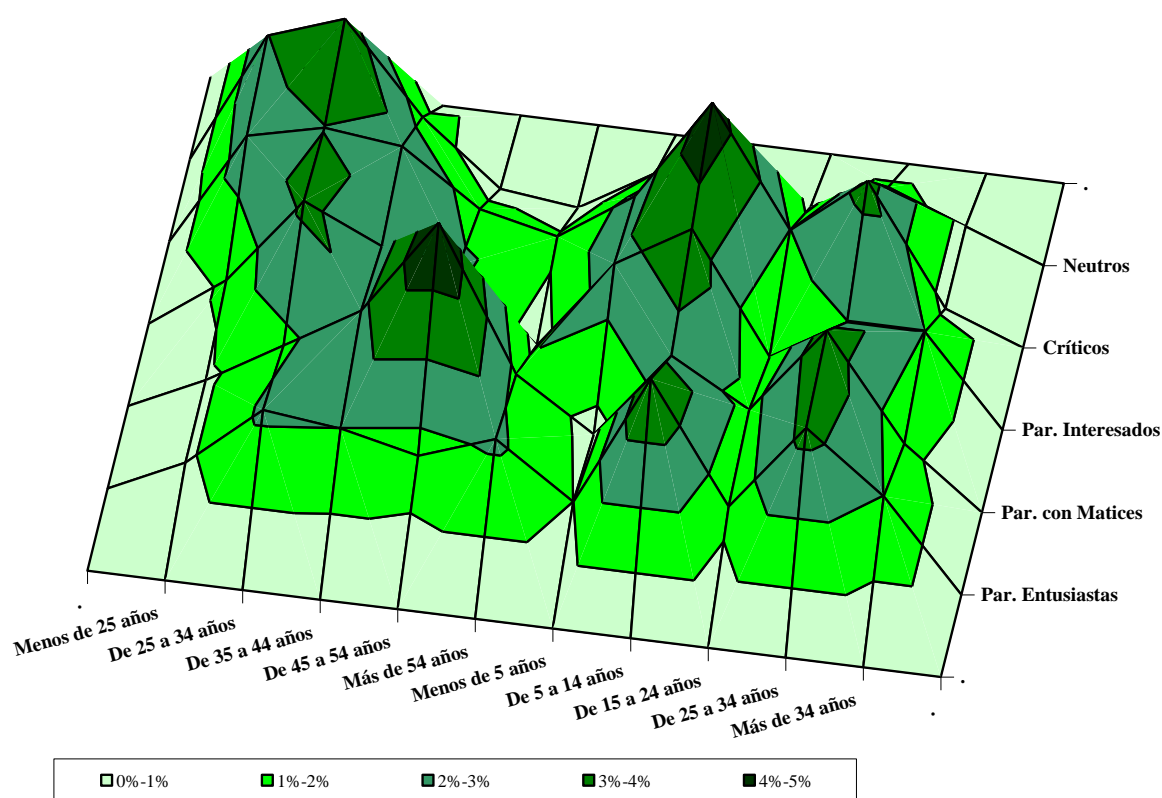


Figura 70: Mapa de Actitudes de Ibiza (imagen 3D).

Posiblemente la gestión de las actitudes de los residentes se pueda resumir en intentar conciliar la visión de los recién llegados *críticos*, con la visión de los nativos de más edad y *partidarios con matices*.

El “Mapa de Actitudes” podría crearse usando otras variables demográficas, pero en este estudio ninguna otra variable muestra las cualidades necesarias para que resulte interesante el uso del “Mapa de Actitudes”: Ji cuadrado de la tabulación cruzada significativa y variable demográfica con suficientes categorías como para generar una imagen más visual con el “Mapa” que con otro tipo de gráficos más convencionales. La mayoría de variables demográficas no muestran

diferencias significativas en la tabulación cruzada con los grupos de actitudes. Las que muestran diferencias significativas son en su mayoría de dos o tres categorías. La única excepción es la variable edad, la cual cumple ambas condiciones.

6. Imagen del sector del ocio nocturno.

Como parte del estudio, en la muestra de 2011 se realizaron un conjunto de preguntas referentes al ocio nocturno y, en especial, las discotecas. El objetivo era realizar una primera aproximación al estudio de las actitudes de los residentes hacia el sector de las discotecas, algo de lo que no hay antecedentes conocidos en las principales revistas académicas de ocio y turismo. Se preguntó sobre la imagen general del sector y sobre cómo se gestiona el sector, tanto por parte de los empresarios como de las administraciones. A parte de ello hay dos preguntas más: una referida a los impactos negativos del sector sobre la población residente y otra de medición del grado de conocimiento de la principal iniciativa para dinamizar el sector.

Categorías	Total		Bajarían mucho		Bajarían		No cambiarían	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy en desacuerdo	41	9,88	11	6,83	15	8,82	15	18,29
En desacuerdo	90	21,69	26	16,15	46	27,06	16	19,51
Indiferente	84	20,24	36	22,36	27	15,88	21	25,61
De acuerdo	158	38,07	67	41,61	67	39,41	24	29,27
Muy de acuerdo	42	10,12	21	13,04	15	8,82	6	7,32
TOTAL	415	100,00	161	100,00	170	100,00	82	100,00

Ji cuadrado con 12 grados de libertad = 27,1991 (p = 0,0072)

Tabla 144: Tabulación de "me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla" y efecto de una crisis.

Categorías	Total		Hombre		Mujer	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy en desacuerdo	156	37,41	53	35,10	103	38,72
En desacuerdo	154	36,93	46	30,46	108	40,60
Indiferente	46	11,03	17	11,26	29	10,90
De acuerdo	47	11,27	24	15,89	23	8,65
Muy de acuerdo	14	3,36	11	7,28	3	1,13
TOTAL	417	100,00	151	100,00	266	100,00

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 18,3941 (p = 0,0010)

Tabla 145: Tabulación de "el turismo clubber puede considerarse turismo de calidad" y sexo.

Aunque al 47,85% de los encuestados les gusta la oferta de ocio nocturno de la isla, al 31,82% no les gusta y un 20,33% tiene una postura indiferente o no contesta. La población a la que gusta la oferta de ocio nocturno se caracteriza por ser mayoritariamente hombres (al 55,63% les gusta y al 25,16% no) y trabajar en contacto con los turistas (al 50,28% les gusta y al 26,95% no) o depender económicamente del turismo (cuanto más afectados se verían los ingresos por

una crisis turística mayor es la preferencia por la oferta de ocio nocturno). Entre las mujeres (al 43,23% les gusta y al 35,71% no) y las personas que no trabajan con turistas (al 43,31% les gusta y al 40,13% no) la postura general es entre indiferencia y ligeramente positiva. Entre las personas que no dependen económicamente del turismo hay un ligero predominio del rechazo a esta oferta.

	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media
Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.	31,82%	20,33%	47,85%	3,160*
El turismo <i>clubber</i> (turistas que vienen por las discotecas) puede considerarse turismo de calidad.	74,40%	11,00%	14,59%	2,062*
Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.	14,59%	14,59%	70,81%	3,763*
Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.	10,53%	6,22%	83,25%	4,026*
El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.	14,35%	10,05%	75,60%	3,856*
Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.	46,65%	17,94%	35,41%	2,806*
Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.	68,18%	11,72%	20,10%	2,299*
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.	70,57%	12,44%	16,99%	2,203*
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.	51,67%	27,27%	21,05%	2,512*
Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.	53,59%	33,25%	13,16%	2,421*
El Clúster musical <i>Ibiza Music Cluster</i> es muy conocido por la población.	45,45%	42,34%	12,20%	2,526*

*El test t de la media rechaza la hipótesis nula de no diferencia de 3 (indiferente) al nivel de 0,01

Tabla 146: Valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).

Los precios existentes en la isla, en especial en las discotecas y bares de moda, implican un enorme gasto diario por turista si se quiere realizar combinar playa de moda y macrodiscoteca. Por tanto, los turistas que buscan disfrutar al máximo de la oferta que ofrecen los locales de moda realizan un enorme gasto y causan pocos problemas en la vía pública, incluso son de los mejores clientes de las tiendas de moda. Este tipo de turista resulta muy rentable ya que por persona y día puede realizar un gasto equivalente al de una familia de turismo convencional de sol y playa. Pero la fama mundial de la isla atrae a muchos jóvenes con pocos recursos y menos ganas de gastarlos. Es este último grupo, formado por jóvenes con poco presupuesto los que generan mala imagen entre los residentes al consumir muy poco en restaurantes y tiendas, y llevar las celebraciones a playas, calles o viviendas alquiladas buscando no pagar los elevados precios de las entradas y bebidas de los locales nocturnos. El problema es cómo mantener o aumentar los primeros y disminuir los segundos sin que la imagen de libertad se vea dañada.

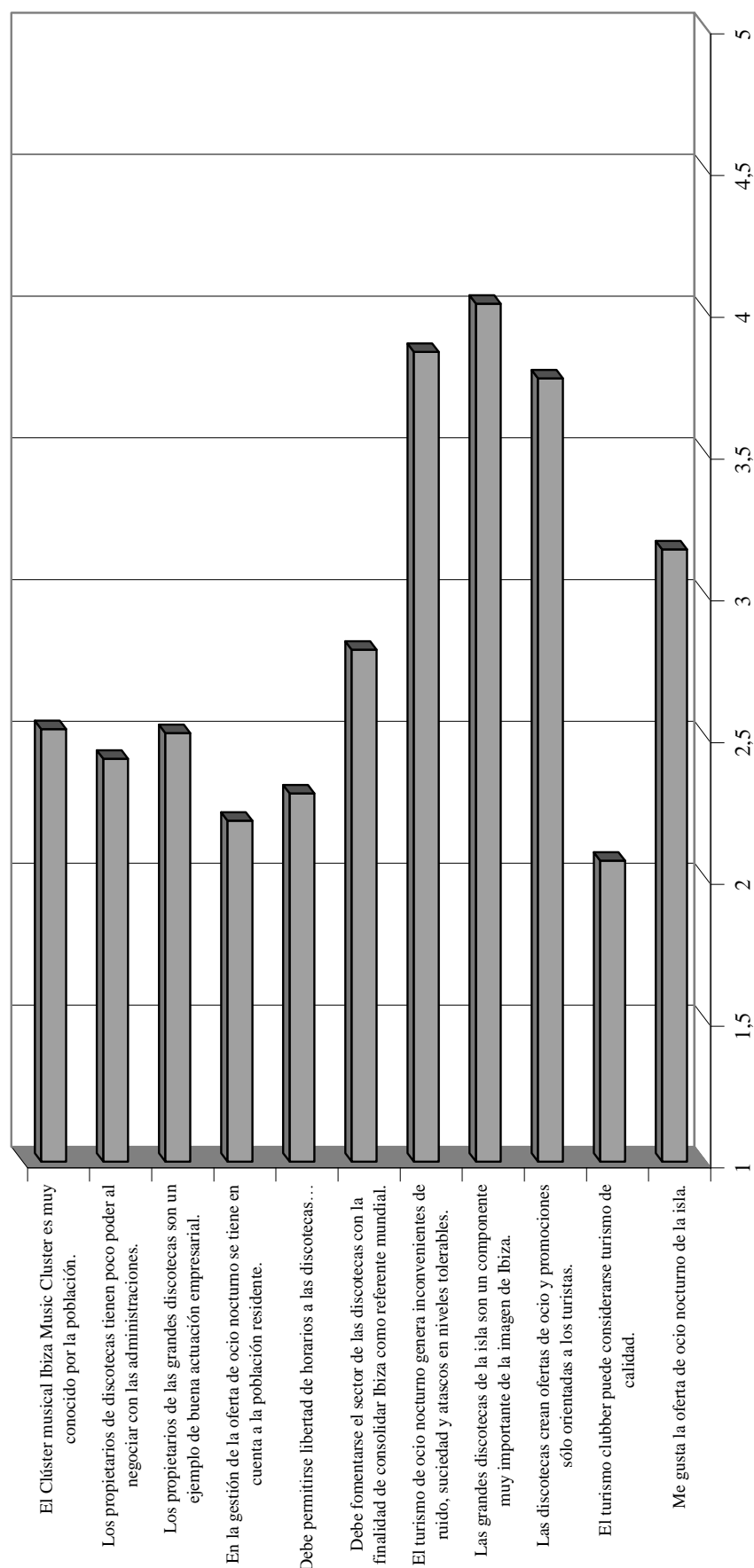


Figura 71: Valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).

El 74,4% de la muestra considera que el turismo clubber no puede considerarse turismo de calidad (entendido como turistas poco conflictivos y con un elevado gasto diario en el destino). Los hombres (el 65,56% frente al 79,32%) y los afiliados a sindicatos (el 50% frente al 75,5%) poseen una opinión menos negativa que el resto de la muestra.

La inmensa mayoría considera que la oferta de ocio y promociones de las discotecas sólo están orientadas a los turistas (70,81%). A pesar de que en los últimos años las principales discotecas han emprendido iniciativas que buscan integrar a los residentes en su oferta, mediante precios o días especiales enfocados a personas empadronadas en la isla, la imagen de que es una oferta prohibitiva para clientes habituales con rentas del orden de las normales entre la población ibicenca hace que se vea sólo apto para clientes esporádicos, es decir turistas. Para que los residentes lo consideraran como una oferta apta para ellos, debería resultarles posible económicamente frecuentar estos establecimientos sin recaer en un coste excesivo.

El 83,25% de las respuestas están de acuerdo en que las grandes discotecas son parte importante de la imagen de Ibiza. Las personas con mayor dependencia económica del turismo están más de acuerdo. Esta opinión se encuentra refrendada por los *Annual International Dance Music Awards* (IDMA) celebrados como parte de la *Winter Music Conference* que se celebra en Miami Beach. Dentro de las múltiples categorías de los IDMA existe desde 2005 la categoría “Best Global Club”, premio a la mejor discoteca del mundo. En las siete ediciones de esta categoría habidas hasta el momento se han nominado entre cuatro y ocho clubs por año, de los cuales tres o cuatro son de Ibiza. En seis de las siete ocasiones ha ganado un club de Ibiza. Además, en el ranking anual de los cien mejores clubs del mundo, publicado por la revista DJmag, hay cinco o seis clubs de Ibiza, tres de ellos en los diez primeros puestos. La importancia del sector en la imagen de Ibiza y la importancia de Ibiza en el sector se puede comprobar fácilmente y los residentes son muy conscientes de ello.

Aunque es aplastante la proporción que reconoce la importancia del sector en la imagen de la isla, son mayoría los que piensan que no debería fomentarse dicho sector (46,65%). Entre las personas que consideran que no debe fomentarse el sector del ocio nocturno destacan las mujeres, las personas que no trabajan en contacto con los turistas y las que verían poco o nada afectados sus ingresos en caso de crisis turística. Las personas que pertenecen a sindicatos tienen una opinión favorable a fomentar el sector. En la actualidad las discotecas son uno de los principales atractivos turísticos de Ibiza y la isla se ha convertido en referente mundial del sector, pero la opinión mostrada por los residentes parece indicar que gran parte de la población preferiría que otro tipo de oferta turística fuera el referente. A pesar de que el 35,41% de la muestra es favorable a potenciar el sector de las discotecas, las respuestas a las otras preguntas muestran que muchos de ellos querrían un desarrollo limitado en aspectos que los profesionales del sector consideran fundamentales para la competitividad mundial del sector.

El 68,18% de la muestra considera que no debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, aunque ello implique la pervivencia del sector. Las personas nacidas en la isla o que hablan ibicenco son más desfavorables a la libertad de horarios. Las personas que no trabajan en contacto con los turistas son más desfavorables a la libertad de horarios. Las personas que pertenecen a sindicatos tienen una opinión menos desfavorable a la libertad de horarios.

Uno de los elementos considerados básicos por los empresarios del sector, tanto en Ibiza como en el resto del mundo, es la libertad de horarios de los establecimientos. Desde 2007 han surgido limitaciones horarias en zonas de Ibiza con gran presencia de este tipo de establecimientos, ante lo que algunos replantearon su oferta y otros simplemente acumularon pérdidas. Estas actuaciones administrativas demostraron en cierto modo lo alegado por los profesionales del sector. A pesar de ello, los residentes consideran mayoritariamente que hay que limitar los horarios de apertura como parte de una reducción de los inconvenientes causados por el sector. Sólo el 20,1% considera que se debería ofrecer libertad de horarios al sector.

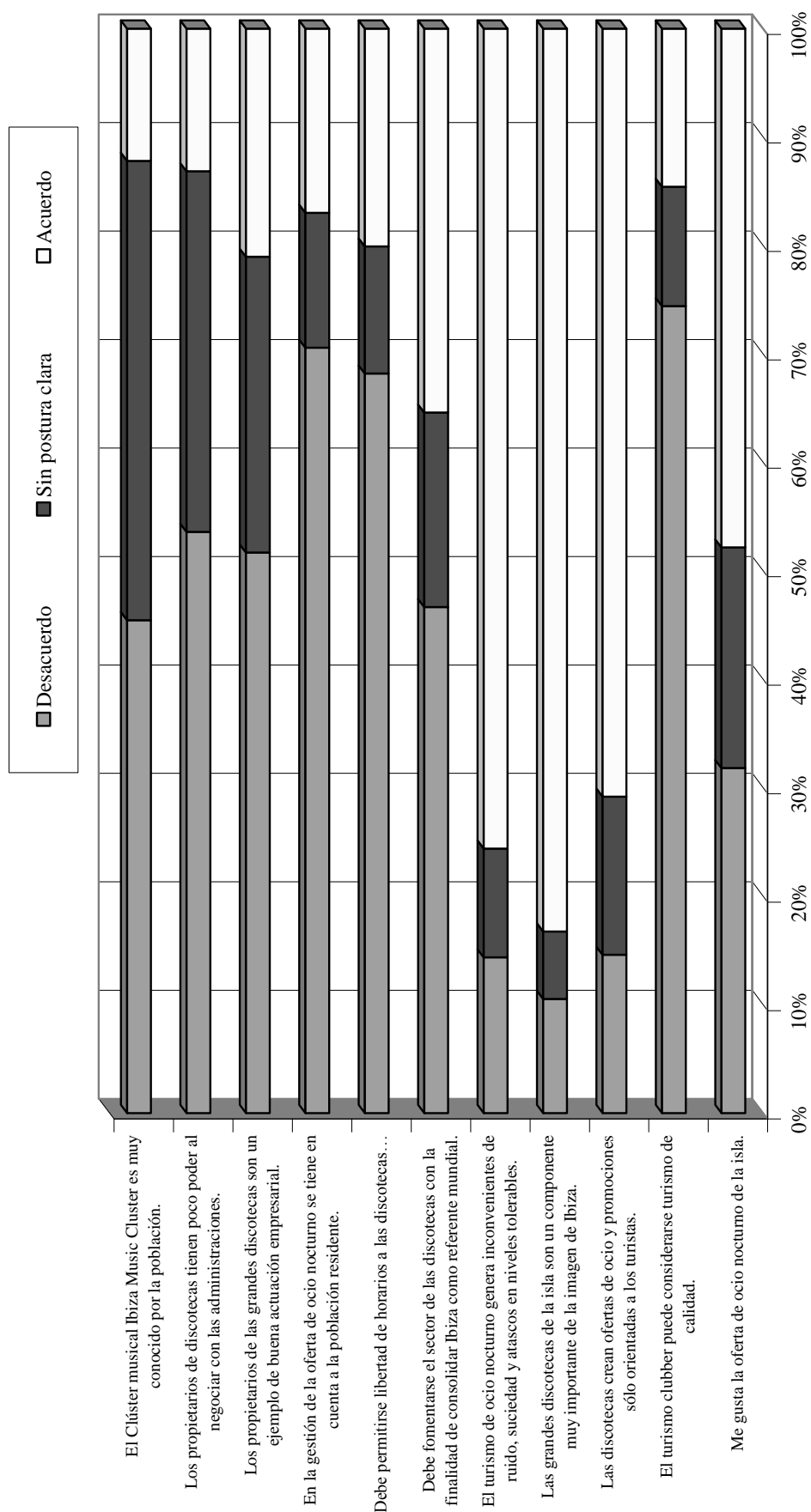


Figura 72: Desglose de la valoración de la oferta de ocio nocturno por parte de los residentes (2011).

El 70,57% de los encuestados considera que no se tiene en cuenta a la población residente en la gestión de la oferta de ocio nocturno. Las personas que pertenecen a asociaciones culturales tienen una opinión menos contraria a esta afirmación. El 51,67% no consideran a los propietarios de las grandes discotecas un ejemplo de buena actuación empresarial. Los más críticos con los propietarios de las discotecas son las mujeres, las personas de mediana edad, los que llevan menos años en la isla, los que no se sienten ibicencos y los que no trabajan en contacto con los turistas o no dependen económicamente del turismo.

El 53,59% de la muestra está en desacuerdo con la afirmación de que “los propietarios tienen poco poder de negociación con las administraciones”. Las personas de mediana edad, con más ingresos familiares o que no se consideran ibicencos son los que consideran en mayor medida que los propietarios de las discotecas tienen mucho poder de negociación con las administraciones.

La gran mayoría de los encuestados (75,6%) considera que el turismo basado en el ocio nocturno genera inconvenientes pero son tolerables y sólo el 14,35% está en contra de esta opinión. Es comentario habitual entre los residentes de la isla, en especial los que viven cerca de las zonas de ocio nocturno, los inconvenientes que generan los establecimientos de este sector. El principal inconveniente del ocio nocturno es el ruido que genera, el cual no permite descansar a los vecinos en las noches de verano. Otro inconveniente, especialmente en zonas como Sant Antoni es la suciedad que generan en la vía pública. En zonas de las afueras, como Sant Rafel, el hecho de tener que desplazarse los clientes hasta el establecimiento desde grandes distancias genera problemas de tráfico, en especial al cierre de las grandes discotecas. Muchos de estos inconvenientes se producen no en los establecimientos sino al salir los clientes de ellos. Todos estos inconvenientes son reconocidos por los residentes y sufridos en especial por las personas que viven más cerca de las grandes discotecas o las zonas de ocio principales. Pero también lo consideran tolerable por dos motivos:

- Por una parte se han realizado diversas acciones para reducir los impactos de las discotecas: leyes sobre ruidos que obligaron a cerrar los establecimientos para reducir el ruido al que se exponen los vecinos, mayor presencia policial en lugares especialmente conflictivos, y la oferta de transporte gratuito en autobús a los clientes de discotecas como Privilege o Amnesia de Sant Rafael para reducir el tráfico de la zona. La mayor parte de estas acciones no han eliminado los inconvenientes generados pero han intentado mantenerlos en unos parámetros más razonables.
- Por otra parte hay que tener en cuenta que la actual oferta de ocio nocturno no ha surgido recientemente y posee una historia que se remonta a los años setenta y unos antecedentes que hay que buscarlos en los años cincuenta y sesenta. Por tanto, la población de la isla ha aprendido a convivir con el sector y sus inconvenientes con el paso de las décadas.

Con todo ello, es necesario seguir esforzándose por parte de los empresarios del sector y las administraciones en seguir reduciendo los impactos negativos generados en su entorno. Además, es necesario parar las fiestas ilegales que se producen en zonas rurales ya que son las actividades que más perjuicios crean entre los vecinos. Debe tenerse en cuenta que además de tener los inconvenientes de las discotecas en su máxima expresión, las *raves* son un riesgo de incendio forestal no despreciable.

El proyecto de Ibiza Music Cluster es poco conocido. Sólo el 12,2% considera que es muy conocido por la población. El 45,45% considera que no es muy conocido y el 42,34% restante no responde o no sabe que responder. El resultado es que el 87,8% de la población desconoce o considera que es poco conocido el clúster tecnológico impulsado por administraciones y empresas del sector. Las personas pertenecientes a asociaciones, en especial a partidos políticos, son los que consideran que es menos conocido el clúster. Probablemente uno de los problemas que presenta la iniciativa del clúster tecnológico es que los residentes desconocen su existencia, o en qué consiste, en una proporción elevadísima y este hecho puede frenar sus posibilidades de éxito.

6.1. Análisis de Componentes Principales.

El test de Bartlett (1950) permite contrastar la hipótesis nula de que la matriz de coeficientes de correlación no es significativamente distinta de la matriz identidad. Si se rechaza la hipótesis nula es adecuado utilizar el análisis factorial. En este caso la ji cuadrado con 55 grados de libertad da como resultado 904,78 rechazando la hipótesis nula a un nivel de significación del 0,01. A continuación se procede a la realización de un análisis factorial exploratorio mediante la técnica de Análisis de Componentes Principales, reteniendo los factores con un valor propio o autovalor mayor que 1.

Tras la rotación Varimax de los factores resultantes se conservan sólo las cargas superiores a 0,3 en valor absoluto, permitiendo ver más claramente las relaciones existentes entre los ítems y los factores. En negrita aparecen los valores propios superiores a 0,5 ya que los valores propios entre 0,3 y 0,5 son tenidos en cuenta o no según el autor de que se trate (Bigné, Sánchez y Sanz, 2009; Kuvan y Akan, 2005; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). De los tres factores retenidos sólo el primero tiene un Alfa con un nivel bueno. El segundo factor tiene un valor de Alfa aceptable (Nunnally y Bernstein, 1994) y el último factor tiene un valor de Alfa tan bajo que no tiene ninguna utilidad su análisis. Los factores resultantes son:

Factor 1: Valoración general del ocio nocturno.	Cargas
Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.	0,813
Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.	0,716
Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.	0,706
Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.	0,690
El turismo <i>clubber</i> puede considerarse turismo de calidad.	0,591
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.	0,425
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.	0,373
Alfa Cronbach	0,788
Factor 2: Gestión de la oferta de ocio nocturno.	Cargas
Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.	-0,668
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.	0,538
Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.	0,527
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.	0,486
El turismo <i>clubber</i> puede considerarse turismo de calidad.	0,426
El Cluster musical Ibiza Music Cluster es muy conocido por la población.	0,420
Alfa Cronbach	0,629
Factor 3.	Cargas
El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.	0,855
El Cluster musical <i>Ibiza Music Cluster</i> es muy conocido por la población.	0,516
Alfa Cronbach	0,179

Tabla 147: Cargas significativas de los factores retenidos, después de la rotación Varimax, para la valoración del sector del ocio nocturno.

Factor 1: Valoración general del ocio nocturno. Formado por 7 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,79. Mide la valoración general que realizan los residentes de la oferta de ocio nocturno de Ibiza. En este factor se combinan diversos aspectos como son: valoración personal de la oferta de ocio nocturno, valoración de la importancia del sector para la isla y valoración general de la gestión del sector. Este factor es un buen punto de partida para la creación de un constructo que valore las actitudes de los residentes hacia el sector.

Factor 2: Gestión de la oferta de ocio nocturno. Formado por 6 ítems con un Alfa de Cronbach de 0,63. Mide la opinión de los residentes sobre la gestión del sector y el impacto del mismo sobre los residentes. Este factor es, en cierto modo, una variante del anterior centrada en la valoración de los empresarios y los impactos directos del sector en los residentes.

En los dos factores aparecen repetidas las variables referidas al *Cluster*, a la calidad del tipo de turismo que atrae el sector, a la participación de la población residente en la gestión y a la gestión de los empresarios del sector. El factor 3 es una aglomeración de dos factores que no encajan adecuadamente en los otros factores y no tienen sentido como conjunto.

El Alfa de Cronbach del conjunto de ítems que valoran la opinión de los residentes hacia la oferta de ocio nocturno y discotecas es de 0,7442. Pero si se eliminan las dos variables que conforman el tercer factor, el Alfa de Cronbach sube hasta 0,7736. Por tanto, la eliminación de estas dos variables puede considerarse un primer paso en la confección de una escala mejorada para analizar las actitudes de los residentes hacia el sector turístico del ocio nocturno.

6.2. Segmentación según valoración de la oferta de ocio nocturno.

Nombre corto	Nombre largo
Club 061	Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.
Club 062	El turismo clubber (turistas que vienen por las discotecas) puede considerarse turismo de calidad.
Club 063	Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.
Club 064	Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.
Club 065	El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.
Club 066	Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.
Club 067	Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.
Club 068	En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.
Club 069	Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.
Club 070	Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.
Club 071	El Cluster musical Ibiza Music Cluster es muy conocido por la población.
Ofer 089	'Turismo de marcha' (Bares, discotecas, etc.).

Tabla 148: Identificación de las variables.

Como parte del análisis de las actitudes referentes a las discotecas y el ocio nocturno se ha procedido a una segmentación de la muestra. Para ello se han usado doce variables (Tabla 148) que miden la valoración que realizan los residentes hacia este tipo de oferta. Esta segmentación

se ha realizado mediante un Análisis Cluster (Algoritmo de Howard-Harris) realizado con el programa DYANE 4.0 (Santesmases, 2009), y se ha conservado la segmentación mayor que cumpla el criterio de que la última división realizada aporte más del 5% de varianza explicada, con la finalidad de explicar el máximo de varianza pero evitando segmentaciones que generen grupos muy reducidos o poco diferenciados entre sí.

Nº de grupos	Varianza intragrupos con N grupos	Varianza entre grupos (explicada)	% de varianza explicada	% de incremento en la varianza explicada
1	6.378,87	0,00	0,00	0,00
2	4.928,09	1.450,78	22,74	22,74
3	4.442,85	1.936,01	30,35	7,61

Tabla 149: Evolución de la explicación de la varianza de las variables por la división en grupos.

Los tres grupos resultantes se caracterizan por tener los valores descritos en la Tabla 150 en las doce variables usadas en el análisis.

- Los “Partidarios” (27,3%). Son los individuos con una opinión más favorable del sector, cuyo desarrollo consideran aceptable. Les gusta la oferta de ocio nocturno de la isla, no ven a los *clubbers* como turistas de mala calidad, son los que más destacan la importancia de las grandes discotecas en la imagen de la isla, consideran que debe fomentarse el sector y dar libertad de horarios a las discotecas, no consideran excluidos a los residentes de la gestión de la oferta de ocio, tienen una imagen positiva de los empresarios del sector, los cuales tienen poder de negociación con las administraciones pero no mucho, y son los que consideran menos desconocido el proyecto de Ibiza Music Cluster. Este grupo se caracteriza por una mayor presencia de hombres, personas que trabajan en contacto con los turistas y personas que dependen mucho del turismo para sus ingresos.
- Los “Detractores” (29,2%). Son las personas más críticas con el sector del ocio nocturno y las discotecas, cuyo desarrollo consideran inaceptable. No les gusta la oferta de ocio nocturno de la isla, ven a los *clubbers* como turistas de muy mala calidad, son los que están más de acuerdo en que la oferta de ocio de las discotecas solo está orientada a los turistas, son los que menos destacan la importancia de las grandes discotecas en la imagen de la isla, se oponen fuertemente a fomentar el sector y dar libertad de horarios a las discotecas, consideran a los residentes muy marginados de la gestión de la oferta de ocio, tienen una imagen muy negativa de los empresarios del sector, los cuales tienen mucho poder de negociación con las administraciones, y son los que consideran más desconocido el proyecto de Ibiza Music Cluster. Este grupo se caracteriza por una mayor presencia de mujeres, personas que no trabajan en contacto con los turistas y personas que dependen poco o nada del turismo para sus ingresos.
- Los “Intermedios” (43,5%). Poseen una opinión situada entre la de los otros dos grupos y similar a la media de la muestra. Les gusta la oferta de ocio nocturno de la isla, ven a los *clubbers* como turistas de mala calidad, consideran que no debe fomentarse el sector ni dar libertad de horarios a las discotecas, consideran excluidos a los residentes de la gestión de la oferta de ocio, tienen una imagen negativa de los empresarios del sector, los cuales tienen bastante poder de negociación con las administraciones, y consideran poco conocido el proyecto de Ibiza Music Cluster. Consideran aceptable el “turismo de marcha”. Este grupo tiene unas características demográficas parecidas a las del total de la muestra.

La valoración del turismo *clubber* y del sector del ocio nocturno que realizan los residentes es muy baja. En muchos casos son mayoría las opiniones críticas y, en otros, las opiniones favorables ganan por poco. El grupo de los “partidarios” (27,3%) es demasiado pequeño para compensar el peso de los “detractores” (29,2%) y la débil valoración de los “intermedios”

(43,5%). Si se desea que el sector mantenga su liderazgo mundial y siga formando parte de la imagen de Ibiza es necesario tomar medidas destinadas a paliar estas deficientes valoraciones, ya que se encuentran en los límites razonables y debe evitarse un empeoramiento.

		Total	Partidarios	Detractores	Intermedios	
Nº de integrantes:		418	114	122	182	
% de la muestra:		100%	27,3%	29,2%	43,5%	
Suma de cuadrados:		6.378,87	1.330,92	1.396,21	1.715,72	
variables						F de Snedecor
Club 061	Media:	3,16	3,98	1,94	3,46	F(2, 415) = 189,97 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,17	0,85	0,84	0,85	
Club 062	Media:	2,06	3,11	1,27	1,93	F(2, 415) = 138,14 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,11	1,11	0,56	0,84	
Club 063	Media:	3,76	3,54	4,16	3,64	F(2, 415) = 13,61 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,05	1,02	1,03	1,01	
Club 064	Media:	4,03	4,50	3,39	4,16	F(2, 415) = 43,82 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,04	0,60	1,35	0,79	
Club 065	Media:	3,86	3,74	3,79	3,98	F(2, 415) = 2,33 p = 0,0981
	Desv.Std.	1,03	0,97	1,32	0,80	
Club 066	Media:	2,81	4,23	1,55	2,76	F(2, 415) = 293,39 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,32	0,75	0,78	0,94	
Club 067	Media:	2,30	3,68	1,31	2,09	F(2, 415) = 226,66 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,26	1,19	0,59	0,79	
Club 068	Media:	2,20	2,96	1,66	2,09	F(2, 415) = 52,62 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,10	1,10	1,00	0,88	
Club 069	Media:	2,51	3,26	1,66	2,62	F(2, 415) = 81,45 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,15	1,01	0,88	1,01	
Club 070	Media:	2,42	2,71	2,05	2,49	F(2, 415) = 13,84 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,02	1,02	1,13	0,86	
Club 071	Media:	2,53	2,81	2,14	2,61	F(2, 415) = 16,36 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,97	1,09	0,93	0,82	
Ofen 089	Media:	3,14	4,05	2,00	3,34	F(2, 415) = 133,78 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,26	0,97	0,98	1,00	

Tabla 150: Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).

7. Modelo de Ecuaciones Estructurales.

En ciencias sociales las relaciones causales se inducen a partir de las relaciones estadísticas observadas entre las variables. En la actualidad los Modelos de Ecuaciones Estructurales (*Structural Equation Models*) son la herramienta más común para el estudio de las relaciones causales a partir de datos estadísticos. Los SEM se aplican al análisis de causalidad en el estudio de las actitudes de los residentes desde la segunda mitad de los noventa. Con los SEM se consigue explicar determinados fenómenos complejos, y que éstos puedan ser contrastados mediante técnicas estadísticas basadas en estudios empíricos. Es una técnica muy usada en las ciencias sociales, en especial en marketing aunque cabe señalar que la existencia de

correlaciones no es necesariamente indicativo de una verdadera relación de causalidad (Freedman, 1997). Los diversos pasos para el uso de ecuaciones estructurales son:

1. Creación de los diagramas causales.

Los SEM sirven para estudiar las relaciones de un sistema de regresión complejo que va más allá de un sistema de regresión lineal múltiple. Para presentar de forma fácil e intuitiva las relaciones existentes en el sistema se recurre a la representación visual mediante diagramas causales o *path diagrams*. Estos diagramas reflejan las relaciones causales que se pretenden analizar, mediante diversos elementos:

- Los constructos teóricos o variables latentes (no observables) son variables que no podemos medir de forma directa. Existen de dos tipos: constructo exógeno (variable causal no observable independiente) y constructo endógeno (variable causal no observable dependiente).
- Los indicadores o variables medibles (observables) son parámetros de los cuales se obtiene información de manera directa, es decir, se pueden medir. En nuestro estudio nos limitaremos al uso de indicadores reflectivos (variables observadas y expresadas como función del constructo).
- Las relaciones unidireccionales determinan las variables causa y las variables efecto.
- El modelo estructural es el modelo interno, referente a las relaciones entre los constructos.
- El modelo de medida es el modelo externo y se refiere a las relaciones existentes entre los indicadores y los constructos.

Los diagramas causales deben ser una representación de la teoría o modelo causal a contrastar y fundamentarse en sólidos argumentos y estudios previos. Es normal que como consecuencia de los resultados obtenidos se proceda a la corrección y nuevo análisis del diagrama causal en una o más ocasiones.

2. Análisis previo.

Para la correcta aplicación del Modelo de Ecuaciones Estructurales mediante estimación de mínimos cuadrados parciales, es necesario realizar un estudio previo que garantice la validez y fiabilidad de las escalas usadas para los constructos. Esta parte del estudio suele realizarse con programas estadísticos generales, en este caso el DYANE 4.0 (Santesmases, 2009). Las pruebas realizadas son:

- *Análisis factorial exploratorio mediante Análisis de Componentes Principales.*

El primer paso es la realización de un análisis de componentes principales sobre la totalidad de los ítems del cuestionario, exceptuando variables demográficas. Se conservan los componentes principales que tienen un valor propio mayor que 1 (Kaiser, 1960; Hair, Anderson, Tatham, y Black, 1999). Diversos parámetros deben ser tenidos en cuenta para comprobar la adecuación del uso de este análisis:

- El test de Bartlett contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, ya que en caso de que fuera así, no existirían correlaciones significativas entre las variables y el modelo factorial no sería el adecuado. Esta prueba resulta necesaria para verificar la idoneidad del uso del análisis de componentes principales.
- La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial. Podemos tomar como válidas aquellas variables cuyo valor supere el 50% una vez hecha la extracción de los factores, es decir, mayor que 0,5.
- La varianza explicada por los componentes principales conservados debe ser elevada. Mayor del 50% es lo adecuado (Hair, Anderson, Tatham, y Black, 1999).

Combinando el análisis de la matriz de componentes (seleccionar ítems con cargas elevadas) y el cálculo de la Alfa de Cronbach es posible obtener una primera aproximación a los constructos

e indicadores existentes. Si el cuestionario se ha creado como agregación de constructos con escalas de indicadores previamente validadas, los factores coincidirán con estos constructos y los ítems con cargas superiores a 0,7 coincidirán con los indicadores previamente asignados a estos constructos. Si el cuestionario no ha sido diseñado especialmente para un estudio concreto o las escalas usadas no están muy validadas, el análisis factorial sólo será orientativo.

- *Definición de los constructos y los indicadores que reflejan estos constructos.*

Es necesario tener en mente, antes del estudio, la intención de usar ecuaciones estructurales para tenerlo en cuenta en la elaboración del cuestionario. La situación ideal desde el punto de vista metodológico es cuando partimos de un diagrama causal y creamos el cuestionario a partir de escalas previamente determinadas para cada uno de los constructos del diagrama causal planteado. Las escalas usadas han sido utilizadas con éxito en estudios anteriores y perfeccionadas en uno o varios pretests.

En este caso tenemos ventajas y desventajas para el trabajo empírico. La principal ventaja es que se extraen los constructos fácilmente con el análisis factorial exploratorio (surgen los constructos intencionalmente incorporados) y la fiabilidad de los constructos es muy elevada (Alfas de Cronbach superiores a 0,8 o 0,9). El gran inconveniente es la tendencia a generar cuestionarios muy extensos para medir un pequeño número de constructos. Es habitual el uso de grandes baterías de ítems para un solo constructo, necesitando muestras mínimas mayores. Estas baterías de ítems consisten en preguntar lo mismo de forma muy parecida una y otra vez¹⁶⁷ o descomponen la valoración de un elemento general o muy grande (constructo) en una larga lista de valoraciones de los elementos que lo componen (indicadores formativos).

Cuando los ítems usados proceden de escalas menos verificadas o se encuentran entremezclados en el cuestionario, el análisis de componentes principales exploratorio no es tan exitoso y las siguientes fases resultan más complejas. Suele suceder esto cuando se trabaja con constructos relativamente nuevos o se espera que el cuestionario sirva para algo más que para ecuaciones estructurales. Suelen ser cuestionarios más cortos y que dan más “juego” al investigador, al precio de complicar el trabajo con ecuaciones estructurales.

- *Comprobar unidimensionalidad mediante Análisis de Componentes Principales.*

Se comprueba que los indicadores que integran cada constructo son unidimensionales (miden un solo concepto). Se realiza un análisis de componentes principales para cada constructo y se aplica el criterio de Kaiser (Kaiser, 1960; Hair, Anderson, Tatham, y Black, 1999), es decir, sólo el primer componente principal tiene un valor propio mayor que 1. Si aparece más de un componente principal, se eliminan las variables vinculadas al segundo y sucesivos. Se realizan tantos análisis de componentes principales como constructos. Otro dato relevante es el porcentaje de varianza explicada. En este caso se espera que el primer componente explique la mayor parte de la varianza.

Esta fase será un mero trámite de comprobación si el cuestionario estaba compuesto de escalas de indicadores verificados previamente. En caso contrario, será necesario depurar las escalas eliminando los indicadores más problemáticos.

- *Análisis de Fiabilidad.*

Una vez estamos seguros de la unidimensionalidad de los indicadores que componen cada constructo es necesario verificar el grado de fiabilidad de los mismos. La fiabilidad (*reliability*) mide la consistencia de los indicadores que forman el constructo, es decir, que los indicadores están midiendo lo mismo. Los dos indicadores de fiabilidad más usados son:

- El Alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) o fiabilidad individual.

¹⁶⁷ Se obtiene un Alfa de Cronbach elevadísimo, superior a 0,9, pero porque los encuestados no se complican y marcan lo mismo en todos los ítems, que suelen ser consecutivos.

- La fiabilidad compuesta o *composite reliability* (Anderson y Gerbing, 1988; Bagozzi y Yi, 1988; Werts, Linn, y Jöreskog, 1974), disponible en el SmartPLS.

Ambos estadísticos oscilan entre 0 (ausencia de homogeneidad) y 1 (máxima homogeneidad). La diferencia es que el Alpha de Cronbach presupone a priori que cada indicador de un constructo contribuye de la misma forma mientras que la fiabilidad compuesta utiliza las cargas de los ítems tal como son en el modelo causal. Lo más habitual es considerar como criterio de fiabilidad que los valores de ambos sean superiores a 0,7 (Jöreskog, 1971a, 1971b; Nunnally, 1987; Santesmases, 2009), aunque no existe un criterio fijo para determinar a partir de qué valor la escala es válida y en algunos casos prácticos se admite 0,6 (Nunnally y Bernstein, 1994).

3. *El modelo de medida.*

El modelo de medida contempla las relaciones entre cada constructo y sus indicadores y se basa en el cálculo de los componentes principales. Aunque la técnica de extraer los componentes principales es muy utilizada en análisis exploratorios, la forma de operar en SEM es diferente. En SEM se utiliza un procedimiento deductivo: el investigador propone a priori los indicadores que han de formar el constructo y se van descartando aquellos que no cumplen ciertas propiedades de consistencia interna. Dentro del modelo de medida se pueden considerar incorporadas las etapas de análisis de unidimensionalidad y fiabilidad, ya que los paquetes estadísticos de ecuaciones estructurales suelen realizar un Análisis Factorial Confirmatorio y el cálculo de las Alfas de Cronbach y las fiabilidades compuestas como parte de su análisis, verificando el trabajo realizado en la fase previa. Lo que sí es exclusivo del modelo de medida es el estudio de la validez de los constructos: validez convergente y validez discriminante.

- *Validez convergente.*

La validez convergente (Anderson y Gerbing, 1988; Steenkamp y Vam Tuij, 1991) es la medida en que los indicadores están relacionados con el constructo al que definen. Se tienen en cuenta dos criterios para comprobar la validez convergente:

- El *Average Variance Extracted* (AVE), o Varianza Extraída Media, mide que la varianza del constructo se pueda explicar a través de los indicadores elegidos (Fornell y Larcker, 1981). Los valores mínimos recomendados son 0,5 (Bagozzi y Yi, 1998; Fornell and Larcker, 1981), lo que quiere decir que más del 50% de la varianza del constructo es debida a sus indicadores.
- El segundo criterio para analizar el cumplimiento de la validez convergente es comprobar que las cargas factoriales de la matriz de componentes principales sean superiores a 0,5 (Jöreskog y Sörbom, 1993) o a 0,7 (Chin, 1998) para cada uno de los indicadores.

- *Validez discriminante.*

La validez discriminante (Anderson y Gerbing, 1988; del Barrio y Luque, 2000) implica que cada constructo debe ser significativamente diferente del resto de los constructos con los que no se encuentra relacionado según la teoría. Para analizar la validez discriminante se obtiene la matriz de cargas factoriales¹⁶⁸ y cargas factoriales cruzadas¹⁶⁹. Las cargas factoriales deben ser mayores que las cargas factoriales cruzadas. Es decir, los indicadores deben estar más correlacionados con su propio constructo que con los otros.

El segundo criterio para verificar la validez discriminante es que la raíz cuadrada del AVE del constructo sea mayor que la correlación entre ese constructo y todos los demás (Chin, 1998). Además, es recomendable que las correlaciones entre los distintos constructos que componen el modelo no sean superiores a 0,8 (Bagozzi, 1994).

¹⁶⁸ Las cargas factoriales son coeficientes de correlación de Pearson entre los indicadores y su propio constructo.

¹⁶⁹ Las cargas factoriales cruzadas son coeficientes de correlación de Pearson entre los indicadores y los otros constructos.

Si se cumplen los criterios de validez convergente y discriminante del modelo de medida se puede pasar al estudio de las relaciones existentes entre los constructos, es decir al modelo estructural.

4. *El modelo estructural.*

El modelo estructural es la esencia de las ecuaciones estructurales. En esta parte del estudio se procede a contrastar las relaciones que aparecen reflejadas en los diagramas de causalidad establecidos como resultado de una teoría o un modelo explicativo. En esencia se obtienen los coeficientes de regresión estandarizados beta, llamados *path coefficients*, los valores de la t de Student y los R^2 (*R-square*). Los *path coefficients* permiten analizar el cumplimiento de las hipótesis planteadas. Los *R-square* miden la cantidad de varianza del constructo que es explicada por el modelo planteado en el diagrama de causalidad y es recomendable centrarse en el estudio de las superiores a 0,1 (Falk y Miller, 1992). Para los valores de la t de Student el criterio de referencia es 2,58 para un nivel de error de 0,01. Se sugiere el mínimo del 1,5% de varianza explicada para tener en cuenta una relación causa efecto (Falk y Miller, 1992). Para completar el estudio, se realizan dos pruebas que ayudan a corroborar los estudios: Blindfolding y Bootstrapping.

- El Blindfolding omite parte de los datos cuando estima una variable latente dependiente a partir de otras variables latentes independientes, y luego intenta estimar esos datos utilizando los parámetros estimados con anterioridad. El estadístico utilizado para esta prueba es el Q^2 , siendo válido cuando es positivo.
- El Bootstrapping es un proceso de remuestreo en el que se generan aleatoriamente N muestras a partir de la muestra original mediante sustitución con reemplazo. Se calculan los valores medios de los parámetros obtenidos en las N muestras y se comparan con los obtenidos con la muestra original.

Existen diversos programas para ecuaciones estructurales (LISREL, AMOS, EQS, SmartPLS, PLSGraph, etc.) y en este caso se utilizan *Partial Least Squares* (PLS), o Mínimos Cuadrados Parciales, y, en concreto el programa SmartPLS 2.0 (Ringle, Wende y Will, 2005). Los Mínimos Cuadrados Parciales suelen utilizarlos en los casos en que hay conjuntos de datos pequeños (muestras pequeñas), medidas poco desarrolladas (datos no métricos), teorías no desarrolladas sólidamente, datos con distribuciones no normales, presencia de indicadores formativos y reflectivos, y / o interés por predecir la variable dependiente. En la aplicación de los Mínimos Cuadrados Parciales, y en especial de SmartPLS, hay algunas restricciones:

- La parte estructural del modelo debe ser recursiva. No admite dobles relaciones causales ni bucles lógicos.
- Cada variable latente debe estar conectada, al menos, con otra variable latente.
- Cada variable latente debe tener asignado, al menos, un indicador manifiesto.
- Un indicador solo puede ser asignado a una variable latente.
- El modelo debe ser de un solo bloque, no puede haber bloques no relacionados.

Si el modelo propuesto no cumple estas indicaciones no deja continuar con el análisis. A pesar de estas restricciones, la gran ventaja de PLS es que se pueden plantear grandes modelos con un número reducido de observaciones, en este caso entrevistas. El tamaño mínimo de la muestra necesaria se obtiene de multiplicar por 10 el máximo valor de:

- El número de indicadores formativos del componente que es compuesto por el mayor número de ellos.
- El número de variables exógenas de la relación causal con mayor número de ellas.

En esencia PLS consta de un análisis numérico en el que, dados un conjunto de pares, se intenta encontrar la función que mejor se ajuste a los datos, según el criterio de mínimo error cuadrático.

7.1. Estudio Previo.

En este estudio previo se ha procedido a la elaboración de una batería de constructos que resulten validos y fiables para los Modelos de Ecuaciones Estructurales que se concretarán en los siguientes puntos a partir de la encuesta de 2011. Este estudio previo se ha realizado con el programa estadístico DYANE 4.0 (Santesmases, 2009). Partiendo del cuestionario usado y de los análisis factoriales exploratorios realizados en apartados anteriores se han generado unas “propuestas” de constructos con sus correspondientes indicadores. A continuación se ha procedido a comprobar la unidimensionalidad de los indicadores elegidos para cada constructo mediante Análisis de Componentes Principales y sucesivas rectificaciones y repeticiones del mismo hasta que se cumplan los siguientes aspectos:

- Se garantiza la unidimensionalidad del constructo por el hecho de que el Análisis de Componentes Principales de la batería de indicadores conservada finalmente sólo genera un factor o componente principal con valor propio superior a 1.
- El valor del Alfa de Cronbach del conjunto de indicadores del constructo es igual o superior a 0,7. Excepcionalmente se han conservado algunos constructos con valores situados entre 0,6 y 0,7 por si su uso resultaba de interés en alguna aplicación concreta (Nunnally y Bernstein, 1994).
- La comunalidad de las variables es igual o superior a 0,5. Es decir la mayor parte de la varianza de la variable se explica por el factor o constructo.
- La carga factorial de las variables es superior a 0,5.
- La varianza explicada por los componentes principales conservados es igual o superior al 50%.

Los constructos que cumplen todos los puntos expuestos aparecen indicados a continuación. Los constructos aquí planteados constituyen las piezas básicas con las que se trabaja en los SEM realizados con posterioridad. De cada constructo se indica: nombre del constructo, variables o indicadores que contiene y su nombre abreviado (este nombre es el que aparecerá en los diagramas causales), cargas de cada variable en el constructo, comunalidad de cada variable, valor propio del componente principal, porcentaje de varianza explicada con el constructo y valor del Alfa de Cronbach correspondiente al constructo.

- **Valoración general y apoyo a la oferta turística.**

Los constructos aquí planteados actuarán de forma predominante como variables endógenas de los modelos planteados. Uno hace referencia a la valoración general que realizan los residentes del turismo en general y los otros condensan la valoración que realizan los residentes de dos baterías de ofertas turísticas concretas y de un posible aumento en el número de turistas.

Variables de “Valoración General del Turismo”	Nombre	Cargas	Comunalidad
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	Res 025	0,756	0,572
Los efectos positivos superan a los negativos.	Res 033	0,793	0,630
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	Res 034	0,758	0,574
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	Res 047	0,764	0,583
	Valor propio	2,359	
	% de varianza	58,97%	
	Alfa Cronbach	0,768	

El constructo “Valoración General del Turismo” (“Actitud General” en los diagramas causales) está compuesto por cuatro indicadores formativos que miden en conjunto el impacto general del turismo en la sociedad local. El constructo resultante conserva el 59% de la varianza de los indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,768. Este constructo actuará como variable endógena en relación a los costes y beneficios percibidos por los residentes y como variable exógena explicativa del grado de apoyo a nuevos aumentos del volumen de turistas y a diversos tipos de ofertas turísticas.

Variables de “Apoyo a la Oferta Turística”	Nombre	Cargas	Comunalidad
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	Res 081	0,782	0,611
Otras formas de turismo deportivo.	Res 082	0,834	0,695
Turismo Náutico.	Res 083	0,741	0,550
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	Res 084	0,792	0,627
Turísticos basados en la naturaleza.	Res 085	0,853	0,728
Agroturismo, Turismo Rural, etc.	Res 086	0,815	0,664
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.	Res 088	0,776	0,602
	Valor propio	4,476	
	% de varianza	63,94%	
	Alfa Cronbach	0,904	

El constructo “Apoyo a la Oferta Turística” (“Oferta Nueva” en los diagramas causales) está compuesto por siete indicadores formativos que miden en conjunto el grado de aceptación entre los residentes de un tipo de turismo fundamentado en el contacto con la naturaleza y la cultura. El constructo resultante conserva el 64% de la varianza de los indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,904. Se trata de un conjunto de ofertas turísticas con muy buen grado de aceptación entre los residentes y que podríamos englobar dentro del denominado Turismo Alternativo. En algunos estudios previos se tomaban constructos parecidos a este como variable endógena del modelo (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004), pero en este caso se interpondrá el constructo “Valoración General del Turismo” entre las variables exógenas tradicionales (costes y beneficios) y este constructo.

Variables de “Apoyo a la Oferta Actual”	Nombre	Cargas	Comunalidad
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	Res 090	0,819	0,671
Turismo de sol y playa familiar.	Res 091	0,781	0,610
Casas vacacionales (en alquiler).	Res 087	0,724	0,524
	Valor propio	1,805	
	% de varianza	60,15%	
	Alfa Cronbach	0,667	

El constructo “Apoyo a la Oferta Actual” (“Oferta Tradici...” en los diagramas causales) está compuesto por tres indicadores formativos que miden en conjunto la valoración del turismo mayoritario y tradicional, tanto en Ibiza como en el conjunto de Baleares. El constructo resultante conserva el 60% de la varianza de los indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,667 (un poco baja pero aceptable). Este constructo engloba ofertas turísticas muy tradicionales en y con apoyo moderado entre los residentes. El interés de este constructo es ver si hay

diferencias según el tipo de oferta turística planteada, al comparar con “Apoyo a la Oferta Turística”.

VARIABLES DE “AUMENTAR EL NÚMERO DE TURISTAS”	NOMBRE	CARGAS	COMUNALIDAD
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	Res 037	0,856	0,733
El número de turistas debería seguir aumentando.	Res 040	0,889	0,790
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	Res 058	0,803	0,645
	Valor propio	2,168	
	% de varianza	72,25%	
	Alfa Cronbach	0,807	

El constructo “Aumentar el Número de Turistas” (“Más Turistas” en los diagramas causales) está compuesto por tres indicadores formativos que miden el apoyo que posee entre los residentes la posibilidad de futuros aumentos en el volumen de turistas recibidos. El constructo resultante conserva el 72% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,807. El deseo de aumentar el volumen de turistas que llegan al destino puede ser una variable interesante. Su incorporación permite comprobar si la valoración realizada por los residentes hace referencia a un tipo de oferta concreta, a la situación actual o a futuros aumentos.

Plantear un constructo con una valoración general del turismo no referida a una batería de ofertas concretas (Valoración General del Turismo), desglosar en dos las ofertas turísticas propuestas y plantear como posible variable endógena el apoyo a incrementos en el volumen de turistas (Aumentar el Número de Turistas) implica cierta novedad y aumento de complejidad en los modelos planteados.

- **Beneficios y costes.**

Los constructos aquí planteados permiten medir la valoración que realizan los residentes de diversos tipos de efectos del turismo: Beneficios económicos, Beneficios generales y Costes generales. Estas variables se ven afectadas por diversos elementos (apego, preocupación económica y por la comunidad, egocentrismo, valoración del grado de dependencia económica, etc.) y afectan a la Valoración General del Turismo que realizan los individuos. La percepción de los beneficios del turismo se desglosa en dos grupos: los Beneficios Económicos y los Beneficios Generales. Este desglose se debe a dos hechos: los constructos disponibles en este estudio, y a la necesidad de resaltar la importancia que poseen los beneficios económicos generados en las actitudes de los residentes.

VARIABLES DE “BENEFICIOS ECONÓMICOS”	NOMBRE	CARGAS	COMUNALIDAD
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	Res 001	0,817	0,668
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	Res 002	0,811	0,658
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	Res 003	0,778	0,606
	Valor propio	1,931	
	% de varianza	64,38%	
	Alfa Cronbach	0,720	

El constructo “Beneficios Económicos” (“B. Económicos” o “Beneficios eco...” en los diagramas causales) está compuesto por tres indicadores formativos que miden los principales beneficios económicos asignados a la actividad económica: oportunidades de empleo, mayores inversiones empresariales y mayores oportunidades de negocio para la población local. Normalmente se incluyen los ingresos del sector público dentro de los “Beneficios Económicos”, pero en este estudio tenían una valoración cercana a la indiferencia, con lo cual no han sido incluidos en el constructo final. El constructo resultante conserva el 64% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,720.

Variables de “Beneficios Generales”	Nombre	Cargas	Comunalidad
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos.	Res 007	0,809	0,655
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	Res 013	0,776	0,602
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	Res 042	0,787	0,620
	Valor propio	1,876	
	% de varianza	62,54%	
	Alfa Cronbach	0,700	

El constructo “Beneficios Generales” (“Otros Beneficios” o “B. no Económic...” en los diagramas causales) está compuesto por tres indicadores formativos que miden la valoración que realizan los residentes de otros posibles beneficios del turismo, como por ejemplo las mejoras en los servicios públicos. El constructo resultante conserva el 63% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,700. En este caso se valoran beneficios que no repercuten de forma tan directa en los residentes como los Beneficios Económicos.

Variables de “Costes Generales”	Nombre	Cargas	Comunalidad
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	Res 011	0,743	0,552
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas.	Res 012	0,711	0,506
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	Res 022	0,715	0,512
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	Res 024	0,729	0,532
	Valor propio	2,102	
	% de varianza	52,54%	
	Alfa Cronbach	0,698	

El constructo “Costes Generales” (“Costes” en los diagramas causales) está compuesto por cuatro indicadores formativos que miden diversos costes percibidos por los residentes: pérdida cultural, aumento impositivo y conflictos entre residentes, inmigrantes y turistas. El constructo resultante conserva el 53% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,698.

- **Variables exógenas de los modelos.**

A continuación se plantean diversos constructos que actuarán eminentemente como variables exógenas en los modelos de ecuaciones estructurales. Los dos primeros poseen Alfas de Cronbach relativamente bajas, pero pueden ser de utilidad para ayudar a explicar los modelos planteados: grado de integración del residente en la sociedad local y grado de apego del residente en la localidad en la que vive.

El sentimiento de pertenencia a la comunidad local se desglosa en este estudio en dos conceptos: el grado de integración en la comunidad, y el grado de apego a la región.

El constructo “Grado de Integración” (“Integración” en los diagramas causales) está compuesto por dos indicadores formativos que miden el grado de integración en la localidad que la persona considera que posee. El constructo resultante conserva el 71% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,596.

Variables de “Grado de Integración”	Nombre	Cargas	Comunalidad
En su localidad, ¿se siente “integrado/a”?	Res 092	0,844	0,713
¿Qué interés tiene en las noticias que suceden en su localidad o municipio?	Res 093	0,844	0,713
	Valor propio	1,425	
	% de varianza	71,26%	
	Alfa Cronbach	0,596	

El constructo “Grado de Apego” (“Apego” en los diagramas causales) está compuesto por dos indicadores formativos que miden el apego a la localidad y a la isla de los residentes. El constructo resultante conserva el 72% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,615.

Variables de “Grado de Apego”	Nombre	Cargas	Comunalidad
Suponga que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de su municipio, pero dentro de la isla. ¿Cómo se sentiría?	Res 094	0,850	0,722
Suponga ahora, que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de la isla. ¿Cómo se sentiría?	Res 095	0,850	0,722
	Valor propio	1,445	
	% de varianza	72,23%	
	Alfa Cronbach	0,615	

Otra variable de tipo exógeno que puede resultar de interés es el grado de preocupación de los residentes por los temas locales. En concreto se han generado dos constructos para medir de forma desglosada esta “preocupación” de los residentes: Preocupación por la Economía Local (desarrollo económico y oportunidades laborales) y Preocupación por la Comunidad, en concreto por la conservación del patrimonio natural e histórico y por las infraestructuras. Ambos constructos surgen del desglose y agrupación de la batería de ítems referentes a las preocupaciones de los residentes.

El constructo “Preocupación por la Economía Local” (“Pre. Económi...” en los diagramas causales) está compuesto por dos indicadores formativos que miden el grado de preocupación por la situación económica. El constructo resultante conserva el 79% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,733.

VARIABLES DE “PREOCUPACIÓN POR LA ECONOMÍA LOCAL”	NOMBRE	CARGAS	COMUNALIDAD
El desarrollo económico.	Res 076	0,889	0,790
El paro y las oportunidades laborales.	Res 078	0,889	0,790
	Valor propio	1,580	
	% de varianza	79,01%	
	Alfa Cronbach	0,733	

El constructo “Preocupación por la Comunidad” (“Pre. Comuni...” en los diagramas causales) está compuesto por tres indicadores formativos que miden la preocupación por la conservación del entorno y las infraestructuras. El constructo resultante conserva el 73% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,814.

VARIABLES DE “PREOCUPACIÓN POR LA COMUNIDAD”	NOMBRE	CARGAS	COMUNALIDAD
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.	Res 072	0,877	0,769
Escuelas y otras infraestructuras educativas.	Res 073	0,846	0,716
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	Res 075	0,840	0,705
	Valor propio	2,190	
	% de varianza	72,98%	
	Alfa Cronbach	0,814	

Otro constructo que puede resultar de utilidad es la Dependencia económica del turismo que perciben los residentes. En este caso el constructo coincide con una sola variable o ítem. El constructo “Dependencia del Turismo” (“Dependencia” en los diagramas causales) está compuesto por un sólo indicador formativo que mide el grado de dependencia económica del turismo que perciben los residentes.

De los distintos valores que puede poseer una persona, el que más influye en las actitudes de los residentes es el ecocentrismo o grado de defensa del medio ambiente que muestra el individuo. Por este motivo se ha creado un pequeño constructo que mide el grado de ecocentrismo del individuo. El constructo “Grado de Ecocentrismo” (“Ecocentrismo” en los diagramas causales) está compuesto por dos indicadores formativos que miden la preocupación por temas medioambientales que muestran los residentes. El constructo resultante conserva el 83% de la varianza de estos indicadores y posee una Alfa de Cronbach de 0,796.

VARIABLES DE “GRADO DE ECOCENTRISMO”	NOMBRE	CARGAS	COMUNALIDAD
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	Res 027	0,912	0,831
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	Res 028	0,912	0,831
	Valor propio	1,663	
	% de varianza	83,14%	
	Alfa Cronbach	0,796	

El grado de apego e integración, la preocupación por la comunidad y la economía, la percepción de que la región depende del turismo, y los valores ecologistas (o grado de egocentrismo) son conceptos que se espera que actúen como variables exógenas con efecto, principalmente, sobre la percepción de los beneficios y costes generados por el turismo.

7.2. Estudio causal: Modelo de Ecuaciones Estructurales General.

Una vez realizado el estudio previo se disponen de los elementos necesarios para continuar con el estudio causal y empezar a diseñar los modelos a contrastar con ecuaciones estructurales.

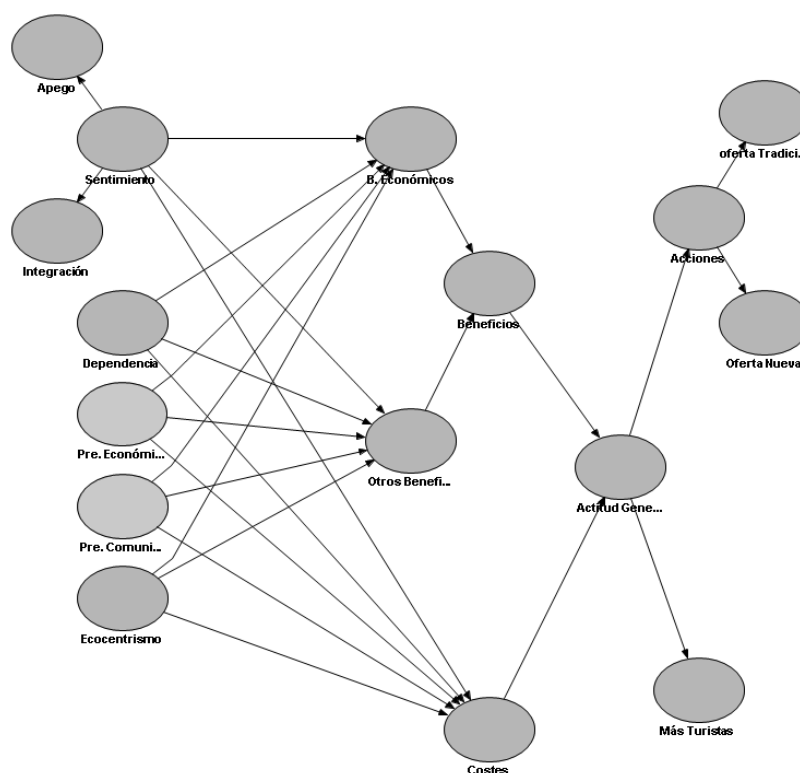


Figura 73: Diagrama causal del modelo general propuesto.

Partiendo de la literatura existente (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004) y del ciclo propuesto en la revisión bibliográfica se propuso un modelo general (Figura 77) con algunas variantes respecto a la literatura previamente existente:

- Los efectos directos sobre las actitudes de los residentes no se dividen en económicos, sociales y medioambientales, sino que sólo se diferencia entre económicos y no económicos.
- La valoración de las diversas ofertas no se considera una expresión de la actitud general sino una consecuencia de ella, creando un constructo de valoración general entre los costes y beneficios y la valoración de los distintos tipos de ofertas planteadas.
- Los factores con efecto indirecto (Apego, Integración, Dependencia del Turismo, Ecocentrismo, Preocupación Económica y Preocupación por la Comunidad) son planteados con un mayor desglose de lo que suele ser habitual.

En este modelo general se plantean varias relaciones que se pretenden contrastar y que es lógico esperar en base a la bibliografía existente:

- Los sentimientos de apego e integración afectan la valoración de los costes y beneficios. Pero no está claro si este efecto será positivo o negativo.

- La dependencia económica del turismo y la preocupación económica poseen efectos positivos sobre los beneficios y negativos sobre los costes.
- La preocupación por la comunidad y el grado de ecocentrismo poseen efectos negativos sobre los beneficios y positivos sobre los costes.
- Los beneficios económicos y no económicos poseen un efecto positivo sobre la actitud general.
- El efecto de los beneficios económicos es mayor que el de los beneficios no económicos.
- Los costes tienen un efecto negativo sobre la actitud general de los residentes.
- La actitud general tiene un efecto positivo sobre el apoyo a los diversos tipos de oferta turística, y sobre el apoyo a un incremento del volumen de turistas.

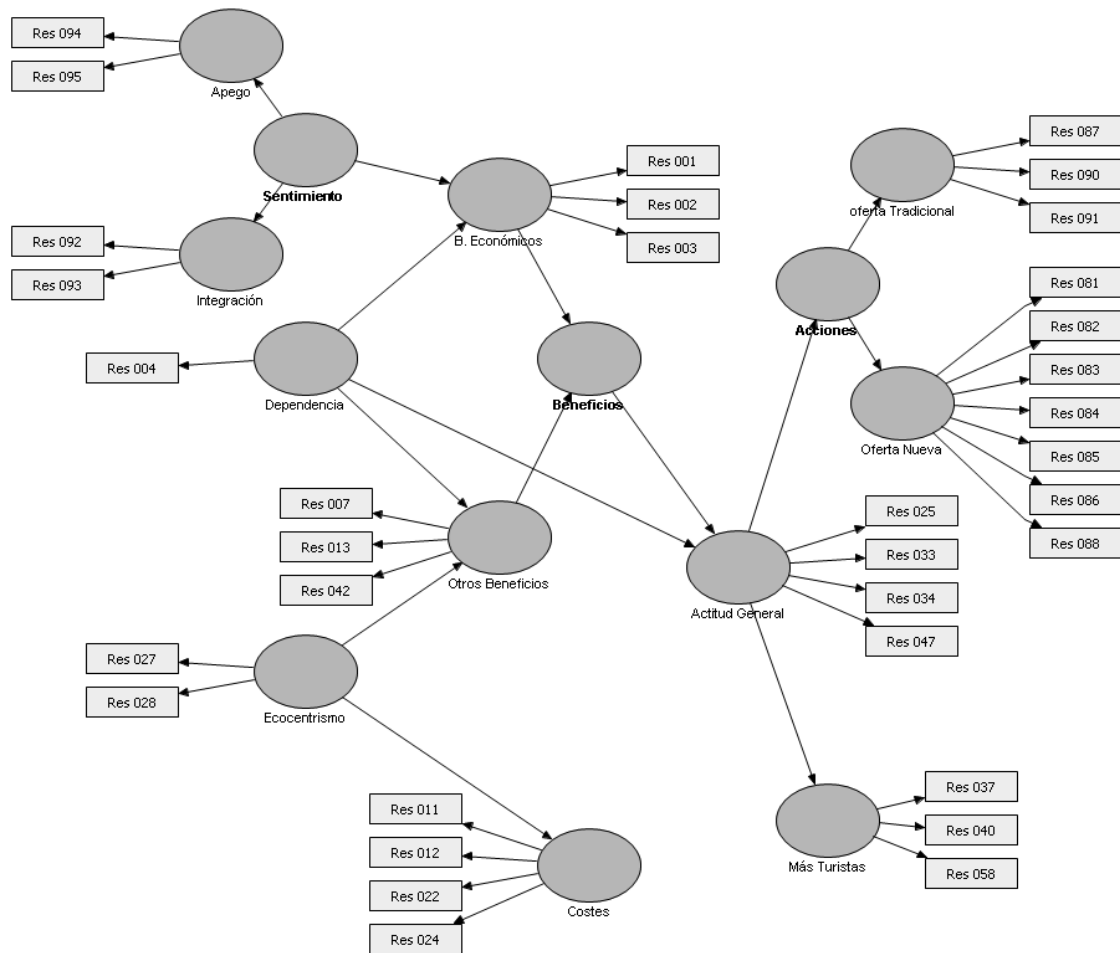


Figura 74: Diagrama causal del modelo general depurado y mejorado.

El modelo general propuesto fue analizado con la ayuda del programa SmartPLS (Ringle, Wende y Will, 2005), iniciando un proceso que buscaba depurar y mejorar el modelo planteado. Se procedió a eliminar las relaciones planteadas no significativas y los constructos que no conservaban ninguna relación significativa. Después de la eliminación de las relaciones menos significativas se repetían los análisis para comprobar si alguna relación inicialmente no significativa adquiriría significación al eliminar otras menos significativas. En este proceso desaparecieron los constructos referentes a la preocupación económica y la preocupación por la comunidad local, ya que no conservaban ninguna relación significativa con otros constructos del modelo. Muchas relaciones inicialmente propuestas desaparecieron a pesar de que mostraban el

signo previsto por su baja significación. El caso más significativo es el efecto de los Costes sobre las Actitudes Generales, que aunque tiene signo negativo como es de esperar no es significativo. Posiblemente la desaparición del efecto significativo de los costes sobre la valoración general se deba al efecto de la crisis, el cual ha reducido la valoración de los costes y, probablemente, haya desvinculado la valoración de los costes de la valoración general del turismo (aunque se perciben costes, eso no afecta el apoyo del desarrollo turístico).

Una vez se realizada esta primera depuración se planteó la posibilidad de existir relaciones directas donde se habían planteado relaciones indirectas en el modelo inicial, iniciando un nuevo proceso de eliminación de relaciones no significativas y comprobación mediante nuevos análisis. En esta fase se vio la necesidad de incorporar la relación directa entre Dependencia y Actitud General, al resultar significativa y no haber sido incorporada inicialmente. Vemos por tanto que la percepción que tienen los residentes de la dependencia económica del turismo que sufre Ibiza es muy importante en la determinación de sus actitudes.

Ambos procesos de depurado y mejora fueron repetidos varias veces con la finalidad de garantizar la ausencia de algún error que eliminara componentes significativos del modelo final. El modelo final, después de depurarlo y mejorarlo es el que aparece en la Figura 78, con indicación de las variables contenidas en cada uno de los constructos.

No todas las comprobaciones necesarias pueden ser realizadas en el estudio previo. A continuación se comentan las comprobaciones pendientes, siempre referidas al modelo general depurado y mejorado definitivo.

	Valor Medio	AVE	Fiabilidad Compuesta	R ²	Alfa de Cronbachs	Communalidad	Redundancia
Acciones	4,404	0,529	0,917	0,100	0,898	0,529	0,051
Actitud General	3,956	0,589	0,852	0,368	0,768	0,589	0,194
Apego	3,815	0,721	0,838	0,594	0,615	0,721	0,426
B. Económicos	4,374	0,643	0,844	0,186	0,723	0,643	0,083
Costes	3,039	0,524	0,815	0,207	0,699	0,524	0,106
Dependencia	4,644	1,000	1,000	0,000	1,000	1,000	0,000
Ecocentrismo	3,779	0,831	0,908	0,000	0,797	0,831	0,000
Integración	3,409	0,713	0,832	0,607	0,597	0,713	0,432
Más Turistas	2,908	0,721	0,886	0,127	0,807	0,721	0,091
Oferta Nueva	4,450	0,639	0,925	0,939	0,906	0,639	0,600
Otros Beneficios	3,230	0,625	0,833	0,167	0,700	0,625	0,037
oferta Tradicional	4,246	0,600	0,818	0,605	0,667	0,600	0,360

Tabla 151: Diversos parámetros de los constructos del modelo general.

La fiabilidad (*reliability*) mide la consistencia de los indicadores que forman el constructo, es decir, que los indicadores están midiendo lo mismo. Los dos indicadores de fiabilidad más usados son: el Alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) o fiabilidad individual, y la fiabilidad compuesta (Anderson y Gerbing, 1988; Bagozzi y Yi, 1988; Werts, Linn, y Jöreskog, 1974).

Lo más habitual es considerar como criterio de fiabilidad que los valores de ambos sean superiores a 0,7 (Jöreskog, 1971a, 1971b; Nunnally, 1987; Santesmases, 2009), aunque no existe un criterio fijo para determinar a partir de qué valor la escala es válida y en algunos casos prácticos se admite 0,6 (Nunnally y Bernstein, 1994). La fiabilidad individual (Alfa de Cronbachs) muestra valores superiores a 0,7 en la mayor parte de los casos. Integración, Grado de Apego y Apoyo a la Oferta Actual muestran valores entre 0,6 y 0,7 que pueden considerarse

aceptables. La fiabilidad compuesta es de 0,75 o superior en todos los casos, siendo un dato bueno o muy bueno. En general se puede considerar que los niveles de fiabilidad son aceptables.

	Actitud General	Apego	B. Económicos	Costes	Dependencia	Ecocentrismo	Integración	Más Turistas	Oferta Nueva	Otros Beneficios	Oferta Tradicional
Res 047	0,779										
Res 033	0,774										
Res 025	0,764										
Res 034	0,754										
Res 095		0,873									
Res 094		0,825									
Res 001			0,814								
Res 003			0,797								
Res 002			0,796								
Res 024				0,767							
Res 011				0,731							
Res 012				0,705							
Res 022				0,690							
Res 004					1,000						
Res 027						0,923					
Res 028						0,900					
Res 093							0,851				
Res 092							0,837				
Res 040								0,877			
Res 037								0,842			
Res 058								0,828			
Res 085									0,850		
Res 082									0,834		
Res 086									0,814		
Res 084									0,790		
Res 081									0,782		
Res 088									0,775		
Res 083									0,747		
Res 007										0,815	
Res 013										0,786	
Res 042										0,771	
Res 091											0,787
Res 090											0,787
Res 087											0,750

Tabla 152: Cargas factoriales de los indicadores reflectivos.

Se tienen en cuenta dos criterios para comprobar la validez convergente: *Average Variance Extracted* (AVE) superior a 0,5 (Bagozzi y Yi, 1998; Fornell and Larcker, 1981), y comprobar que las cargas factoriales de la matriz de componentes principales sean superiores a 0,5

(Jöreskog y Sörbom, 1993) o a 0,7 (Chin, 1998) para cada uno de los indicadores. El AVE es superior a 0,5 en todos los casos. Todas las cargas de los indicadores reflectivos son superiores a 0,7. Por tanto, se puede afirmar que existe validez convergente.

	Actitud General	Apego	B. Económicos	Costes	Dependencia	Ecocentrismo	Integración	Más Turistas	Oferta Nueva	Otros Beneficios	Oferta Tradicional
Res 047	0,779	0,205	0,382	-0,147	0,320	-0,157	0,154	0,334	0,227	0,353	0,265
Res 033	0,774	0,192	0,344	-0,210	0,256	-0,267	0,153	0,218	0,188	0,379	0,232
Res 025	0,764	0,178	0,335	-0,175	0,333	-0,151	0,169	0,298	0,262	0,299	0,319
Res 034	0,754	0,201	0,406	-0,196	0,274	-0,166	0,189	0,233	0,139	0,416	0,235
Res 095	0,232	0,873	0,169	0,002	0,086	0,011	0,217	0,018	-0,041	0,137	0,043
Res 094	0,196	0,825	0,151	-0,075	0,131	-0,099	0,117	0,072	-0,031	0,180	-0,011
Res 001	0,395	0,186	0,814	-0,128	0,345	-0,103	0,191	0,184	0,129	0,233	0,194
Res 003	0,397	0,146	0,797	-0,181	0,297	-0,060	0,198	0,096	0,184	0,348	0,190
Res 002	0,356	0,121	0,796	-0,088	0,226	-0,119	0,238	0,141	0,175	0,245	0,171
Res 024	-0,238	-0,125	-0,157	0,767	-0,090	0,394	-0,079	-0,076	-0,020	-0,205	-0,040
Res 011	-0,214	-0,032	-0,175	0,731	-0,097	0,318	-0,039	-0,121	-0,102	-0,116	-0,125
Res 012	-0,142	-0,030	-0,063	0,705	-0,066	0,316	0,001	-0,110	-0,055	-0,048	-0,081
Res 022	-0,058	0,117	-0,075	0,690	-0,006	0,270	0,020	-0,034	0,031	-0,015	-0,038
Res 004	0,387	0,125	0,362	-0,094	1,000	-0,045	0,131	0,222	0,226	0,247	0,230
Res 027	-0,269	-0,063	-0,122	0,425	-0,094	0,923	-0,066	-0,274	0,008	-0,343	-0,097
Res 028	-0,160	-0,021	-0,087	0,404	0,019	0,900	0,031	-0,304	0,031	-0,267	-0,052
Res 093	0,197	0,181	0,249	-0,007	0,180	-0,017	0,851	0,025	0,161	0,082	0,148
Res 092	0,169	0,158	0,187	-0,061	0,038	-0,021	0,837	-0,021	0,170	0,067	0,157
Res 040	0,295	0,065	0,152	-0,160	0,139	-0,328	-0,036	0,877	-0,017	0,248	0,131
Res 037	0,285	0,022	0,173	-0,107	0,218	-0,293	-0,025	0,842	-0,001	0,288	0,098
Res 058	0,323	0,041	0,123	-0,042	0,206	-0,191	0,062	0,828	0,048	0,223	0,161
Res 085	0,185	-0,075	0,117	-0,047	0,145	0,013	0,068	-0,004	0,850	-0,003	0,438
Res 082	0,220	-0,051	0,161	0,001	0,209	0,079	0,149	-0,043	0,834	-0,022	0,474
Res 086	0,243	-0,014	0,182	-0,062	0,183	0,020	0,211	0,032	0,814	-0,005	0,472
Res 084	0,210	-0,072	0,131	-0,040	0,146	-0,048	0,156	0,016	0,790	0,006	0,431
Res 081	0,178	-0,029	0,144	-0,036	0,172	0,058	0,157	-0,008	0,782	-0,020	0,470
Res 088	0,130	-0,050	0,167	-0,058	0,154	-0,001	0,149	-0,038	0,775	-0,023	0,494
Res 083	0,329	0,051	0,235	-0,051	0,256	-0,011	0,209	0,121	0,747	0,047	0,576
Res 007	0,352	0,083	0,324	-0,083	0,230	-0,227	0,087	0,197	-0,013	0,815	0,122
Res 013	0,397	0,143	0,279	-0,143	0,213	-0,289	0,033	0,241	0,037	0,786	0,110
Res 042	0,366	0,221	0,210	-0,121	0,136	-0,287	0,090	0,271	-0,035	0,771	0,062
Res 091	0,289	0,070	0,197	-0,094	0,254	-0,041	0,070	0,139	0,496	0,067	0,787
Res 090	0,235	-0,026	0,152	-0,096	0,114	-0,148	0,190	0,108	0,392	0,103	0,787
Res 087	0,270	-0,001	0,184	-0,037	0,156	-0,013	0,165	0,111	0,495	0,124	0,750

Tabla 153: Cross-loading de los indicadores reflectivos.

Para analizar la validez discriminante se obtiene la matriz de cargas factoriales y cargas factoriales cruzadas. Las cargas factoriales deben ser mayores que las cargas factoriales

cruzadas. Es decir, los indicadores deben estar más correlacionados con su propio constructo que con los otros. En la siguiente tabla se comprueba que este criterio se cumple claramente en todos los casos.

	Actitud General	Apego	B. Económicos	Costes	Dependencia	Ecocentrismo	Integración	Más Turistas	Oferta Nueva	Otros Beneficios	Oferta Tradicional
Actitud General	1										
Apego	0,064	1									
B. Económicos	0,229	0,036	1								
Costes	0,055	0,002	0,028	1							
Dependencia	0,150	0,016	0,131	0,009	1						
Ecocentrismo	0,057	0,002	0,013	0,207	0,002	1					
Integración	0,047	0,040	0,067	0,002	0,017	0,001	1				
Más Turistas	0,127	0,003	0,030	0,014	0,049	0,100	0,000	1			
Oferta Nueva	0,071	0,002	0,041	0,003	0,051	0,000	0,038	0,000	1		
Otros Beneficios	0,221	0,034	0,119	0,021	0,061	0,114	0,008	0,088	0,000	1	
Oferta Tradicional	0,118	0,000	0,053	0,009	0,053	0,007	0,032	0,024	0,359	0,016	1
AVE	0,589	0,721	0,643	0,524	1,000	0,831	0,713	0,721	0,639	0,625	0,600

Tabla 154: Matriz de correlaciones al cuadrado y valor de AVE.

El segundo criterio para verificar la validez discriminante es que la raíz cuadrada del AVE del constructo sea mayor que la correlación entre ese constructo y todos los demás (Chin, 1998). O lo que es lo mismo, que el valor del AVE sea superior a las correlaciones al cuadrado. Además, es recomendable que las correlaciones entre los distintos constructos que componen el modelo no sean superiores a 0,8 (Bagozzi, 1994). Ambos elementos se cumplen en el modelo planteado.

	Actitud General	Apego	B. Económicos	Costes	Dependencia	Ecocentrismo	Integración	Más Turistas	Oferta Nueva	Otros Beneficios	Oferta Tradicional
Actitud General	1										
Apego	0,253	1									
B. Económicos	0,478	0,189	1								
Costes	-0,235	-0,040	-0,167	1							
Dependencia	0,387	0,125	0,362	-0,094	1						
Ecocentrismo	-0,238	-0,047	-0,116	0,455	-0,045	1					
Integración	0,217	0,201	0,259	-0,040	0,131	-0,023	1				
Más Turistas	0,356	0,050	0,175	-0,119	0,222	-0,316	0,003	1			
Oferta Nueva	0,267	-0,043	0,203	-0,052	0,226	0,020	0,196	0,013	1		
Otros Beneficios	0,470	0,185	0,345	-0,145	0,247	-0,337	0,088	0,297	-0,004	1	
Oferta Tradicional	0,344	0,021	0,231	-0,097	0,230	-0,083	0,180	0,155	0,599	0,126	1

Tabla 155: Matriz de correlaciones.

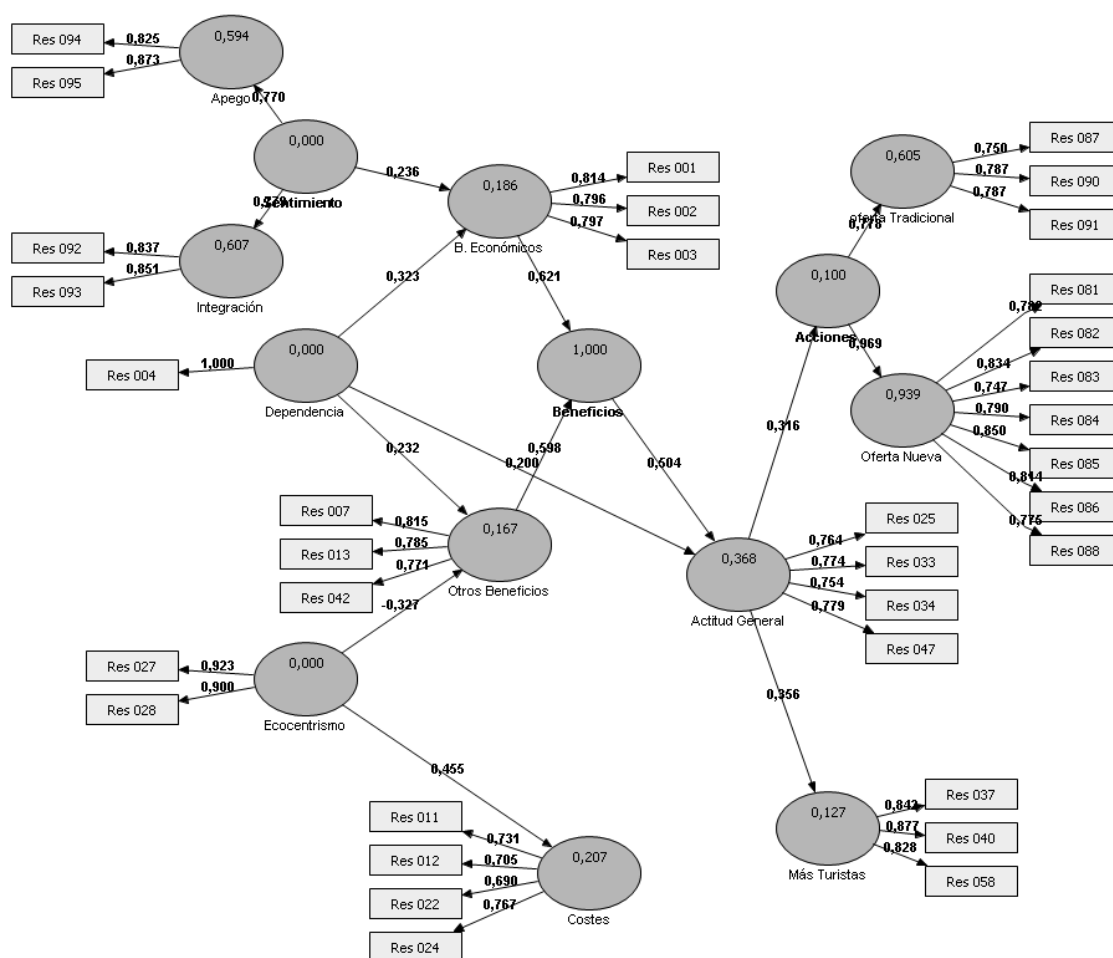


Figura 75: Cargas del modelo general depurado y mejorado.

	Acciones	Actitud General	Apego	B. Económicos	Beneficios	Costes	Integración	Más Turistas	Oferta Nueva	Otros Beneficios	Oferta Tradicional
Acciones									0,969		0,778
Actitud General	0,316							0,356			
B. Económicos					0,621						
Beneficios		0,504									
Dependencia		0,200		0,323						0,232	
Ecocentrismo						0,455				-0,327	
Otros Beneficios					0,598						
Sentimiento			0,771	0,236			0,779				

Tabla 156: Path coefficients del modelo propuesto.

Se cumplen los criterios de validez convergente y discriminante del modelo propuesto. Ahora se procede a estudiar las relaciones existentes entre los constructos. En esencia se obtienen los

coeficientes de regresión estandarizados beta, llamados *path coefficients*, los valores de la t de Student y los R^2 (*R-square*). Los coeficientes de regresión del modelo se pueden ver en la Tabla 156 y en la Figura 79.

Los resultados más destacables y visibles del Modelo de Ecuaciones Estructurales General son:

- Los sentimientos de apego e integración poseen un efecto positivo y significativo sobre la valoración de los beneficios económicos, pero no muestran efectos significativos sobre ningún otro constructo. Parece ser que las personas con mayores sentimientos de pertenencia a la comunidad poseen mayor valoración de los beneficios económicos del turismo.
- La percepción de que Ibiza depende económicamente del turismo posee efectos positivos y significativos sobre los beneficios, tanto económicos como no económicos, y sobre la valoración general que realizan los residentes. Destacar que el efecto más grande es sobre los beneficios económicos y que existe un efecto directo sobre la valoración general.
- La preocupación de los residentes, tanto por la economía como por la comunidad, no posee efectos significativos sobre ningún constructo y, por tanto, desaparece del modelo.
- El grado de ecocentrismo de los individuos posee efectos significativos sobre la valoración de los costes y sobre la valoración de los beneficios no económicos. En el primer caso el efecto es positivo y en el segundo negativo, siendo lo esperado. Las personas más ecocéntricas perciben con más fuerza los costes y de forma menos intensa los beneficios del turismo en el entorno.
- Los beneficios, tanto económicos como no económicos, poseen un efecto positivo y significativo sobre la valoración general del turismo. El efecto de los beneficios económicos es ligeramente superior al de los beneficios no económicos.
- Los costes poseen un efecto negativo sobre la valoración general, pero este efecto no es significativo. Aunque los individuos son conscientes de los costes, eso no afecta su apoyo al turismo.
- La valoración general implica un mayor apoyo a las diversas ofertas turísticas y a un incremento del volumen de turistas. Dentro de las ofertas, goza de mayor apoyo el llamado turismo alternativo.

Lo más destacable del resultado obtenido es el poco peso de los costes en la valoración general, el efecto directo de la dependencia económica en la valoración general y la falta de efectos significativos de los diversos tipos de preocupación. Los dos primeros elementos son, con gran probabilidad, debidos a la crisis económica iniciada en 2008. El resto de relaciones causales significativas son las previsible, con pocos matices, dada la evolución histórica del turismo de Ibiza y la situación turística y económica de 2011.

	T Student		T Student
Acciones → Oferta Nueva	127,079 (****)	Dependencia → B. Económicos	2,535 (**)
Acciones → oferta Tradicional	15,796 (****)	Dependencia → Otros Beneficios	2,088 (**)
Actitud General → Acciones	2,904 (***)	Ecocentrismo → Costes	5,718 (****)
Actitud General → Más Turistas	4,292 (****)	Ecocentrismo → Otros Beneficios	3,651 (****)
B. Económicos → Beneficios	9,854 (****)	Otros Beneficios → Beneficios	11,219 (****)
Beneficios → Actitud General	6,111 (****)	Sentimiento → Apego	8,107 (****)
Dependencia → Actitud General	1,789 (*)	Sentimiento → B. Económicos	2,553 (**)
		Sentimiento → Integración	8,157 (****)

(*) Significativo al 0'1; (**) Significativo al 0'05; (***) Significativo al 0'01; (****) Significativo al 0'001.

Tabla 157: T de Student para los constructos del modelo estudiado.

T Student		T Student	
Res 001 ← B. Económicos	11,741 (****)	Res 042 ← Otros Beneficios	11,768 (****)
Res 002 ← B. Económicos	14,001 (****)	Res 047 ← Actitud General	14,028 (****)
Res 003 ← B. Económicos	16,161 (****)	Res 058 ← Más Turistas	15,015 (****)
Res 004 ← Dependencia	0,000	Res 081 ← Oferta Nueva	13,898 (****)
Res 007 ← Otros Beneficios	17,172 (****)	Res 082 ← Oferta Nueva	17,888 (****)
Res 011 ← Costes	8,403 (****)	Res 083 ← Oferta Nueva	10,301 (****)
Res 012 ← Costes	7,178 (****)	Res 084 ← Oferta Nueva	14,659 (****)
Res 013 ← Otros Beneficios	15,915 (****)	Res 085 ← Oferta Nueva	23,183 (****)
Res 022 ← Costes	6,841 (****)	Res 086 ← Oferta Nueva	16,969 (****)
Res 024 ← Costes	11,687 (****)	Res 087 ← oferta Tradicional	11,610 (****)
Res 025 ← Actitud General	10,381 (****)	Res 088 ← Oferta Nueva	12,532 (****)
Res 027 ← Ecocentrismo	43,138 (****)	Res 090 ← oferta Tradicional	12,862 (****)
Res 028 ← Ecocentrismo	26,029 (****)	Res 091 ← oferta Tradicional	15,015 (****)
Res 033 ← Actitud General	10,907 (****)	Res 092 ← Integración	7,909 (****)
Res 034 ← Actitud General	9,160 (****)	Res 093 ← Integración	9,446 (****)
Res 037 ← Más Turistas	13,153 (****)	Res 094 ← Apego	5,211 (****)
Res 040 ← Más Turistas	19,525 (****)	Res 095 ← Apego	6,269 (****)

(****) Significativo al 0'001.

Tabla 158: T de Student para los indicadores del modelo estudiado.

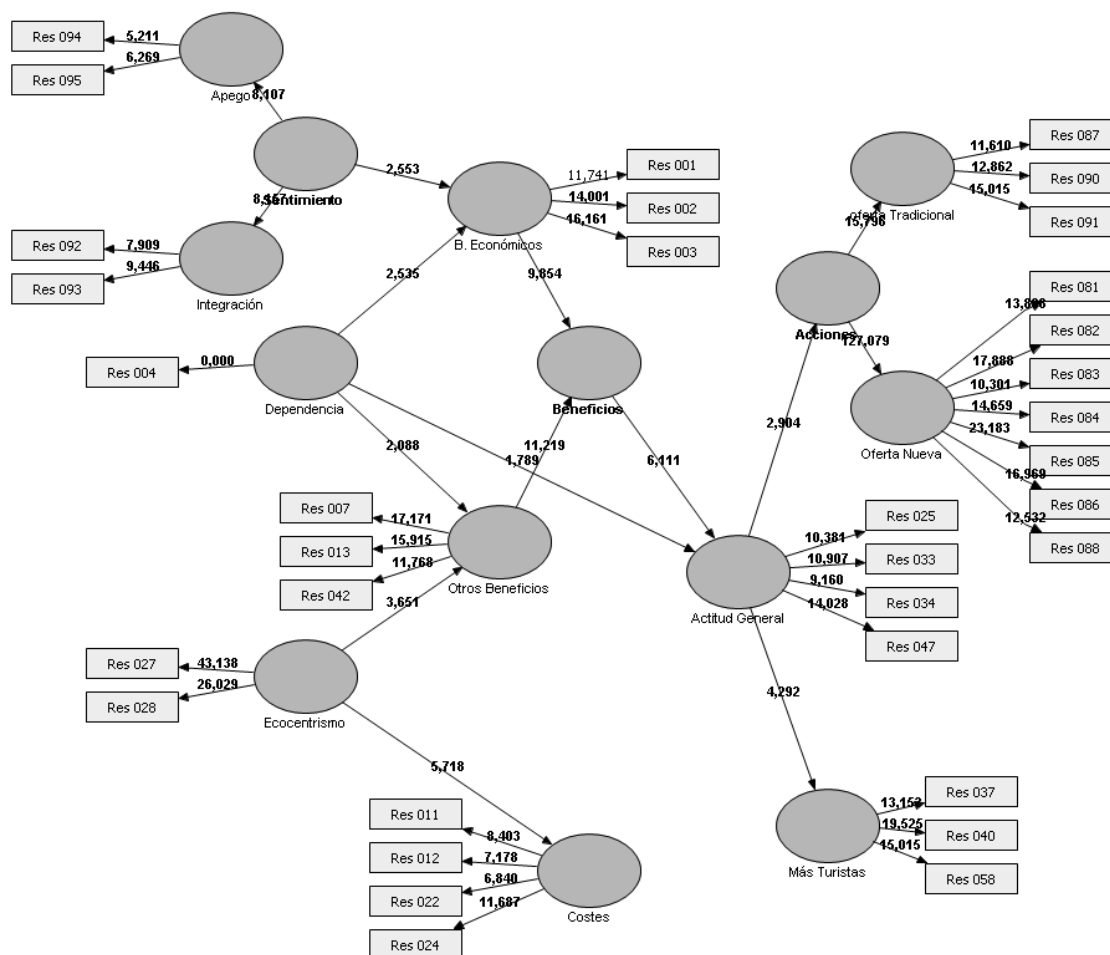


Figura 76: T de Student del modelo general depurado y mejorado.

Para completar el estudio, se realizan dos pruebas que ayudan a corroborar los datos: Blindfolding y Bootstrapping. Gracias a la prueba Bootstrap obtenemos los valores para el estadístico T de Student. Para los valores de la t de Student el criterio de referencia es 2,58 para un nivel de error de 0,01 (aunque se han indicado otros niveles de error en las tablas).

Total	Q ²	Total	Q ²
Acciones	0,529	Ecocentrismo	0,825
Actitud General	0,589	Integración	0,708
Apego	0,718	Más Turistas	0,721
B. Económicos	0,643	Oferta Nueva	0,639
Beneficios	0,426	Otros Beneficios	0,625
Costes	0,524	Sentimiento	0,431
Dependencia	1,000	oferta Tradicional	0,600

Tabla 159: Estadístico Q² para la prueba Blindfolding.

El Blindfolding omite parte de los datos cuando estima una variable latente dependiente a partir de otras variables latentes independientes, y luego intenta estimar esos datos utilizando los parámetros estimados con anterioridad. El estadístico Q² es positivo en todos los casos, resultando correcta la prueba.

8. Discusión de los resultados del estudio empírico.

Una vez realizados los distintos análisis procedemos a comentar las diversas hipótesis planteadas. Para rechazar o no las hipótesis y sub-hipótesis se recurre a los resultados de los análisis anteriores y, en los casos necesarios, se realizan nuevos análisis bivariantes y de ecuaciones estructurales. En todas las aplicaciones de ecuaciones estructurales se ha realizado todo el proceso de obtención de tablas y gráficas, al igual que en el Modelo de Ecuaciones Estructurales General, pero sólo se muestran figuras resumen con las cargas obtenidas y la indicación del grado de significación para no sobrecargar el texto y por la gran sencillez de los modelos usados.

Se han dividido las hipótesis en dos grupos (A y B). En el grupo A se plantea la valoración general de los residentes y en el bloque B los efectos de diversos factores en la valoración de los individuos.

GRUPO A: Los residentes poseen una valoración positiva del turismo a causa de los beneficios económicos que aporta, pero no ignoran los impactos negativos asociados.

La economía local es la principal preocupación que impulsa a una región a convertirse en destino turístico. Muchas regiones con escasas fuentes de recursos adoptan el turismo como una solución a sus problemas de desarrollo económico (Cater, 1987). En estos destinos los beneficios económicos previstos hacen que la reacción de la población local sea muy favorable al turismo (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996). Diversos autores han llegado a la conclusión de que los residentes infravaloran los costes y sobrevaloran los beneficios (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984) cuando se encuentran en una mala situación económica. Por tanto cuando más negativa sea percibida la situación económica local inicial, o cuando son fuertemente dependientes del sector turístico para mantener su calidad de vida, más entusiasta será la reacción de la población hacia el desarrollo turístico (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002).

Hipótesis 1: *Los residentes poseen una valoración general positiva del turismo a causa de los beneficios económicos (actividad económica, oportunidades de empleo).*

Antes de analizar esta hipótesis revisaremos algunas sub-hipótesis relacionadas con ella.

Hipótesis 1.1: *Los residentes poseen una valoración general positiva del turismo.*

Si analizamos el constructo “Valoración General del Turismo” (“Actitud General” en las figuras), vemos que su valor medio es de 3,950 sobre 5, siendo un valor positivo y significativamente distinto de 3 (“indiferente”). Por tanto, podemos considerar que la hipótesis 1.1 no es rechazable.

Hipótesis 1.2: *Los residentes tienen una elevada valoración de los beneficios económicos aportados por el turismo.*

Hipótesis 1.2.1: *Los residentes consideran que el turismo aumenta las oportunidades de empleo.*

Al preguntar por este aspecto a los residentes se obtiene que el 96,4% de la muestra (con una media aritmética del 4,495) está de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación. Además, este ítem posee un efecto positivo y significativo al 0,01 sobre la Valoración General que realizan del turismo. Por tanto, no podemos rechazar la hipótesis 1.2.1 y además influye positivamente sobre la actitud general de los residentes.

Hipótesis 1.2.2: *Las personas que reciben un beneficio económico directo del turismo muestran valoraciones más positivas.*

Si comparamos la “Valoración General del Turismo” (valor medio de esta variable igual a 0 en este caso) que realizan con el grado de efecto que tendría una crisis turística en sus ingresos familiares, vemos que la Valoración General de las personas cuyos ingresos no se verían afectados por una crisis turística es menor a la media (-0,717), mientras que para los que consideran que bajaría mucho se encuentra por encima de la media (0,328) y para los que consideran que bajaría se encuentra en la media (0,046), siendo las diferencias significativas. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 1.2.2, ya que hay una relación entre la dependencia económica del turismo y la Valoración General del Turismo.

Hipótesis 1.2.3: *Los residentes consideran que el turismo aumenta las posibilidades de nuevas iniciativas empresariales y de autoempleo.*

Al preguntar por este aspecto a los residentes se obtiene que el 92,1% de la muestra (con una media aritmética del 4,325) está de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación. Además, este ítem posee un efecto positivo y significativo al 0,05 sobre la Valoración General que realizan del turismo. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 1.2.3 y además influye positivamente sobre la actitud general de los residentes.

Hipótesis 1.2.4: *Los residentes consideran que el turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por impuestos).*

Al preguntar por este aspecto a los residentes se obtiene que el 64,35% de la muestra (con una media aritmética del 3,706) está de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 1.2.4, pero este elemento no influye de forma significativa en la actitud general de los residentes, no siendo tan importante como otros efectos económicos.

Hipótesis 1.2.5: *Los residentes consideran que el turismo aumenta la valorización de los recursos y actividades tradicionales en retroceso (agricultura, ganadería y artesanía).*

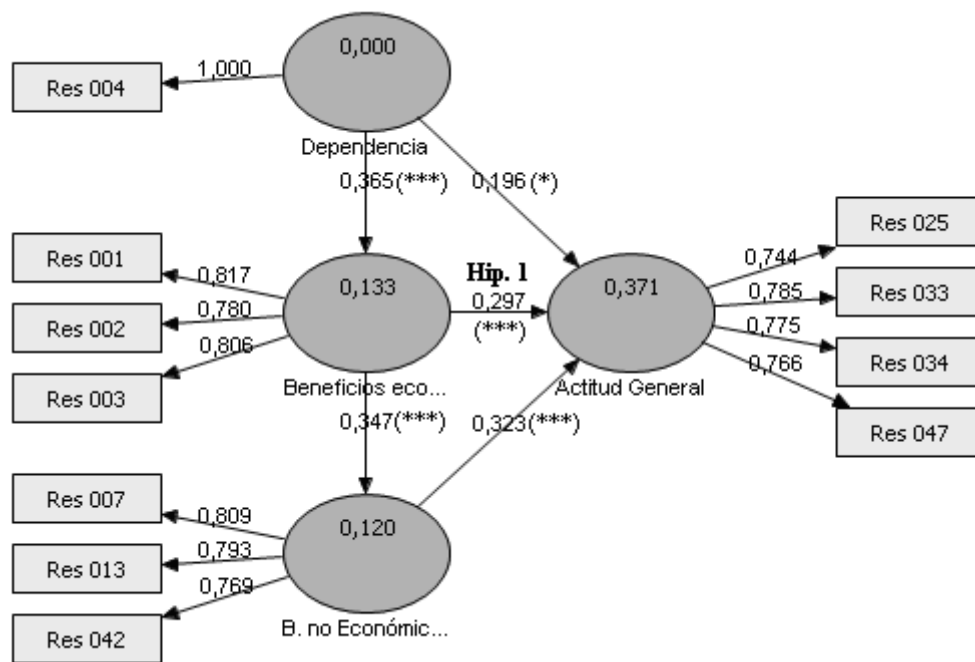
Al preguntar por este aspecto a los residentes se obtiene que el 55,3% de la muestra (con una media aritmética del 2,574) está en desacuerdo o muy en desacuerdo con esta afirmación y sólo el 23% de acuerdo o muy de acuerdo. Este ítem posee un efecto positivo y significativo al 0,05 sobre la Valoración General que realizan del turismo. Por tanto, la hipótesis 1.2.5 no puede ser aceptada para el caso de Ibiza.

Si analizamos el constructo “Beneficios Económicos”, vemos que su valor medio es de 4,37 sobre 5, siendo un valor positivo, significativamente distinto de 3 (“Indiferente”) y muy alto. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 1.2. Además es posible afirmar que los impactos más importantes dentro de este apartado son las oportunidades laborales (Hip. 1.2.1) y de negocio para las Pymes (1.2.3).

Hipótesis 1.3: *Los residentes consideran que Ibiza depende económicamente del turismo.*

El 95,9% de la muestra considera que se debe cuidar el turismo porque es básico para la economía de Ibiza y el 65,1% considera que debe seguir siendo la actividad económica principal. Es decir, Ibiza depende del turismo y seguirá siendo así, probablemente por no existir una opción de futuro mejor. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 1.3.

En esencia, en la Hipótesis 1 se pretende contrastar que los beneficios económicos son de gran importancia para la determinación de las actitudes generales de los residentes, bajo la influencia de la percepción de dependencia económica del turismo. Usando un pequeño modelo de ecuaciones estructurales obtenemos el resultado expuesto en la Figura 81.



(*) Significativo al 0'1; (***) Significativo al 0'01.

Figura 77: Cargas del modelo.

Los resultados obtenidos no permiten rechazar la Hipótesis 1, ya que hay relación causal y además significativa entre la valoración de los Beneficios Económicos y la Valoración General del Turismo (“Actitud General” en las Figuras). Además, los Beneficios Económicos se ven positivamente influidos por la valoración de la Dependencia del Turismo que se posea.

La Dependencia del Turismo muestra un efecto significativo al 0,01 sobre los Beneficios Económicos y al 0,1 sobre la Valoración General del Turismo. Por tanto, vemos que el efecto principal de la dependencia sobre las actitudes del turismo se produce al aumentar la valoración de los beneficios e impactos positivos del sector.

Además de las relaciones planteadas en la Hipótesis 1, se observa otro elemento interesante: los beneficios económicos poseen una influencia positiva en los beneficios generales o no económicos. Este hecho parece indicar que existe una supremacía de los beneficios económicos y de la dependencia económica del turismo a la hora de explicar las actitudes de los residentes.

Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes, y son los beneficios más importantes y esperados por la población local. En el estudio empírico vemos que se cumple para Ibiza lo expuesto en la literatura existente y los estudios empíricos realizados en otras partes del mundo. Además se contempla la importancia que posee la dependencia económica del turismo sobre los beneficios económicos. La dependencia económica explica el 15,2% de la varianza de la actitud general, los beneficios generales el 22,9% y los beneficios económicos el 23,1%. Si tenemos en cuenta que los beneficios económicos causan un efecto positivo sobre la valoración de los beneficios generales, vemos que los beneficios económicos son el efecto más importante para explicar la valoración general del turismo que poseen los residentes. El Modelo de Ecuaciones Estructurales General muestra resultados parecidos.

Hipótesis 2: La valoración general positiva no implica que ignoren los impactos negativos que provoca el turismo.

Antes de analizar esta hipótesis revisaremos algunas sub-hipótesis relacionadas con ella. Cabe mencionar que el constructo usado para “Costes Generales” es perfeccionable y este hecho puede limitar el análisis hecho en esta parte.

Hipótesis 2.1: La percepción de los costes del turismo se agudiza cuando los individuos consideran que debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.

La opinión de que “la población local debe tomar parte en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico” no tiene un efecto significativo en la valoración de los “Costes Generales”, por tanto puede rechazarse la hipótesis 2.1 para el caso de Ibiza.

Hipótesis 2.2: La percepción de los costes del turismo aumenta cuando forman parte de asociaciones.

No se detectan diferencias en la valoración de los costes por el hecho de pertenecer a Partidos Políticos, Asociaciones Culturales o Entidades Deportivas. Los miembros de Grupos Ecologistas y de Sindicatos muestran una valoración de los costes ligeramente superior, pero no llega a ser una diferencia significativa. Por tanto, podemos rechazar la hipótesis 2.2 para el caso de Ibiza.

Hipótesis 2.3: La percepción de los costes del turismo aumenta cuando aumentan los niveles de preocupación por la región.

Al analizar el efecto de la preocupación de los individuos por la conservación del entorno y la cultura en la percepción de los costes se observa que no existe un efecto significativo, tal y como muestra el Modelo de Ecuaciones Estructurales General. Por tanto, podemos rechazar la Hipótesis 2.3 para el caso de Ibiza.

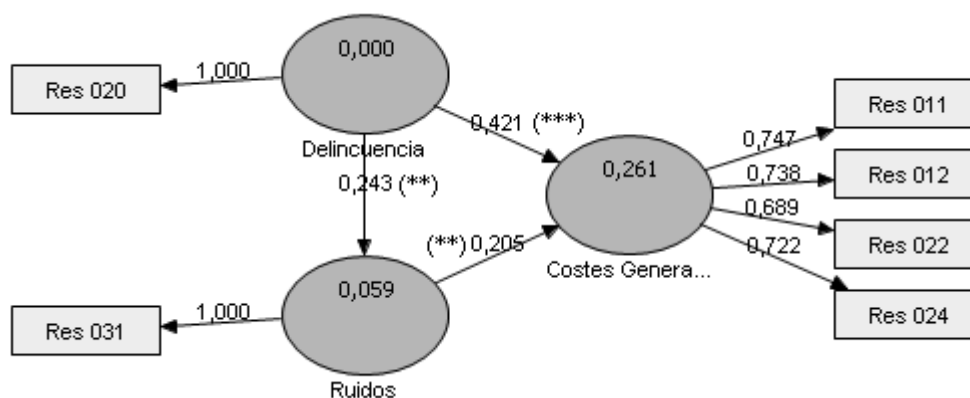
Hipótesis 2.4: La percepción de los costes del turismo se reduce cuando hay una dependencia económica del turismo.

Las personas cuyos ingresos no dependen del sector turístico muestran una mayor valoración de los costes (0,225) que las personas que dependen económicamente del turismo, pero no hay diferencias entre los que tienen dependencia (-0,033) o gran dependencia (-0,069) y la diferencia entre los que dependen del turismo y los que no es significativa. Por tanto, se puede rechazar la hipótesis 2.4 para el caso de Ibiza.

En esta hipótesis se toma en cuenta el beneficio directo obtenido por el individuo (que el individuo dependa económicamente del turismo). Si interpretamos la dependencia económica como la percepción de que la región en su conjunto depende del turismo para su progreso económico, si sería acertada la hipótesis tal i como muestra el Modelo de Ecuaciones Estructurales General realizado en el punto siete de este capítulo.

Hipótesis 2.5: *La percepción de los costes del turismo aumenta cuando aumentan las molestias que sufren los residentes.*

Del conjunto de molestias analizadas (problemas de tráfico, delincuencia, agobio personal y ruidos), sólo la delincuencia e inseguridad ciudadana es significativa al 0,01 y explica el 19,8% de la varianza del constructo “Costes Generales”. El ruido generado por los establecimientos turísticos genera un efecto significativo al 0,05, pero sólo explica el 6,3% de la varianza del constructo y se encuentra a su vez influenciado por la percepción de la delincuencia con un grado de significación del 0,05. Por tanto, sólo en el caso de la delincuencia e inseguridad ciudadana no es posible rechazar la hipótesis 2.5 para el caso de Ibiza.



(**) Significativo al 0'05; (***) Significativo al 0'01.

Figura 78: Cargas del modelo.

Hipótesis 2.6: *La percepción de los costes del turismo aumenta cuando empeoran las condiciones laborales.*

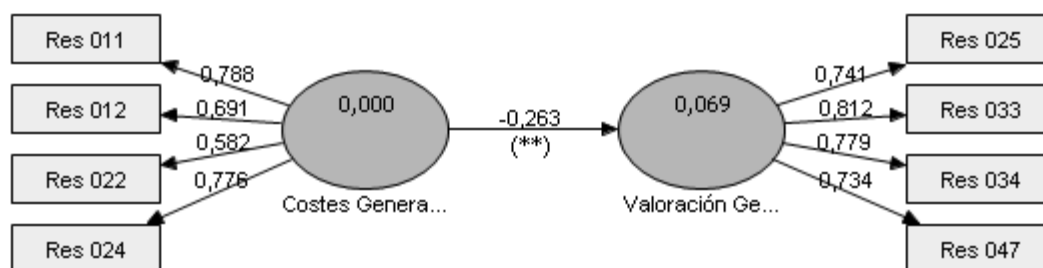
Se han medido las condiciones laborales por el hecho de trabajar en el sector y por la renta familiar. Pero en relación a ninguno de los dos parámetros hay una diferencia o una pauta significativa. Posteriormente se ha buscado si existía un efecto de la respuesta a la afirmación “El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes” en la valoración de los costes. El resultado es que hay un efecto negativo no significativo. Por tanto, podemos rechazar la hipótesis 2.6 para el caso de Ibiza.

Hipótesis 2.7: *La percepción de los costes del turismo se reduce cuando los habitantes llevan mucho tiempo viviendo en la región.*

En relación a esta hipótesis se observan dos cosas. Las personas que llevan toda la vida viviendo en la isla tienen una percepción de los costes mayor que las personas que han llegado de fuera, pero también poseen una mayor percepción de los beneficios. En cuanto a la edad, los jóvenes son los más críticos, ya que poseen la mayor percepción de los costes y la menor percepción de los beneficios. Las generaciones de mayor edad son algo más benevolentes que los jóvenes con el turismo. Estos datos no nos permiten aceptar la hipótesis 2.7 para el caso de Ibiza. La posible explicación se deba a que las personas de mayor edad son más conscientes de la importancia que ha tenido el turismo para la mejora económica de la isla y el “antes y después” que ha representado mientras que los jóvenes no han conocido estos cambios y se encuentran muy concienciados con los inconvenientes.

En cuanto a la Hipótesis 2 cabe recordar que como contrapartida de los beneficios, los costes del turismo percibidos por los residentes afectan de forma negativa las reacciones hacia su desarrollo (Gursoy, Chen, y Yoon, 2000; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue, y Allen, 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988; Sheldon y Var, 1984). En el estudio empírico vemos que los “Costes Generales” causan un efecto negativo

sobre la “Valoración General” significativo al 0,05 pero que sólo permite explicar el 6,9% de la varianza de la “Valoración General”. Si analizamos el efecto de los costes sobre la “Valoración General” del Modelo de Ecuaciones Estructurales General vemos que no existe una relación significativa entre ambos constructos. También cabe mencionar que el valor medio del constructo es 3,039 no siendo significativamente diferente del nivel de “Indiferente” (3). Por tanto, no es posible afirmar que de forma general exista una elevada percepción de los costes.



(**) Significativo al 0'05.

Figura 79: Cargas del modelo.

El posicionamiento de los clústeres generados en la segmentación ya mostraba una moderación mayor de lo prevista por la teoría en las opiniones y la ausencia de individuos con una elevada percepción de los costes y los beneficios simultáneamente. Posiblemente el constructo usado, junto con la dependencia económica (como muestra el Modelo de Ecuaciones Estructurales General) y la crisis económica haya generado esta situación. En todo caso nos vemos obligados a no aceptar la hipótesis 2.

En general deben realizarse dos matizaciones: los Beneficios Generales o no económicos también tienen un peso importante, aunque se encuentran muy influenciados por los Beneficios Económicos y la Dependencia del Turismo, y el efecto negativo de los Costes en la Valoración General resulta poco o muy poco significativo, dependiendo del modelo planteado. El poco peso de los Costes puede deberse a un efecto moderador causado por la crisis económica.

GRUPO B: Las actitudes de los residentes de Ibiza son heterogéneas, siendo los factores influyentes: el uso que se realice de la oferta e infraestructuras generadas, los efectos culturales, el tipo de turismo, la masificación y estacionalidad, los valores personales, el tamaño de la sociedad, el nivel de gestión, el contacto y la dependencia turística, y el momento del tiempo.

Esta hipótesis se encuentra parcialmente analizada en la segmentación de las actitudes de los residentes frente al turismo realizada mediante análisis clúster en apartados anteriores y en el Modelo de Ecuaciones Estructurales General planteado en el apartado anterior.

Hipótesis 3: *Los residentes mejoran sus actitudes hacia el turismo si pueden disfrutar de las infraestructuras y la oferta comercial y de ocio, generadas por el turismo.*

Antes de analizar esta hipótesis revisaremos algunas sub-hipótesis relacionadas con ella.

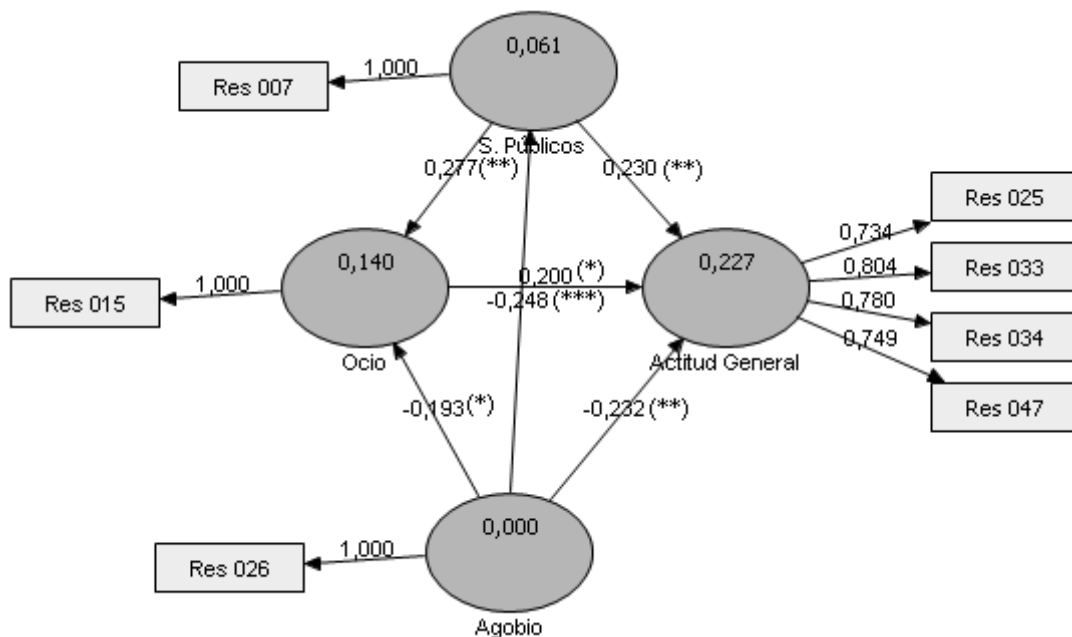
Hipótesis 3.1: *Los residentes poseen actitudes más positivas si el turismo aporta nuevos recursos de uso compartido.*

El ítem “el turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos” posee un efecto positivo y significativo al 0,05 en la

“Valoración General del Turismo” que realizan los residentes. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 3.1 ya que la percepción de que el turismo genera actividades que benefician a los residentes mejora la actitud general.

Hipótesis 3.2: *Los residentes poseen actitudes más negativas si el turismo causa la congestión o masificación de recursos de uso compartido (principalmente carreteras).*

Ni los problemas de tráfico ni la saturación de los servicios públicos poseen efectos significativos en la “Valoración General del Turismo”. Por tanto, debemos rechazar la hipótesis 3.2 para el caso de Ibiza, pero si cabe destacar que el 27,3% de la varianza de la “saturación de los servicios públicos” es explicada por los problemas de tráfico. Con lo cual la congestión de infraestructuras no posee efectos en la actitud global, pero el tráfico y las carreteras es un componente principal de la percepción de este problema. El caso más habitual de colapso de las infraestructuras hace referencia a las carreteras, y por su frecuencia de uso es uno de los mayores problemas creados por la actividad turística a los residentes (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue, y Allen, 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988; Sheldon y Var, 1984).



(*) Significativo al 0'1; (**) Significativo al 0'05; (***) Significativo al 0'01.

Figura 80: Cargas del modelo.

Hipótesis 3.3: *Los residentes poseen actitudes más negativas si el turismo causa una sensación de agobio de la población residente.*

El agobio que sufran los residentes por la masificación veraniega causa un efecto negativo en la “Valoración Global del Turismo” significativa al 0,01 y, por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 3.3.

De las hipótesis mencionadas se puede concluir que la percepción de una mejora en las infraestructuras y servicios mejora la actitud general del residente y la saturación de estas infraestructuras no implica una reducción de esta valoración general, salvo en el caso de que se genere sensación de agobio. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 3. En la Figura 84 se pueden observar los resultados de analizar mediante ecuaciones estructurales las sub-hipótesis antes analizadas individualmente. Vemos que al estudiar todos los efectos de forma combinada baja el grado de significación de las relaciones pero no cambian las conclusiones del estudio.

Hipótesis 4: *Los residentes valoran positivamente los efectos culturales del turismo.*

Muchos residentes poseen una visión romántica de su comunidad y entorno (Newby, 1979), y si perciben su identidad amenazada por el turismo pueden desarrollar actitudes ambiguas u hostiles hacia el sector (Capenerhurst, 1994), a causa de una visión estática de su cultura. Todo ello hace que sea muy necesario tener en cuenta el factor “cultura” en los estudios de las actitudes de los residentes.

El concepto de cultura que posean los residentes es fundamental en la determinación de las actitudes. Si predomina un concepto estático de cultura las actitudes de los residentes serán fuertemente negativas, ya que el turismo cambia la cultura. Por el contrario, si se posee una visión dinámica de la cultura se generan reacciones positivas de la población porque los cambios sufridos son vistos como la evolución natural de la cultura.

Hipótesis 4.1: *Los residentes consideran la cultura como un elemento dinámico y cambiante.*

El 61,7% considera que la cultura es un elemento dinámico y cambiante con lo cual no se puede rechazar la hipótesis 4.1, pero cabe mencionar que el 16,5% no está de acuerdo con esta afirmación y es necesario tener en cuenta este elemento en la gestión del destino turístico.

Hipótesis 4.2: *Los residentes valoran positivamente los efectos del turismo en la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos.*

El 51,4% de la muestra considera que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio cultural (con un 3,268 de media en el ítem), pero el 31,34% opina lo contrario. No puede rechazarse la hipótesis 4.2.

Hipótesis 4.3: *Los residentes valoran positivamente el contacto con los turistas.*

El 69,4% de la muestra considera que el turismo ha generado un intercambio cultural positivo (con un 3,730 de media en el ítem), no pudiendo rechazar la Hipótesis 4.3, pero cabe mencionar que el trato que dispensan los turistas no posee una valoración significativa (con un 3,096 de media en el ítem).

Hipótesis 4.4: *El turismo aumenta el orgullo de pertenecer a la comunidad.*

El 80,6% de la muestra de 2011 y el 69,9% de la muestra de 2002 se siente orgulloso de que los turistas quieran visitar y conocer Ibiza (con un 4,177 de media en el ítem) con lo que parece que el orgullo de pertenecer a la comunidad aumenta con el paso del tiempo y no se puede rechazar la hipótesis 4.4.

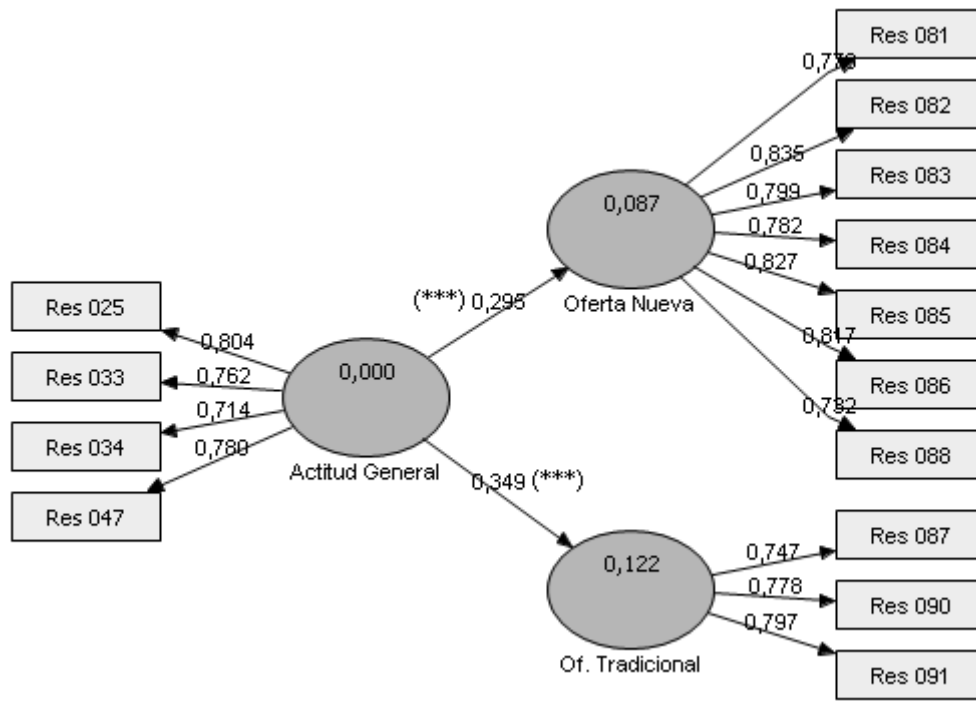
Hipótesis 4.5: *A mayor nivel de formación mayor grado de percepción de los costes culturales del turismo.*

Existe una relación entre el nivel educativo o cultural del individuo y el grado de percepción de los costes, aunque muy poco significativa. En este caso no podemos aceptar la hipótesis 4.5 para el caso de Ibiza.

El constructo creado a partir de los ítems mencionados en las sub-hipótesis posee un valor medio de 3,598. Podemos afirmar que la hipótesis 4 es correcta, aunque no es uno de los efectos más fuertes.

Hipótesis 5: *El tipo de turismo influye en las actitudes de los residentes.*

Los tipos y formas de turismo, y sobre todo, la percepción y actitud de los turistas influyen en cómo evolucionan las actitudes de los residentes con el paso del tiempo una vez iniciada la actividad turística (Murphy, 1985; Ritchie, 1988; Williams y Lawson, 2001).



(***) Significativo al 0'01.

Figura 81: Cargas del modelo.

Hipótesis 5.1: *Las actitudes de los residentes son positivas hacia el turismo que busca el contacto con la cultura local.*

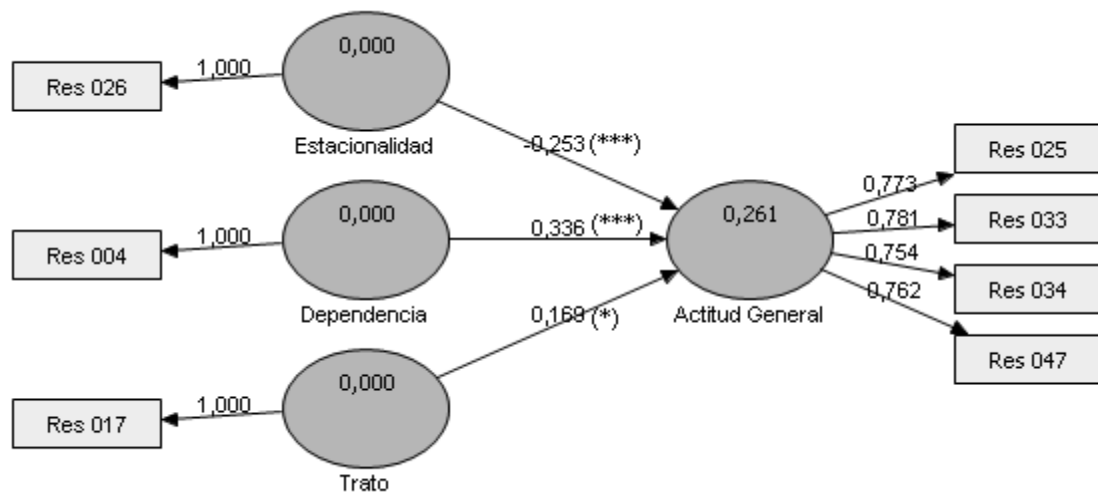
Hipótesis 5.2: *Las actitudes de los residentes son más negativas hacia el turismo que viaja en grupos organizados.*

El constructo “Apoyo a la Oferta Turística” (“Oferta Nueva” en la figura) posee un valor medio de 4,450 mientras que el constructo “Apoyo a la Oferta Actual” (“Of. Tradicional” en la figura) posee un valor medio de 4,246. Aunque ambos constructos poseen valores positivos elevados, se observa que la oferta general o nueva tiene menor dependencia de la actitud general de los individuos en relación a la Oferta Actual. Los componentes de “Oferta Nueva” (cicloturismo, turismo náutico, agroturismo, congresos, etc.) implican un mayor contacto con el entorno social y natural local, mientras que la “Oferta Actual” (sol y playa, segunda residencia y casas en alquiler) viene más organizada y es atraído por el paisaje y el clima veraniego. Además, el turismo de todo incluido posee una valoración negativa (media de 2,139).

Vemos que el turismo con mayor contacto con la naturaleza y la cultura posee mayor valoración que la oferta tradicional, no permitiendo rechazar las hipótesis 5.1 y 5.2. Existe una relación significativa entre las actitudes generales de los residentes y la valoración de los distintos tipos de oferta. Esta relación es más fuerte en el caso de la oferta tradicional, posiblemente por los diferentes grados de importancia que poseen los dos grupos de turismo en el global de la isla y por tanto en la valoración general. Parece lógico pensar que la composición de la oferta turística posee relación con las actitudes generales y que otra composición de ofertas generaría una valoración general distinta, no siendo posible rechazar la hipótesis 5. Resultaría de interés realizar en un futuro un estudio especialmente enfocado a contrastar esta hipótesis, dado el interés de la misma.

Hipótesis 6: *Las actitudes de los residentes son más negativas por la masificación y estacionalidad.*

La estacionalidad posee un efecto negativo significativo en la “Valoración General del Turismo” no pudiendo rechazar la hipótesis 6.



(*) Significativo al 0'1; (***) Significativo al 0'01.

Figura 82: Cargas del modelo.

Como dato a comentar podemos indicar que el grado de dependencia económica respecto del turismo posee un efecto positivo destacable. Si tenemos en cuenta que la dependencia económica y la masificación del destino pueden ir de la mano en muchos casos concretos, parece lógico suponer que los efectos de ambas variables se contrarrestan en gran parte.

Hipótesis 7: *los residentes con una alta valoración del medio ambiente (ecocéntricos) tienen actitudes más negativas hacia el turismo.*

Hipótesis 7.1: *Los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada.*

Hipótesis 7.2: *Los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los beneficios de forma menos importante que el resto de residentes.*

Si observamos los resultados del Modelo de Ecuaciones Estructurales General vemos que los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada y los beneficios (Otros Beneficios) de forma menos importante que el resto de residentes. Por tanto, no podemos rechazar las hipótesis 7.1, 7.2 y, consecuentemente, la hipótesis 7.

Hipótesis 8: *Las sociedades pequeñas tienen respuestas más extremas al desarrollo turístico.*

La preocupación de los residentes hacia el desarrollo turístico se vincula a espacios pequeños, con unos límites bien definidos y que forman en su conjunto un destino turístico, en donde el desarrollo turístico es percibido como una amenaza al *status quo* y a la identidad propia (Capenerhurst, 1994). Podemos analizar algunas sub-hipótesis antes de comentar esta hipótesis:

Hipótesis 8.1: *El desarrollo turístico es percibido como una amenaza a la identidad propia.*

En la encuesta de 2002 se observa que Ibiza, seguida de Menorca, posee los mayores valores para el ítem referente al “intercambio cultural positivo”. Parece ser que, dentro de las limitaciones de la comparación, las islas más pequeñas poseen una visión más favorable hacia el

intercambio cultural. Por tanto, no puede aceptarse la hipótesis 8.1, ya que al parecer el comportamiento de los residentes en destinos de pequeño tamaño podría ser el contrario.

Hipótesis 8.2: *El desarrollo turístico es percibido como una amenaza al status quo.*

La revisión histórica realizada muestra que en el caso de Ibiza han sido minoritarios los individuos que en algún momento han considerado el desarrollo turístico una amenaza para el *status quo* personal o general. En la muestra de 2011 la opinión mayoritaria es que el turismo no ha causado la pérdida de costumbres e identidad local. En la muestra de 2002, Ibiza es la única de las tres islas que muestra una postura mayoritaria distinta de “indiferente” pero a un nivel de error de 0,05. Por tanto, podemos rechazar la hipótesis 8.2 para el caso de Ibiza, ya que parece que no se percibe tal pérdida.

Hipótesis 8.3: *A mayor apego a la sociedad, respuestas más negativas hacia el turismo.*

El apego de los individuos a la sociedad local tiene un efecto positivo y significativo al 0,01 sobre la actitud general del residente. Este efecto suele producirse a través de la valoración de los beneficios económicos, tal y como se ve en el Modelo General del apartado anterior. Por tanto debemos descartar la hipótesis 8.3, ya que el efecto que se produce es el contrario.

Por la comparación entre islas del año 2002, parece que las sociedades pequeñas (islas pequeñas en este caso) tienen respuestas más fuertes a los ítems, pero no se observan elementos o relaciones que nos permitan afirmar que estos datos se deben a que exista el tipo de comportamiento que describe la literatura al respecto. Por tanto, con la redacción dada a la hipótesis 8 no podemos rechazarla, pero si tenemos en cuenta la descripción realizada en la literatura (reacción adversa más fuerte) no sería aceptada ya que son más fuertes tanto las opiniones favorables como las adversas. Resultaría de interés la realización de comparativas más fiables en futuros estudios, por ejemplo en archipiélagos más numerosos y que permitan disponer de un mayor volumen de datos.

Hipótesis 9: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local afectan sus actitudes hacia el turismo.*

Hipótesis 9.1: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local vinculados con los impactos negativos del turismo empeora las actitudes hacia el turismo.*

Hipótesis 9.2: *La preocupación de los residentes hacia temas de ámbito local vinculados con los impactos positivos del turismo mejora las actitudes hacia el turismo.*

La preocupación por la conservación del entorno cultural y natural tiene un efecto negativo sobre la actitud general de los residentes y la preocupación por el desarrollo económico un efecto positivo sobre la actitud general. Pero ninguno de los dos tipos de preocupación tiene un efecto significativo en la actitud de los residentes. Además el Modelo de Ecuaciones Estructurales General descarta el efecto de las preocupaciones sobre todos los constructos usados por ser poco significativos. Por tanto, podemos descartar las hipótesis 9.1, 9.2 y 9 para el caso de Ibiza.

Hipótesis 10: *Las actitudes cambian con el tiempo.*

Hipótesis 10.1: *Cada vez son menores las valoraciones positivas del turismo y mayores las negativas.*

Al comparar los valores, para la isla de Ibiza, de la encuesta de 2002 con la de 2011 se observa que sólo hay cambios significativos en los valores de la Tabla 160. En general los cambios son reducciones en las valoraciones que realizan de costes o impactos negativos. Al comparar ambos años vemos que la valoración de la dependencia turística de la isla, las valoraciones partidarias de aumentar la llegada de turistas y los diversos beneficios no varían sus

valoraciones de forma significativa. En cambio, los diversos costes analizados sufren un descenso significativo entre ambas encuestas.

Denominación		Total	Año de la encuesta		F de Snedecor
			2002	2011	
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	▼	3,8463 n = 644	4,0398 n = 226	3,7416 n = 418	F(1,642) = 12,5223 p = 0,0004
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	▼	4,3494 n = 644	4,4779 n = 226	4,2799 n = 418	F(1,642) = 8,0829 p = 0,0046
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	▼	3,8028 n = 644	4,1858 n = 226	3,5957 n = 418	F(1,642) = 39,6660 p = 0,0000
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	▼	2,9161 n = 644	3,1858 n = 226	2,7703 n = 418	F(1,642) = 17,1842 p = 0,0000
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas.	▼	3,5016 n = 644	3,9912 n = 226	3,2368 n = 418	F(1,642) = 63,9777 p = 0,0000
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	▼	3,7096 n = 644	3,9690 n = 226	3,5694 n = 418	F(1,642) = 18,4497 p = 0,0000
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	▼	3,4208 n = 644	3,6150 n = 226	3,3158 n = 418	F(1,642) = 9,4779 p = 0,0022
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	▼	2,9596 n = 644	3,1150 n = 226	2,8756 n = 418	F(1,642) = 6,7957 p = 0,0093
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	▲	4,0916 n = 644	3,9336 n = 226	4,1770 n = 418	F(1,642) = 9,2851 p = 0,0024
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	▼	3,3214 n = 644	3,5354 n = 226	3,2057 n = 418	F(1,642) = 9,9312 p = 0,0017
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	▼	3,8354 n = 644	4,0619 n = 226	3,7129 n = 418	F(1,642) = 14,2571 p = 0,0002
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	▼	4,0761 n = 644	4,2522 n = 226	3,9809 n = 418	F(1,642) = 12,4164 p = 0,0005
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	▼	3,8789 n = 644	4,0265 n = 226	3,7990 n = 418	F(1,642) = 7,7009 p = 0,0057
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	▼	3,7205 n = 644	3,9159 n = 226	3,6148 n = 418	F(1,642) = 9,7198 p = 0,0019
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	▲	4,0885 n = 644	3,9823 n = 226	4,1459 n = 418	F(1,642) = 4,2306 p = 0,0401
Tenemos un turismo de baja calidad.	▼	4,0807 n = 644	4,2478 n = 226	3,9904 n = 418	F(1,642) = 9,0125 p = 0,0028
¿Por qué crecer tanto? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	▼	3,4068 n = 644	3,6416 n = 226	3,2799 n = 418	F(1,642) = 12,5173 p = 0,0004
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	▼	3,4006 n = 644	3,5708 n = 226	3,3086 n = 418	F(1,642) = 8,6481 p = 0,0034

Tabla 160: Variaciones significativas entre 2002 y 2011 de los ítems generales.

En cuanto a los tipos de oferta, salvo el “todo incluido” y el golf, con mala valoración, y el turismo basado en la naturaleza o en la cultura y el patrimonio, con excelente valoración, que mantienen su valoración estable, el resto de tipos de oferta turística mejoran significativamente entre 2002 y 2011.

Denominación		Total	Año de la encuesta		F de Snedecor
			2002	2011	
Cicloturismo.	▲	4,2283 n = 644	3,9867 n = 226	4,3589 n = 418	F(1,642) = 26,6617 p = 0,0000
Otras formas de turismo deportivo.	▲	4,3509 n = 644	4,1858 n = 226	4,4402 n = 418	F(1,642) = 15,5740 p = 0,0001
Turismo Náutico.	▲	4,3307 n = 644	4,1106 n = 226	4,4498 n = 418	F(1,642) = 23,1604 p = 0,0000
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	▲	4,2873 n = 644	4,1726 n = 226	4,3493 n = 418	F(1,642) = 6,5752 p = 0,0106
Agroturismo, Turismo Rural, etc.	▲	4,5233 n = 644	4,3805 n = 226	4,6005 n = 418	F(1,642) = 13,2610 p = 0,0003
Casas vacacionales (en alquiler).	▲	4,1071 n = 644	3,8894 n = 226	4,2249 n = 418	F(1,642) = 20,1874 p = 0,0000
'Turismo de marcha' (Bares, discotecas, etc.).	▲	3,0016 n = 644	2,7389 n = 226	3,1435 n = 418	F(1,642) = 14,1051 p = 0,0002
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	▲	3,8820 n = 644	3,6018 n = 226	4,0335 n = 418	F(1,642) = 24,8731 p = 0,0000
Turismo de sol y playa familiar.	▲	4,3370 n = 644	4,1416 n = 226	4,4426 n = 418	F(1,642) = 19,1043 p = 0,0000

Tabla 161: Variaciones significativas entre 2002 y 2011 de la valoración de las distintas ofertas.

Para el caso analizado no se cumple la hipótesis 10.1, ya que muchos de los parámetros no varían y los únicos que lo hacen son impactos negativos que pierden importancia. Por los resultados de estudios como el de Getz (1994) y este, parece lógico aventurar que la degradación de las actitudes de los residentes es muy lenta en una situación sin cambios importantes en el sector y la sociedad local, no detectándose variaciones significativas en periodos de hasta una década. Por desgracia, la enorme ausencia de estudios longitudinales que analicen las actitudes de los residentes a lo largo de periodos muy largos y sin cambios importantes no permite contrastar si se produce el cambio lento planteado.

Posiblemente sea debido a la preocupación por la crisis existente en 2011 que los parámetros se comportan de forma distinta a la hipótesis planteada. Los cambios significativos se resumen en inferior valoración de muchos impactos negativos y mayor valoración de algunos elementos positivos. Pero este comportamiento resulta el esperado si tenemos en cuenta que diversos autores concluyen que los residentes infravaloran los costes y sobrevaloran los beneficios cuando se encuentran en una mala situación económica (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984). La única diferencia entre estos autores y el presente estudio es que se observan pocos incrementos de la valoración de los impactos positivos entre 2002 y 2011, posiblemente por tratarse de un destino maduro y que se considera que ha tocado techo en cuanto a crecimiento.

Hipótesis 10.2: *La valoración de la economía local se convierte en el principal elemento para explicar el inicio, la continuidad o el final del sector turístico en una región.*

A partir de las tabulaciones cruzadas se observa que a mayor preocupación por la economía local más positiva es la actitud general de los residentes y menor la valoración de los costes generados por el turismo, pero este efecto no es lo suficientemente significativo. Si se tienen en cuenta los resultados del Modelo de Ecuaciones Estructurales General, observamos que los "Beneficios Económicos" (oportunidades de empleo, atracción de inversiones y oportunidades de negocio) y los "Beneficios Generales" (mejores servicios públicos y zonas urbanas más

cuidados), junto con la “Dependencia del Turismo” (dependencia económica), explican el 36,8% de la varianza de la “Valoración General del Turismo” y que los tres constructos hacen referencia a elementos de tipo económico (personal, general o dependencia). Tomando los datos de las tabulaciones cruzadas y del Modelo General no se puede rechazar la hipótesis 10.2, ya que vemos que los impactos económicos son casi la única explicación causal encontrada para la actitud general de los residentes.

Hipótesis 10.3: *La valoración del turismo es decreciente con el nivel de riqueza.*

No se observa una relación clara y significativa entre el nivel de renta familiar y “Beneficios Económicos”, “Costes Generales” o “Valoración General del Turismo”, debiendo rechazarse la hipótesis 10.3 para este estudio.

Hipótesis 10.4: *La dependencia económica puede hacer que los residentes apoyen el mantenimiento del desarrollo turístico.*

La dependencia económica personal del turismo provoca que se valoren más los “Beneficios Económicos” y menos los “Costes Generales” y, consecuentemente, la actitud general de los individuos es muy superior. El mismo patrón se observa para la dependencia general del destino turístico. Por tanto, no se puede rechazar la hipótesis 10.4.

Denominación	Total	¿Cómo se verían afectados sus ingresos familiares ante un fuerte retroceso de la actividad turística?			F de Snedecor
		Bajarían mucho	Bajarían	No cambiarían	
Beneficios Económicos	0,0059 n = 413	0,3313 n = 161	-0,0811 n = 170	-0,4642 n = 82	F(3,411) = 13,3550 p = 0,0000
Valoración General del Turismo	0,0077 n = 413	0,3276 n = 161	0,0455 n = 170	-0,7171 n = 82	F(3,411) = 23,6483 p = 0,0000
Costes Generales	0,0032 n = 413	-0,0686 n = 161	-0,0328 n = 170	0,2250 n = 82	F(3,411) = 1,7367 p = 0,1597

Tabla 162: Relación entre dependencia económica personal del turismo y actitudes de los residentes.

Las sub-hipótesis planteadas son rechazadas o matizadas en todos los casos. En general se observa que la dependencia económica respecto al turismo o la situación económica general son la principal explicación de los cambios acaecidos entre 2002 y 2011. La crisis parece ser el principal motivo de las variaciones existentes entre los resultados de las dos muestras. Aunque se observan variaciones de las actitudes con el paso del tiempo en el estudio empírico, no son las esperables para el mero “desgaste” temporal del destino. Del estudio historiográfico se deducen estas evoluciones por “desgaste” pero no son visibles en el estudio empírico. Las posibles explicaciones de la no detección de estas variaciones en el estudio empírico son dos: la crisis y un periodo de análisis insuficiente. El efecto distorsionador de la crisis económica puede ocultar este tipo de cambios en las actitudes de los residentes. Para solventar este hecho sería necesario realizar estudios longitudinales tomando las muestras en periodos de bonanza económica. Por otra parte puede que el periodo de tiempo del estudio longitudinal sea insuficiente al encontrarnos con cambios muy lentos en las actitudes de los residentes de destinos tan maduros como es el caso de Ibiza. En todo caso, partiendo de los datos empíricos disponibles no se puede sustentar la afirmación de la hipótesis 10 tal y como se interpreta en la literatura académica para este estudio longitudinal concreto.

En cuanto al grupo B, la segmentación de las actitudes de los residentes es una prueba importante de su heterogeneidad. En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que factores como son los “Beneficios Económicos”, los “Otros Beneficios” (referido a beneficios no económicos) y la dependencia económica del turismo afectan a las actitudes

general mostradas por los residentes. En las hipótesis planteadas se observa que el uso de la oferta e infraestructuras generales, el tipo de turismo, la masificación y estacionalidad, la valoración del medio ambiente, y la dependencia turística muestran efectos sobre las actitudes de los residentes. Para el tamaño de la sociedad, la preocupación y el momento del tiempo no se disponen de datos suficientemente fiables como para rechazar o no su relación con las actitudes de los residentes.

CONCLUSIONES

El producto turístico es muy complejo pero la hospitalidad de los residentes hacia los turistas es una parte fundamental. De la hospitalidad recibida depende en gran parte la satisfacción de los turistas. También debe tenerse presente que si una región llega a desarrollarse como destino turístico es debido a que los residentes consideran que obtienen beneficios superiores a los costes, como indica la Teoría del Intercambio Social, y el desarrollo turístico tiene como finalidad principal aportar una mejora a la sociedad local. Estos dos motivos justifican la importancia de analizar las actitudes de los residentes si se desea un turismo sostenible. Es necesario conocer las necesidades y carencias de los residentes y su opinión hacia el turismo.

Las actitudes de los residentes son complejas de medir porque dependen de muchos factores, la mayoría abstractos, y pueden omitirse o infravalorarse algunos. Por tanto, el estudio de las actitudes de los residentes se resume en el estudio del efecto de un conjunto de factores cambiantes y difíciles de precisar que actúan sobre individuos muy heterogéneos. Pero a pesar de la dificultad del estudio y la imposibilidad de conseguir resultados perfectos, se pueden conseguir resultados útiles tomando los factores de mayor peso y recurriendo a la segmentación y al ciclo de vida del destino turístico. En este caso se recurre a una simplificación del modelo que persigue una mayor factibilidad del estudio aplicado manteniendo unas conclusiones generales útiles para la gestión del desarrollo turístico.

De entre los distintos factores, lo más destacable es la importancia que tiene la economía local, principal impulsora de los destinos turísticos ya que su mejora es el principal objetivo perseguido con el desarrollo turístico. Además, los destinos turísticos evolucionan con el paso del tiempo y las actitudes de los residentes también. El resultado de esta evolución es que en destinos maduros es necesario conocer su pasado para comprender mejor su presente e intentar prever su futuro. Ibiza es un claro ejemplo de destino maduro con un siglo de historia turística.

Ibiza se caracteriza por una enorme dependencia económica del turismo. En la actualidad 134.460 personas (padrón a 1 de enero de 2011) residen en los 572,56 km² de superficie de la isla, según datos del INE, y conviven con aproximadamente dos millones anuales de turistas, cuya presencia se concentra principalmente en los meses de junio a septiembre, con un pico en agosto. La sociedad y el sector turístico de la isla son el resultado de muchos años de evolución turística, desde sus inicios a principios del siglo XX. El turismo ha causado cambios drásticos en la isla y su sociedad, habiendo un antes y un después. Apoyándonos en el Ciclo de Vida del Destino Turístico, vemos que Ibiza ha pasado por las siguientes fases: Fase Preturística (antes de 1931); Fase de Exploración (1931-1936); Fase de Implicación (1939-1958); Fase de Desarrollo (1958-1976); Fase de Consolidación (1977-2000), y Fase de Estancamiento (después de 2000).

En la actualidad, la sociedad ibicenca se caracteriza por, según datos del INE: predominio de los individuos con edades comprendidas entre 25 y 50 años, bajo nivel de estudios, y nacidos fuera de la isla (39,02% nacidos en Ibiza, 1,35% nacidos en Mallorca y Menorca, 30,26% nacidos en el resto de España y el 29,38% nacidos en el extranjero). Destacan algunas nacionalidades por su importancia numérica: Alemania (2,94%), Rumania (2,86%), Marruecos (2,81%), Argentina (2,66%), Reino Unido (2,53%), Ecuador (2,06%), Francia (1,78%) e Italia (1,61%). Esta sociedad fuertemente dependiente del turismo es el objeto del análisis empírico de esta tesis.

Principales resultados.

El estudio empírico se realizó con una muestra de 2011, completada con datos de una muestra de 2002. Una amplia proporción de la muestra considera que el turismo tiene efectos positivos y negativos en la calidad de vida de los residentes (en 2002 el 88% y en 2011 el 79,7%), y los positivos superan a los negativos (el 69,9% en 2002 y el 65,3% en 2011). A la luz del estudio empírico podemos repasar los factores comentados en la primera parte, indicando si en Ibiza se comportan como era de esperar.

Factores económicos.

Los factores económicos, en especial la situación económica, son el motor que impulsa las actitudes favorables hacia el desarrollo turístico. En las regiones pobres, los residentes ven en el turismo una vía de mejora económica y social. El resultado es que cuando los residentes deciden apoyar el desarrollo turístico lo que tienen en mente son los beneficios económicos que ese desarrollo aportará. Desgraciadamente estos beneficios conllevan inconvenientes que matizan las valoraciones de los residentes. Los principales factores económicos a tener en cuenta son:

- *Economía local.* La economía local es la principal preocupación que impulsa a una región a convertirse en destino turístico. Muchas regiones con escasas fuentes de recursos adoptan el turismo como una solución a sus problemas de desarrollo económico.

En el caso de Ibiza, el 78% de la muestra de 2011 considera que la situación económica es preocupante y tienen muy claro que el turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de la isla, aunque el porcentaje de acuerdo con esta afirmación ha descendido del 71,7% en 2002 al 65,1% en 2011 y el porcentaje de desacuerdo llega al 24,2% en 2011. En cuanto a la evolución turística futura, hay una gran oposición a una disminución del número de turistas (más del 60%), tanto en 2002 como en 2011. Por otra parte hay posturas contrapuestas en relación a un posible aumento del número de turistas, tanto en 2002 como en 2011, no existiendo una postura mayoritaria de apoyo o rechazo a un incremento en el volumen de turistas. Cabe mencionar que el mantenimiento del volumen de turistas tiene menos apoyos en 2011 que en 2002, posiblemente por la crisis que se arrastra en 2011 y que ha mermado el volumen de turistas por debajo de cifras consideradas adecuadas por muchos.

Comparando con el resto de Baleares, los ibicencos son los que muestran más acuerdo con que el turismo ha mejorado la calidad de vida, debe seguir siendo la principal actividad económica y son los menos opuestos a seguir creciendo en número de turistas o plazas de alojamiento. La opinión mayoritaria es que se tendría que mantener el número de turistas pero realizando ciertas correcciones: desestacionalizar y mejorar la calidad del turismo. En general, la postura de los ibicencos destaca por una mayor preocupación por no dañar los ingresos del sector.

En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que la percepción de que Ibiza depende económicamente del turismo posee efectos positivos y significativos sobre los beneficios, tanto económicos como no económicos, y sobre la valoración general que realizan los residentes. Destacar que el efecto más grande es sobre los beneficios económicos y que existe un efecto directo sobre la valoración general.

Vemos que la situación económica y la dependencia de Ibiza del sector turístico generan importantes efectos sobre la valoración de los impactos turísticos y sobre la valoración general del turismo, incrementando las posturas positivas hacia el turismo. Además, al comparar con islas menos dependientes del turismo (Mallorca y Menorca) vemos posturas más favorables hacia el desarrollo del sector.

Los resultados obtenidos son coherentes con la bibliografía que afirma que la mala situación económica conlleva posturas más favorables hacia el desarrollo turístico. La percepción de que Ibiza depende fuertemente del turismo para su economía genera los efectos esperables por el cuerpo teórico y el resultado general del análisis longitudinal sólo es explicable por la situación económica.

- *Beneficios económicos.* Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes y es el beneficio más importante y esperado por la población local al analizar un posible desarrollo turístico. Una de las principales ventajas que aporta el turismo es el aumento de las posibilidades de empleo. Pero no sólo posibilita la creación de puestos de trabajo por cuenta ajena, también posibilita la iniciativa de autoempleo (oportunidades empresariales). La valorización de recursos y actividades (agricultura, ganadería, artesanía) que antes se encontraban en retroceso es otro de los

efectos del desarrollo turístico. También las Administraciones se ven beneficiadas por el desarrollo turístico, al aumentar su recaudación.

En el caso de Ibiza, más del 90% de la muestra considera que el turismo genera más oportunidades de trabajo, incrementa las oportunidades de negocio y atrae inversiones a la isla. En esencia, consideran que el turismo es básico para la economía de Ibiza pero estos beneficios, en concreto las oportunidades laborales generadas, pierden valoración positiva al añadir el matiz cualitativo. Consideran que el turismo no ha ayudado a conservar las actividades tradicionales y, aunque consideran que gracias al turismo han aumentado los ingresos de las administraciones y mejorado los servicios públicos, es más fuerte la opinión de que los residentes pagan más impuestos y las infraestructuras se encuentran colapsadas por culpa del turismo.

Los residentes que obtienen un beneficio directo del turismo muestran una valoración general del turismo más positiva que los que no obtienen beneficios directos. La mayoría de los encuestados consideran que el turismo genera beneficios para toda la población, pero un porcentaje importante considera que estos beneficios repercuten mayoritariamente en unos cuantos individuos. Ibiza es la isla de Baleares donde es más fuerte la idea de que el turismo genera beneficios para todos. Probablemente porque es la isla donde el turismo implica a una mayor proporción de población residente.

En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que los beneficios, tanto económicos como no económicos, poseen un efecto positivo y significativo sobre la valoración general del turismo y el efecto de los beneficios económicos es ligeramente superior al de los beneficios no económicos.

Los resultados del estudio empírico son coherentes con los estudios previos consultados. Hay un fuerte apoyo en el estudio empírico y en los estudios previos hacia el hecho de que los beneficios directos (empleos e iniciativas empresariales) son muy importantes y generan actitudes más positivas hacia el turismo.

- *Impactos económicos negativos: dependencia económica y malas condiciones laborales.* La dependencia económica personal tiene una gran influencia en las percepciones y actitudes de los residentes hacia el turismo. El sector turístico genera muchos puestos de trabajo, pero son puestos de trabajo poco cualificados y con unas condiciones laborales bastante deficientes.

En el caso de Ibiza, los residentes consideran que el turismo ha generado inflación, un aumento de los impuestos y tasas municipales, mayor delincuencia e inseguridad ciudadana, contaminación y ruidos, aunque esta percepción se ha reducido entre 2002 y 2011. Además, muchos individuos consideran que los recursos consumidos y la contaminación generada por los turistas son sufragados por los residentes. En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que los costes poseen un efecto negativo sobre la valoración general, pero este efecto no es significativo.

Aunque los individuos son conscientes de los costes generados por el turismo, eso no afecta su apoyo al turismo de forma significativa, posiblemente por la preocupación existente por la crisis y por la dependencia económica que tiene la isla del sector turístico. Los costes planteados en la encuesta muestran las valoraciones y efectos esperados por la bibliografía, resulta llamativo que el efecto negativo de los costes sobre la actitud general de los residentes hacia el turismo no resulta claramente significativo a diferencia de lo habitual en la bibliografía. Este hecho puede deberse, en parte, a la mala situación económica de 2011.

Otros factores.

Si los factores económicos actúan prioritariamente como motor de las actitudes favorables hacia el desarrollo turístico, el grupo de “otros factores” actúa mayoritariamente como freno de las actitudes positivas. En este grupo se engloban beneficios no esperados a priori por los residentes y los impactos en el entorno, tanto sociocultural como medioambiental, entre ellos los principales costes o impactos negativos generados por el desarrollo turístico. Dentro de “otros factores” destacarían:

- *Utilización de infraestructuras y recursos turísticos.* Este factor se puede dividir en tres elementos: mejoras en las infraestructuras, aumento de la oferta comercial y de ocio, y masificación de las infraestructuras existentes. Estos tres elementos nos indican que a la hora de crear infraestructuras y servicios es importante tener en cuenta a la población residente y a la población flotante (turistas, visitantes y estancias de corta duración), con la finalidad de que puedan aprovecharse de la oferta creada todos los individuos.

En el caso de Ibiza, más del 60% de los encuestados considera que el turismo ha permitido tener más y mejores servicios públicos. Consideran que el turismo mejora el cuidado, limpieza y aspecto de los núcleos urbanos, pero más del 30% de la muestra no está de acuerdo con esta afirmación. Son mayoritarios los que consideran que los residentes se benefician de la oferta cultural y lúdica generada por el turismo, pero esta mayoría no es muy abultada. La mayoría de los residentes consideran que el turismo causa la saturación de los servicios e infraestructuras públicas, principalmente problemas de tráfico.

Parece que los residentes observan una mejora en las infraestructuras, servicios y oferta lúdica, pero esta mejora se percibe como sólo cuantitativa, ya que al preguntar por la calidad de estos servicios se observa que no hay una mayoría clara a favor de esta afirmación. El principal problema es el agobio que sufren los residentes a causa de la masificación turística.

Partiendo de los análisis realizados en la discusión de los resultados del estudio empírico vemos que en el caso de Ibiza se producen los efectos mencionados en el cuerpo teórico: efecto positivo de las mejoras, contrarrestado por el efecto negativo causado por el colapso estacional. Existe un efecto positivo sobre las actitudes de las mejoras en servicios públicos y ocio generadas por el turismo, pero el agobio que sufren los residentes en verano causa una disminución de la valoración de estos servicios y del turismo en general. En el caso de Ibiza el efecto de este agobio de los residentes es bastante importante.

- *Impactos socioculturales.* La cultura es un recurso que permite atraer turismo pero, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local.

En el caso de Ibiza, el 62% considera que la cultura es un elemento dinámico, el 17% un elemento estático y el resto no lo tienen claro. El 69% de los encuestados considera que el turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas, y consideran que se aprende del contacto con los turistas. Los residentes se sentían más orgullosos de que los turistas quisieran visitar la isla en 2011 (81%) que en 2002 (70%).

En cuanto a la conservación del patrimonio y acervo cultural, los encuestados consideran que el turismo ha ayudado a la conservación del patrimonio histórico y cultural pero no a mantener las actividades tradicionales. Ven al turismo como causante de un cambio cultural aunque no lo consideran culpable de una pérdida de costumbres e identidad local. Consideran que el turismo ha provocado una inmigración masiva y un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes, pero se ha atenuado esta postura desde el 2002 a pesar de que la población nacida fuera de la isla ha pasado del 53% en 2002 al 60% en 2011.

Las molestias provocadas por la actividad turística sobre los residentes (ruido, suciedad, drogas, prostitución, daños en la propiedad privada, destrozos en el mobiliario público, algaradas, etc.) son la consecuencia habitual de la propia actividad turística.

En general, consideran que el turismo ha ayudado a la conservación de determinados elementos culturales y no ha contribuido a la conservación de otros, más por pasiva que por activa. Además ha permitido un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas. Hay que tener presente que un 17% de la muestra tienen una visión estática de la cultura y el 21% no lo tienen claro. Estos grupos de la población serán los más críticos con el turismo por los cambios que provoca en la cultura local.

Los residentes valoran positivamente los cambios culturales acaecidos en la isla, visión compartida por la mayor parte de la bibliografía al respecto. Pero la valoración no es muy elevada indicando que perciben la existencia de elementos negativos en estos cambios, probablemente similares a los detectados por algunos autores (Johnson, Snepenger, y Akis, 1994; Keogh, 1990b) y vinculados a una cierta percepción estática de la cultura. En cuanto a los problemas sociales, cabe destacar que el más preocupante para los residentes es la delincuencia, problema con larga tradición en la bibliografía y ya comentado por Belisle y Hoy (1980).

- *Valores personales.* Los valores son como las actitudes pero referentes a elementos mucho más abstractos y actúan como parámetros generales para la toma de decisiones y las valoraciones que realiza el individuo a lo largo de su vida. Dentro de los valores personales, la importancia que den los residentes al medio ambiente es uno de los elementos clave.

En el caso de Ibiza, los entrevistados consideran que el turismo no favorece la conservación pero si la degradación y saturación de los elementos naturales de la isla, aunque desde 2002 se ha moderado la percepción. En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que el grado de *ecocentrismo* de los individuos posee efectos significativos sobre la valoración de los costes y sobre la valoración de los beneficios no económicos. En el primer caso el efecto es positivo y en el segundo negativo, siendo lo esperado a la luz de la revisión teórica. El efecto indirecto del *ecocentrismo* sobre las actitudes de los residentes también tiene reflejo en la bibliografía, por ejemplo en Gursoy y Rutherford, (2004).

En general la población es consciente de que el turismo daña el medioambiente, pero las personas más preocupadas por la conservación del medio ambiente perciben con más fuerza los costes y de forma menos intensa los beneficios del turismo en el entorno.

- *Características de la sociedad local.* Diversos elementos de la sociedad local, como son su tamaño, el apego de los individuos a la comunidad y las pautas de influencia mutua de los individuos, tienen capacidad para influir en las actitudes expresadas por los individuos hacia el turismo.

Al comparar con Mallorca y Menorca, los residentes de Ibiza son los que valoran más positivamente los intercambios culturales entre turistas y residentes, son los que consideran de forma más significativa que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio histórico, y son los más defensores de los empresarios. Los residentes de Ibiza son los que se sienten más orgullosos de que los turistas quieran visitar la isla. Pero son los únicos que muestran una opinión mayoritariamente partidaria de considerar que el turismo ha causado la pérdida de las costumbres e identidad local, son los más partidarios de considerar que el turismo ha generado conflictos (tanto entre turistas y residentes como entre inmigrantes y residentes), son los que se consideran más afectados por los ruidos, son los más partidarios de considerar que el turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana, y son los más partidarios de que debe existir regulación y control.

Al comparar las tres islas se puede observar que Ibiza destaca por tener las valoraciones más altas en todos los puntos. Muestran elevados niveles de acuerdo con las afirmaciones referidas a efectos positivos del turismo pero también con las afirmaciones referidas a los efectos negativos. Este elevado reconocimiento de los efectos positivos y negativos, junto con una visión general de mayor peso de los efectos positivos puede explicarse por la elevada dependencia turística de la isla, combinado con su pequeño tamaño, como planteaban Capenerhurst (1994) y Mason y Cheyne (2000). Decimos que es debido a una combinación de ambos elementos por el hecho de que Menorca posee valoraciones muy cercanas a las de Ibiza y claramente distintas a las de Mallorca en muchos puntos, lo cual no sería lógico si la dependencia económica fuera el único factor determinante de estas diferencias.

Los entrevistados en 2011 se sienten integrados mucho (51%) o bastante (37%) en la comunidad local, muestran mucho (55%) o bastante (34%) interés por las noticias locales y

les disgustaría abandonar la isla (65%). Pero hay diferencias entre ellos: los “integrados” (28%) poseen gran apego a la isla y la localidad; los “quemados” (24%) poseen apego a la isla pero les gustaría cambiar de localidad; los individuos “de paso” no poseen inconvenientes en abandonar la isla, en parte porque son gente joven, con estudios y nacidos fuera de la isla, y a los “rechazados” (23%) las cosas no les han ido bien, mostrando menor apego e interés por la sociedad local. En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que los sentimientos de apego e integración poseen un efecto positivo y significativo sobre la valoración de los beneficios económicos, pero no muestran efectos significativos sobre ningún otro elemento. Parece ser que las personas con mayores sentimientos de pertenencia a la comunidad poseen mayor valoración de los beneficios económicos del turismo.

La principal preocupación de los entrevistados en 2011 es el paro y el empleo, eclipsando a otros temas como la inseguridad ciudadana, las carreteras o la conservación medioambiental, muy importantes en la muestra de 2002. Los individuos de 2011 pueden dividirse entre: los “históricos” (35%) muy preocupados por todo, los “desencantados” (11%) despreocupados, los “proteccionistas” (30%) especialmente preocupados por la conservación del medioambiente y el patrimonio cultural, y los “desarrollistas” (25%) especialmente preocupados por la situación económica. En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que la preocupación de los residentes, tanto por la economía como por la comunidad, no posee efectos significativos sobre ningún constructo y, por tanto, desaparece del modelo. El grado de preocupación expuesto parece no guardar una relación significativa con la valoración que realizan del turismo y sus impactos.

Vemos que el apego y grado de integración poseen efectos positivos sobre las valoraciones realizadas por los residentes, las preocupaciones no poseen efecto significativo sobre su valoración del turismo y el pequeño tamaño de la isla combinado con la dependencia económica amplifica las percepciones de los residentes. El apego de los individuos tiene amplia cobertura en la literatura académica, pero en unos casos tiene efecto positivo, en otros negativo y en otros no se encontró efecto significativo. Estas divergencias posiblemente se deban a dos causas: es un efecto indirecto, y el signo del efecto depende de cuantas personas consideran el turismo bueno y cuantas malo para el futuro de la región. Si la mayoría considera que el turismo es bueno y necesario el efecto será positivo, si la mayoría consideran que el turismo es malo el efecto será negativo y si no hay una postura clara no habrá efecto significativo. En este estudio se ha encontrado un efecto significativo de signo positivo pero de tipo indirecto, actuando sobre la valoración de los beneficios.

- *Implicación de los residentes en la gestión local.* Si la gestión turística se realiza por personas e instituciones de la propia región se consigue implicar a los residentes, reducir los inconvenientes para la sociedad local y minimizar las críticas de los residentes.

En el caso de Ibiza hay un elevado grado de acuerdo en que el sector debe estar regulado y controlado por las administraciones insulares. La inmensa mayoría de los entrevistados consideran que la opinión de la población local debe tenerse en cuenta en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico, pero pocos consideran que tengan gran capacidad de influir en el futuro de la isla. La importancia de la participación de los empresarios en las decisiones sobre turismo genera división entre los encuestados y muchos consideran que tienen demasiada influencia política. Queda claro que los residentes quieren participar en la gestión y que esta se lleve a cabo a nivel insular.

Dado el caso de estudio, es difícil indicar si la gestión turística en el ámbito insular causa actitudes más positivas. Lo que si se observa es que al analizar las respuestas a la pregunta sobre si "la gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional" no hay una pauta clara a la hora de valorar el turismo entre los distintos grados de acuerdo y desacuerdo a esta afirmación. Puede que consideren mejor la gestión turística en el ámbito insular que en el ámbito autonómico o estatal más por inercia social que por convicción ya que consideran que los residentes tienen poco peso en la gestión

y ambos resultados no serían coherentes en una situación con gestión local altamente participativa. Este tema debería ser analizado con mayor profundidad en el futuro.

- *Tipos de turismo.* Los tipos de turismo influyen en las actitudes de los residentes.

Podemos afirmar que los residentes consideran que hay un conjunto de productos turísticos muy aceptables (turismo rural y de naturaleza, turismo náutico, turismo deportivo, turismo cultural, congresos y ferias, turismo de sol y playa, etc.), productos moderadamente aceptables (casas en alquiler y segundas residencias) y productos con problemas de aceptación (golf, *clubbers* y *all inclusive*). Dentro del primer grupo tenemos ofertas relativamente nuevas, que permiten explotar atractivos infrautilizados y desestacionalizar, aunque son cuantitativamente poco significativas. Vemos una cierta relación entre el grado de aceptación de la oferta y el grado de interacción con la comunidad local que implica cada tipo de turismo.

Si segmentamos los residentes vemos que en relación a la valoración que realizan de diversas ofertas, la mayoría de la muestra posee valoraciones muy positivas de las ofertas planteadas (52,4%). Esta mayoría puede dividirse entre los partidarios del *All inclusive* (17%) y sus detractores (35,4%). Existe un grupo con posturas partidarias pero más moderadas que los anteriores y que se oponen al *all inclusive*, los campos de golf y el turismo *clubbers* (28%). Finalmente el resto de la muestra (19,6%) posee una valoración muy moderada de los diversos tipos de oferta turística.

En el Modelo de Ecuaciones Estructurales General se observa que la valoración general implica un mayor apoyo a las diversas ofertas turísticas y a un incremento del volumen de turistas. Dentro de las ofertas, una mayor valoración general causa un mayor apoyo el llamado turismo alternativo (caracterizado por un mayor respeto e interés por los residentes y su cultura).

Aunque es difícil afirmar con rotundidad al respecto, se observa en los resultados para el conjunto del turismo (mayoritariamente turismo de sol y playa) y para el subsector del turismo *clubber* diferencias en las respuestas que inducen a pensar que las actitudes y apoyo hacia los diversos tipos de turismo seguirían la misma pauta que al preguntar por el apoyo a distintos tipos de oferta turística. Por tanto, parece que lo expuesto en la primera parte de la tesis se ajustaría bastante a la realidad y los turistas con mayor interacción con los residentes y causantes de menos molestias generarían actitudes más positivas, aunque se debería comprobar en futuras investigaciones.

- *Volumen de turistas y estacionalidad.* Dos elementos a tener en cuenta a la hora de analizar las actitudes de los residentes son el volumen de turistas y el grado de estacionalidad del turismo.

En el caso de Ibiza, la mayoría de los encuestados se sienten agobiados por la gran cantidad de turistas que llegan en verano, aunque la crisis ha provocado que en 2011 esta proporción sea menor. El gran problema a afrontar por los gestores es la desestacionalización, repartir las llegadas de turistas entre todo el año, hecho que preocupa a la gran mayoría de los residentes (86,3% en 2002 y 92,8% en 2011). Ibiza es la isla con mayor grado de preocupación por la estacionalidad, posiblemente por el enorme tamaño e impacto del sector.

Aunque con el estudio realizado es difícil realizar afirmaciones sobre el efecto de estas variables, si analizamos el agobio que sienten los residentes en verano como reflejo de estas variables vemos que: más que el volumen total de turistas es la relación entre el número de turistas y el tamaño de la sociedad local lo que causa mayor agobio y malestar (en el estudio de 2002 padecen más agobio las islas pequeñas que Mallorca); el grado de agobio de los ibicencos se ha reducido entre 2002 y 2011, y los individuos que padecen mayor agobio (es decir sufren más las consecuencias de la estacionalidad) valoran menos los beneficios y más los costes, causando una actitud hacia el turismo más negativa.

Por tanto, cuanto mayor el volumen de turistas en temporada alta en comparación con el tamaño de la sociedad local, mayor el grado de agobio de los residentes y peores las actitudes de los residentes.

- *Interacción entre los residentes y los turistas.* El tipo y la intensidad de los contactos entre visitantes y residentes son variables importantes en la determinación de las actitudes de los residentes, sobre todo cuando se depende económicamente del turismo.

En el caso de Ibiza, la mayoría de los residentes consideran que el intercambio cultural entre residentes y turistas es positivo, y no se han generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes. Al preguntar por el trato recibido de los turistas no hay una postura mayoritaria clara, pero en la tabulación cruzada se observa que cuanto más respetuosos consideran a los turistas mayor es la percepción de los beneficios y menor la percepción de los costes.

La valoración que realizan los residentes del trato recibido por parte de los turistas afecta positivamente en la valoración del intercambio cultural turistas-residentes y negativamente sobre la posibilidad de conflicto sociocultural. La valoración del intercambio cultural posee un efecto positivo sobre la valoración general que realizan los residentes del turismo y, a través de este intercambio, el trato recibido de los turistas explica el 7% de la varianza de la valoración general del turismo.

Estos datos e interrelaciones indican que el circuito propuesto en la Figura 13 sería correcto para la parte de los residentes y estudios como el de Gómez, San Martín y Bertiche (1999) muestran relaciones de formación de las actitudes de los turistas que darían apoyo a la otra parte del circuito.

- *Variables demográficas y segmentación de la población.* Diversos estudios muestran la presencia simultánea de grupos de residentes con actitudes favorables y contrarias al desarrollo turístico. Las diferencias personales pueden generar actitudes muy diferentes, dando como resultado que en una misma región existan grupos de personas con actitudes opuestas. La heterogeneidad de los individuos, en cuanto a las actitudes hacia el turismo, puede deberse a: variables demográficas, elementos culturales, valores personales, impacto de los beneficios y costes del turismo sobre el individuo concreto, etc.

En el estudio empírico se observa que es posible segmentar la muestra en cinco grupos: *Los Partidarios Entusiastas* (19,6%) son personas con una opinión muy favorable, ya que valoran enormemente los impactos positivos e infravaloran los impactos negativos del turismo. *Los Partidarios con Opinión Matizada* (23%) muestran opiniones positivas pero matizadas por el reconocimiento de los impactos negativos. *Los Partidarios Interesados* (20,3%) son personas que apoyan el turismo por intereses personales. *Los Críticos* (23,5%) son personas que no perciben de forma directa los beneficios que aporta el turismo, pero sí los costes, y que consideran muy grave el cambio cultural y la pérdida de capacidad de decisión sobre el futuro de la región. *Los Neutros* (13,6%) son un grupo de personas con baja dependencia económica del turismo y opiniones poco formadas.

La principal diferencia entre los resultados que se prevén en la segmentación teórica y los que se observan en la práctica se produce en los dos grupos moderadamente partidarios: *Partidarios con Opinión Matizada* y *Partidarios Interesados*. En este caso se produce un intercambio de las posiciones relativas de los dos grupos, posiblemente debido a los efectos de la crisis económica. *Los Partidarios Interesados* muestran una enorme preocupación por la situación económica de la isla y consideran que el volumen de turistas debería aumentar. Por el contrario, los *Partidarios con Opinión Matizada* consideran que el volumen de turismo actual es el adecuado y no muestran excesiva preocupación por la situación económica. Es esperable que cuando desaparezca la crisis estos dos grupos se acerquen o incluso intercambien sus posiciones.

Si nos atenemos a las variables demográficas y realizamos tabulaciones de valores medios con los principales constructos usados se observa que sólo la edad y la dependencia económica familiar del turismo poseen efectos significativos. En el caso de la dependencia

económica se produce el efecto esperado y ya comentado de actitudes más positivas hacia el turismo al poseer mayor dependencia económica. En el caso la edad se obtiene un resultado de signo contrario al de algunos estudios previos (Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988a; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984; Um y Crompton, 1987), ya que los más críticos son los individuos más jóvenes y los que muestran actitudes más favorables los de mayor edad. Probablemente los distintos resultados se deban a que en Ibiza las personas que conocen la isla desde hace muchos años son muy conscientes de las mejoras vividas gracias al turismo y de la fuerte dependencia económica del turismo que tiene Ibiza, mientras que en otros estudios las personas con más años en la región ven importantes cambios en la región pero pocos beneficios. El resultado es que en Ibiza los mayores de 45 años poseen las actitudes más positivas y los menores de 25 años son los más críticos con el turismo.

Posiblemente el grado de apego y los años de residencia posean efectos de igual signo en los estudios por encontrarse relacionados con la valoración a largo plazo que realiza la sociedad de los efectos del turismo.

Factor tiempo.

Las actitudes se retroalimentan constantemente y no sólo es importante conocer la realidad de un momento, valorando la incidencia de diversos factores, también es necesario conocer la evolución a lo largo del tiempo. Por los resultados de estudios como el de Getz (1994) y esta tesis, parece lógico aventurar que la degradación de las actitudes de los residentes es muy lenta en una situación sin cambios, no detectándose variaciones significativas en periodos bastante largos. Por desgracia, la ausencia de estudios longitudinales adecuados no permite contrastar si se produce el cambio lento planteado.

En el estudio empírico de Ibiza, en 2002 eran ligeramente mayoritarios los que pensaban que la situación no era preocupante, mientras que en 2011 una gran mayoría estaba preocupado por la situación económica, y posiblemente sea debido a la preocupación por la crisis la evolución observada entre las dos muestras. Los cambios significativos se resumen en una inferior valoración de muchos impactos negativos y una mayor valoración de algunos elementos positivos. Este comportamiento resulta el esperado si tenemos en cuenta que diversos autores concluyen que los residentes infravaloran los costes y sobrevaloran los beneficios cuando se encuentran en una mala situación económica (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984). La única diferencia entre estos autores y el presente estudio es que se observan pocos incrementos de la valoración de los impactos positivos, posiblemente por tratarse de un destino maduro que ha tocado techo en cuanto a crecimiento.

Principales resultados.

Los resultados más destacados de la presente tesis doctoral son:

1. Según los testimonios disponibles, parece que en las primeras fases del CVDT había un pequeñísimo grupo de partidarios entusiastas del turismo mientras que el resto de la población permanecía ajena al sector. En los años cuarenta se inició la implicación de volúmenes de residentes cada vez más grandes, creciendo enormemente el grupo de Partidarios Entusiastas. En los sesenta, la isla ganó en complejidad social al iniciarse una fuerte inmigración desde la península y el extranjero. A partir de entonces los Partidarios Interesados representan un porcentaje significativo de la población residente. A finales de los setenta y principios de los ochenta se observa una significativa presencia de grupos críticos con el desarrollo turístico que llevaba el sector. Aunque hay constatación documental de la existencia de personas críticas con el desarrollo turístico desde los años treinta, es en esa época cuando se observa en los medios de comunicación que son una proporción nada desdeñable de la población. A finales de los noventa, la preocupación por los impactos del turismo y su sostenibilidad plantea la necesidad de la realización de análisis de las actitudes de los residentes, indicio de que los partidarios del turismo son mayoría pero también son mayoría los que no quieren un desarrollo a toda costa. A partir de entonces se inician los estudios empíricos sobre actitudes de los residentes.

Existen pocos autores que planteen un modelo que pretenda explicar la evolución de las actitudes de los residentes a lo largo del tiempo. Doxey (1975) planteó el “irridex” (fases de Euforia, Apatía, Molestias y Antagonismo) y Butler (1980) planteó dentro de su CVDT una evolución de las actitudes parecida. Años después Vong y McCartney (2005) planteaban la GIPM, que para el turismo en general proponía un evolución basada en el CVDT de Butler pero con alguna mejora (fases: Neutrales, Optimistas, Reservadamente optimistas y Escepticos). Estos autores proponen una evolución que parte de posturas optimistas y evoluciona hacia posturas cada vez más negativas. Los pocos estudios longitudinales existentes en la bibliografía (Getz, 1994; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994) y el estudio del CVDT para el caso de Ibiza muestran que la evolución hacia posturas más negativas se da en la realidad. Pero estos modelos han sido cuestionados por otorgar un elevado grado de homogeneidad a las actitudes y reacciones de la comunidad residente. Las actitudes de los residentes son muy heterogeneas al no compartir intereses los miembros de la sociedad local (Ap y Crompton, 1993; Hall, 1994; Joppe, 1996) y en el estudio empírico realizado se muestra esta heterogeneidad claramente.

A pesar de las críticas, los modelos planteados tienen el mérito de haber expuesto la tendencia general de la evolución de las actitudes y podrían mejorarse combinando la evolución temporal con la existencia de heterogeneidad. Una primera mejora sería plantear la existencia de grupos con actitudes diversas, y a veces opuestas, en todo momento de la evolución (como se plantea con la Segmentación Teórica) pero predominando en cada fase los individuos que se caracterizarían por encajar en el modelo propuesto por Vong y McCartney (2005) y con una tendencia a medio plazo similar a la evolución propuesta por Doxey (1975) o Butler (1980).

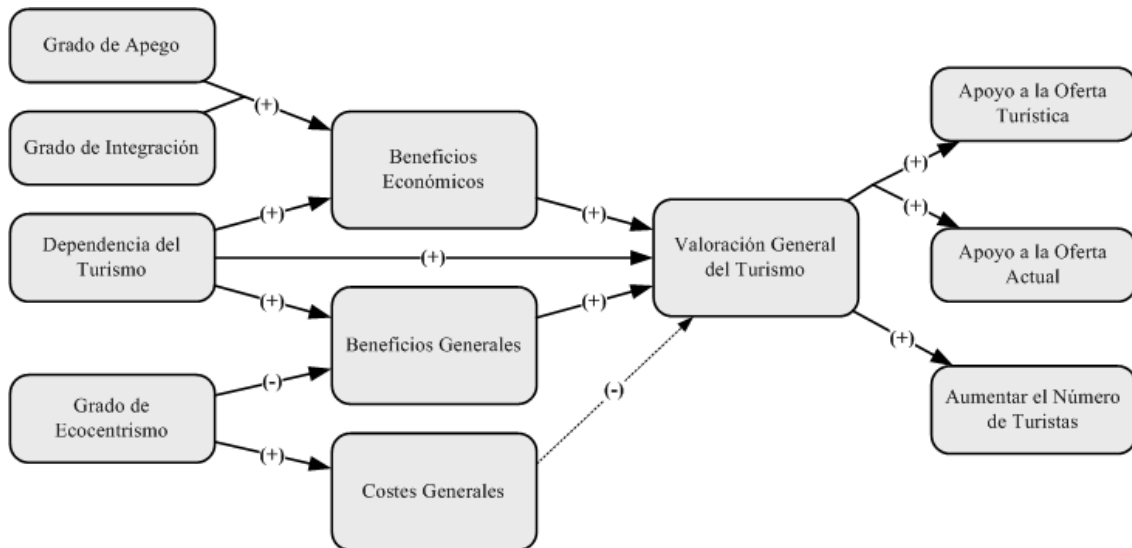


Figura 83: Relaciones halladas en el Modelo de Ecuaciones Estructurales General.

2. Lo más destacable del resultado obtenido en el Modelo de Ecuaciones Estructurales General es el poco peso de los costes en la valoración general, el efecto directo de la dependencia económica en la valoración general y la falta de efectos significativos de los diversos tipos de preocupación. Los dos primeros elementos son, con gran probabilidad, debidos a la crisis económica iniciada en 2008. Las relaciones causales significativas son las previsible a partir de la revisión bibliográfica realizada, sólo resulta llamativa la falta de significación del efecto de los costes sobre la valoración general del turismo.
3. El análisis longitudinal, comparando 2002 y 2011, detecta el cambio de actitudes esperable para un destino con fuerte dependencia económica del turismo y que ha vivido una crisis

económica muy importante entre los dos momentos, tal y como habían detectado algunos autores (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Liu y Var, 1986; Sheldon y Var, 1984). El resultado del estudio longitudinal induce a pensar que la evolución esperable como causa del paso del tiempo (actitudes más negativas en 2011 que en 2002) es menor que el efecto de la crisis económica sobre las actitudes. Posiblemente, el hecho de que el volumen de turistas, estancias turísticas y plazas turísticas se mantengan con pocas diferencias desde hace una década haya ayudado a este resultado. Resultaría de gran interés poder repetir la investigación una vez quede atrás la actual situación económica nacional para comprobar si el paso del tiempo posee el efecto esperable en algunos modelos (Butler, 1980; Doxey, 1975; Vong y McCartney, 2005) y en estudios realizados en otras regiones (Getz, 1994; Johnson, Snepenger, y Akis, 1994) en una situación de ausencia de otros efectos significativos.

4. De cara al futuro, los residentes consideran que el número de turistas debe mantenerse en los niveles de la última década pero reduciendo la estacionalidad y mejorando la “calidad” de este turismo, mediante un reenfoque de la imagen de la isla y el fomento del turismo alternativo.
5. La revisión bibliográfica ha mostrado algunas pautas que han permitido proponer algunos pequeños modelos teóricos. Por ejemplo, en los estudios de segmentación de los residentes según sus actitudes se ha observado la repetición de determinadas pautas que han llevado a proponer una “Segmentación Teórica” que podría ser de aplicación a múltiples destinos turísticos. En los trabajos de segmentación de las actitudes de los residentes revisados se observa la constante presencia de dos grupos: los defensores incondicionales del turismo y los detractores a ultranza. Ambos grupos aparecen siempre, aunque con proporciones distintas. A parte de estos dos grupos los diversos estudios detectan entre uno y tres grupos más difíciles de definir. Estos grupos suelen ser un grupo de postura indiferente o ambigua y uno o dos grupos de actitudes positivas pero con peculiaridades. La comparación de los diversos estudios lleva a proponer una “Segmentación Teórica” que divide la población en cinco grupos: Partidarios Entusiastas, Partidarios con Opinión Matizada, Partidarios Interesados, Críticos y Sin Opinión Formada. Estos grupos variarían de tamaño a lo largo del tiempo, siendo necesario interrelacionar esta segmentación propuesta con el CVDT para conseguir una mejor comprensión de las actitudes de los residentes. El estudio empírico realizado en esta tesis muestra resultados muy coherentes con la Segmentación Teórica propuesta.
6. Los diversos modelos teóricos propuestos podrían constituir futuras líneas de investigación que tendrían por finalidad comprobar la veracidad de los mismos.

Posibles acciones para la mejora de las actitudes de los residentes.

A partir de los resultados de la tesis se pueden sugerir algunas propuestas que pueden resultar útiles para mejorar las actitudes de los residentes:

- A) *No superar las capacidades de carga de la región.* El primer paso a realizar, tanto en destinos incipientes como en destinos consolidados, es medir las capacidades de carga que posee la región y definir una frontera que no debe rebasarse. Este límite marca el volumen máximo de turistas que un destino puede soportar.
- B) *Implicar a los residentes en la actividad turística.* Se debe implicar a la población en la gestión de la actividad, para lo cual se necesitan varios elementos: la correcta información al residente; la participación de los residentes en los beneficios del turismo; conocer que es lo que quieren los residentes mediante la participación vecinal, y las decisiones sobre turismo deben permanecer en manos locales, sea en Administraciones de ámbito local o en personas originarias de la región.

Para el caso de Ibiza, elementos como la transferencia de competencias en materia turística al Consell Insular o que gran parte del sector permanezca en manos del empresariado local han ayudado enormemente a mejorar las actitudes de los residentes. El trabajo de campo de

esta tesis induce a pensar que la realización de estudios periódicos sobre actitudes de los residentes ayudaría bastante a mejorar la gestión turística y las opiniones de los residentes.

- C) *Generar oportunidades empresariales y de empleo para la población local.* Uno de los beneficios más importantes y que debe ser prioritario es el beneficio económico de los residentes. Este beneficio se concreta en varias tipologías: generación de ofertas de empleo para la población local; generación de oportunidades empresariales en el sector, y aumento de la demanda de sectores no vinculados al turismo de forma directa. Un desarrollo eminentemente autóctono del sector turístico, junto a una oferta situada en los niveles altos de calidad son elementos muy importantes para generar puestos de trabajo y oportunidades empresariales de calidad y con buenas condiciones laborales.
- D) *Controlar la llegada de inmigrantes inducida por el turismo.* La presencia de la comunidad local y de las comunidades atraídas por el turismo en un mismo entorno social hace que puedan aparecer conflictos sociales. En este caso la mejor opción que pueden adoptar los gestores es controlar la llegada de inmigrantes e intentar integrar a la población recién llegada dentro de la sociedad local. En destinos turísticos europeos, como es el caso de Ibiza, las restricciones a la inmigración no son posibles por el hecho de que los gestores regionales no poseen ninguna competencia en ese ámbito. Si resultan factibles acciones encaminadas a la integración de la población inmigrante en la comunidad local.
- E) *Adecuado desarrollo de las infraestructuras y recursos turísticos.* Se debe planificar el multiuso de infraestructuras para satisfacer tanto las necesidades de la comunidad local como de los visitantes, evitando crear mundos diferentes para turistas y residentes (Bigné, Font, y Andreu, 2000). Es necesario mejorar las infraestructuras, evitar la masificación y congestión, crear oferta de ocio polivalente (turistas y residentes), y no priorizar a los turistas en el uso.
- En Ibiza se han desarrollado muchas infraestructuras y oferta comercial gracias al turismo pero las infraestructuras se encuentran muy masificadas en verano y la oferta es cara y sólo abre en temporada alta. De cara al futuro resultará necesario seguir desarrollando acciones encaminadas a la accesibilidad de la oferta por parte de los residentes, en especial en el caso del ocio nocturno.
- F) *Actuar sobre los líderes de opinión.* Junto con los líderes de opinión, es necesario vigilar e intentar intervenir sobre los temas de debate que se planteen en los medios de comunicación. También es necesario vigilar los movimientos de los “grupos de presión”. Es fundamental que los responsables del desarrollo turístico realicen una correcta gestión de la información (veraz, clara e inteligible, en el momento más oportuno y en una cantidad asimilable) y la desinformación (protocolos para enfrentarse a la difusión de información poco veraz, falsa o manipulada), para evitar un deterioro de la imagen del destino y de las actitudes de los residentes.
- G) *Actuar en el ámbito Cultural.* La cultura es un elemento muy relevante para las actitudes de los residentes. Entre las acciones para maximizar los efectos positivos encontramos: facilitar los intercambios culturales y la difusión de la cultura local; evitar la “pseudocultura”, y potenciar en todo lo posible el turismo que viaja “por libre”.
- H) *Dejar zonas de “intimidad” para los residentes.* El contacto entre turistas y residentes no debe producirse en todo lugar y momento, ya que puede agotar al residente. El residente debe tener zonas y momentos de intimidad y tranquilidad. Estos reductos de intimidad se consiguen separando las zonas de fuerte actividad turística de las zonas residenciales y reduciendo las molestias que el turismo genera.
- I) *Reducir las molestias a los residentes.* Es necesario reducir los perjuicios y molestias que sufren los residentes a causa del turismo. Esto se traduce en varias actuaciones, necesarias para conciliar turismo y tranquilidad: control policial de las zonas turísticas y áreas limítrofes; evitar malos entendidos en la promoción turística, y enfocar la promoción y distribución turística a captar los tipos de turismo que encajan mejor en la política de “permisividad” del destino. Reducir la contaminación, en especial los ruidos, siempre y

cuando no perjudique el atractivo turístico del destino, debe ser un elemento prioritario para los empresarios del sector.

- J) *Protección del Medio Ambiente.* El medio ambiente es un elemento de gran relevancia para la gestión del destino, ya que afecta las actitudes de residentes y turistas. Las políticas que deben llevarse a cabo son: reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente (contaminación y deterioro del entorno por el excesivo uso) y creación de espacios protegidos, pero teniendo en cuenta a los residentes. Si no se tienen en cuenta a los residentes, estos perciben la creación del espacio protegido como una muestra de intrusismo de la Administración en sus vidas. Un ejemplo de ello se ha dado en Ibiza con el Parque Natural de Cala d'Hort.
- K) *Educación y cualificación profesional.* El nivel educativo y formativo de las personas implicadas en el sector tiende a no ser parejo con su nivel económico. Pero aunque la formación necesaria sea poca, a mayor formación mayores posibilidades de desarrollo del destino y los individuos. Entre los elementos que se deben favorecer encontramos: el predominio de población nativa cualificada en los puestos de trabajo, sobre todo en los de mayor importancia; los trabajos generados sean estables y con buenas condiciones laborales; el predominio de la estabilidad profesional y la exigencia de una mayor cualificación profesional; aumentar la formación de la población en general, y realizar pedagogía del turismo.
- L) *Diversificación de los tipos de turismo y reducción de la estacionalidad.* Es necesario que los gestores intenten potenciar los siguientes elementos: diversificación de los tipos de turistas; resaltar la cultura local y el entorno en la oferta turística; reducir la estacionalidad incentivando nuevos productos y mercados (turismo cultural, medioambiental, deportivo, náutico, etc.), y evitar aglomeraciones y hacinamiento turístico.

En el caso de Ibiza y en base al presente estudio resultaría recomendable: reducir la oferta del "Todo Incluido"; realizar los desarrollos de campos de golf garantizando que el agua usada es depurada o procede de otro origen no apto para consumo humano y sin más desarrollo urbanístico que la construcción de edificios para servicios básicos al campo, recurriendo a la oferta de alojamiento existente; iniciar el turismo deportivo teniendo en cuenta que los deportes con menor impacto serán más valorados¹⁷⁰; diseñar mejor las normas, rutas y vías ciclistas con la finalidad de mejorar la seguridad de todos y la fluidez del tráfico; crear puntos de amarre en las zonas de fondeo, normativa restrictiva en cuanto a fondeo y vertidos, etc., y puede que tuviera un poco más de aceptación el turismo de congresos, ferias y eventos si se percibiera esta actividad como poseedora de mayor impacto económico y mediático. En general, se percibe un deseo entre los residentes de que se potencien atractivos de la isla que consideran infrautilizados, como el paisaje natural y el patrimonio cultural.

- M) *Economía diversificada.* No sólo es necesario diversificar el sector turístico, también es necesario diversificar la economía en general, buscando reducir los efectos negativos de la dependencia económica del turismo.

En el caso de Ibiza, la diversificación económica es deseable pero muy difícil. El sector primario no es competitivo en precios y las explotaciones son excesivamente pequeñas. Su única posibilidad de supervivencia es como sector residual que suministra sus productos a los establecimientos hoteleros de la isla. El sector industrial sigue reducido a la central eléctrica de la isla y a la explotación salinera, ambos casos son meras anécdotas. La industria no es viable por los sobrecostos de la insularidad. El sector de la construcción ha vivido diversas expansiones fuertes pero la crisis económica de 2008, los diversos lobbies proteccionistas y las actitudes de los residentes recomiendan reducir su presencia a un nivel

¹⁷⁰ La creación de grandes infraestructuras o la invasión de los espacios frecuentados por los residentes podrían deteriorar el grado de aceptación del turismo deportivo.

razonable. El sector servicios se reduce al sector turístico, las administraciones públicas y diversos servicios básicos para la comunidad. Las únicas alternativas de diversificación económica serían con actividades que aprovechen las infraestructuras creadas para el turismo, o con actividades de alto valor añadido y que no necesiten el desarrollo de una logística para el transporte de elementos físicos.

Futuras líneas de investigación.

El estudio de las actitudes de los residentes ha recibido mucha atención en el ámbito académico a nivel mundial. Sin embargo, el interés ha sido más escaso, y en todo caso mucho más reciente, en el caso de España, cuestión que llama la atención dada la importancia del turismo para España como uno de los principales destinos del turismo internacional. Esta tesis pretende ser una contribución a avanzar en este campo y un inicio de diversas líneas futuras que buscan sistematizar los conocimientos en esta temática y crear una metodología de análisis mejorada. Como continuación y ampliación de la tesis doctoral se plantea la realización de diversas acciones, cuya finalidad es mejorar y aprovechar el trabajo realizado:

- Revisión, ampliación y mejora de las diversas partes de la tesis con posibilidades de ser publicadas en revistas de ámbito nacional o internacional, según grado de interés de cada caso. Este proceso ya ha empezado en algunos puntos y se espera que continúe en los próximos dos o tres años.
- Creación de un nuevo cuestionario que permita la realización de los mismo análisis realizados en la tesis (análisis descriptivo, análisis clúster, modelos de ecuaciones estructurales, etc.), pero de una extensión lo más reducida posible. Lo que se pretende es crear una herramienta de análisis de las actitudes de los residentes que valga para cualquier destino, con pocas modificaciones, y resulte lo más eficiente posible en el trabajo de campo y en el proceso de análisis. Este cuestionario se realizaría tomando de base el estudio realizado en esta tesis doctoral y las escalas de ítems usadas en los principales estudios publicados en las últimas décadas.
- Aplicación del cuestionario para el caso de Formentera. Formentera es una isla muy pequeña y que ha quedado fuera de los distintos estudios realizados en Baleares sobre actitudes de los residentes, incluyendo esta tesis doctoral. Resultaría de gran interés la realización de un estudio sobre las actitudes de los residentes de Formentera para complementar los estudios previos existentes, aunque en este sería imposible la realización de un estudio longitudinal. Este estudio constituiría una buena oportunidad para testar el nuevo cuestionario mencionado en el punto anterior, antes de usarlo en el siguiente punto. El principal problema para la realización de esta investigación es la falta de recursos económicos para la realización del estudio de campo. Sin estos recursos es imposible la correcta realización del trabajo de campo en Formentera.
- Tras la creación del nuevo cuestionario y la realización del estudio de Formentera, el siguiente paso lógico es la repetición del estudio en otros destinos, sean de España o del extranjero. Este punto depende para su concreción y realización de los recursos económicos y de contar con colaboraciones de investigadores situados en la región de estudio, o cerca. Esta es el punto más a largo plazo y que necesita mayor concreción.

A parte de los puntos expuestos es posible que surjan nuevas líneas vinculadas a la tesis doctoral, mientras se llevan a cabo los puntos mencionados. Más allá de desarrollar el tema de la tesis, se desean enfocar las futuras investigaciones en el campo del turismo y la gestión turística. La concreción de estas futuras investigaciones vendrá determinada en gran parte por las dificultades financieras que puedan darse.

REFERENCIAS

- Abler, R., Janelle, D., Philbrick, A., Sömmer, J. (1975). *Human geography in a shrinking world*. North Scituate, MA: Duxbury Press.
- Adib, A., & Guerrier, Y. (2001). The experience of tour reps in maintaining and losing control of holidaymakers. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 339-352.
- Adler, J. (1985). Youth on the road - reflections on the history of tramping. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 335-354.
- AENA. Web Site: <http://www.aena.es/> [7 de octubre de 2010]
- Agarwal, S. (1994). The resort cycle revisited: Implications for resorts. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 5(2), 194-207.
- Agarwal, S. (1997). The resort cycle and seaside tourism: An assessment of its applicability and validity. *Tourism Management*, 18(2), 65-73.
- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism. The Resort Lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25-55.
- Aguiló, E., & Rosselló, J. (2005). Host community perceptions. A cluster análisis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Aguiló, E., Alegre, J., & Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism Management*, 26(2), 219-231.
- Aguiló, E., Barros, V., García, M. A., & Rosselló, J. (2004). *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Turisme i Investigació nº 7. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Aguiló, E., Barros, V., García, M. A., & Rosselló, J. (2007). *Actitud de los residentes frente al turismo. Análisis para las Islas Baleares*. Palma de Mallorca: Bancaja.
- Aguiló, E., Rey-Maqueira, J., Bartolomé, A., & Ramos, V. (2006). *El Papel de los Residentes en el Desarrollo del Turismo Deportivo como Segmento de Competitividad de un Destino Turístico. El Caso de Baleares*. Palma de Mallorca: CAEB y Nóos Institute.
- Aguirre, M. S. (coor.) (2000). *Marketing en sectores específicos*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Ahas, R. et al. (2007). Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28(3), 898-910.
- Ahas, R., Aasa, A., Silm, S., & Roosaare, J. (2005). Seasonality of natural and social factors in Estonia. *Landscape Research*, 30(2), 173-191.
- Ajami, R. A. (1988). Strategies for tourism transnational in Belize. *Annals of Tourism Research*, 15(4), 517-530.
- Ajzen, I. (1982). On behaving in accordance with one's attitudes. En Zanna, M. P., Higgins, E. T., & Herman, C. P. (edi.). *Consistency in Social Behavior: The Ontario Symposium 2*. NJ: Erlbaum, 3-15.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. En Kuhn, J., & Beckman, J. *Action-Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Akama, J. S. (1999). The evolution of tourism in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(1), 6-25.
- Akis, S., Peristianis, N. Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Alarco, C. (1976). Sobre los matrimonios consanguíneos en Ibiza. *Eivissa* 8, 16-19.
- Alarco, C. (1981). *Cultura y personalidad en Ibiza*. Madrid: Editora Nacional.
- Aldecoa, I. (1995). *Cuentos completos*. Madrid: Editorial Alfaguara.
- Allcock, J. B. (1996). Seasonality in Tourism. En Moutinho, L. (Eds.). *Tourism and Marketing and Management Handbook*. New York: Prentice Hall, 86-92.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1993). Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(4), 27-33.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Allport, G. (1966). Attitudes in the history of social psychology. En Warren, N., & Johoda, M. (edi.). *Attitudes*. Harmondsworth: Penguin.
- Altés, C. (1995). *Marketing turístico*. Madrid: Síntesis.
- Altés, C. (1997). *Marketing y Turismo: Introducción al Marketing de Empresas y Destinos Turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Álvarez, A. (1993). *Estructura social y consumo turístico. Los viajes de los españoles: segmentación, tendencias y comparación con los países comunitarios*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Anaya, R. (1989). Aztlán: a homeland without boundaries. En Anaya, R., & Lometí, F. (edi.). *Aztlán: Essays on the Chicano Homeland*. Albuquerque: El Norte Publications, 230-241.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knoff, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 610-616.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Aragay, J. J., & Grande, A. (1978). *Marketing Turístico*. Madrid.
- Aramberri, J. (2001). The host should get lost: Paradigms in the tourist theory. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 738-761.
- Artaud, A. (1977). *Los taraumara*. Barcelona: Barral Editores S.A.
- Artaud, A. (1980). *Heliogábalo o el anarquista coronado*. Barcelona: Dilema.
- Asch, S. (1952). *Social Psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ashworth, J., & Thomas, B. (1999). Patterns of seasonality in employment in tourism in the UK. *Applied Economics Letters*, 6(11), 735-739.
- Asworth, G., & Goodail, B. (1988). Tourist Images: Marketing Considerations. En Asworth, G., & Goodail, B. *Marketing in the Tourism Industry. The Promotion of Destination Regions*. London: Routledge Ed.
- Asworth, G., & Goodail, B. (1990). *Marketing tourism places*. London: Routledge Ed.
- Ayers, J.S., & Potter, H. R. (1989). Attitudes towards community change: A comparison between rural leaders and community residents. *Journal of the Community Development Society*, 20(1), 1-18.
- Ayres, R. (2000). Tourism as a passport to development in small states: Reflections on Cyprus. *International Journal of Social Economics*, 27(2), 114-133.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(2), 74-94.
- Bagozzi, R. P. (1994). *Structural Equation Model in Marketing Research: Principles of Marketing Research*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Baker, R. J. (1983). *An Analysis of Urban Morphological and Tourist Precincts within Selected Coastal Resort of the Port Stephens, Great Lakes Area, New South Wales*. M.A. thesis, University of England, New South Wales.
- Balcar, M. J. O., & Pearce, D. G. (1996). Heritage tourism on the west coast of New Zealand. *Tourism Management* 17(3), 203-212.
- Balozg, F., & Brinber, J. (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-16.
- Bar On, R. R. V. (1976). Seasonality in Tourism: A Guide to The Analysis of Seasonality and Trends for Policymaking. Technical Series n° 2. *Economist Intelligence Unit*.
- Bar On, R. R. V. (1993). Seasonality. En Khan, M., Olse, M., & Var, T. *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, 705-734.
- Bar On, R. R. V. (1999). The measurement of seasonality and its economic impacts. *Tourism Economics*, 5, 437-458.
- Barberó, A. (1984). *En la isla del dios Bes. Historias y leyendas de Ibiza*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Bardolet, E., & Sheldon, P. J. (2008). Tourism in archipelados. Hawai'i and the Balearics. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 900-923.
- Bargh, J. A., Chaiken, S., Govender, R., & Pratto, F. (1992). The generality of the automatic

- attitude activation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 1230-1240.
- Barke, M. (1997). Tourism and culture in Spain: a case of minimal conflict?. En Robinson, M., & Boniface, P. (edi.). *Tourism and Cultural Conflicts*. Wallingford: CAB International, 247-267.
- Barre, H. (2002). Cultural tourism and sustainable development. *Museum International*, 54(1), 126-131.
- Barthel-Bouchier, D. (2001). Authenticity and identity: Theme-parking the Amanas. *International Sociology*, 16, 221-239.
- Bartlett, M. S. (1950). Test of significance in factor analysis. *British Journal of Psychology*, 3, 77-85.
- Bassili, J. N. (1998). Simultaneous accessibility: A prerequisite to heated intrapsychic conflict. *Annual Meeting of The International Society of Political Psychology*, Montreal.
- Batra, R., & Stayman, D. M. (1990). The role of mood in advertising effectiveness. *Journal of Consumer research*, 17(sep.), 203-214.
- Baum, T. (1999). Responses to seasonality. *Tourism Economics*, 5, 299-312.
- Baum, T., & Hagen, L. (1999). Responses to seasonality. The experiences of peripheral destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1(5), 299-312.
- Baum, T., & Lundtorp, S. (Eds.) (2001). *Seasonality in Tourism*. Oxford: Pergamon.
- Baum, T., Amoha, V., & Spivack, S. (1997). Policy dimensions of human resource management in the tourism and hospitality industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(5/6), 221-229.
- Beck, B. E. F., & Moore, L. F. (1985). Linking the host culture to organizational Culture. En Frost, P. J., Moore, L. F., Louis, M. R., Lundberg, C. C., & Martin, J. (edi.). *Organizational Culture*. Beverly Hills: Sage, 281-300.
- Becker, C. (1992). Lebenslanges urlaubsreiseverhalten – Erste ergebnisse einer pilotstudie. *Materialien zur Freudenverkehrsgeographie*, 25, 70-82.
- Beeho, A., & Prentice, R. (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- Bellis, M. A., & Ashton, J. R. (2000). The sexual health of boys and men. Commercial advertisements are needed to create a condom culture. *British Medical Journal*, 320(7235), 643.
- Bellis, M. A., Hale, G., Bennett, A., Chaudry, M., & Kilfoyle, M. (2000). Ibiza uncovered: changes in substance use and sexual behaviour amongst young people visiting an international night-life resort. *The International Journal of Drug Policy*, 11(3), 235-244.
- Benjamin, W. (1996). *Escritos Autobiográficos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Benjamin, W. et al. (1983). *Teoría(s) de Ibiza*. Eivissa: Libros de la Gorgona.
- Benjamin, W., & Scholen, G. (1987). *Correspondencia 1933-1940*. Madrid: Taurus.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1971). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin.
- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Bestard, J. (1986). *Casa y familia. Parentesco y reproducción doméstica en Formentera*. Palma de Mallorca: Institut d'Estudis Baleàrics.
- Bianchi, R. (1994). Tourism development and resort dynamics: an alternative approach. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 5(2), 181-193.
- Biggadike, E. R. (1981). The contributions of marketing to strategic management. *Academy of Management Review*, 6(4), 621-632.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sanz, S. (2009). The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis. *Tourism Management*, 30(5), 715-723.
- Bigné, J. E., & López, D. (eds.) (1999). *Planificación y comercialización turística*. Castellón: U. Jaume I.
- Bigné, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial ESIC.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.

- Birch, J. W. (1964). *The Isle of Man: A Study on Economic Geography*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Birtwistle, M. (1996). Scottish tourism: an enterprising approach. *Tourism Management*, 17(7), 549-550.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(abr.), 69-82.
- Bitner, M. J., & Booms, B. H. (1982). Trends in travel and tourism marketing: the changing structure of distribution channels. *Journal of Travel Research*, 20(4), 39-44.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54 (ene.), 71-84.
- Blau, P. (1967). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley.
- Blum, J. (1995). Un nou model de turisme. *Eivissa* 26, 29-33.
- Bochner, S., & Hesketh, B. (1994). Power distance, individualism/collectivism, and job-related attitudes in a culturally diverse work group. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 25(2), 233-257.
- Boissevain, J. (1979). The impact of tourism on a dependent island: Goza, Malta. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 76-90.
- Bojanic, D. C. (1992). A look at a modernized Family Life Cycle and overseas travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1(1), 61-79.
- Bonaiuto, M., Carrus, G., Martorella, H., & Bonnes, M. (2002). Local identity processes and environmental attitudes in land use changes: the case of natural protected areas. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 631-653.
- Bonn, M., Furr, H. L., & Uysal, M. (1992). Seasonal variation of coastal resort visitors: Hilton Head Island. *Journal of Travel Research*, 31(1), 50-56.
- Boorstin, D. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper and Row.
- Bosch, R., Pujol, L., Serra, J., & Vallespinós, F. (1998). *Turismo y medioambiente*. Madrid: Editorial Ramon Areces.
- Bourdieu, P. (1978). Classement, déclassement, reclassement. *Les Actes de la Recherche Scientifique*, 24(nov.), 2-22.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale de jugement*. Paris: Minuet.
- Boutillier, J. L. et al. (1978). *Le tourisme en Afrique de l'Ouest, panacée ou nouvelle traite?* Paris: Masperó.
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. *Historia Contemporanea* 25.
- Boyton, L. (1986). The effect of tourism on Amish Quilting Design. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 451-465.
- Bramwell, B. (2003). Maltese responses to tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 581-605.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2000). *Tourism Collaboration and Partnership: Politics, practice and sustainability*. Clevedon: ChanelView Publications.
- Brauer, M. (2001). Intergroup perception in the social context: the effects of social status and group membership on perceived out-group homogeneity and ethnocentrism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 15-31.
- Brayley, R., Var, T., & Sheldon, P. (1990). Perceived influence of tourism on social issues. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 285-289.
- Breton, F., Clapés, J., Marquès, A., & Priestley, G. K. (1996). The recreational use of beaches and consequences for the development of new trends in management: the case of the beaches of the metropolitan region of Barcelona (Catalonia, Spain). *Ocean & Coastal Management*, 32(3), 153-180.
- Brida, G. G., Osti, L., & 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.
- Brooks, C. M., Kaufmann, P. J., & Lichtenstein, D. R. (2004). Travel configuration on consumer trip-chained store choice. *Journal of Consumer research*, 31(sep.), 241-248.
- Brooks, D. (2000). *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They got There*. New York: Simon & Schuster.
- Brougham, J. E. (1978). *Resident Attitudes Towards the Impact of Tourism in Sleat*. Tesis doctoral no publicada. University of Western Ontario.
- Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1977). *The social and cultural impact of tourism: A case study of Sleat, Isle of Skye*. Edinburgh: Scottish Tourist Board.
- Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the

- social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Brown, D. (1996). Genuine Fakes. En Selwyn, T. (edi.). *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: Wiley, 33-47.
- Brown, D., Roseman, M. G., & Ham, S. (2003). Perceptions of a Bible Belt State's proposed casino gaming legislation by religious affiliation: the case of Kentucky residents. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 7(1), 49-58.
- Brown, G. (1992). Tourism and symbolic consumption. En Johnson, P., & Thomas, B. (edi.). *Choice and Demand in Tourism*. London: Mansell, 57-71.
- Brown, G., & Giles, R. (1994). Coping with tourism: an examination of resident responses to the social impact of tourism. En Seaton, A. V. et al. *Tourism: the state of the art*. Chichester: Wiley, 755-764.
- Brownlie, D. (1985). Strategic marketing concepts and models. *Journal of Marketing Management*, 1, 157-194.
- Brownrigg, M. & Greig, M. A. (1976). *Tourism and regional development*. Glasgow: Fraser of Allander Institute, Speculative Paper 5.
- Bruckner, P., & Finkelkraut, A. (1979). *Au Coin de la Rue. L'aventure*. Paris: Éditions du Seuil.
- Bruner, E. (1989). Tourism, creativity and authenticity. *Studies in Symbolic Interaction*, 10, 109-114.
- Bruner, E. (1991). Transformation of self in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 238-250.
- Bruner, E. (1994). Abraham Lincoln as authentic reproduction: A critique of postmodernism. *American Anthropologist*, 96(2), 397-415.
- Bruner, E. (1996). Tourism in Ghana: the representation of slavery and the return of the black diaspora. *American Anthropologist*, 98(2), 290-304.
- Bruner, E., & Kirshenblatt-Gimblett, B. (1994). Maasai on the law: tourism realism in East Africa. *Cultural Anthropology*, 9(4), 435-470.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Brunt, P., Mawby, R., & Hambly, Z. (2000). Tourist victimisation and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21(4), 417-424.
- Bryant, E. G., & Napier, T. L. (1981). The application of social exchange theory to the study of satisfaction with outdoor recreation facilities. En Napier, T. L. (edi.). *Outdoor Recreation Planning, Perspectives and Research*. Dubuque IA: Kendall P. Hunt, 83-98.
- Buades, J. (1993). 1933, l'any que el turisme descobrí les Pitiüses. *El Pitiús 1994*, 119-122.
- Buades, J. (1994). D'espies i d'intrigues a l'ombra del paradís (1933-1936). *El Pitiús 1995*, 94-97.
- Buades, J. (2004). *On Brilla el Sol. Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Buades, J. (2006). *Exportando Paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna.
- Buck, R., & Alleman, T. (1979). Tourism enterprise concentration in old order Amish survival: explorations in productive existence. *Journal of Travel Research*, 13(1), 15-20.
- Budowski, G. (1976). Tourism and environmental conservation: conflict, coexistence or symbiosis? *Environmental Conservation*, 3(1), 27-31.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007a). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement* 25(2), 193-208.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007b). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
- Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Buonocore, F. (2010). Contingent work in the hospitality industry: A mediating model of organizational attitudes. *Tourism Management*, 31(3), 378-385.
- Burke, P. (1978). *Popular Culture in Early Modern Europe*. London: Temple Smith.
- Burns, P. M., & Montalvillo, M. (2003). Local perceptions of tourism planning: the case of Cuéllar, Spain. *Tourism Management*, 24(3), 331-339.
- Burr, S. (1996). The rural action class' perception of rural tourism in relation to their sense of place: an exploratory study. *1995 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. SE-218. Radnor PA: USFS.
- Butler, R. W. (1975). Tourism as an agent of social change (Occasional Paper 4). *Tourism as a Factor in Regional and National Development*. Peterborough: Department of Geography, Trent University, 85-90.

- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for the management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. W. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental Conservation*, 18(3), 201-209.
- Butler, R. W. (1994). Seasonality in tourism: Issues and problems. En Seaton, A. *et al.* (edi.). *Tourism: The Status of The Art*. Chichester: Wiley, 332-339.
- Butler, R. W. (2001). The Resort Cycle two decades on. En Faulkner, B., Moscardo, G., & Laws, E. (edi.). *Tourism in the 21st Century*. London: Continuum, 284-299.
- Butler, R. W., & Brougham, J. E. (1977). *The Social and Cultural Impact of Tourism- A Case Study of Sleat Isle of Skye*. Edinburgh: Scottish Tourism Board.
- Butler, R. W., & Mao, B. (1997). Seasonality in tourism: Problems and measurement. En Murphy, P. (edi.). *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley, 9-23.
- Buttle, F. (1986). *Hotel and Food Service Marketing*. London: Holt.
- Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*. New York: Academic Press.
- Cacioppo, J. T., Gardner, W. L., & Berntson, G. G. (1997). Beyond Bipolar Conceptualizations and Measures: the case of attitudes and evaluative space. *Personality and Social Psychology Review*, 1(feb.), 3-25.
- Calafat, A. *et al.* (1998). *Characteristics and social representation of ecstasy in Europe*. Valencia: IREFREA & European Commission.
- Calantone, R. J., Mazanec, J. A. (1991). Marketing management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 101-119.
- Calantone, R., & Johar, J. (1984). Seasonal segmentation of the tourism market using a benefit segmentation Framework. *Journal of Travel Research*, 22(2), 14-24.
- Cals, J. (1974). *Turismo y política turística en España: una aproximación*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Camarero, C., & Garrido, M. J. (2004). *Marketing del Patrimonio Cultural*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Canan, P., & Hennessy, M. (1989). The growth machine, tourism and the selling of culture. *Sociological Perspectives*, 32(2), 227-243.
- Caneday, L., & Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gambling community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 30(2), 45-49.
- Capenerhurst, J. (1994). Community tourism. En Haywood, L. *Community Leisure and Recreation*. Oxford: Butterworth Heinemann, 144-171.
- Capó, J., Riera, A., & Rosselló, J. (2007). Accommodation determinants of seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 422-436.
- Carlsen, J. (1999). Tourism impacts of small islands: A longitudinal study of community attitudes to tourism on the Cocos (Keeling) Islands. *Pacific Tourism Review*, 3(1), 25-35.
- Carlson, J., & Widaman, K. (1988). The effects of study abroad during college on attitudes toward other cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 12(1), 1-17.
- Carlson, K. (1998). *Rhetoric vs Reality: Sovereignty and Tino Rangatira in Aotearoa*. MA thesis. Department of Maori Studies, University of Victoria, Wellington.
- Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, 21(6), 601-611.
- Carmichael, B. A., Peppard Jr., D., & Boudreau, F. (1996). Mega resort on my doorstep: Local resident attitudes towards foxwoods casino and casino gambling on nearby indian reservation land. *Journal of Travel Research*, 34(3), 9-16.
- Carmichael, B., & Peppard Jr., D. (1998). The impact of Foxwoods Resort Casino on its dual host community: Southeastern Connecticut and the Mashentucket Pequot Tribe. En Lew, A., Van Otten, G. (edi.). *Tourism and Gaming on American Indian Lands*. Elmsford, NY: Cognizant Communication Corp., 128-144.
- Carter, S., Horn, K., Hart, G., Dunbar, M., Scoular, A., & Macintyre, S. (1997). The sexual behaviour of international travellers at two Glasgow GUM clinics. *International Journal of STD and AIDS*, 8, 336-338.
- Casey, B. (2001). Tipping in New Zealand restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 20(2), 219-225.
- Castaneda, C. (1968). *The Teaching of Don Juan*. Berkeley: University of California Press.
- Castaneda, C. (1970). *A separate Reality*. Berkeley: Simon and Schuster.
- Castaneda, C. (1972). *Journey to Ixtlan*. Berkeley: Simon and Schuster.

- Castelló, J. (1953). *Rondaies eivissenques*. Palma de Mallorca: Successors d'en Ferrer.
- Castelló, J. (1955). *Rondaies d'Eivissa*. Palma de Mallorca: Editorial Moll.
- Castelló, J. (1961). *Rondaies i contes d'Eivissa*. Palma de Mallorca: Imprenta Alfa.
- Castelló, J. (1974). *Rondaies eivissenques de quan el Bon Jesús anava pel món*. Palma de Mallorca: Imprenta Alfa.
- Castelló, J. (1976). *Rondaies de Formentera*. Palma de Mallorca: Imprenta Alfa.
- Castelló, J. (1988). *Greix vermei i altres escrits*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Castelló, J. (1993a). *Barriguets, fameliars i follet*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Castelló, J. (1993b). *Bon profit! El llibre de la cuina eivissenca*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Casteñeda, Q. (1996). *In the Museum of Maya Culture: Touring Chichen Itza*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cater, E. A. (1987). Tourism in the least developed countries. *Annals of Tourism Research* 14(2), 202-226.
- Cave, J., Ryan, C., & Panakera, C. (2003). Residents' perceptions, migrant groups and culture as an attraction - the case of proposed Pacific Island cultural centre in New Zealand. *Tourism Management*, 24(4), 371-385.
- Centre de Recerca Econòmica (2008). *Informe Econòmic i Social de les Illes Balears, 2007*. Palma de Mallorca: Sa Nostra Caixa de Balears.
- Cerdà, J., & Rodríguez, R. (1999). *La repressió franquista del moviment hippy a Formentera (1968-1970)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Cerveró, J., Iglesias, O., & Villacampa, O. (2002). *Marketing Turístico*. Barcelona: Ediciones Octaedro, S.L.
- Chang, T. Z., & Wildt, A. R. (1994). Price, products information, and purchase intention: an empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 16-27.
- Charters, A. (edi.) (1992). *The Portable Beat Reader*. New York: Penguin Books.
- Chauchat, H. (1972). *La vie communautaire*. Thèse de 3ème. cycle. Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Paris.
- Chen, J. S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 24(1), 5-19.
- Chen, J. S. , & Gursoy, D. (2001). An Investigation of Tourist's Destination Loyalty and Preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79-85.
- Chesney-Lind, M., & Lind, I. Y. (1986). Visitors as victims: crimes against tourists in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 167-191.
- Chhabra, D. (2005). Defining authenticity and its determinants: Toward and authenticity flow model. *Journal of Travel Research*, 44(1), 64-73.
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
- Chias, J. (2005). *El negocio de la felicidad. Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid: Prentice Hall-Pearson Educación.
- Chin, W. W. (1998). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' attitude toward sustainable tourism: development off sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability Indicators for Managing Community Tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289.
- Chong, L. M. A., & Thomas, D. C. (1997). Leadership perceptions in cross-cultural context: Pakeha and Pacific islanders in New Zealand. *Leadership Quarterly*, 8(3), 275-293.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions-underdeveloped countries-recreation areas. *Regional Science Association Papers, XII Land Congress*, 95-103.
- Cioran, E. M. (2002). *Cuaderno de Talamanca. Ibiza (31 de julio-25 de agosto 1966)*. Valencia: Pre-Textos.
- Cirer, J. C. (1986). *1790-1920. Demografía i comerç d'Eivissa i Formentera. 130 anys d'una economia viva*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Cirer, J. C. (1998). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XIX (1782-1900)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2000). Els moviments de passatgers a l'aeroport d'Eivissa (1964-1999). *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera*, 73-95. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.

- Cirer, J. C. (2001a). Diferents visions sobre el turisme a l'Eivissa dels anys trenta. *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* 2, 13-23. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Cirer, J. C. (2001b). Evolució de l'oferta de places turístiques a Eivissa i Formentera (1950-2000). *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* 2, 73-93. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Cirer, J. C. (2002a). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XX*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2002b). El turisme i la seva política econòmica. *Eivissa*, 38, 47-53.
- Cirer, J. C. (2003). Els efectes de l'obertura comercial sobre una petita economia insular. *I Congrés d'Economia de les Balears*. Palma de Mallorca.
- Cirer, J. C. (2004). *De la fonda a l'hotel. La Gènesi d'una Economia Turística*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2006). *El Turisme a les Balears (1900-1950)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2009a). *La invenció del turisme de masses a Mallorca*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2009b). *Xifres per a una història, una història en xifres*. Eivissa: Consell d'Eivissa.
- Clary, D. (1984). The impact of social change on a leisure region 1960-1982. A study of Nord Pays D'Auge. En Long, J., & Hecock, R. (edi). *Leisure Tourism and Social Change*. Dunfermline: Centre for Leisure Research.
- Clements, C., Schultz, J., & Lime, D. (1993). Recreation, tourism, and the local residents: partnership or coexistence? *Journal of Parks and Recreation Administration*, 11, 78-91.
- Clift, S., & Forrest, S. (1999). Gay men and tourism: destinations and holiday motivations. *Tourism Management*, 20(5), 615-625.
- Coenders, G., Espinet, J.M., & Saez, M. (2003). Predicting random level and seasonality of hotel prices: A latent growth curve approach. *Tourism Analysis*, 8(1), 15-31.
- Cohen, D. (1999). Es hippies veis. *El Pitiús 2000*, 129-135.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (1979a). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35.
- Cohen, E. (1979b). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13, 179-201.
- Cohen, E. (1988a). Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 29-46.
- Cohen, E. (1988b). Authenticity and commoditisation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386.
- Cohen, E. (1993). Introduction: Investigating tourist arts. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 1-8.
- Cohen, E. (1996). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. En Apostolopoulos, Y., Leivadi, S., & Yiannakis, A. (edi.). *The sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*. London: Routledge, 51-74.
- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267-281.
- Cohn-Bendit, D. (1987). *La revolución y nosotros que la quisimos tanto*. Barcelona: Anagrama S.A.
- Cole, D. N. (1989). Recreation ecology: what we know, what geographers can contribute. *Professional Geographer*, 41(2), 143-148.
- Cole, S. (2009). A logistic tourism model. Resortcycles, globalization, and chaos. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 689-714.
- Colomar, S. (2009). *Formentera a l'època contemporània (1782-2007)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Combs, J. G., & Ketchen Jr., D. J. (2003). Why do firms use franchising as an entrepreneurial strategy?: A meta-analysis. *Journal of Management*, 29(3), 443-465.
- Conceição, V. F., & Roque, P. M. (1997). The concept of life cycle: an application to the tourism product. *Journal of Travel Research*, 36(2), 12-22.
- Cook, S. W. (1970). Motives in a conceptual analysis of attitude-related behavior. En Arnold, W. J., & Levine, D. *Nebraska symposium on motivation - 1969*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Cooke, K. (1982). Guideline for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Travel Research*, 21(1), 22-27.
- Cooper, C. P. (1990). The life-cycle concept and tourism. *Tourism in the 1990s' Conference* (University of Durham, UK).

- Cooper, C. P., & Jackson, S. (1985). Changing patterns of Manx Tourism. *Geography*, 70, 74-76.
- Cooper, C. P., & Jackson, S. (1989). Destination life cycle: The isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 377-398.
- Cooper, C. P., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Sheperd, R. (1998). *Tourism: principles and practice*. Harlow: Longman.
- Cooper, D. (1972). *La Muerte de la familia*. Buenos Aires: Paidós.
- Cooper, D. (1985). *Psiquiatría y anti-psiquiatría*. Barcelona: Paidós.
- Cooper, R. J. (1974). *An analysis of some aspects of social change and adaptation to tourism on Ibiza*. Tesi University of Oxford, Exeter college.
- Cooper, R. J. (2002). Una anàlisi d'alguns aspectes de canvi social i adaptació al turisme a Eivissa. *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* 3, 15-36. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Coppock, J. (1977). *Second Homes: Curse or Blessing?* Oxford: Pergamon.
- Corrales, L. (1993a). *Apuntes para la definición y concepto de Turismo Rural*. Andanzas I, Cuadernos de la Escuela Regional de Turismo de Castilla y León. Ávila: Edita Fundación Cultural Sta. Teresa.
- Corrales, L. (1993b). *Estudio de la normativa autonómica sobre Turismo Rural*. Andanzas II, Cuadernos de la Escuela Regional de turismo de Castilla y León. Ávila: Edita Fundación cultural Sta. Teresa.
- Cosenza, R. M., & Davis, D. L. (1981). Family vacation decision making over the Family Life Cycle: A decision and influence structure analysis. *Journal of Travel Research*, 20(2), 17-23.
- Costa, P. et al. (1993). *Traditional Tourism Cities: Problems and perspectives*. Venecia: Ciset, Università di Venezia.
- Cox, H. (1979). *L'appel de l'orient*. París: Seuil.
- Crang, D. (1996). Living history: Magic kingdoms or a quixotic quest for authenticity? *Annals of Tourism Research*, 23(2), 415-431.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: Harper & Row.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (jul.), 55-68.
- Crouch, G. I. (1994a). The study of international tourism demand: A survey of practice. *Journal of Travel Research*, 32(4), 41-55.
- Crouch, G. I. (1994b). The study of international tourism demand: A review of findings. *Journal of Travel Research*, 33(1), 12-23.
- Crouch, G. I., & Shaw, R. (1991). Determinants of international tourist flows: findings from 30 years of empirical research. *Tourism Research Workshop*, sep. 1991.
- Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32(3), 589-595.
- Cui, X., & Ryan, C. (2011). Perceptions of place, modernity and the impacts of tourism – Differences among rural and urban residents of Ankang, China: A likelihood ratio analysis. *Tourism Management*, 32(3), 604-615.
- Cybrivsky, R. (1970). Patterns of mother tongue retention in several selected ethnic groups in Western Canada. *Papers in Geography* 5. University Park PA: Department of Geography, Pennsylvania State University.
- D'Amore, L. J. (1983). Guidelines to planning in harmony with the host community. En Murphy, P. E. (edi.). *Tourism in Canada: Selected Issues and Options*. Western Geographical Series Vol. 21, University of Victoria, 135-157.
- D'Amore, L. J. (1985). A third generation of tourism thinking: towards a creative conspiracy. *Business Quarterly*, 50(2), 41-48.
- Dables, H. (2000). Tourism, small enterprises and community development. En Richards, G., & Hall, D. (edi.). *Tourism and Sustainable Community Development*. London, UK: Routledge, 154-169.
- Dahms, F. (1991). St. Jacobs, Ontario: From declining village to thriving tourist community. *Ontario Geography*, 36, 1-13.
- Daniel, Y. (1996). Tourism dance performances: Authenticity and creativity. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 780-797.
- Dann, G. (1993). Limitation in the use of 'nationality' and 'country of residence' variables. En Pearce, D., & Butler, R. (edi.). *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Dann, G., Nash, D., & Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 1-28.
- Davidson, R., & Maitland, R. (1997). *Tourism Destinations*. London: Hodder & Sloughton.
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.

- Davis, F. (1971). *On youth subcultures: the hippies variant*. New York: General Learning Press.
- Day, G. S. (1981). The product life cycle: Analysis and applications issues. *Journal of Marketing*, 45(4), 60-67.
- Day, G. S. (1986). *Analysis for Strategic Market Decisions*. St. Paul MN: West Debbage, K. G.
- de Albuquerque, K., & McElroy, J. (1999). Tourism and crime in the caribbean. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 968-984.
- de Borja, L., Casanovas, J. A., & Bosch, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: Editorial ESIC.
- de Castro, F. G. (2003). *La isla perdida. Memoria de una época de Ibiza*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- de Kadt, E. J. (1979). *Tourism - passport to development: Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. New York: Oxford University Press.
- de Ruick, M. C., Soares, A. G., & McLachlan, A. (1997). Social carrying capacity as a management tool for sandy beaches. *Journal of Coastal Research*, 13(4), 822-830.
- Deaden, P., & Harron, S. (1994). Alternative Tourism and adaptive change. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 81-102.
- Debbage, K. G. (1990). Oligopoly and the resort cycle on the Bahamas. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 513-527.
- Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56.
- Deitch, L. (1977). The impact of tourism upon the arts and crafts of the indians of the Southwestern United States. En Smith, V. (ed.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford: Blackwell, 173-184.
- del Alcázar, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: Editorial ESIC.
- del Barrio, S., & Luque, T. (2000). Ecuaciones estructurales. En Luque, T. (Ed.). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Madrid: Pirámide.
- Demerson, J. (1976). *Leyendas de Ibiza*. Madrid: Editorial Poncel.
- Demerson, P. (1983). *Aspectos de la vida ibicenca en el siglo XIX*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Demos, E. (1992). Concern for safety: A potential problem in the tourist industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1(1), 81-88.
- Depaulo, B. M., Stone, J. I., & Lassiter, G. D. (1985). Deceiving and detecting deceit. En Schlenker, B. R. (ed.). *The Self and Social Life*. New York: McGraw-Hill, 323-370.
- Dewar, K. (1983). Old hotel registers as a tool in analyzing resort visitation and development. *Recreation Research Review*, 10(1), 5-10.
- Dhalla, N. K., Yuspeh, S. (1976). Forget the product life cycle concept. *Harvard Business Review*, 54(1), 102-112.
- di Benedetto, C. A., & Bojanic, D. C. (1993). Tourism Area Life Cycle extensions. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 557-570.
- Díaz, R. (2002). *Interrelación entre imagen y comunicación en destinos turísticos*. La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.
- Díaz, R., & Gutiérrez, D. (2005). Interacción residente-turista en una experiencia turística adversa. *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*.
- Díaz, R., Gutiérrez, D., & Garau, J. B. (2007). Actitud del Residente en Destinos Turísticos Insulares: Un Análisis Comparativo. *XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*.
- Diedrich, A., & García, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Dietz, T., Stern, P., & Guagnano, G. A. (1998). Social structural and social psychological basis of environmental concern. *Environment and Behavior*, 30(4), 450-471.
- Diken, B., & Laustsen, C. (2004). Sea, sun, sex and the discountents of pleasure. *Tourist Studies*, 4(2), 99-114.
- Din, K. H. (1992). The 'Involvement Stage' in the evolution of a Tourist destination. *Tourism Recreation Research*, 17(1), 10-20.
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: socio-cultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216-236.
- Doggart, C., & Doggart, N. (1996). Occasional studies: environmental impacts of tourism in developing countries. *Travel and Tourism Analyst*, 2, 71-86.
- Donatos, G., & Zairis, P. (1991). Seasonality of foreign tourism in the greek island of Crete. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 515-519.

- Donnelly, M., & Vaske, J. (1997). Factors influencing membership in a tourism promotion authority. *Journal of Travel Research*, 35(4), 50-55.
- Douglass, W., & Raento, P. (2004). The tradition of invention: Conceiving Las Vegas. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 7-23.
- Dowling, R. K. (1993). Tourist and resident perceptions of the environment: tourism relationship in the Gascoyne Region, Western Australia. *GeoJournal*, 29(3), 243-251.
- Downing, K., & Clark, R. N. (1976). Users and managers perceptions of dispersed recreation impacts: a focus on roaded forest lands. En The US Department of Agriculture, Forest Service. *The Recreational Impact on Wildlands, conference proceedings*. Portland: The US Department of Agriculture, Forest Service, 18-23.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. En *Conference Proceedings: Sixth Annual Conference of Travel and Tourism Research Association* (San Diego), 195-198.
- Doyle, P. (1976). The realities of the product life cycle. *Quarterly Review of Marketing*, 1, 1-6.
- Drakatos, C. (1987). Seasonal concentration of tourism in Greece. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 582-586.
- Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
- Driver, B., Brown, P., & Peterson, G. (1991). *Benefits of Leisure*. State College PA: Venture Publishing.
- Drost, A. (1996). Developing sustainable tourism for World Heritage Sites. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 479-484.
- Dureau, G. (1961). *Sociologie de l'utopie*. Paris: PUF.
- Dwight, R. H., Brinks, M. V., Sharavanakumar, G., & Semenza, J. C. (2007). Beach attendance and bathing rates for Southern California beaches. *Ocean & Coastal Management*, 50(10), 847-858.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Eadington, W. R. (1986). Impact of casino gambling on the community: Comment on Pizam and Pokela. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 279-282.
- Eadington, W. R. (1996). The legalization of casinos: policy objectives, regulatory alternatives and cost/benefit considerations. *Journal of Travel Research*, 34(3), 3-8.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitude*. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich.
- Echtner, C., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Eco, U. (1986). *Travels in Hyperreality*. London: Picador.
- Edell, J., & Burke, M. C. (1987). The power of feelings in understanding advertising effects. *Journal of Consumer research*, 14(dic.), 421-433.
- Edgell, D. L. (1990). *International tourism policy*. New York: van Nostrand Reinhold.
- Edwards, K. (1990). The interplay of affect and cognition in attitude formation and change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(2), 202-216.
- Edwards, K., & Smith, E. E. (1996). A disconfirmatin bias in the evaluation of arguments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), 5-24.
- Ehrentraut, A. (1993). Heritage authenticity and domestic tourism in japan. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 262-278.
- Eisto, I., Hokkanen, T., Ohman, M., & Repola, A. (edi.) (1999). *Local Involvement and Economic Dimensions in Biosphere reserve activities*. Helsinki: Academy of Finland.
- Elizagarate, V. (2003). *Marketing de ciudades*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- England, J., & Albrecht, S. (1984). Boomtowns and social disruption. *Rural Sociology*, 49(2), 230-246.
- Engle, E. M., & Lord, R. G. (1997). Implicit theories, self-schemas, and leader-member exchange. *Academy of Management Journal*, 40(4), 988-1010.
- Enis, B. M., La Garce, R., & Prell, A. E. (1977). Extending the Product Life Cycle. *Business Horizons*, 20(3), 46-56.

- Esman, M. (1984). Tourism as ethnic preservation: the Cajuns of Louisiana. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 451-467.
- Esteban, A. (2002). Comercio, ocio y turismo. *Distribución y Consumo*, 61(enero-febrero).
- Evans, T. R. (1993). *Resident's perceptions of tourism in selected New Zealand communities: a segmentation study*. Unpublished M. S. thesis. Dunedin: Dept. of Commerce, University of Otago.
- Exceltur (2008). *Informe Perspectivas Turísticas Exceltur. Balance de 007 y Perspectivas de 2008: Baleares*. Madrid: Exceltur.
- Fajarnés, E. (1929). *Los matrimonios consanguíneos en la antigua población ebusitana*. Palma de Mallorca: Imprenta Colomar.
- Fajarnés, E. (1978). *La Ibiza de nuestro tiempo*. Barcelona.
- Fajarnés, E. (1995). *Lo que Ibiza me inspiró*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Fajarnés, E. (2000). *Recull de dites i refranys d'Eivissa*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Images differences between prospective, first-time and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Falk, R. F. & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. Akron, OH: The University of Akron.
- Farrel, B. (1979). Tourism's human conflicts: Cases from the Pacific. *Annals of Tourism Research*, 6(2), 122-136.
- Faulkner, B. (1993). The strategic marketing myth in Australian tourism. En *Building a Research Base in Tourism*. Proc. Of the National Conference on Tourism Research, University of Sydney, 27-36.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. A. (1997). Framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Fawcett, C., & Cormack, P. (2001). Guarding authentic at literary tourism sites. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 686-704.
- Fayos, E. (1992). A strategic outlook for regional tourism policy. The White Paper on Valencian Tourism. *Tourism Management*, 13(1), 45-49.
- Fayos, E. (1996). Tourism policy: A midsummer night's dream?. *Tourism Management*, 17(6), 405-412.
- Fazio, R. H. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 23, 75-109.
- Fazio, R. H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. En Petty, R. E., & Krosnick, J. A. (1995). *Attitude Strength: Antecedents and Consequences*. Mahwahm NJ: Erlbaum, 247-282.
- Fazio, R. H., & Olson, M. A. (2003). Implicit measures in social cognition research: their meaning and use. *Annual Review of Psychology*, 54(1), 297-327.
- Federación Hotelera de Ibiza y Formentera. Web site: <http://www.fehif.net/> [7 de octubre de 2010]
- Felsenstein, D., & Freeman, D. (1998). Simulating the impacts of gambling in a tourism location: some evidence from Israel. *Journal of Travel Research*, 37(2), 145-155.
- Felstead, A. (1994). Shifting the frontier of control: Small firm autonomy within a franchise. *International Small Business Journal*, 12(2), 50-62.
- Fernández, L. (1991a). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza Universitaria Textos.
- Fernández, L. (1991b). *Geografía General del turismo de masas*. Madrid: Alianza Universidad textos.
- Fernández-Morales, A. (2003). Decomposing seasonal concentration. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 942-956.
- Fernández-Morales, A., & Mayorga-Toledano, M. C. (2008). Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities. *Tourism Management*, 29(5), 940-949.
- Ferrer, A. (1998). *Arquitectura tradicional eivissenca*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Ferrer, A. (2002). Les cases pageses com a recurs patrimonial turístic. *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* 3, 79-93. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Ferrer, M. (1981). *Cuentos, creencias y tradiciones de Ibiza*. Santa Eulalia (Ibiza). Gráficas Guasch.
- Figuerola, M. (1990). *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Universitaria Textos.
- Fischer, H. (1984). *Warum Samoa? Touristen und Tourismus in der Südsee*. Berlin: Reimer.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Beliefs, Attitudes, Intentions, and Behavior: An Introduction to*

- Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fitzgerald, T. K. (1998). Metaphors, media and social change: Second generation cook islanders in New Zealand. En Wassmann, J. (edi.). *Pacific answers to Western Hegemony: Cultural practice of identity construction*. Oxford: Berg, 253-268.
- Flacks, R. (1971). *Youth an social change*. Chicago: Markham.
- Flaherty, K. E., & Pappas, J. M. (2000). The role of trust in salesperson-sales manager relationships. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, 20(4), 271-278.
- Font, X., & Ahjem, T. E. (1999). Searching for a Balance in Tourism Development Strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2-3), 73-77.
- Formica, S., & Uysal, M. (1996). The revitalization of Italy as a tourist destination. *Tourism Management*, 17(5), 323-331.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Foster, D. M., & Murphy, P. E. (1991). Resort cycle revisited: the retirement connection. *Annals of Tourism Research*, 18(4), 553-567.
- Fraj, E., & Martínez, E. (2002). *Comportamiento del consumidor ecológico*. Madrid: Esic Editorial.
- Frame, J. (1991). *Un Ángel en mi mesa*. Barcelona: Seix Barral.
- France, L. (1991). An application of the Tourism Destination Area Life Cycle to Barbados. *Tourist Review*, 46(3), 25-31.
- Francillon, G. (1975). Tourism in Bali: its economic and socio-cultural impact - Three points of view. *International Social Science Journal*, 27, 723-752.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An Introduction*. London: Sage.
- Fransson, N., & Garling, T. (1999). Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 369-382.
- Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating importance-performance analysis into a limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128-140.
- Frechtling, D. C. (1996). *Practical tourism forecasting*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
- Freedman, D. (1997). From association to causation via regresión. *Advances in Applied Mathematics*, 18(1), 59-110.
- Freund, J. (1978). *Utopie et violence*. París: Marcel Rivière.
- Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
- Fridgen, J. D. (1991). *Dimensions of Tourism*. East Lansing MI: The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Fried, M. (1963). Grieving for a lost home. En Duhl, L. J. (edi.). *The Urban Condition*. New York: Basic Books, 151-171.
- Fried, M. (2000). Continuities and discontinuities or place. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 193-205.
- Frisk, L. (1999). Separate worlds - attitudes and values towards tourism development and co-operation among public organisations and private enterprises in Northern Sweden. *Conference Proceedings of Forksarforum: Local och Regional Utveckling*, Östersund (Sweden) 16-17th November.
- Fuhre, U., Kaiser, F., Seiler, I., & Maggi, M. (1995). From social representations to environmental concern: The influence of face-to-face versus mediated communication.. En Fuhre, U. (edi.). *Ecological Action as a Social Progress*. Basel: Birkhauser Verlag, 61-75.
- Fyall, A., & Garrod, B. (1998). Heritage tourism: at what price?. *Managing Leisure*, 3(4), 213-228.
- Fyall, A., Callod, C., & Edwards, B. (2003). Relationship marketing. The challenge for destinations. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 644-659.
- Gagnon-Thompson, S. C., & Barton, M. A. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. *Journal of Environmental Psychology*, 14, 149-157.
- Gale, T. (2005). Modernism, post-modernism and the declive of british seaside resorts as long holiday destinations: A case study of Rhyl, North Wales. *Tourism Geographies*, 7(1), 86-112.

- Gale, T., & Botterill, D. (2005). A realist agenda for tourist studies, or why destination areas really rise and fall in popularity. *Tourist Studies*, 5(2), 151-174.
- Galloway, G., & López, K. (1999). Sensation seeking and attitudes to aspects of national parks: a preliminary empirical investigation. *Tourism Management*, 20(6), 665-671.
- Gamper, J. A. (1981). Tourism in Austria: A case study of the influence of tourism on ethnic relations. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 432-446.
- Garau, J. (2003). *Agroturismo y turismo rural en Baleares*. Palma: Edicions CAIB.
- Garau, J. B., de Borja, L., de Juan, M. D. (2007). El turismo de golf en destinos turísticos maduros con alto componente estacional. El caso de Baleares. *XVI Simposio Internacional de Turismo y Ocio (ESADE)*.
- García, B. (2000). Estrategias de comercialización del turismo rural. *Documentos de trabajo n° 20016*. Escuela universitaria de turismo. Universidad de Alcalá.
- García, B. (2003). *Marketing del turismo rural*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Garland, R. (1984). *New Zealand Hosts and Guests: A Study on the Social Impact of Tourism*. Palmerston North: Market Research Center (Massay University).
- Garofalo, J. (1979). Victimisation and fear of crime. *Journal of Research in Crime and Delinquency* 16(1), 80-97.
- Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism?. *Tourism Management*, 19(3), 199-212.
- Gartner, W. (1996). *Tourism development principles, processes and policies*. New York: Van Nostrand Reinold.
- Gassenheimer, J. B., Baucus, D. B., & Baucus, M. S. (1996). Cooperative arrangements among entrepreneurs: An analysis of opportunism and communication in franchise structures. *Journal of Business Research*, 36(1), 67-79.
- Gaviria, M., Irívar, J. M., Sabbah, F., & Sanz, J. R. (1975). *Turismo de playa en España*. Madrid: Turner.
- Gee, C. Y., Mackens, J. C., & Choy, D. J. (1989). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Culture: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575-585.
- Getz, D. (1983). Capacity to absorb tourism: concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, 10(2), 239-263.
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1992). Tourism planning and destination life cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 752-770.
- Getz, D. (1994). Resident attitudes towards tourism: a longitudinal survey in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management*, 15(4), 247-258.
- Getz, D. (1997). *Event management and Event Tourism*. New York: Cognizant.
- Getz, D., & Nilsson, P. A. (2004). Responses of family businesses to extreme seasonality in demand: The case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management*, 25(1), 17-30.
- Gil, C. (1970). *Juventud marginada. Estudio sobre los hippies a su paso por Formentera*. Barcelona: Dopesa.
- Gil, C. (1971). *Formentera una comunidad en evolución*. Madrid: Dopesa.
- Gil, C. (1972). Problemática del desarrollo económico de Formentera. *Eivissa*, 1, 30-32.
- Gilbert, E. W. (1939). The growth of inland and seaside health resorts in England. *Scottish Geographical Magazine*, 55, 16-35.
- Gillies, P., Slack, P. A., Stoddart, N., & Conway, S. (1992). HIV-related risk behaviour in UK holidaymakers. *AIDS*, 6, 339-42.
- Ginsberg, A. (1987). *Kaddish i altres poemes*. Barcelona: Edicions del Mall S.A.
- Ginsberg, A. (2006a). *Las cartas de Ayahuasca*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Ginsberg, A. (2006b). *Aullido*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Giuliani, V. (2002). Theory of attachment and place attachment. En Bonnes, M., Lee, T., & Bonaiuto, M. (edi.). *Psychological Theories for Environmental Issues*. Ashgate, Aldershot.
- Go, R. (1990). Resorts resurgent: Shoulder and off-season expand their base. *Canadian Hotel and Restaurant*, 68(8), 43-44.
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.

- Goh, C., & Law, R. (2002). Modeling and forecasting tourism demand for arrivals with stochastic nonstationary seasonality and intervention. *Tourism Management*, 23(5), 499-510.
- Goldsmith, F. B. (1974). Ecological effects of visitors in the countryside. En Warren, A., & Goldsmith, F. B. *Conservation in Practice*. London: Wiley, 217-231.
- Gómez, A., & Quintanilla, I. (1988). *Marketing Social: desarrollo, concepto y aplicación*. Valencia: Promolibro.
- Gómez, L., San Martín, J., & Bertiche, C. (1999). A model of tourism experience and attitude change. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1024-1027.
- González, A. M., & Bello, L. (2002). The Construct 'Lifestyle' in Market Segmentation. The Behavior of Tourist Consumer. *European Journal of Marketing*, 36(1-2), 51-85.
- González, A., & Calvo, F. (1976). *Crónica de la pintura española de postguerra 1940-1960*. Madrid: Galería Multitud.
- González, M., & Esteban, Á. (2000). *Valores y estilos de vida en el análisis de la demanda turística*. Madrid: Tribuna Jorge Vila Fradera, FITUR, 2000.
- Gonzalez, P., & Moral, P. (1996). Analysis of tourism trends in Spain. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 739-754.
- Goodman, R. (1994). *Legalized gambling as a strategy for economic development*. Northampton, MA: United States Gambling Study.
- Gordon, B. (1986). The souvenir: messenger of the extraordinary. *Journal of Popular Culture*, 20(3), 135-146.
- Goudy, W. J. (1977). Evaluations of local attributes and community satisfaction in small towns. *Rural Sociology*, 42, 371-382.
- Goudy, W. J. (1990). Community attachment in rural region. *Rural Sociology*, 55, 178-198.
- Graburn, N. H. H. (1976). Introduction: arts of the fourth world. En Graburn, N. H. H. (edi.). *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley, CA: University of California Press, 1-32.
- Graburn, N. H. H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33.
- Graburn, N. H. H. (1984). The evolution of tourist arts. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 393-419.
- Graham, C. (2001). Blame it on Maureen O'Hara: Ireland and the trope of authenticity. *Cultural Studies*, 15, 58-75.
- Granjon, M. C. (1985). *L'Amérique de la contestation. Les années soixanta aux Etats Unis*. París: Imprenta de la Fundación Nacional de Ciencias Políticas.
- Greene, M. (1988). *Marketing de hoteles y restaurantes*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Greenidge, K. (2001). Forecasting tourism demand. AN STM approach. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 98-112.
- Greenwood, D. (1977). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commodification. En Smith, V. (edi.). *Host and Guests*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 171-186.
- Greitemeyer, T., & Schulz-Hardt, S. (2003). Preference-consistent evaluation of information in the hidden profile paradigm: Beyond group-level explanations for the dominance of shared information in group decisions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 322-339.
- Greitemeyer, T., Schulz-Hardt, S., Traut-Mattausch, E., & Frey, D. (2002). The introduction of the Euro: the effects of expectations on price trend estimations. *Zeitschrift für Wirtschaftspsychologie*, 4(1), 22-28.
- Greitemeyer, T., Schulz-Hardt, S., Traut-Mattausch, E., & Frey, D. (2005). The influence of price trend expectations on price trend perceptions: why the Euro seems to make life more expensive?. *Journal of Economic Psychology*, 26(4), 541-548.
- Grimalt, M., Prats, J. A. (coor.) (2001). *Les Pitiüses. Terres i gent*. Manacor: Patronat de l'Escola Municipal de Mallorca.
- Gross, I. (1968). Toward a general theory of product evolution: a rejection of the 'product life cycle' concept. *MSI Working Paper*, nº P43-10, september 1968.
- Gross, M. J., & Brown, G. (2008). An empirical structural model of tourism and places: Progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1141-1151.
- Grothe, J. (1970). *Attitude change of American tourists in the Soviet Union*. Tesis Doctoral. The George Washington University.
- Grünewald, R. A. (2002). Tourism and cultural revival. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1004-1021.

- Gu, M., & Wong, P. P. (2006). Residents' perception of tourism impacts: A case study of homestay operators on Dachangshan Dao, North-East China. *Tourism Geographies*, 8(3), 253-273.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chen, J. S., & Yoon, Y. (2000). Using structural equation modeling to assess the affects of tourism impact factors and local residents support for tourism development. *Annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association* (Boise), 243-250.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2009). An examination of locals' attitudes. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 723-726.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gustafson, P. (2002). Tourism and seasonal retirement migration. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 899-918.
- Gutiérrez, D., & Díaz, R. (2006). Actitud del Residente en un Destino Complejo y Diverso: Inestabilidad o Consistencia. *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante (5th ed.)*. London: Prentice Hall.
- Halewood, C., & Hannam, K. (2001). Viking heritage tourism: Authenticity and Commodification. *Annals of Tourism Research*, 28, 565-580.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Chichester: Wiley.
- Hammit, W. E., Bixler, R. D., & Noe, F. P. (1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance: influence of park impacts. *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1), 45-62.
- Handler, R. (1986). Authenticity. *Anthropology Today*, 2(1), 2-4.
- Handler, R., & Gable, E. (1997). *The New History of an Old Museum: Creating the Past at Colonial Williamsburg*. London: Duke University Press.
- Handler, R., & Saxton, W. (1988). Dyssimulation: Reflexivity, narrative and the quest for authenticity in 'Living History'. *Cultural Anthropology*, 3, 242-260.
- Hank, T. (1992). Older travelers like fall season. *Hospitality Management*, 12 (5), 38.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Harking, M. (1995). Modernist Anthropology and tourism of the authentic. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 650-670.
- Harper, D. W. (2001). Comparing tourists' crime victimization. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1053-1056.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Harris, M. (1995). Waiters, customers and service - some tips about tipping. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(8), 725-744.
- Harris, M. (1999). *Vacas, cerdos, guerras y brujas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Harrison, D. (1994). Tourism and prostitution: sleeping with the enemy?: The Case of Swaziland. *Tourism Management*, 15(6), 435-443.
- Hart, C. W., Casserly, G., & Lawless, M. J. (1984). The Product Life Cycle: How useful?. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 25(3), 54-63.
- Hartman, R. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies*, 5(1), 25-33.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Haukeland, J. V. (1984). Sociocultural impacts of tourism in Scandinavia: Studies of three host

- communities. *Tourism Management*, 5(3), 207-214.
- Haywood, K. M. (1986). Can the tourist area life cycle be made operational?. *Tourism Management*, 7(3), 154-167.
- Haywood, K. M. (1992). Revisiting resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 351-354.
- Heath, E., & Wall, G. (1992). *Marketing Tourism destination: an Strategic planning approach*. New York: John Wiley & Son.
- Hedgepeth, W., & Stock, D. (1970). *The alternative: communal life in America*. New York: MacMillan.
- Heeley, J. (1981). Planning for tourism in Britain. An historical perspective. *The Town Planning Review*, 52, 61-79.
- Heenan, D. (1978). Tourism and the community: a drama in three acts. *Journal of Travel Research*, 16(4), 30-32.
- Heidegger, M. (1962). *Being and Time*. Oxford: Blackwell.
- Helleiner, F. M. (1983). The evolution and decline of a cottage community in North Western Ontario. *Recreation Research Review*, 10(1), 34-43.
- Helms, M. W. (1988). *Ulysses' Sail. An Ethnographic Odyssey of Power, Knowledge, and Geographical Distance*. Princeton: Princeton University Press.
- Hennig, C. (1997). Touristenbeschimpfung. Zur geschichte des anti-tourismus. *Zeitschrift für Volkskunde*, 93(1), 31.41.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312-333.
- Hernández, S. A., Cohen, J., & García, H. L. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 755-779.
- Hesse, H. (1968). *El lobo estepario*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hibbert, C. (1974). *The Grand Tour*. London: Spring Books.
- Higham, J., & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23(2), 175-185.
- Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G., & Syme, G. (2001). Tourist perceptions of environmental impact. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 853-867.
- Hinch, T., & Butler, R. W. (1988). The rejuvenation of a tourism center: Port Stanley, Ontario. *Ontario Geography*, 32, 29-52.
- Hinch, T., & Hickey, G. (1997). Tourism attractions and seasonality: Spatial relationships in Alberta. In *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association, Canadian Chapter*, University of Manitoba, Winnipeg, 69-76.
- Hinch, T., & Jackson, E. (2000). Leisure constraints research: Its value as a framework for understanding tourism seasonality. *Current Issues in Tourism*, 3(2), 87-106.
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1986). Analysis and synthesis or research on responsible environmental behaviour: A meta-analysis. *Journal of Environmental Education*, 18, 1-8.
- Hjalager, A., & Andersen, S. (2000). Tourism employment: contingent work or professional career?. *7th ATLAS International Conference*, Savonlinna, Finland.
- Hofstede, G. (1980). Culture's consequences - International differences in work-related values. *Cross-cultural research and methodology series* (vol. 5). London: Sage Publication.
- Hofstede, G. (1989). Organising for Cultural Diversity. *European Management Journal*, 7(4), 390-397.
- Hofstede, G. (1991). *Culture and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Holdnak, A., Drogin, E. B., Graefe, A. R., & Falk, J. M. (1993). A comparison of residential and visitor attitudes toward experiential impacts: environmental conditions and management strategies on the Delaware Inland Bays. *Visions in Leisure and Business*, 12(3), 11-23.
- Holland, R. W., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (2003). From repetition to conviction: attitude accessibility as a determinant of attitude certainty. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(6), 594-601.
- Holloway, J. C., & Robinson, C. (1995). *Marketing for tourism*. Essex: Longman.
- Homans, G. (1961). *Social Behavior in Elementary Forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Horn, C., & Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management*, 23(2), 133-143.
- Horner, A. E. (1993). Tourist arts in Africa before tourism. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 52-63.

- Hottola, P. (2004). Culture confusion. Intercultural adaptation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 447-466.
- Hough, M. (1995). *Anxiety about crime: Findings from the 1994 British Crime Survey*. Home Office Research Study n° 147. London: Home Office.
- Hovinen, G. R. (1981). A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania. *The Canadian Geographer*, 25(3), 283-286.
- Hovinen, G. R. (1982). Visitor cycles. Outlook for tourism in Lancaster County. *Annals of Tourism Research*, 9(4), 565-583.
- Howard, D. J., & Gengler, C. (2001). Emotional Contagion effects on product attitudes. *Journal of Consumer research*, 28(sep.), 189-201.
- Hsu, C. H. C. (2000). Residents' support for legalized gaming and perceived impacts of riverboat casinos: changes in five years. *Journal of Travel Research*, 38(4), 390-395.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296.
- Huang, J., Huang, C. T., & Wu, S. (1996). National character and response to unsatisfactory hotel service. *International Journal of Hospitality Management*, 15(3), 229-243.
- Huang, Y., & Stewart, W. (1996). Rural tourism development: shifting basis of community solidarity. *Journal of Tourism Research*, 34(4), 26-31.
- Hudman, L. E., & Hawkins, D. E. (1989). *Tourism in Contemporary Society*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Hudson, S., & Shephard, G. (1998). Measuring service quality at tourist destinations: an application of importance-performance analysis to an alpine ski resort. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(3), 61-77.
- Hughes, G. (1995). Authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 781-803.
- Huh, C., & Vogt, C. A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: A cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455.
- Hunter, C., & Green, H. (1995). *Tourism and the Environment. A Sustainable relationship?* London: Routledge.
- Husbands, W. (1989). Social status and perception of tourism in Zambia *Annals of Tourism Research*, 16(2), 237-253.
- Huxley, A. (1978). *La isla*. Barcelona: Edhasa.
- IBAE (2003). *Les Illes Balears en Xifres 2003*. Palma de Mallorca: Govern de les Illes Balears.
- IBAE (2005). *Les Illes Balears en Xifres 2005*. Palma de Mallorca: Govern de les Illes Balears.
- IBAE (2006). *Les Illes Balears en Xifres 2006*. Palma de Mallorca: Govern de les Illes Balears.
- IBAE (2007). *Les Illes Balears en Xifres 2007*. Palma de Mallorca: Govern de les Illes Balears.
- Ibestat. Web Site: <http://ibestat.caib.es> [8 de octubre de 2010]
- Illich, I. (1975). *La convivencialidad*. Barcelona: Barral Editores S.A.
- INE (2006). *Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales 2003: Informe General*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- INE. Web Site: <http://www.ine.es> [7 de octubre de 2010]
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituto de Estudios Turísticos. Web side: <http://www.turismoencifras.info/> [6 de junio de 2011]
- Instituto Español de Turismo (1979). *Estudio de motivaciones para el turismo en España*. Estudios Turísticos, 61-62.
- Ioannides, D. (1992). Tourism development agents. The cypriot resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 711-731.
- Ioannides, D. (2001). Sustainable development and the shifting attitudes of tourism stakeholders: toward a dynamic framework. En McCool, S., & Moisey, R. (edi.). *Tourism, Recreation and Sustainability. Linking Culture and Environment*. Wallingford: CAB International, 55-76.
- Ioannides, D., & Holcomb, B. (2001). Raising the stakes: implications of upmarket tourism policies in Cyprus and Malta. En Ioannides, D., Apostolopoulos, Y., & Sönmez, S. F. (edi.). *Mediterranean Islands and Sustainable Tourism Development. Practices, Management and Policies*. London: Continuum, 234-258.
- Ishikawa, N., & Fukushige, M. (2007). Who expects the municipalities to take the initiative in tourism development? Residents' attitudes of Amami Oshima Island in Japan. *Tourism Management*, 28(2), 461-475.
- Iverson, T. J. (1997). Decision timing: a comparison of korean and japanese travelers.

- International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 209-219.
- Jacobsen, J. K. S. (1997). The making of an attraction: the case of North Cape. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 341-356.
- Jacobsen, J. K. S. (2000). Anti-tourist attitudes: mediterranean charter tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 284-300.
- Jacques, C., & Ladouceur, R. (2006). A prospective study of the impact of opening a casino on gambling behaviours: 2 and 4 year follow-ups. *Canadian Journal of Psychiatry*, 51(12), 764-773.
- Jaeger, A. (1986). Organization development and national culture: where's the fit? *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 11(1), 178-190.
- Jafari, J. (1974). The socio-economic costs of tourism to developing countries. *Annals of Tourism Research*, 1(7), 227-262.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
- Janes, P., & Collison, J. (2004). Community leader perceptions of the social and economic impacts of indian gaming. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 8(1), 13-30.
- Jang, S. (2004). Mitigating Tourism Seasonality: A quantitative Approach. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 819-836.
- Janiskee, R. L. (1995). The temporal distribution of America's community festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 3(3), 129-137.
- Jansen-Verbeke, M. (1987). Women, shopping and leisure. *Leisure Studies*, 6(1), 71-86.
- Jansen-Verbeke, M. (1988). Leisure, recreation and tourism in inner cities. Explorative Case Studies. *Netherlands Geographical Studies*, 58. Amsterdam.
- Jefferson, A., & Lickorish, L. (1988). *Marketing tourism. A practical guide*. Essex, UK: Longman House.
- Jeffrey, D. J., & Barden, R. R. D. (1999). An analysis of the nature, causes and marketing implications of seasonality in the occupancy performance of English hotels. *Tourism Economics*, 5, 69-91.
- Jensen, L. (1989). Cyprus: Boom in Tourism, Battle on the Environment. *World Development*, 2, 10-12.
- Joachim, F., & Rotthier, P. (1992). *Eivissa. El palau pagès. Assaig sobre les formes i les tècniques de l'hàbitat arcaic*. Sant Josep (Eivissa): T.E.H.P.
- Joan, B. (1984). *Bilingüisme? Normalització? Dades sobre el conflicte lingüístic a l'illa d'Eivissa*. Muro (Mallorca): Promotora Mallorquina de Mitjans de Comunicació.
- Joan, B. (1997). *Història d'Eivissa*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.
- Johnson, R. (1986). The development of significant cultural resources to promote economic revitalization: a case study. *First National Symposium on Social Science in Resource Management*.
- Jolliffe, L., & Farnsworth, R. (2003). Seasonality in tourism employment: Human resource challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6), 312-316.
- Jones, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2000). Host community resident's attitudes: a comparison of environmental viewpoints. *International Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2, 174-189.
- Joppe, M. (1996). Sustainable community tourism revisited. *Tourism Management*, 17(7), 475-479.
- Jorda, J. W. (1980). The summer people and the natives: Some effects of tourism in a Vermont vacation village. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 34-55.
- Jöreskog, K. G. & Goldberger, A. S. (1975). Estimation of a model with multiple indicators and multiple causes of a single latent variable. *JASA*, 10, 631-639.
- Jöreskog, K. G. & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Mooresville, IN: Scientific Software.
- Jöreskog, K. G. (1971a). A general method for analysis of covariance structure. *Biometrika*, 57(2), 239-251.
- Jöreskog, K. G. (1971b). Statistical analysis of sets of congeneric test. *Psychometrika*, 36, 109-133.
- Josiam, B. M., Hobson, J. S. P., Dietrich, U. C., & Smeaton, G. (1998). An analysis of the sexual, alcohol and drug related behavioral patterns of students on spring break. *Tourism Management*, 19(6), 501-513.
- Juán. F., & Solsona, J. (2000). *Alojamiento Turístico Rural*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Judd, D. R., & Fainstein, S. S. (1999). *The Tourist city*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Jules-Rosette, B. (1984). *The Message of Tourist Arts*. New York: Plenum Press.
- Jurdao, F. (1992). *Mitos del turismo*. Madrid: Endymión.
- Jurowski, C. (1994). *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*. Ph.D. dissertation in Hospitality and Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Jurowski, C., Uysal, M., Williams, R. D., & Noe, F. P. (1993). Environmental attitudes. *Annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association* (Wheat Ridge), 242-251.
- Jurowski, C., Uysal, M., Williams, R. D., & Noe, F. P. (1995). An examination of preferences and evaluations of visitors based on environmental attitudes: Biscayne Bay National Park. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(2), 73-86.
- Kadt, E. (1979). *Tourism: passport to development?*. Nueva York: Oxford University Press.
- Kahle, L. R., & Timmer, S. G. (1983). A theory and a method for studying values. En KAHLE, L. R. (edi.). *Social Values and Social Change*. New York: Praeger, 43-69.
- Kaiser, H. (1960). The application of electronic computers to factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 141-51.
- Kamsma, T., & Bras, K. (2000). Gili Trawangan – from desert island to ‘marginal’ paradise. En Richards, G., & Hall, D. (edi.). *Tourism and Sustainable Community Development*. London, UK: Routledge, 170-184.
- Kang, Y. S., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1996). Resident attitudes toward legal gambling. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 71-85.
- Kavallinis, I., & Pizam, A. (1994). The environmental impacts of tourism: Whose responsibility is it, anyway? The case study of Mykonos. *Journal of Travel Research*, 33(2), 26-32.
- Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171-191.
- Kazantzaki, N. (1988). *Alexis Zorba*. Madrid: Alianza Editorial.
- Keller, C. P. (1983). Centre-periphery tourism development and control. En *Leisure, Tourism and Social Change Congress Proc.*, Edinburgh, Tourism and Recreation Research Unit.
- Keller, C. P. (1987). Stages of peripheral tourism development - Canada's Northwest territories. *Tourism Management*, 8(1), 20-32.
- Kellner, D. (1995). *Media Culture*. London: Routledge.
- Kendall, K. W., & Var, T. (1984). *The Perceived Impact of Tourism: The State of the Art*. Vancouver: Simon Fraser University.
- Keniston, K. (1971). *Youth and dissent: The rise of a new opposition*. New York: Harcourt Brace.
- Kennedy, E. (1999). Seasonality in Irish tourism. *Tourism Economics*, 5, 25-47.
- Kent, W., Schock, P., & Snow, R. (1983). Shopping tourism's unsung hero(ine). *Journal of Travel Research*, 21(4), 2-4.
- Keogh, B. (1990a). Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development. *Journal of Applied Recreation Research*, 15(2), 71-83.
- Keogh, B. (1990b). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 449-465.
- Kerouac, J. (1977). *En el camino*. Barcelona: Losada.
- Kerouac, J. (1982). *Los vagabundos del Dharma*. Barcelona: Bruguera S.A.
- Kerstetter, D. L., Confer, J. J., & Graefe, A. R. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), 267-274.
- Kim, H., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 181-201.
- Kim, J. (1999). Forecasting monthly tourist departures from Australia. *Tourism Economics*, 5, 227-291.
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
- Kim, S. S., Prideaux, B., & Kim, S. (2002). A cross-cultural study on casino guests as

- perceived by casino employees. *Tourism Management*, 23(5), 511-520.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- Kirk, D. (1998). Attitudes to environmental management held by a group of hotel managers in Edinburgh. *International Journal of Hospitality Management*, 17(1) 33-47.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value-orientations in the theory of action. En Parsons, T., & Shils, E. S. (edi.). *Toward a general theory of action*. New York: Harper Torchbooks. 388-433.
- Knowles, T., & Curtis, S. (1999). The market viability of european mass tourist destinations. A post-stagnation life-cycle analysis. *The International Journal of Tourism Research*, 1(2), 87-96.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Koc, E., & Altınay, G. (2007). An analysis of seasonality in monthly per person tourist spending in Turkish inbound tourism from a market segmentation perspective. *Tourism Management*, 28(1), 227-237.
- Koenig, N., & Bischoff, E. (2004). Analyzing seasonality in Welsh Room Occupancy Data. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 374-392.
- Koenig, N., & Bischoff, E. (2005). Seasonality research: The state of the art. *International Journal of Tourism Research*, 7(4/5), 201-219.
- Kontogeorgopoulos, N. (2003). Keeping up with the joneses. Tourists, travelers, and the quest for cultural authenticity in Sothern Thailand. *Tourist Studies*, 3(2), 171-203.
- Korca, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Díaz de Santos (dis.).
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1996). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places*. New York: Free Press.
- Kozak, M., & Nield, K. (1998). Importance-performance analysis and cultural perspectives in Romanian Black sea resorts. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 99-166.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1998). Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 74-78.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273-283.
- Krakover, S. (2000). Partitioning seasonal employment in the hospitality industry. *Tourism Management*, 21(5), 461-471.
- Kreutzwiser, R. (1989). Supply. In Wall, G. (Ed.). *Outdoor recreation in Canada*. Toronto: Wiley, 19-42.
- Kroeber, A., & Kluckhohn, F. (1952). *Culture: A critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, MA: Peabody Museum.
- Krosnick, J. A., & Petty, R. E. (1995). Attitude strength: An overview. En Petty, R. E., & Krosnick, J. A. (edi.). *Attitude Strength: Antecedents and consequences*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1-24.
- Kulendran, N. (1996). Modeling quarterly tourist flows to Australia using cointegration analysis. *Tourism Economics*, 2, 203-222.
- Kurihara, H. (1979). Recent social changes in the spanish mediterranean islands. A case study in Ibiza. En *Studies in Socio-cultural aspects of the Mediterranean Islands*. Tokyo: Hitotsubashi Daigaku, 91-108.
- Kuvan, Y. & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
- Kwon, J., & Vogt, C. A. (2010). Identifying the role of cognitive, affective, and behavioral components in understanding residents' attitudes toward place marketing. *Journal of Travel Research*, 49(4), 423-435.
- La Piere, R. T. (1934). Attitudes versus actions. *Social Forces*, 23(2), 2-5.
- Lacroix, B. (1981). *L'utopie communautaire*. París: PUF.
- Lacy, J., & Douglass, W. (2002). Beyond authenticity: the meanings and uses of cultural tourism. *Tourist Studies*, 2(1), 5-21.
- Laczniaik, E. R. (1993). *Ethical Marketing decisions: the higher road*. Boston: Allyn and Bacon.

- Ladki, S. M., Mikdashi, T. S., Fahed, W., & Abbas, H. (2002). Arab tourists and the Lebanese vacation ownership industry: a quality of life perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 21(3), 257-265.
- Laenen, M. (1989). Looking for the future through the past. En Uzzell, D. (edi.). *Heritage Interpretation (vol. 1), The Natural and Built Environments*. London: Belhaven, 389.
- Laing, R. D. (1978). *El Yo dividido*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España S.L.
- Laing, R. D. (1983). *La voz de la experiencia*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Lambert, A. J., Payne, B. K., Ramsey, S., & Shaffer, L. M. (2005). On the predictive validity of implicit attitude measures: the moderating effect of perceived group variability. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41(2), 114-128.
- Lane, R., & Watt, G. (2001). Authenticity in tourism and native title: place time and spatial policy in the East Kimberley. *Social and Cultural Geography*, 2(4), 381-405.
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 35-43.
- Lankford, S. V. (1996). Crime and tourism: a study of perceptions in the pacific northwest. En Pizam, A., & Mansfeld, Y. (edi.). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: Wiley, 51-58.
- Lankford, S. V. (2001). A comment concerning 'Developing and testing a tourism impact scale'. *Journal of Travel Research*, 39(3), 315-316.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impacts attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- Lankford, S. V., Williams, A. L., & Knowles-Lankford, J. (1997). Perceptions of outdoor recreation opportunities and support for tourism development. *Journal of Travel Research*, 35(3), 65-69.
- Lanquar, R. (1991). *Economía del turismo. ¿Qué sé?* n°171. Barcelona: Oikos-Tau.
- Lanquar, R. (2001). *Marketing turístico: de lo global a lo local*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Lasanta, T., Laguna, M., & Vicente-Serrano, S. M. (2007). Do tourism-based ski resorts contribute to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A case study in the Central Spanish Pyrenees. *Tourism Management*, 28(5), 1326-1339.
- Lashler, C., & Taylor, S. (1998). Hospitality retail operations types and styles in the management of human resources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5(3), 153-165.
- Lau, R. W. K. (2010). Revisiting authenticity: A social realist approach. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 478-498.
- Lavine, H., Thomsen, C. J., Zanna, M. P., & Borgida, E. (1998). On the primacy of affect in the determination of attitudes and behavior: the moderating role of affective-cognitive ambivalence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34(4), 398-421.
- Laws, E. (1990). *Tourism marketing: Service and quality management perspectives*. Cheltenham, England: Stanley thornes Publishers.
- Laws, E. (1995). *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*. New York: Routledge.
- Lawson, R. W. (1991). Patterns of tourist expenditure and types of vacation across the Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*, 29(4), 12-18.
- Lawson, R. W., & Todd, S. (1997). Relationships between Consumer Sentiment towards Marketing and Consumer Lifestyles. En Falkenberg, A. W., & Rittenberg, T. L. (edi.). *22nd Annual MacroMarketing Conference (Vol. 1)*. Bergen: Norges Handelshoyskole, Intitutt for Markedsokonomi.
- Lawson, R. W., Thyne, M., & Young, T. (1997). *New Zealand Holidays: A Travel Lifestyles Study*. Dunedin: The Marketing Department, University of Otago.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T., & Cossens, J. (1998). A comparison of residents attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism Management*, 19(3), 247-256.
- Lawton, L. J. (2005). Resident perceptions of tourism attractions on the Gold Coast of Australia. *Journal of Travel Research*, 44(2), 188-200.
- Laxson, J. (1991). How we see them: tourism and native americans. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 365-391.
- Leary, T. (1973). *Politique de l'extase*. París: Fayard.
- Leary, T. (1976). *El libro tibetano de los muertos*. Barcelona: Producciones Editoriales Juan José Fernández Ribera.
- Lee, C. K., & Back, K. J. (2003). Pre- and post-casino impact of residents' perception. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 868-885.

- Lee, C. K., & Back, K. J. (2006). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data. *Tourism Management*, 27(3), 466-480.
- Lee, C. K., Kim, S. S., & Kang, S. K. (2003). Perceptions of casino impacts: A Korean longitudinal study. *Tourism Management*, 24(1), 45-55.
- Lee, C-K., Kang, S. K., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study. *Tourism Management*, 31(2), 189-201.
- Lee, L. (1975). *I Can't Stay Long*. London: Penguin Books.
- Lee, T. J., Riley, M., & Hampton, M. P. (2010). Conflict and progress: Tourism development in Korea. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 355-376.
- Lee, Y., Kim, S., Seock, Y-K.; & Cho, Y. (2009). Tourists' attitudes towards textiles and apparel-related cultural products: A cross-cultural marketing study. *Tourism Management*, 30(5), 724-732.
- Leisen, B. (2001). Image Segmentation: The Case of a Tourism Destination. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49-66.
- Leong, S. M., Ang, S. H., & Low, L. H. L. (1997). Effects of physical environment and locus of control on service evaluation. A replication and extension. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 4(4), 231-237.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.
- Lesser, J. A., & Hughes, M. A. (1986). Towards a typology of shoppers. *Business Horizons*, 29(6), 56-62.
- Lett, J. (1983). Ludic and liminoid aspects of charter tourism in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 35-56.
- Leuty, A., & Moore, S. (1997). Stretching Tourism's Season: The Contribution of Heritage Tourism. *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association*. Canadian Chapter, 157-163.
- Levitt, T. (1960). Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, 1960(jul.-ago.), 829-831.
- Levitzky, L., Assane, D., & Robinson, W. (2000). Determinants of gaming revenue: extent of changing attitudes in the gaming industry. *Applied Economics Letters*, 7(3), 155-158.
- Li, Y. (2000). Geographical Consciousness and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 863-883
- Lim, C. (1999). A meta-analytic review of international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 37(3), 273-289.
- Lim, C., & McAleer, M. (2001). Monthly seasonal variations: Asian tourism to Australia. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 68-82.
- Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling residents attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Lindberg, K., Dellaert, B. G. C., & Rassing, C. R. (1999). Resident tradeoffs. A choice modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 554-569.
- Lindsay, N. J. (2005). Toward a cultural model of indigenous entrepreneurial attitude. *Academy of Marketing Science Review*, 2005(5).
- Linnekin, J. (1983). Defining Tradition: Variations on the hawaiian identity. *American Ethnologist*, 10(2), 241-252.
- Lipset, S. M., & Schaflander, G. M. (1971). *Passion and politics*. Boston: Little Brown.
- Littrell, M., Anderson, L., & Brown, P. (1993). What makes a craft souvenir authentic?. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 197-215.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27(1), 159-170.
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., & Var, T. (1987). Residents perceptions of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Llul, A. (coor.) (2002). *La Empresa Turística Balear y el Medio Ambiente*. Palma de Mallorca: CITTIB-UIB.
- Lockwood, A., & Guerrier, Y. (1990). Labour shortages in the international hotel industry. *Travel and Tourism Analyst*, 6, 17-35.
- Long, P. T. (1996). Early impacts of limited stakes casino gambling on rural community life. *Tourism Management*, 17(5), 341-353.
- Long, P. T., Clark, J., & Liston, D. (1994). *Win lose or draw? Gambling with America's small towns*. Washington, DC: The Aspen Institute.
- Long, P. T., Perdue, R.R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes

- by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Lora-Tamayo, C. *et al.* (2004). The designer drug situation in Ibiza. *Forensic Science International*, 140 (2-3), 195-206.
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2098-2109.
- Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356.
- Lovelock, B. A. (2010). Planes, trains and wheelchairs in the bush: Attitudes of people with mobility-disabilities to enhanced motorised access in remote natural settings. *Tourism Management*, 31(3), 357-366.
- Lowenthal, D. (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lucas, R. C. (1979). Perceptions of non-motorized recreational impacts: a review of research findings. En The US Department of Agriculture, Forest Service. *The Recreational Impact on Wildlands, conference proceedings*. Portland: The US Department of Agriculture, Forest Service, 27-41.
- Lundberg, C., Gudmundson, A., & Andersson, T. D. (2009). Herberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 30(6), 890-899.
- Lundgren, J. J. (1982). The development of tourist accommodation in the Montreal Laurentians. En Wall, G., & Marsh, J. (edi). *Recreational Land Use: Perspectives on its Evolution in Canada*. Ottawa: Carleton University Press.
- Lundgren, J. J. (1983). Development patterns and lessons in the Montreal Laurentians. En Murphy, P. E. (edi). *Tourism in Canada: Selected Issues and Options*. Western Geographical Series, Vol. 21. Victoria BC: University of Victoria, 95-126.
- Lundtorp, S., Rassing, C., & Wanhill, S. (1999). The off-season is no season: the case of the Danish island of Bornholm. *Tourism Economics*, 5, 49-68.
- Lupton, D., & Tulloch, B. (2002). 'Life would be pretty dull without risk': Voluntari risk-taking and its pleasure. *Health, Risk and Society*, 4(2), 113-124.
- Lynn, M. (1997). Tipping customs and status seeking: a cross-country study. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 221-224.
- Lynn, M., Grassman, A. (1990). Restaurant tipping: an examination of three 'rational' explanations. *Journal of Economic Psychology*, 11(2), 169-182.
- Lynn, M., Zinkhan, G., & Harris, J. (1993). Consumer tipping: a cross-country study. *Journal of Consumer Research*, 20(dec.), 478-488.
- Macabich, I. (1964). *Eivissa. Les seves institucions històriques*. Barcelona: R. Dalmau.
- Macabich, I. (1966-1967). *Historia de Ibiza. IV volúmenes*. Palma de Mallorca: Daedalus.
- Maccannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in visitor settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Maccannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Maccannell, D. (2002). The ego factor in tourism. *Journal of Consumer research*, 29(jun.), 146-151.
- Maccannell, J. F. (2001). The non-accidental tourist. *Design Book Review*, 43(oto.), 63-71.
- Mackay, K. J., & Campbell, J. M. (2004). An examination of residents' support for hunting as a tourism product. *Tourism Management*, 25(4), 443-452.
- Maddox, R. N. (1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Travel Research*, 23(3), 2-5.
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353.
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102.
- Maio, G. R., & Olsen, J. M. (1995). The effect of attitude dissimulation on attitude accessibility. *Social Cognition*, 13(2), 127-144.
- Maio, G. R., & Olsen, J. M. (1998). Attitude dissimulation and persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34(2), 182-201.
- Manning, R., & Powers, L. (1984). Peak and Off-Peak use: Redistributing the Outdoor Recreation / Tourism Load. *Journal of Travel Research*, 23(2), 25-31.

- Mansfeld, Y. (1992a). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 399-419.
- Mansfeld, Y. (1992b). Group-differentiated perceptions of social impacts related to tourism development. *The Professional Geographer*, 44(4), 377-392.
- Mansfeld, Y., & Ginosar, O. (1994). Determinants of locals' perceptions and attitudes towards tourism development in their locality. *Geoforum*, 25(2), 227-248.
- March, R. (1994). Tourism marketing myopia. *Tourism Management*, 15(6), 411-415.
- March, R. (1997). Diversity in Asian outbound travel industries: a comparison between Indonesia, Thailand, Taiwan, South Korea and Japan. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 231-238.
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. México: Joaquín Mortiz.
- Marí, I. (2001). *La Cultura a Eivissa i Formentera (segles XIX i XX)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Marí, V. (1996). *Entre el camp i la mar. Viure a les Pitiüses*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Marín, C. E. (2000). *Macromarketing y orientación social del marketing: marketing consumerista, relacionado con causas sociales, medioambiental y etnocéntrico*. Valencia: U. de Valencia.
- Marion, J. L., & Lime, D.W. (1986). Recreational resource impacts: visitor perceptions and management responses. En Kulhavy, D. L., & Conner, R. N. (edi). *Wilderness and Natural Areas in the Eastern United States: A Management Challenge*. Austin: Austin State University Center for Applied Studies, 229-235.
- Márquez, G. G. (1984). Watching the Rain in Galicia. *Granta*, 10, 10-13.
- Marsh, N., & Henshall, B. D. (1987). Planning better tourism: The strategic importance of tourist-resident expectations and interactions. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 47-54.
- Martin, B. S., & Uysal, M. (1990). An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycle: management and policy implications. *Journal of Environmental Management*, 31(4), 327-333.
- Martin, B. S., McGuire, F., & Allen, L. (1998). Retirees' attitudes toward tourism: implications for sustainable development. *Tourism Analysis*, 3, 43-51.
- Martin, K. (2010). Living pasts: Contested tourism authenticities. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 537-554.
- Martin, S. R. (1995) Montanans' attitudes and behavioral intentions toward tourism: Implications for sustainability. En McCool, S., & Watson, A. (Eds.), *Linking Tourism, the Environment, and Sustainability*. Ogden UT: US Department of Agriculture, Forest Service., 69-76.
- Martin, S. R., McCool, S. F., & Lucas, R. C. (1989). Wilderness campsite impacts: do managers and visitors see them the same?. *Environmental Management*, 13, 623-629.
- Martín, V. (2002). La complementariedad entre comercio y el turismo en la nueva economía del ocio. *Distribución y Consumo*, 61(ene.-feb.).
- Martínez, F. J., & Solsona, J. (2000). *Alojamiento turístico rural, gestión y comercialización*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Martínez, M. (2000). *Ciencia y Marketing: manual para investigadores y doctorandos en ciencias sociales*. Madrid: Esic Ediciones.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Resident's attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Massacrier, J. (1973). *Savoir revivre*. París: Albin Michel.
- Massacrier, J. (1975). *Le goût du temps qui passe*. París: Albin Michel.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1984). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.
- Matthews, H. (1983). On tourism and political science. *Annals of Tourism Research*, 10(3), 303-305.
- Maurer, K. (1997). *Ancient Images, Modern Visions: Representations of Maya Identity in Belize*. Ph.D. dissertation in Folklore and Mythology, University of California-Los Angeles.
- Mawby, R. I. (2000). Tourists' perceptions of security: The risk-fear paradox. *Tourism Economics*, 6(2), 109-121.
- Mayans, M. (1994). *La cuina d'Eivissa y Formentera*. Eivissa: Editorial Mediterrànea-Eivissa.
- Mayans, M. (1995). *Guia de Dalt Vila i La Marina*. Eivissa: Editorial Mediterrànea-Eivissa.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del turismo*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

- McCannell, D. (1973). Staged Authenticity: arrangement of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- McCool, S. F., & Martin, S. T. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McDoughall, G., & Munro, H. (1987). Scaling and attitude measurement in tourism and travel research. En Richie, J. R. B., & Goeldner, C. (edi.). *Travel tourism and hospitality research*. New York: Wiley.
- McEniff, J. (1992). Seasonality of Tourism Demand in the European Community. *Travel and Tourism Analyst*, 3, 67-88.
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- McIntosh, A. (2004). Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand. *Tourism Management*, 25(1), 1-15.
- McIntosh, A., & Prentice, R. (1999). Affirming authenticity: Consuming cultural heritage. *Annals of Tourism Research*, 26, 589-612.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C.R. (1990). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- McKean, P. (1978). Economic dualism and cultural involution in Bali. En SMITH, V. (edi.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford: Blackwell, 93-108.
- McKee, M. (1996). Travel associated illness. *British Medical Journal*, 312, 925-926.
- McKercher, B. (1992). Tourism as a conflicting land use. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 467-481.
- McNaughton, D. (2006). The 'host' as uninvited 'guest'. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 645-665.
- Medina, L. K. (2003). Commoditizing Culture. Tourism and maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 353-368.
- Melville, K. (1972). *Communes in the counter culture. Origins, theory, styles of life*. New York: Morrow.
- Méndez, T. (2001). *Prólogo*. En Ramón, E. *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals, 5-7.
- Merriam, L. C., & Smith, C. K. (1974). Visitor impact on newly developed campsites in the Boundary Waters Canoe area. *Journal of Forestry*, 72(10), 627-630.
- Meyer-Arendt, K. J. (1985). The Grand Isle, Louisiana resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 449-465.
- Meyer-Arendt, K. J. (1990). Environmental aspects of resort cycle evolution: applicability of resort cycle models. *Annual Meeting of the American Association of Geographers* (Toronto).
- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann Profesional Publishing.
- Mill, R. C. (1996). Societal marketing-implications for tourism destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 2(3), 215-221.
- Mill, R. C., & Morrison, A. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Miller, H. (1982). *El coloso de Marusi*. Barcelona: Editorial Seix Barral S.A.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Milman, A., Jones, F., & Bach, S. (1999). The impact of security devices on tourists' perceived safety: The central Florida example. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 23(4), 371-386.
- Ministerio de Educación (2010). *Las Cifras de la Educación en España. Curso 2008-2009*. Madrid: Ministerio de Educación.
- Miossec, J. M. (1976). *Eléments pour une Théorie de l'Espace Touristique, Les Cahiers du Tourisme C-36*. Aix-en Provence: Centre d'Hautes Études Touristiques.
- Mira, E. (1974). Sobre Erwin Broner. Cap a una normalització de l'arquitectura d'Eivissa. *Eivissa*, 4, 4-13.
- Mitchell, C. J. A. (1998). Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development. *Journal of Rural Studies*, 14(3), 273-286.
- Mitchell, L. S., & Smith, R. V. (1989). The geography of recreation, tourism and sports. En Gaile, G. L., & Willmott, C. J. (edi.). *Geography in America*. Columbus: Merrill.
- Mitchell, R. D., & Hall, C. M. (2003). Seasonality in New Zealand winery visitation: An issue of demand and supply. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3/4), 155-173.
- Mitchell, R. E., & Reid, D. G. (2001). Community Integration: Island Tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113-139.

- Moffat, C. A. (1982). The development of Tourism in Nova Scotia. En Wall, G., & Marsh, J. (edi). *Recreational Land Use: Perspectives on its Evolution in Canada*. Ottawa: Carleton University Press.
- Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing- the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management*, 26(5), 723-732.
- Molotch, H. (1976). The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology*, 82, 309-322.
- Montaner, J. (1996). *Psicosociología del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Morey, M. (1990). Turisme i Ecologia a les Balears. *Estudis Baleàrics*, 37-38, 71-80.
- Morey, M. (2000). La lluita pel futur: creixement sostenible. En Universitat de les Illes Balears. *Formentera: història i realitat*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Morgan, M. (1991). Dressing up to survive: marketing Majorca anew. *Tourism Management*, 12(1), 15-20.
- Morris, A. (1996). Tourism awareness: Costa Brava, Spain. En Priestley, G., Edwards, J., & Coccossis, H. (edi.). *Sustainable Tourism: European Experiences*. Wallingford: CAB International: 70-85.
- Morrison, A. M. (1996). *Hospitality and travel marketing*. New York: Delmar Publishers.
- Morro, A. (1993). Perfil de l'usuari d'agroturisme a Mallorca. *La Formació, la rehabilitació y les noves modalitats turístiques*, 225-234. III Jormades de Geografia del Turisme. Palma: U.I.B.
- Moscardo, G. (2001). Cultural and heritage tourism. The great debates. En Faulkner, B., Moscardo, G., & Laws, E. (edi.). *Tourism in the 21st Century*. London: Continuum, 3-17.
- Moscardo, G., & Pearce, P. (1986). Historic theme parks: An australian experience in authenticity. *Annals of Tourism Research*, 13, 467-479.
- Moss, R. (1972). *Commitment and comunity. Communes and utopies in a sociological perspective*. Cambridge, MA: Harvard.
- Moss, R. et al. (1973). *Communes. Creating and managing the collective life*. New York: Harper and Row.
- Moss, S. E., Ryan, C., & Wagoner, C. B. (2003). An empirical test of Butler's Resort Product Life Cycle: Forecasting casino winnings. *Journal of Travel Research*, 41(4), 393-399.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), pag. 5-44.
- Mules, T., & Faulkner, B. (1996). An Economic Perspective on Special Events. *Tourism Economics*, 2(2), 107-117.
- Muller, T. E. (1991). Using personal values to define segments in a international tourism market. *International Marketing Review*, 8(1), 57-70.
- Munt, I. (1994). The 'Other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes. *Theory, Culture and Society*, 11(3), 101-123.
- Muñoz, F. (1994). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Murphy, P. E. (1979). Perceptions and preferences of decision-making groups in tourist centres: a guide to planning strategy. En *Tourism and the Next Decade: Issues and Problems*. Washington, D.C.: George Washington University.
- Murphy, P. E. (1981). Community attitudes to tourism: A comparative analysis. *International Journal of Tourism Management*, 2(3), 189-195.
- Murphy, P. E. (1983a). Perceptions and attitudes of decisionmaking groups in tourism centers. *Journal of Travel Research*, 21(3), 8-12.
- Murphy, P. E. (1983b). Tourism as community industry. An ecological model of tourism development. *Tourism Management*, 4(3), 180-193.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Routledge.
- Murphy, P. E. (Eds.) (1997). *Quality management in urban tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Murphy, P. E., & Andresson, B. (1988). Tourism development on Vancouver Island: an assessment of the core-periphery model. *The Professional Geographer*, 40(1), 32-42.
- Murphy, P. E., & Staples, W. A. (1979). A modernized Family Life Cycle. *Journal of Consumer Research*, 6(1), 12-22.
- Murphy, P. E., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Murray, I., Rullan, O., & Blazquez, M. (2005). Las huellas territoriales del deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares. *Geo Crítica (Scripta Nova)*. Revista

- electrónica de geografía y ciencias sociales* 199 (IX).
- Museu D'Art Contemporari (1992). *Grupo Ibiza 59. Passat i Present*. Eivissa: Museu d'Art Contemporani.
- Navarro, V. (1901). *Costumbres en las Pitiusas*. Madrid: Real Academia de las Ciencias Morales y Políticas.
- Neill, A. S. (1976). *Hijos en libertad*. Barcelona: Ediciones Granica S.A.
- Neill, A. S. (1988). *Summershill*. Vic: Eumo Editorial.
- Nelson, J. G. (1993). Third International symposium on Tourism, Ecology and Municipalities. *Environmental Conservation*, 20, 373-374.
- Nelson, R., & Wall, G. (1986). Transportation and accommodation: Changing interrelationships on Vancouver island. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 239-260.
- Newby, H. (1979). *Green and Pleasant Land? Social Change in Rural England*. London: Wildwood House.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Nicholls, L. L. (1976). Tourism and crime. *Annals of Tourism Research*, 3(4), 176-182.
- Nickerson, N. P. (1995). Tourism and gambling content analysis. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 53-66.
- Nield, K., Kozak, M., & LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- Nieto, S. (2004) : Del jardín mítico al jardín del disfrute: Mesopotamia una aproximación al origen y concepto de los jardines. *Aparejadores*, 66.
- Norton, S. W. (1988). Franchising, brand name capital, and the entrepreneurial capacity problem. *Strategic Management Journal*, 9(ver.), 105-114.
- Noy, C. (2004). This trip really changed me: Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 78-102.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. (1987): *Teoría Psicométrica*. México: Trillas.
- O'Driscoll, T. (1985). Seasonality in the transatlantic vacation market. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 109-110.
- OCDE (1980). *L'impact du tourisme sur l'environnement*. Rapport Général. París: Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
- Oglethorpe, M. (1984). Tourism in Malta. A crisis of dependence. *Leisure Studies* 3, 147-162.
- O'Leary, J. T. (1976). Land use redefinition and the rural community: disruption of community leisure space. *Journal of Leisure Research*, 8, 263-274.
- Olsen, J. M. (1988). Misattribution, preparatory information, and speech anxiety. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 758-767.
- Olsen, J. M., & Ross, M. (1988). False feedback about placebo effectiveness: Consequences for the misattribution of speech anxiety. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 275-291.
- Olsen, J. M., & Zanna, M. P. (1993). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 44(1), 117-154.
- Olsen, K. (2002). Authenticity as a Concept in tourism research. *Tourist Studies*, 2(2), 159-182.
- OMT (1980). *Manual sobre la Evaluación de los Recursos Turísticos*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Oppermann, M. (1995). Travel life cycle. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 535-552.
- Oppermann, M. (1999): Predicting destination choice: a discussion of destination loyalty. *Journal of Vacation Marketing*, 5(1), 51-65.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78-84.
- O'Reilly, C. A., Caldwell, D. F., & Barnett, W. P. (1989). Work group demography, social interaction, and turnover. *Administrative Science Quarterly*, 34(1), 21-37.
- Oreja, J. R., Parra, E., & Yanes, V. (2008). The sustainability of island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspectives. The Case of Tenerife. *Tourism Management*, 29(1), 53-65.
- Ortega, E. (2003). *Investigación y Estrategias Turísticas*. Madrid: Editorial Thomson.
- Ovidio, M. A., Castellanos, M., & Martín, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109.

- Owens, D. (1994). The all-season opportunity for Canada's resorts. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(5), 28-41.
- Page, S. (1995). *Urban Tourism*. Londres: Routledge.
- Papatheodorou, A. (2004). Exploring the evolutions of tourism resorts. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 219-237.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1984). A conceptual model of service quality and its implications for further research. *Journal of Marketing*, 49(oto.), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parrón, A. (2000). *La Guerra Civil a Eivissa i Formentera*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Pascuet, R. (1981). *Del sentido de un homenaje a Erwin Broner, ciudadano, arquitecto y pintor*. Barcelona: La Gaya Ciencia.
- Peacock, J. L. (2005). *La lente antropológica*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. New York: Wiley.
- Pearce, D. G. (1995). *Tourism Today. A Geographical Analysis*. Essex: Longman.
- Pearce, D. G. (1996). Tourist organizations in Sweden. *Tourism Management*, 17(6), 413-424.
- Pearce, D. G. (2000). Tourism plan reviews: methodological considerations and issues from Samoa. *Tourism Management*, 21(2), 191-203.
- Pearce, J. (1980). Host community acceptance of foreign tourists: Strategic considerations. *Annals of Tourism Research*, 7(2), 224-235.
- Pearce, P. L. (1982a). Tourists and their Hosts: Some Sociological and Psychological Effects of International Contact. En Bochner, S. (edi.). *Cultures in Contact*. Oxford:Pergamon, 199-221.
- Pearce, P. L. (1982b). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Sydney: Pergamon.
- Pearce, P. L. (1993). Fundamentals of tourist motivation. En Pearce, D. G., & Butler, R. W. (edi.). *Tourism Research – Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Pearce, P. L., & Moscardo, G. (1985). The relationship between travelers career levels and the concept of authenticity. *Australian Journal of Psychology*, 37, 157-174.
- Pearce, P. L., & Moscardo, G. (1986). The concept of authenticity in tourism experiences. *The Australian and New Zealand Journal of Sociology*, 22, 121-132.
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Tunbridge Wells, Kent: Pergamon.
- Pearl, J. (1995). Causal inference from indirect experiment. Causal inference from indirect experiments. *Artif Intell Med.*, 7, 561-582.
- Pearl, J. (2003). Statistics and causal inference: a review. *TEST*, 12(2), 281-345.
- Peña, D. (1999). *Chicano Culture, Ecology, and Politics: Subversive: Kin*. Tucson: University of Arizona Press.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1995). Resident support for gambling as a tourism development strategy. *Journal of Travel Research*, 34(2), 3-11.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1999). Boomtown tourism and resident quality of life: the marketing of gaming to host community residents. *Journal of Business Research*, 44(3), 165-177.
- Pereira da Silva, C. (2002). Beach carrying capacity assessment: how important is it?. *Journal of Coastal Research*, 18(1), 190-197.
- Phillips, L. (edi.) (1995). *Beat Culture and the New America: 1950-1965*. New York: Whitney Museum of Art.
- Pinhey, T. K., & Iverson, T. J. (1994). Safety concerns of Japanese visitors to Guam. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 3(2), 87-94.
- Pi-Sunyer, O. (1977). Through native eyes: Tourists and tourism in a catalan maritime community. En Smith, V. (Edi.), *The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 149-155.
- Pivano, F. (1975). *Beat, hippie, yippie: del underground a la contracultura*. Madrid: Ediciones Jucar.
- 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.

- Pizam, A., & Milman, A. (1984). The social impacts of tourism. *UNEP Industry and Environment* 7(1), 11-14.
- Pizam, A., & Milman, A. (1986). The social impacts of tourism. *Tourism Recreation Research* 11(1), 29-32.
- Pizam, A., & Pokela, J. (1985). The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research*, 12(2), 147-165.
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behaviour?. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A. (2000). The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21(4), 395-406.
- Planells, A. (1984). *Ibiza y Formentera, ayer y hoy*. Barcelona: Antonio Planells Ferrer.
- Planells, M. (1980). *Ibiza, la senda de los elefantes*, volumen I. Palma de Mallorca: Antigua Imprenta Soler.
- Planells, M. (1982). *Diccionario de los secretos de Ibiza*. Barcelona: Ediciones Obelisco S. A.
- Planells, M. (1986). *Ibiza, la senda de los elefantes*, volumen II. Barcelona: Ediciones Obelisco S. A.
- Planells, M. (1994). *Guía mágica de Ibiza y Formentera*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Planells, M. (1997). *Lagartijas Azules en París*. Eivissa: Mariano Planells.
- Planells, M. (2002). *El nacimiento de Babel -Ibiza años 60-*. Eivissa: José Ferrer y Vicent Guillamó.
- Plant, S. (1993). Baudrillard's woman: the eve of seduction. En Rojek, C., & Truner, B. (edi.). *Forget Baudrillard?*. London: Routledge, 88-106.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Plog, S. C. (1987). Understanding Psychographics in tourism research. En Ritchie, J. R. B., & Goeldner, C. *Travel, Tourism and Hospitality Research*. New York: Wiley.
- Plog, S. C. (1990). A carpenter's tools: an answer to Stephen L. J. Smith's review of psychocentrism/allocentrism. *Journal of Travel Research*, 28(4), 43-45.
- Plog, S. C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42, 13-24.
- Polo, I. (2003). *La fascinació del periodisme (Cròniques 1930-1936)*. Barcelona: Quaderns Crema.
- Pons, P. (2003). Being-on-holiday. Tourist dwelling. Bodies and place. *Tourist Studies*, 3(1), 47-66.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CAB International.
- Popelka, C. A., & Littrell, M. A. (1991). Influence of tourism on handicraft evolution. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 392-413.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1047-1049.
- Posadas, E. J. (1985). *Torres de defensa*. Eivissa: Eduardo José Posadas López i Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Posadas, E. J. (1989a). *Las murallas de Ibiza*. Eivissa: Eduardo José Posadas López.
- Posadas, E. J. (1989b). *Torres y piratas en las Islas Pitiusas*. Eivissa: Eduardo José Posadas López i Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Posadas, E. J. (1993). *La Real Fuerza de Ibiza*. Eivissa: Eduardo José Posadas López i Sa Nostra.
- Posadas, E. J. (1995). *Arquitectura defensiva de Formentera*. Eivissa: Eduardo José Posadas López.
- Pouta, E. (2004). Attitude and belief questions as a source of context effect in a contingent valuation survey. *Journal of Economic Psychology*, 25(2), 229-242.
- Poza, J. M. (1993). *Marketing Turístico*. Madrid: Oikos-Tau.
- Prats, J. A. (1993). Notes sobre les desigualtats dels creixement demogràfic a les Pitiüses. *El Pitiús 1994*, 136-139.
- Pratten, J. D., & Curtis, S. (2002). Attitudes towards training in UK licensed retail: an exploratory case study. *International Journal of Hospitality Management*, 21(4), 393-403.
- Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management*, 14(3), 218-227.
- Prentice, R. (1997). Cultural and landscape tourism. Facilitating meaning. En Wanab, S., & Pigram, J. (edi.). *Tourism development and growth*. London: Routledge, 209-236.

- Prideaux, B. (1996). The tourism life-cycle: A beach destination study. En Pizam, A., & Mansfield, Y. (edi.). *Tourism, crime and international security issues*. Chichester: Wiley.
- Priestley, G., & Mundet, L. (1998). The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 85-111.
- Pritchard, A., & Morgan, N. J. (2001). Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales?. *Tourism Management*, 22(2), 167-179.
- Pritchard, M. (1998). Responses to destination advertising: Differentiating inquiries to a short, getaway vacation campaign. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(2), 31-51.
- Pujalte, F. (2002). *Transports i comunicacions a les Balears durant el segle XX*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Pulido, L. (1996). *Environmentalism and Economic Justice: Two Chicano Struggles in the Southwest*. Tucson: University of Arizona Press.
- Rabadán, R., & Ato, M. (2003). *Técnicas Cualitativas para Investigación de Mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ramis, A. (2002). *El folklore i l'etnografia a les Balears (segles XIX i XX)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Ramón, E. (2001). *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals.
- Rapoport, R., & Rapoport, R. N. (1975). *Leisure and the Family Life Cycle*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Rätz, T. (2000). Residents' perceptions of the sociocultural impacts of tourism al Lake Balaton, Hungary. En Richards, G., & Hall, D. (Edi.). *Tourism and Sustainable Community Development*. London, UK: Routledge, 36-47.
- Recio, I. (1983). *Marketing Turístico: Un desafío pendiente*. Madrid: Ediciones Istmo.
- Redfoot, D. (1984). Touristic authenticity, touristic angst, and modern reality. *Qualitative Sociology*, 7, 291-309.
- Redmon, D. (2003). Playful deviance as an urban leisure activity: Secret selves, self-validation and entertaining performance. *Deviant Behavior*, 24(1), 27-51.
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566-591.
- Reich, C. A. (1968). *The Greening of America*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Reich, W. (1985). *La revolución sexual*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Reilly, T. (1988). *Travel and tourism marketing techniques*. Albany: Delmar Publishers Inc.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65-86.
- Relfh, E. (1976). *Place and Placelessness*. Toronto: University of Toronto Press.
- Rey, M. (coor.) (2004). *Fundamentos de marketing turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Rey, M., Revilla, M. A., & López, J. M. (2003). *Elementos prácticos de marketing turístico*. Madrid: Edición digital Atres.
- Reynolds, P. C. (1993). Food and tourism: towards and understanding of sustainable culture. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 48-54.
- Riera, N. (1990). El turisme en els anys trenta. *El Pitiús 1991*, 16-18.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Will, S. (2005). *SmartPLS 2.0 (Beta)*. Hamburg: SmartPLS. Sitio Web: <http://www.smartpls.de>
- Rink, D. R., & Swan, J. E. (1979). Product life cycle research: Literature review. *Journal of Business Research*, 7(3), 219-242.
- Ritchie, J. R. B. & Beliveau, D. (1974). Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. *Journal of Travel Research* 14(2), 14-20.
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 22(3), 2-11.
- Ritchie, J. R. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-212.
- Ritchie, J. R. B. (1993). Crafting a destination vision: Putting the concept of resident-responsive tourism into practice. *Tourism Management*, 14(5), 379-389.
- Ritchie, J. R. B. (1996). Beacons of light in an expanding universe: An assessment of the state of the art in tourism marketing / marketing reserch. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(4), 49-84.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Ritchie, J. R. B., & Lyons, M. M. (1987). Olympulse III/Olympulse IV: A mid-term report on resident attitudes concerning the XV

- Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 26(1), 18-26.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional: Teoría i Práctica*. Los Àngeles: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Robinson, H. (1979). *A geography of tourism*. London: MacDonald and Evans.
- Rodríguez, R. (1993). Wols, una presència a reivindicar. *El Pitiús 1994*, 115-117.
- Rodríguez, R. (2003). *Avantguarda artística i societat a Eivissa (1933-1985)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Rodríguez, S. (1994). The tourist gaze, gentrification and the co-modification of subjectivity in Taos. En Francaviglia, R., & Narrett, D. (edi.). *Essays on the Changing Images of the Southwest*. College Station TX: Texas A & M University Press.
- Roehl, W. S. (1994). Gambling as a tourist attraction: trends and issues for the twenty-first century. En Seaton, A. V. et al. (edi.). *Tourism: The State of the Art*. New York: Wiley, 156-168.
- Roehl, W. S. (1999). Quality of life issues in a casino destination. *Journal of Business Research*, 44(3), 223-229.
- Roig, S. (1981). La crisi del fet arquitectònic i urbanístic a Eivissa i Formentera. *Eivissa*, 11.
- Rokeach, M. J. (1968). *Beliefs, Attitudes and Values*. San Francisco: Jossey Bass.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. En Rosenberg, M. J. et al. (edi.). *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*. New Haven, CT: Yale University.
- Ross, G. F. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *Journal of Travel Research*, 30(3), 13-17.
- Rosselló, J., Riera, A., & Sansó, A. (2004). The economic determinants of seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 697-711.
- Roszak, T. (1968). *The making of a counter culture*. New York: Doubleday and Cia.
- Roszak, T. (1973). *La contestación universitaria*. Barcelona: Ediciones 62.
- Rothman, R. A. (1978). Residents and transients: community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Rovira, J. M. (1997). Arquitectura: El Mediterrani és el seu bressol. En Pizza, A. (edi.). *J. L. Sert i la Mediterrània*. Barcelona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya.
- Rozenberg, D. (1974). *San Miquel, village ibicenco: traditions cuturelles et développement touristique: étude ethnographique*. Thèse de 3ème. cycle. Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Paris.
- Rozenberg, D. (1981). Endogàmia i problemes d'identificació a Eivissa: l'exemple de Sant Miquel. *Eivissa*, 12, 37-40.
- Rozenberg, D. (1990). *Ibiza, una isla para otra vida: inmigrantes utópicos, turismo y cambio cultural*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rubert, X. (1985). Del Mediterráneo como mito cultural. En Colegio de Arquitectos de Baleares. *Arquitectura y espacio rural en Ibiza*. Palma: Colegio de Arquitectos de Baleares.
- Rubin, J. (1971). *Do it*. París: Seuil.
- Rubio, Á. (Coor.) (2003). *Sociología del Turismo*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Rufin, R., & Reina, M. (2004). *Introducción al marketing turístico*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Ruiz, A. (2005). *Guapos y Pobres. Retrato de una nueva clase social*. Barcelona: Atico Ediciones.
- Runyan, D., & Wu, C. T. (1979). Assessing tourism's more complex consequences. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 448-463.
- Russell, R., & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, chaos and the tourism areal lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 556-579.
- Ryan, C. (1993). Crime, violence, terrorism and tourism: An accident or intrinsic relationship. *Tourism Management*, 14(3), 173-183.
- Ryan, C. (1996). *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*. New York: International Thomson Business Press.
- Ryan, C. (2002). Tourism and cultural proximity. Exemples from New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 952-971.
- Ryan, C., & Huyton, J. (2000). Who is interested in aboriginal tourism in the Northern Territory, Australia? A Cluster Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 53-88.
- Ryan, C., & Huyton, J. (2002). Tourism and Aboriginal people. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 631-647.
- Ryan, C., & Kinder, R. (1996a). Sex, tourism and sex tourism: fulfilling similar needs? *Tourism Management*, 17(7), 507-518.

- Ryan, C., & Kinder, R. (1996b). The deviant tourist and the crimogenic place: The case of the tourist and the New Zealand prostitute. En Pizam, A., & Mansfield, Y. (edi.). *Tourism, crime and international security issues*. Chichester: Wiley.
- Ryan, C., & Montgomery, D. (1994). The attitudes of bakewell residents to tourism and numbers in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15(5), 358-369.
- Ryan, C., Scotland, A., & Montgomery, D. (1998). Resident attitudes to tourism development: a comparative study between the Rangitikei, New Zealand and Bakewell, United Kingdom. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 115-130.
- Salamone, F. (1997). Authenticity in tourism: The San Angel. *Annals of Tourism Research*, 24, 305-321.
- San Martín, J. (1997). *Psicosociología del Ocio y el Turismo*. Málaga: Aljibe.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.
- Sansegundo, C. (1992). Recuerdos de Ibiza. En Museu d'Art Contemporani (1992). *Grupo Ibiza 59. Passat i Present*. Eivissa: Museu d'Art Contemporani.
- Santana, A. (1997). *Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel Antropología.
- Santesmases, M. (2009). *DYANE Versión 4: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Sanz, S. (2008). Imagen global e intenciones futuras de comportamiento del turista de segunda residencia. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(4), 95-114.
- Sarabia, F. J. (coord.) (1999). *Metodología para la Investigación en Marketing y Dirección de Empresas*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Sardá, R. et al. (2009). Decadal shifts in beach user sand availability on the Costa Brava (Northwestern Mediterranean Coast). *Tourism Management*, 30(2), 158-168.
- Sardá, R., & Fluvilà, M. (1999). Tourist development in the Costa Brava (Girona, Spain). a quantification of pressures on the coastal environment. En Salomons, W., Turner, R. K., Lacerda, L., & Ramachandran, S. (edi.). *Perspectives on integrated coastal management*. Berlin: Springer Press, 257-277.
- Sasser, W. (1976). Match supply and demand in service businesses. *Harvard Business Review*, 5(6), 133-140.
- Sastre, A. (1995). *Mercat Turístic Balear*. Palma de Mallorca: Institut d'Estudis Baleàrics.
- Schatzki, T., & Natter, W. (1996). Sociocultural bodies, bodies sociopolitical. En Schatzki, T., & Natter, W. (edi.). *The Social and Political Body*. New York: Guildford, 1-25.
- Scheibler, S. A., Crotts, J. C., & Hollinger, R. C. (1996). Florida tourists' vulnerability to crime. En Pizam, A., & Mansfield, Y. (edi.). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: Wiley, 37-50.
- Scheuch, E. K. (1972). Ferien und tourismus als neue formen der freizeit. En Scheuch, E. K., & Meyersohn, R. (edi.). *Soziologie der Freizeit*. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 304- 317.
- Schewe, C. D. & Calantone, R. J. (1978). Psychographic segmentation of tourists. *Journal of Travel Research*, 16(3), 14-20.
- Schluter, R., & Var, T. (1988). Resident attitudes toward tourism in Argentina. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 442-445.
- Schmitt, U. (1994). Una nación por tres días. Sonido y delirio en Woodstock. En Schultz, U. (dir.). *La fiesta. De las Saturnales a Woodstock*. Madrid: Alianza Editorial, 73-94.
- Scholem, G. (1987). *Walter Benjamin, historia de una amistad*. Barcelona: Editorial Península.
- Schroeder, T. (1992). Host community perceptions of tourism's impacts: a cluster analysis. *Visions in Leisure and Business*, 10(4), 43-48.
- Schuman, H., & Johnson, M. (1976). Attitudes and behavior. *Annual Review of Sociology*, 2, 161-207.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Seddon, P. J., & Khoja, A. R. (2000). Saudi arabian tourism patterns and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 957-959.
- Sedmak, G., & Mihalic, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1007-1031.
- Seguí, M. (2000). El turismo rural en las Islas Baleares. En *La actividad turística Española en 1999*. Madrid:Edita A.E.C.I.T., 515-520.
- Seguy, J. (1971). Une sociologie des sociétés marginées: monachisme et utopie. *Annales: économies, sociétés, civilisations*, 26(mar.-abr.).

- Seligman, C., Syme, G. J., & Gilchrist, R. (1994). The role of values and ethical principles in judgement of environmental dilemmas. *Journal of Social Issues*, 50, 105-119.
- Selin, S., & Myers, N. (1998). Tourism marketing alliances: Member satisfaction an effectiveness atributes of a Regional initiative. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(3), 79-94.
- Selin, S., & Beason, K. (1991). Interorganizational relations in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(4), 639-652.
- Selin, S., & Chávez, D. (1995). Developing an evolutionary tourism partnership model. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 844-856.
- Selwyn, T. (edi.) (1996). *The Tourism Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Selz, J. (2000). *Viaje a las islas pitiusas*. Eivissa: Taller d'Estudi de l'Habitat Pitiüs.
- Sengupta, J., & Johar, G. V. (2002). Effects of inconsistent attribute information on the predictive value of product attitudes: toward a resolution of opposing perspectives. *Journal of Consumer research*, 29(jun.), 39-56.
- Sentha, R. J. (1980). Social impact of tourism in selected caribbean countries. En Hawkins, D. E., Shafer, E. L., & Rovestad, J. M. (edi.). *Tourism Planning and Development Issues*. Washington: George Washington University, 239-249.
- Sentha, R. J., & Richmond, B. O. (1978). US Virgin islanders' perceptions of tourism. *Journal of Travel Research*, 17(1), 30-37.
- Serra, A. (2002). *Marketing turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Serra, A., & Garau, J. (2001). Residents attitudes towards tourism development. The case of Alcúdia (Mallorca). En *Creating and Managing Growth in Travel & Tourism*, Travel and Tourism Research Association (TTRA), Suecia.
- Serra, J. J. (2000). *Fortificacions rurals a l'illa d'Eivissa: les torres de refugi predials*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Servier, J. (1967). *Histoire de l'utopie*. París: Gallimard.
- Shamir, B. (1984). Between gratitude and gratuity: an analysis of tipping. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 59-78.
- Shane, S. A. (1996). Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors. *Academy of Management Journal*, 39(1), 216-234.
- Sharpley, R. (1994). *Tourism, Tourists and Society*. Huntingdon: ELM.
- Sharpley, R., & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 1040-1052.
- Shaver, K. G. (1987). *Principles of Social Psychology*. Cambridge, MA: Winthrop.
- Sheehan, L. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711-734.
- Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki. *Tourism Management*, 22(5), 435-443.
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.
- Shepherd, R. (2002). A green and sumptuous garden: authenticity, hybridity, and the big tourism project. *South East Asia Research*, 10, 63-97.
- Sherry, J. F. (1987). Cultural propriety in a global marketplace. En Firat, A. F., Dholakia, N., & Bagozzi, R. P. (edi.). *Philosophical and Radical Thought in Marketing*. Lexington, MA: Heath, 179-191.
- Shields, R. (1992). *Places on the Margin: Alternative Geographies on Modernity*. London: Sage.
- Shostack, G. L. (1985). Planning the service encounter. En Czepiel, A., Solomon, M. R., & Suprenant, C. F. *The Service Encounter*. Lexington, MA: Lexington Books, 243-254.
- Silver, I. (1993). Marketing authenticity in third world countries. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 302-318.
- Sirakaya, E. (1997). Attitudinal compliance with ecotourism guidelines. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 919-950.
- Sirakaya, E. (2007). Concurrent Validity of the Sustainable Tourism Attitude Scale. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1081-1084.
- Sirakaya, E., McLellan, R. W., & Uysal, M. (1996). Modeling vacation destination decisions: a behavioral approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(1-2), 57-75.
- Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. F. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.

- Smith, R. A. (1992). Beach resort evolution: implications for planning. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 304-322.
- Smith, S. L. J. (1990). A test of Plog's allocentric/psychocentric model: Evidence from seven nations. *Journal of Travel Research*, 28(4), 40-43.
- Smith, V. L. (1990). *Host & Guests, anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, 20(5), 595-603.
- Snepenger, D. J., & Johnson, J. D. (1991). Potential self-identification and perceptions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 511-515.
- Snepenger, D. J., Houser, B., & Snepenger, M. (1990). Seasonality demand. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 628-630.
- Snepenger, D. J., Murphy, L., O'Connell, R., & Gregg, E. (2003). Tourists and residents use of a shopping space. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 567-580.
- Snepenger, D. J., Reiman, S., Johnson, J. D., & Snepenger, M. (1998). Is downtown mainly for tourists?. *Journal of Travel Research*, 36(3), 5-12.
- Snow, R. E., & Wright, D. E. (1976). Coney Island: A case study in popular culture and technical change. *Journal of Popular Culture*, 9(4), 960-975.
- Soesilo, J., & Mings, R. (1986). Assessing the seasonality of tourism. *Visions in Leisure and Business*, 6(2), 25-38.
- Song-Hyung, S., Stubbles, R., & Song, H. (1998). Residents' attitudes and importance-performance evaluation toward the impacts of tourism in the Black Hills, USA. *Journal of Korean Forestry Society*, 87(2), 179-187.
- Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416-456.
- Sorensen, N. (1999). Modelling the seasonality of hotel nights in Denmark by country and nationality. *Tourism Economics*, 5, 9-23.
- Soriano, F. (1996). *Pequeña historia del turismo en las Baleares*. Palma de Mallorca: Los Íconos de Ferón.
- Soutar, G. N., & McLeod, P. B. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 571-582.
- Soybali, H. (1996). *Seasonality in Tourism, a Case Study of Turkey*. Ph.D. Dissertation. Bournemouth University: School of Service Industries.
- Spates, J. L., & Levin, J. (1972). Les beatniks, les hippies, le hip generation, et la classe moyenne américaine: une analyse de valeurs. *Revue Internationale des Sciences Sociales*, 24(2).
- Spears, D.L., & Boger, C. A. Jr. (2002). Residents' perceptions and attitudes toward native american gaming (NAG) in Kansas: Proximity and number of trips to NAG activity. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 6(2), 13-27.
- Spencer, D. M. (2010). Facilitating public participation in tourism planning on American Indian reservations: A case study involving the Nominal Group Technique. *Tourism Management*, 31(5), 684-690.
- Spencer, D. M., & Holecek, D. F. (2007). Basic characteristics of the fall tourism market. *Tourism Management*, 28(2), 491-504.
- Spinelli, S., & Birley, S. (1996). Toward a theory of conflict in the franchise system. *Journal of Business Venturing*, 11(5), 329-342.
- Spotts, D., & Mahoney, E. (1993). Understanding the Fall Tourism Market. *Journal of Travel Research*, 32(2), 3-15.
- Stanilewicz, G. (2008). L'île-enfant, sur le symbolisme littéraire de l'insularité. *Verbum Analecta Neolatina*, 10(2), 389-398.
- Stanners, D., & Bourdeau, P. (1995). *Europe's environment: The Dobris assessment*. Copenhagen: European Environmental Agency (EEA).
- Stansfield, C. A. (1978). Atlantic City and the resort cycle background to the legislation of gambling. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 238-251.
- Statera, G. (1975). *Death of an utopia. The development and decline of students movements in Europe*. New York: Oxford University Press.
- Steiner, C. J., & Reisinger, Y. (2006). Reconceptualizing existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 299-318.
- Stern, P., & Dietz, T. (1994). The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, 50, 65-84.
- Stern, P., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1995). The new ecological paradigm in social psychological context. *Environment and Behavior*, 27, 723-743.

- Stern, P., Dietz, T., Kalof, L., & Guagnano, G. A. (1995). Values, beliefs, and pro-environmental action: Attitude formation toward emergent attitudes objects. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 1611-1636.
- Stocks, J. (2000). Cultural tourism and the community in rural Ireland. En Richards, G., & Hall, D. (edi.). *Tourism and Sustainable Community Development*. London, UK: Routledge, 233-241.
- Stoffle, R. W., Last, C. A., & Evans, M. J. (1979). Reservation-based tourism: Implications of tourist attitudes fo Native American economic development. *Hum. Organ.*, 38(3), 300-306.
- Stokowski, P. A. (1993). Undesirable lag effects in tourism destination development: A Colorado case study. *Journal of Travel Research*, 32(2), 35-41.
- Stokowski, P. A. (1996). Crime patterns and gambling development in rural Colorado. *Journal of Travel Research*, 34(3), 63-69.
- Stonich, S., Sorenson, J. H., & Hundt, A. (1995). Ethnicity, class and gender in tourism development: the case of the Bay Islands, Honduras. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(1), 1-28.
- Strapp, J. D. (1988). The Resort Cycle and second homes. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 504-516.
- Strauss, C. H., & Lord, B. E. (2001). Case study: Economic impacts of a heritage tourism system. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 199-204.
- Strickland-Munro, J. K., Allison, H. E., & Moore, S. A. (2010). Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 499-519.
- Stynes, D., & Stewart, S. (1993). Tourism development and recreation: some findings from a case study. *Journal of Parks and Recreation Administration*, 11(4), 30-44.
- Suprenant, C. F., & Solomon, M. R. (1987). Predictability and personalization in the service encounter. *Journal of Marketing*, 51(abr.), 73-80.
- Susskind, A. M., Borchgrevink, C. P., Kacmar, K. M., & Brymer, R. A. (2000). Customer service employees' behavioral intentions and attitudes: an examination of construct validity and a path model. *International Journal of Hospitality Management*, 19(1), 53-77.
- Sutcliffe, C., & Sinclair, M. (1980). The measurement of seasonality within the tourist industry: An application to tourist arrivals in Spain. *Applied Economics*, 12, 429-441.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Szivas, E., & Riley, M. (1999). Tourism employment in conditions of economic transition: the case of Hungary. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 747-771.
- Szivas, E., Riley, M., & Airey, D. (2003). Labor mobility into tourism. Attraction and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 64-76.
- Taylor, C. (1989). *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 7-26.
- Taylor, O. (2000). *A tourism strategy for Kaikoura District Council*. Unpublished Ms. thesis, Lincoln University.
- Teo, P., & Li, L. H. (2003). Global and local interactions in tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 287-306.
- Teo, P., & Yeoh, B. S. A. (1997). Remaking local heritage for tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 192-213.
- Testa, M. R. (2002). Leadership dyads in the cruise industry: the impact of cultural congruency. *International Journal of Hospitality Management*, 21(4), 425-441.
- Tetlock, P. E. (1986). A value pluralism model of ideological reasoning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(4), 819-827.
- Teye, V., & Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Theobald, W. F. (edi.) (1998). *Global Tourism*. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Thomas, M., Bloor, M., & Crosier, A. (1997). *Young people and international travel: HIV prevention and health promotion*. London: Health Education Authority.
- Thomason, P., Crompton, J. L., & Dan Kamp, B. (1979). A study of the attitudes of impacted groups within a host community toward prolonged stay tourist visitors. *Journal of Travel Research*, 17(3), 2-6.
- Thompson, C. (1994). Soft tourism facing hard choices in The Gambia. *Tourism in Focus*, 13(10), 17.

- Thompson, C., & Cutler, E. (1997). The effect of nationality on tourist arts: the case of The Gambia, West Africa. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 225-229.
- Thoreau, H. D. (1976a). *La no-violencia, arma política*. Barcelona: Nova Terra.
- Thoreau, H. D. (1976b). *Walden o la vida en los bosques*. Barcelona: Producciones Editoriales Juan José Fernández Ribera.
- Thyne, M., & Lawson, R. (2001). Research Note: Addressing tourism public policy issues through attitude segmentation of host communities. *Current Issues in Tourism*, 4(2-4), 392-400.
- Timothy, D. J. (2003). *Heritage Tourism*. Harlow: Prentice-Hall.
- Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367-378.
- Toh, R. S., Khan, H., & Koh, A. J. (2001). A travel Balance Approach for Examining Tourism Area Life Cycles: The Case of Singapore. *Journal of Travel Research*, 39(4), 426-432.
- Torres, E. (1981). *Guía de Arquitectura de Ibiza y Formentera (Islas Pitiusas)*. Barcelona: Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya.
- Torres, J. (1961a). Las comunicaciones marítimas con Ibiza. *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* nº 630.
- Torres, J. (1961b). El turismo en Ibiza y Formentera. *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* nº 630.
- Torres, J. (1961c). Las comunicaciones aéreas con Ibiza. *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* nº 630.
- Torres, M. (1985). *Aportació a l'estudi de la mitologia tradicional i popular a les Pitiüses*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Torres, M. (1998). *Antropologia d'Eivissa i Formentera: Mitologia, creences, costums i festes I*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Torres, M. (1999). *Antropología d'Eivissa i Formentera: Herbes, pastors, ses matances II*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts. A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.
- Touraine, A. (1968). *Le communisme utopique. Le mouvement de mai 1968*. París: Seuil.
- Traut-Mattausch, E., Schulz-Hardt, S., Greitemeyer, T., & Frey, D. (2004). Expectancy confirmation in spite of disconfirming evidence: the case of price increases due to the introduction of the Euro. *European Journal of Social Psychology*, 34(6), 739-760.
- Travis, J. F. (1988). *The rise of holiday-marketing on the Devon coast 1750-1900, with particular reference to health and entertainment*. Ph.D. thesis, University of Exeter, UK.
- Tribe, J., Font, X., Griffiths, N., Vickerry, R., & Yale, K. (2000). *Environmental Management of rural tourism and recreation*. Londres: Cassell.
- Tur, J. A. (dir.) (1995). *Evolució de la cuina pitiusa al llarg del segle XX. Un estudi nutricional*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Turner, C., & Manning, P. (1988). Placing authenticity-on being a tourist: A reply to Pearce and Moscardo. *Australia and New Zealand Journal of Sociology*, 24, 136-139.
- Turner, J. (1986). *The Structure of Sociological Theory*. Chicago: The Dorsey Press.
- Turner, L. W., & Reisinger, Y. (2001). Shopping satisfaction for domestic tourists. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(1), 15-27.
- Turner, V. (1982). *From Ritual to Theater: The Human Seriousness of Play*. New York: Performing Arts Journal Publications.
- Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2006). The economic impacts of tourism: a special issue. *Journal of Travel Research*, 45(1), 3-7.
- Tyrrell, T. J., & Spaulding, P. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-23.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- Upchurch, R. S., & Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5), 499-507.
- Urbain, J. D. (1991). *L'Idiot du Voyage*. Paris: Plon.
- Uriely, N., Israeli, A., & Reichel, A. (2002). Heritage proximity and resident attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 859-861.
- Uriely, N., Maoz, D., & Reichel, A. (2009). Israeli guests and Egyptian hosts in Sinai: A bubble of serenity. *Journal of Travel Research*, 47(4), 508-522.

- Urtasan, A., & Gutiérrez, I. (2006). Tourism agglomeration and its impact on social welfare: An empirical approach to the Spanish case. *Tourism Management*, 27(5), 901-912.
- Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2006). Tourism agglomeration and its impact on social welfare: An empirical approach to the Spanish case. *Tourism Management*, 27(5), 901-912.
- Uysal, M., Fesenmaier, D., & O'Leary, J. (1994). Geographic and seasonal variation in the concentration of travel in the United States. *Journal of Travel Research*, 32(3), 61-64.
- Uysal, M., Jurowski, C., Noe, F. P., & McDonald, C. D. (1994). Environmental attitude by trip and visitor characteristics: US Virgins Islands National Park. *Tourism Management*, 15(4), 284-294.
- Valdés, L., & del Valle, E. A. (1999). El turismo rural. Balance global. *La actividad turística Española en 1998*. Madrid: A.E.C.I.T., 525-534.
- Valdés, L., & del Valle, E. A. (2000). El turismo rural en España. *La actividad turística Española en 1999*. Madrid: A.E.C.I.T., 499-507.
- Valero, V. (2001). *Experiencia y pobreza. Walter Benjamin en Ibiza, 1932-1933*. Barcelona: Ediciones Península.
- Vallès, R. (1972). Contribución al estudio del Turismo en Ibiza y Formentera. *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* (Julio-Noviembre).
- Vallès, R. (1995). *El món agrari tradicional. Un intent de comprensió de l'Eivissa rural*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Van de Weg, H. (1982). Revitalization of traditional resorts. *Tourism Management*, 3(4), 303-307.
- Van der Borg, J. (1995). El turismo y las ciudades artísticas: el caso de Venecia. *Estudios Turísticos*, 126, 79-90.
- Van der Pligt, J., de Vries, N. K., Manstead, A. S. R., & Van Harreveld, F. (2000). The importance of being selective: weighing the role of attribute importance. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 135-200.
- Van Harreveld, F., & Van der Pligt, J. (2004). Attitudes as stable and transparent constructions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(5), 666-674.
- Vander Stoep, G. (1996). Perception of status of Michigan as a heritage tourism state: results of an eleven month telephone survey. *Proceedings of the 1996 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. NE-232. Radnor PA: USFS.
- Var, T., Kendall, K. W., & Tarakcoglu, E. (1985). Residents attitudes toward tourists in a turkish resort town. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 652-658.
- Vargas, A., Plaza, M. A., & Porras, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Vaughan, R., & Andriotis, K. (2000). The characteristics of the tourism workforce: the case of Creta. *7th ATLAS International Conference*, Savonlinna, Finland.
- Venkatesh, A. (1992). *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post Modern World*. London: Routledge.
- Veny, J. (1999). *Aproximació al dialecte Eivissenc*. Palma de Mallorca: Editorial Moll.
- Vidal, C. (2000): *El talmud*. Madrid: Alianza Editorial.
- Vidal, L. (2000). El turisme a Formentera. En Universitat de les Illes Balears. *Formentera: història i realitat*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Vila, J. (1962). Ville et campagne dans l'île d'Iviça. *Revue Méditerranée*, (oct.-dic.).
- Vila, J., Prats, E., Ramon, F., & Vallès, R. (1984). *Geografia de les illes Pitiüses: Les Activitats Agràries*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Vilàs, P. (1989). *Notes per a la història marítima d'Eivissa i Formentera*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Villangómez, M. (1974). *Eivissa: la terra, la història, la gent*. Barcelona: Selecta.
- Vong, F. (2004). Gambling attitudes and gambling behavior of residents of Macao: The Monte Carlo of the Orient. *Journal of Travel Research*, 42(3), 271-278.
- Vong, F. (2007). Differentiating between gambling attitudes and support for gambling: Case of Macao. *Proceedings of the 5th Asia Pacific CHRIE and 13th Asia Pacific Tourism Association Joint Conference* (Beijing), 23-27th May.
- Vong, F. (2009). Changes in residents' gambling attitudes and perceived impacts at the fifth anniversary of Macao's gaming deregulation. *Journal of Travel Research*, 47(3), 388-397.
- Vong, F., & McCartney, G. (2005). Mapping resident perceptions of gaming impact. *Journal of Travel Research*, 44(2), 177-187.

- Vuillier, G. (2000). *Les Illes Oblidades. Viatge a Eivissa*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Wagner, F. W., Joder, T. E., & Munphrey Jr., A. J. (1995). *Urban revitalization: policies and programs*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Wagner, R. (1975). *The Invention of Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Waite, G. (2000). Consuming heritage. Perceived historical authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27, 835-862.
- Waite, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215.
- Wall, G. (1982). Cycles and capacity. Insipient theory of conceptual contradiction?. *Tourism Management*, 3(3), 188-192.
- Wall, G. (1990). Socioeconomic analysis of the winter olympics. *Acta-Turistica*, 2, 76-79.
- Wall, G. (1993). International Collaboration in The Search for Sustainable Tourism in Bali, Indonesia Tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 1(1), 38-47.
- Wall, G. (1996). Perspectives on tourism in selected balinese villages. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 123-137.
- Walton, J. (2000). *The British Seaside: Holidays and Resorts in the Twentieth Century*. Manchester: Manchester University Press.
- Wang, H., et al. (2010). Minority community participation in tourism: A case of Kanas Tuva villages in Xinjiang, China. *Tourism Management*, 31(6), 759-764.
- Wang, N. (1996). Logos-modernity, eros-modernity, and leisure. *Leisure Studies* 15, 121-135.
- Wang, N. (1997). Vernacular house as an attraction: illustration from Hutong Tourism in Beijing. *Tourism Management*, 18, 573-580.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Wang, N. (2000). *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon.
- Wang, Y. A., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research* 47(1), 84-93.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Wanhill, S. (1980). Tackling seasonality: A technical note. *International Journal of Tourism Management*, 1(4), 243-245.
- Wattenberg, A. (1987). Bad Marx: How the world sees the Soviets. *Public Opinion Quarterly*, 59(3), 9-11.
- Watts, A. (1984). *El camino del zen*. Barcelona: Edhara.
- Watts, A. (1987). *Psicoterapia del Este, psicoterapia del Oeste*. Barcelona: Kairós.
- Weaver, D. B. & Oppermann, M. (2000). *Tourism Management*. Brisbane: John Wiley & Sons.
- Weaver, D. B. (1986). *The Evolution of a Heliotropic Landscape: The Case Study of Antigua*. Ph.D. Dissertation, Department of Geography, University of Western Ontario.
- Weaver, D. B. (1990). Grand Cayman Island and the Resort Cycle Concept. *Journal of Travel Research*, 29(2), 9-15.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2004). Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an australian urban-rural fringe. *Journal of Travel Research*, 42(3), 286-296.
- Weiermair, K. (2000). Tourist's perceptions toward and satisfaction with service quality in the cross-cultural service encounter: implications for hospitality and tourism management. *Managing Service Quality*, 10(6), 397-409.
- Weikert, B., & Kertstetter, D. (1996). Resident's attitudes towards tourism: an applied study in a historic community. *Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. NE-218. Radnor PA: USFS.
- Welds, K., & Dukes, R. (1985). Dimensions of cultural change, coping styles, and self-actualization in a shipboard university. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 113-119.
- Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Interclass reliability estimates: testing structural assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 25-33.
- Whelihan, W. P., & Chon, K. S. (1991). Resort marketing trends of the 1990s. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(2), 56-59.
- White, P. (1974). The social impacts of tourism on host communities: a study of language change

- in Switzerland. *Research Paper 9*. Oxford: School of Geography, Oxford University.
- Wickens, E. (1996). Licensed for thrill: Risk-taking and tourism. En Clift, S., Gabowski, P. (edi.). *Tourism and Health*. London: Printer, 151-164.
- Wilkinson, P. F. (1987). Tourism in small island nations: A fragile dependence. *Leisure Studies*, 26(2), 127-146.
- Wilkinson, P. F. (1990). Carrying capacity in tourism planning. *Tourism and Socio-Cultural Change in the Caribbean Conference* (Trinidad and Tobago).
- Wilkinson, P. F., & Murray, A. (1990). Centre and periphery: the impacts of leisure and tourism on a small town. En Smale, B. (edi.). *Leisure Challenges: Bringing People, Resources, and Policy Into Play*. Proc. Of Sixth Canadian Congress on Leisure Research, University of Waterloo, Ontario Research Council on Leisure, 273-278.
- Williams, A. (1996). Mass tourism and international tour operators. En Barke, M., Townwe, J., & Newton, M. (edi.). *Tourism in Spain. Critical Issues*. Wallingford: CAB International, 119-136.
- Williams, D. W., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Williams, T. A. (1989). Impact of domestic tourism on host population the evolution of a model. *Tourism Recreation Research*, 14(1), 15-21.
- Wilson, D. (1997). Paradoxes of tourism in Goa. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 52-75.
- Witt, S. F., & Moutinho, L. (1994). *Tourism marketing and management handbook*. New York: Prentice Hall.
- Wolfe, R. I. (1952). Wasaga Beach: The divorce from the geographic environment. *The Canadian Geographer*, 1(2), 57-66.
- Wolff, P. (1999). *Hot Towns: The Future of the Fastest Growing Communities in America*. Piscataway, NJ.: Rutgers University Press.
- Wong, J. (1997). *The marketing of the Hong Kong Tourism industry: A study of tourist perceptions and travel motivation*. M.Sc. thesis, The Hong Kong Polytechnic University.
- Wong, S. C. K. (1998). Staff job-related ethics of hotel employees in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(3), 107-115.
- Wong, S. C. K. (2000). Tourists' perceptions of hotel frontline employees' questionable job-related behaviour. *Tourism Management*, 21(2), 121-134.
- Woodside, A. (1990). Measuring advertising effectiveness in destination marketing strategies. *Journal of Travel Research*, 29(2), 3-8.
- Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's Theoretical Constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.
- Wright, S. (1932). The roles of mutation, inbreeding, crossbreeding and selection in evolution. *Proceedings of the 6th International Congress of Genetics*, 356-366.
- Wright, S. (1986). *Evolution: selected papers*. Chicago: University of Chicago Press.
- Yablonski, L. (1968). *The hippie trip*. New York: Pegasus.
- Yacoumis, J. (1980). Tackling seasonality: The case of Sri Lanka. *International Journal of Tourism Management*, 1(2), 84-98.
- Yacoumis, J. (1989). South Pacific tourism promotion: A regional approach. *Tourism Management*, 10(1), 15-28.
- Yang, J. (2008). Individual attitudes and organisational knowledge sharing. *Tourism Management*, 29(2), 345-353.
- Yoon, Y. (1998). *Determinants of Urban Residents' Perceived Tourism Impacts: A Study on the Williamsburg and Virginia Beach Areas*. M.S. thesis in Hospitality and Tourism Management, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Yoon, Y., Chen, J. S., & Gursoy, D. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 29-44.
- Yu, C-P., Chancellor, C., & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.
- Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Patmukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20(3), 351-360.

- Zablocki, B. (1971). *The joyfull community*. New York: Penguin Books.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35(2), 151-175.
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6), 1233-1236.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(spring), 33-46.
- Zeppel, H. (2002). Cultural tourism at the cowichan native village, British Columbia. *Journal of Travel Research*, 41(3), 92-100.
- Zhong, L., Deng, J. & Xiang, B. (2008). tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management*, 29(5), 841-856.
- Zhou, Y., & Ap. J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91.
- Zicklin, G. (1983). *Countercultural communes: a sociological perspective*. Westport: Greenwood Press.
- Ziff-Levine, W. (1990). The cultural logic gap, a japanise tourism research experience. *Tourism Management*, 11(2), 105-110.
- Zimmermann, C. A. (1982). The Life Cycle Concept as a tool for travel research. *Transportation*, 11(1), 51-69.
- Zornoza, J. (1964). El turismo en Ibiza, factor importantísimo de su economía. *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* nº 644.
- Zuckerman, M., & Driver, R. E. (1985). Telling lies: Verbal and nonverbal correlates of deception. En Siegman, A. W., & Feldstein, J. S. (edi.). *Multichannel Integrations of Nonverbal Behavior*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 129-147.

ANEXOS

ANEXO I: Tesis Doctorales referidas a Actitudes de los Residentes.

- Adams, J. K. (2006). *Going Deutsch: Heritage tourism and identity in German Texas*. Ph.D., The University of Texas at Austin.
- Ahn, B. Y. (1999). *Regional tourism development: An investigation of resident attitudes toward community, tourism development and potential for change within the LAC framework*. Ph.D., Texas A&M University.
- Ap, J. (1992). *Understanding host residents' perceptions of the impacts of tourism through social exchange theory*. Ph.D., Texas A&M University.
- Baker, R. G. (1993). *Tourism and community perceptions: An examination of Mount St. Helens' tourism as perceived by local residents*. Ph.D., Oregon State University.
- Banks, S. K. (2003). *Tourism-related impacts as perceived by three resident typology groups in San Pedro, Belize*. Ph.D., North Carolina State University.
- Bonimy, M. M. (2008). *Residents' attitudes and perceptions towards the impact of tourism on the environment in Pigeon Forge, Tennessee*. Ph.D., Tennessee State University.
- Boonchote, T. (1994). *Changes induced by tourism development in a rural community: A case study of the Golden Triangle, Thailand*. Ph.D., University of Victoria (Canada).
- Brougham, J. E. (1978). *Resident attitudes towards the impact of tourism in Sleat*. Ph.D., The University of Western Ontario (Canada).
- Chase, D. M. (1999). *Sense of place: Resident and visitor perceptions of a tourism destination area, Thunder Bay, Ontario, Canada*. Ph.D., Clemson University.
- Colmenares, L. M. (2006). *La actitud de los residentes como factor clave en el desarrollo de un nuevo destino. Caso de estudio: municipio Pedraza. Estado Barinas*. Ph.D., Universidad de Málaga (España).
- Delamere, T. A. (1998). *Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals*. Ph.D., University of Alberta (Canada).
- Doh, M. (2006). *Change through tourism: Resident perceptions of tourism development*. Ph.D., Texas A&M University.
- Doukas, S. G. (2007). *Perceptions of public transportation passengers in Athens pertaining to the effects of the 2004 Olympic Games: A path analysis approach*. Ed.D., United States Sports Academy.
- Emanuel, L. C. (1998). *An investigation of visitor and resident place perceptions of Mid Wales, and an evaluation of the potential of such perceptions to shape economic development in the area*. Ph.D., Open University (United Kingdom).
- Frater, J. L. (1996). *Residents' perceptions of the impact of tourism in Jamaica*. Ed.D., Temple University.
- Gauna, C. (2008). *Metodología para la prognosis de la participación social en los procesos de implementación de la Agenda 21 local: Análisis empírico del caso turístico mexicano*. Ph.D., Universidad de Málaga (España).
- Gutiérrez, D. (2010). *Las actitudes de los residentes ante el turismo*. Ph.D., Universidad de La Laguna (España).
- Harrill, R. H. (2000). *A multiple-neighborhood study of community attachment and resident attitudes toward tourism development*. Ph.D., Clemson University.
- Hritz, N. (2006). *Urban host community perceptions of tourism market segment impacts: Evidence from Indianapolis*. Ph.D., Indiana University.
- Jeong, G. H. (1992). *Perceived post-Olympic sociocultural impacts by residents from a tourism perspective: A case study in Chamsil, Seoul, Korea*. Ph.D., University of Minnesota.
- Jepson, M. E. (2004). *The impact of tourism on a natural resource community: Cultural resistance in Cortez, Florida*. Ph.D., University of Florida.
- Jones, J. L. (2003). *Modifying the Tourism Impact Attitude Scale (TIAS) to explore casino impacts and resident attitudes*. Ph.D., The University of Connecticut.
- Jurowski, C. A. (1994). *The interplay of elements affecting host community resident attitudes toward tourism: A path analytic approach*. Ph.D., Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kim, J. M. (1986). *An analysis of korean residents' attitudes toward the impact of tourism*. Ed.D., The George Washington University.

- Kwon, J. (2008). *Factors influencing residents' attitudes toward tourism marketing as a development strategy*. Ph.D., Michigan State University.
- Lankford, S. V. (1991). *An analysis of resident preferences, attitudes and opinions toward tourism and rural regional development in the Columbia River Gorge*. Ph.D., University of Oregon.
- Latkova, P. (2008). *An examination of factors predicting residents' support for tourism development*. Ph.D., Michigan State University.
- Lee, J. Y. (1999). *Attitudes and perceptions of Koreans toward tourism development and management curriculum in Korean colleges and universities*. Ed.D., The George Washington University.
- Leon, Y. M. (2004). *Community impacts of coastal tourism in the Dominican Republic*. Ph.D., University of Rhode Island.
- Lin, L. C. (1999). *Analysis of resident perceptions and attitudes toward gambling development in Kansas City*. Ph.D., Kansas State University.
- Lindberg, K. A. (1995). *Assessment of tourism's social impacts in Oregon coast communities using contingent valuation, value-attitude, and expectancy-value models*. Ph.D., Oregon State University.
- Martin, B. S. (1996). *The efficacy of growth machine theory in explaining resident perceptions of community tourism development*. Ph.D., Clemson University.
- Martin, S. R. (1994). *Attitudes and behavioral intentions of Montana residents toward tourism*. Ph.D., University of Montana.
- McNicol, B. J. (1997). *Views of residents, developers, and government planners about tourism and tourism resort developments in Canmore, Alberta*. Ph.D., University of Calgary (Canada).
- Messerli, H. R. (1993). *Tourism area life cycle models and residents' perceptions: The case of Santa Fe, New Mexico*. Ph.D., Cornell University.
- Minott, A. S. C. (2003). *Listening to local voices in historic preservation and heritage tourism: The case of Emancipation Square, Spanish Town Historic District, Jamaica*. Ph.D., City University of New York.
- Paniza, J. L. (2003). *El golf en Andalucía: sostenibilidad, democratización y bienestar social*. Ph.D., Universidad de Granada (España).
- Ramchander, P. (2004). *Towards the responsible management of the socio-cultural impact of township tourism*. Ph.D., University of Pretoria (South Africa).
- Ringer, G. D. (1993). *The wilderness begins at McCarthy: Perceptual impacts of tourism on communities*. Ph.D., University of Oregon.
- Roper, S. C. (1997). *The role of elite perceptions in the transformation of landscape in Peterborough, New Hampshire, 1907-1933*. Ph.D., University of Kansas.
- Seid, B. S. (1994). *The perceptions of residents of Monroe County on the impact of tourism in Monroe County, Pennsylvania*. Ed.D., Temple University.
- Simmons, D. G. (1989). *Destination area residents' participation in tourism planning: A case study in Huron County, Ontario*. Ph.D., University of Waterloo (Canada).
- Smith, M. D. (1998). *Environment, development, and land-use attitude differences between newcomers and longer-term residents of high-amenity rural communities in the Rocky Mountain West*. Ph.D., Utah State University.
- Spears, D. L. (2000). *Rural residents' perceptions and attitudes of Native American gaming development in Kansas*. Ph.D., Kansas State University.
- Stewart, E. J. (2009). *Comparing resident attitudes toward tourism: Community-based cases from Arctic Canada*. Ph.D., University of Calgary (Canada).
- Wilson, M. W. (2000). *From the sesquicentennial to the bicentennial: Changing attitudes toward tourism in Philadelphia, 1926-1976*. Ph.D., Temple University.
- Yang, J. Y. C. (2006). *Nature-based tourism impacts in I-Lan, Taiwan: Business managers' perceptions*. Ph.D., University of Florida.
- Yen, I. (2007). *What does the community have to say? The role of expected impacts, affect, political trust, and justice in tourism attitudes and intentions*. Ph.D., The Pennsylvania State University.
- Zhou, J. Y. (2007). *Government and residents' perceptions towards the impacts of a mega event: The Beijing 2008 Olympic Games*. Ph.D., Hong Kong Polytechnic University (Hong Kong).

ANEXO II: Tesis Doctorales parcialmente referidas a Actitudes de los Residentes.

- Burr, S. W. (1994). *An examination of the rural action class's perceptions of rural tourism and tourism-related development in relation to their sense of place*. Ph.D., The Pennsylvania State University.
- Butts, S. L. (1998). *Perceptions orbiting the Space Coast tourism industry*. Ph.D., University of South Florida.
- Castillo, A. M. (2009). *Análisis del desarrollo socioeconómico de la zona norte de la provincia de Córdoba basado en actividades de turismo industrial minero*. Ph.D., Universidad de Córdoba (España).
- Choi, H. S. (2003). *Measurement of sustainable development progress for managing community tourism*. Ph.D., Texas A&M University.
- Christian, C. S. (1996). *Outdoor recreation and nature tourism related environmental impacts in a tropical island setting: Commonwealth of Dominica*. Ph.D., Clemson University.
- Din, A. K. H. (1990). *'Bumiputera' entrepreneurship in the Penang-Langkawi tourist industry*. Ph.D., University of Hawai'i.
- Foust, J. L. (2004). *Our town, their town: Community and tourism in South Haven, Michigan, 1830-1930*. Ph.D., Loyola University of Chicago.
- Frankowski-Braganza, A. C. (1983). *Host/guest interaction and its impact on social identity (Mexico)*. Ph.D., Indiana University.
- Howard, K. L. (2002). *Creating an enchanted land: Curio entrepreneurs promote and sell the Indian Southwest, 1880-1940*. Ph.D., Arizona State University.
- Hunt, C. A. (2009). *'We are even poorer, but there is more work' an ethnographic analysis of ecotourism in Nicaragua*. Ph.D., Texas A&M University.
- Kayat, K. (2000). *Power through tourism: A blessing on Mahsuri's eighth generation in Langkawi?* Ph.D., Michigan State University.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community*. Ph.D., Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kim, Y. K. (1992). *Tourism impact assessment: A test of a vested interests model*. Ph.D., Texas A&M University.
- Kline, C. S. (2007). *The role of entrepreneurial climate in rural tourism development*. Ph.D., North Carolina State University.
- Koh, Y. K. (1995). *A community tourism entrepreneurship development model*. Ph.D., Texas A&M University.
- Lepp, A. P. (2004). *Tourism in a rural Ugandan village: Impacts, local meaning and implications for development*. Ph.D., University of Florida.
- Lewis, J. B. (1996). *A case study of the process of tourism development in rural communities in the state of Indiana*. Ph.D., Indiana University.
- Mbaiwa, J. E. (2008). *Tourism development, rural livelihoods, and conservation in the Okavango Delta, Botswana*. Ph.D., Texas A&M University.
- Moswete, N. N. (2009). *Stakeholder perspectives on the potential for community-based ecotourism development and support for the Kgalagadi Transfrontier Park in Botswana*. Ph.D., University of Florida.
- Nicholas, L. N. (2007). *Stakeholder perspectives on the Pitons Management Area in St. Lucia: Potential for sustainable tourism development*. Ph.D., University of Florida.
- Okere, V. O. (1987). *A preliminary economic impact forecasting model for short-term tourism events: A preliminary framework*. Ph.D., University of Rhode Island.
- Osorio, E. (2006). *Gestión competitiva en los destinos turísticos de interior*. Ph.D., Universidad Politécnica de Valencia (España).
- Park, M. (2000). *Relationships between crime and tourism development: A comparative study of rural Colorado communities*. Ph.D., Texas A&M University.
- Rueda, X. (1997). *The impacts of tourism on local communities and the environment in Colombia's Pacific coast*. Ph. D., Massachusetts Institute of Technology.

ANEXO III: Disertaciones Master sobre Actitudes de los Residentes.

- Boi, P. O. (2004). *Residents' attitudes and perceptions toward national parks and ecotourism development in Ghana: The case of Dome community in the Digya National Park*. M.E.S., Wilfrid Laurier University (Canada).
- Curto, J. (2006). *Resident perceptions of tourism in a rapidly growing mountain tourism destination*. M.A.E.S., University of Waterloo (Canada).
- Dankyi, S. S. (1996). *Discord in paradise: Tourism development and public controversy in Maui, Hawaii*. M.A., Simon Fraser University (Canada).
- Deccio, C. M. (1999). *Garfield County resident perceptions of the indirect effects of the 2002 Winter Olympics*. M.S., University of Nevada, Las Vegas.
- Evans, T. R. (1993). *Resident's perceptions of tourism in selected New Zealand communities: a segmentation study*. M.S., University of Otago.
- Ho, Y. L. (2007). *Benefits and costs of legalized gaming in Penghu as perceived by Taiwanese people*. M.S., University of Nevada, Las Vegas.
- Hohol, F. (1984). *Communities in transition Elmira and St. Jacobs, Ontario: a study of resident and retailer attitudes toward tourism*. M.A., Wilfrid Laurier University (Canada).
- Hsu, C. H. (2006). *Tao residents' perceptions of social and cultural impacts of tourism in Lan-Yu, Taiwan*. M.P.R.T.M., Clemson University.
- Hubert, S. A. (1998). *Long-term residents' perceptions on the role of tourism in Saratoga, Wyoming*. M.S., University of Wyoming.
- Kluemper, M. N. (2005). *Oklahoma residents' perceptions of state parks*. M.S., Oklahoma State University.
- Lottig, K. J. (2007). *Modeling resident attitudes on the environmental impacts of tourism: A case study of O'ahu, Hawai'i*. M.S., University of Hawai'i at Manoa.
- Medina, D. A. (1993). *Community perceptions and attitudes toward tourism: Los Aleros Merida, Venezuela*. M.S., Michigan State University.
- Meel, S. W. L. (1996). *Determining resident attitude and behaviour towards tourism and tourist pressure in Niagara Falls, Ontario*. M.A., The University of Western Ontario (Canada).
- Miller, A. (1995). *Attitudes toward ecotourism, economy, and wildlife in a Canadian boreal region: Implications for Northern development*. M.Sc., University of Alberta (Canada).
- Nickels, S. (1992). *Northern conservation and tourism: The perceptions of Clyde River Inuit*. M.A., McGill University (Canada).
- Peach, L. J. (1995). *Tourism planning in Prince Edward Island: A framework for evaluation*. M.A., Simon Fraser University (Canada).
- Pezzia, C. (2006). *Is an environmental health educational intervention sufficient to change behavior?: Perceptions from an indigenous lake community in Guatemala*. M.P.H., University of North Texas Health Science Center at Fort Worth.
- Skipper, T. L. (2009). *Understanding tourist-host interactions and their influence on quality tourism experiences*. M.A., Wilfrid Laurier University (Canada).
- Tannis, T. R. (1999). *Ecotourism in Churchill, Manitoba: Principles, attitudes and opportunities*. M.C.P., The University of Manitoba (Canada).
- Van Patten, S. R. (1996). *Sources of recreational and community conflict from tourism in Moab, Utah*. M.S., Utah State University.
- Vanderwerf, J. L. (2008). *Creative destruction and rural tourism planning: The case of Creemore, Ontario*. M.E.S., University of Waterloo (Canada).
- Vines, R. (2005). *Conflicts created by the social impacts of tourism*. M.A., Royal Roads University (Canada).
- Woodley, S. B. (1999). *Community-based tourism in Kimmirut, Baffin Island, Nunavut: Regional versus local attitudes*. M.A., McGill University (Canada).
- Yoon, Y. (1998). *Determinants of Urban Residents' Perceived Tourism Impacts: A Study on the Williamsburg and Virginia Beach Areas*. M.S., Virginia Polytechnic Institute and State University.

ANEXO IV: Movimientos migratorios en 2006.

Fuente: www.ine.es

Provincia	Migración Total				Peso sobre la población en %			
	Inm.	Emi.	Saldo	Tot. Migr.	Inm.	Emi.	Saldo	Tot. Migr.
Álava	12.166	8.675	3.491	20.841	3,98%	2,84%	1,14%	6,82%
Albacete	17.854	12.836	5.018	30.690	4,55%	3,27%	1,28%	7,83%
Alicante	130.197	74.784	55.413	204.981	7,13%	4,10%	3,04%	11,23%
Almería	46.565	31.726	14.839	78.291	7,20%	4,91%	2,29%	12,11%
Asturias	35.074	29.650	5.424	64.724	3,26%	2,76%	0,50%	6,02%
Ávila	9.156	6.399	2.757	15.555	5,43%	3,79%	1,63%	9,22%
Badajoz	20.413	15.797	4.616	36.210	3,01%	2,33%	0,68%	5,34%
Balears (Illes)	83.343	52.859	30.484	136.202	8,09%	5,13%	2,96%	13,22%
Barcelona	370.723	308.629	62.094	679.352	6,95%	5,79%	1,16%	12,74%
Burgos	18.314	13.568	4.746	31.882	5,00%	3,71%	1,30%	8,71%
Cáceres	13.410	12.785	625	26.195	3,26%	3,11%	0,15%	6,37%
Cádiz	36.800	28.157	8.643	64.957	3,05%	2,33%	0,72%	5,38%
Cantabria	30.728	24.027	6.701	54.755	5,36%	4,19%	1,17%	9,56%
Castellón	42.399	23.783	18.616	66.182	7,40%	4,15%	3,25%	11,54%
Ceuta	2.844	2.538	306	5.382	3,71%	3,31%	0,40%	7,03%
Ciudad Real	22.412	15.348	7.064	37.760	4,39%	3,01%	1,38%	7,40%
Córdoba	18.432	15.585	2.847	34.017	2,33%	1,97%	0,36%	4,29%
Coruña (A)	45.630	37.986	7.644	83.616	4,03%	3,35%	0,67%	7,38%
Cuenca	12.808	9.219	3.589	22.027	6,06%	4,36%	1,70%	10,42%
Girona	63.675	40.454	23.221	104.129	9,02%	5,73%	3,29%	14,75%
Granada	46.764	37.577	9.187	84.341	5,29%	4,25%	1,04%	9,54%
Guadalajara	23.485	12.956	10.529	36.441	10,48%	5,78%	4,70%	16,26%
Guipúzcoa	24.951	21.460	3.491	46.411	3,59%	3,09%	0,50%	6,68%
Huelva	20.501	15.341	5.160	35.842	4,12%	3,08%	1,04%	7,20%
Huesca	11.491	8.184	3.307	19.675	5,22%	3,72%	1,50%	8,94%
Jaén	17.851	16.398	1.453	34.249	2,69%	2,47%	0,22%	5,15%
León	24.588	21.111	3.477	45.699	4,94%	4,24%	0,70%	9,19%
Lleida	31.269	21.701	9.568	52.970	7,55%	5,24%	2,31%	12,79%
Lugo	11.799	9.702	2.097	21.501	3,32%	2,73%	0,59%	6,05%
Madrid	412.701	299.228	113.473	711.929	6,79%	4,92%	1,87%	11,71%
Málaga	88.013	53.438	34.575	141.451	5,80%	3,52%	2,28%	9,32%
Melilla	4.745	2.991	1.754	7.736	6,83%	4,31%	2,53%	11,14%
Murcia	75.549	44.977	30.572	120.526	5,43%	3,23%	2,20%	8,66%
Navarra	37.479	28.446	9.033	65.925	6,19%	4,70%	1,49%	10,88%
Ourense	15.356	13.557	1.799	28.913	4,56%	4,02%	0,53%	8,58%
Palencia	6.767	6.283	484	13.050	3,91%	3,63%	0,28%	7,53%
Palmas (Las)	66.521	49.120	17.401	115.641	6,38%	4,71%	1,67%	11,10%
Pontevedra	33.586	27.525	6.061	61.111	3,54%	2,90%	0,64%	6,45%
Rioja (La)	19.221	14.113	5.108	33.334	6,22%	4,57%	1,65%	10,79%
Salamanca	17.702	15.627	2.075	33.329	5,04%	4,45%	0,59%	9,49%
Segovia	10.933	8.159	2.774	19.092	6,86%	5,12%	1,74%	11,98%
Sevilla	63.550	50.242	13.308	113.792	3,44%	2,72%	0,72%	6,15%
Soria	4.806	3.792	1.014	8.598	5,13%	4,05%	1,08%	9,19%
S. Cruz de Tenerife	63.503	45.207	18.296	108.710	6,45%	4,60%	1,86%	11,05%
Tarragona	68.750	40.298	28.452	109.048	9,07%	5,32%	3,75%	14,39%
Teruel	9.167	6.153	3.014	15.320	6,36%	4,27%	2,09%	10,64%
Toledo	51.031	27.171	23.860	78.202	7,98%	4,25%	3,73%	12,23%
Valencia	152.520	109.680	42.840	262.200	6,13%	4,41%	1,72%	10,55%
Valladolid	24.570	19.582	4.988	44.152	4,71%	3,75%	0,96%	8,46%
Vizcaya	47.732	42.769	4.963	90.501	4,18%	3,75%	0,43%	7,93%
Zamora	8.477	7.445	1.032	15.922	4,30%	3,77%	0,52%	8,07%
Zaragoza	44.832	29.567	15.265	74.399	4,81%	3,17%	1,64%	7,98%
Total	2.573.153	1.874.605	698.548	4.447.758	5,69%	4,15%	1,55%	9,84%

ANEXO V: Tasa de Fecundidad por grupos de edad, por 1.000 mujeres (2006).

Fuente: www.ine.es

Provincia	Grupos de edad de las mujeres.						
	15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49
A Coruña	5,29	20,39	45,85	77,79	48,8	8,86	0,84
Álava	7,48	22,77	43,4	99,17	59,52	9,9	0,95
Albacete	10,87	29,21	66,95	100,85	53,87	8,07	1,24
Alicante	13,23	33,4	67,86	94,88	50,1	9,05	0,71
Almería	22,09	55,39	87,42	102,71	52,01	9,96	0,68
Asturias	6,61	19,76	43,86	73,16	43,32	8,21	0,42
Ávila	8,37	29,26	55,38	95,04	51,17	9,38	0,73
Badajoz	10,57	27,09	65,28	105,58	52,9	9,04	0,27
Barcelona	9,85	34,87	70,32	107,45	60,7	11,07	0,96
Burgos	8,16	21,77	45,95	94,75	62,93	9,87	0,39
Cáceres	8,36	26,53	64,99	87,45	43,68	7,77	0,42
Cádiz	18	38,2	75,78	106,86	55,99	9,49	0,58
Cantabria	7,41	22,58	59,54	90,09	51,04	8,95	0,32
Castellón	15,4	42,68	80,17	103,95	53,17	8,55	1,03
Ceuta	19,91	84,22	97,78	109,39	56,2	15,18	0,78
Ciudad Real	12,21	31,71	75,18	104,1	48,97	8,61	0,47
Córdoba	13,22	30,07	77,31	110,44	52,76	8,53	0,48
Cuenca	9,54	29,11	66,79	85,31	44,95	7,86	0,9
Girona	14,87	50,93	86,27	102,06	56,59	10,94	0,81
Granada	15,22	39,18	72,81	102,01	50,95	9,84	0,83
Guadalajara	12,47	33,34	79,46	121,97	61,97	8,62	0,42
Guipúzcoa	4,12	13,96	52,95	121,15	65,67	10,42	0,43
Huelva	15,58	39,16	74,24	102,21	49,15	8,22	0,31
Huesca	8,33	26,34	58,18	97,59	52,62	11,14	1,07
Illes Balears	13,35	40,6	73,11	95,11	50,16	10,24	0,98
Jaén	12,34	32,51	83,55	106,68	46,7	8,95	0,36
La Rioja	11,87	30,48	59,54	97,35	58,62	8,9	0,28
Las Palmas	18,21	43,4	62,6	75,45	44,94	9,78	0,74
León	7,81	21,2	42,3	70,22	47,61	7,1	0,84
Lleida	13,86	44,26	73,42	102,35	53,61	8,61	0,58
Lugo	9,25	18,68	38,22	64	38,97	7,47	0,25
Madrid	12,13	30,44	59,35	106,81	64,13	11,92	0,85
Málaga	16,05	40,31	73,23	103,5	55,39	9,74	0,61
Melilla	20,89	81,48	133,13	116,5	67,01	18,24	1,67
Murcia	19,17	48,34	78,89	112,44	57,81	11,29	0,75
Navarra	11,03	28,08	56,1	119,69	63,52	10,24	0,48
Ourense	7,31	19,38	46,93	65,61	37,85	7,83	0,45
Palencia	8,74	18,87	42,47	83,93	49,14	9,97	0
Pontevedra	6,55	23,47	55,53	79,81	48,76	7,76	0,45
Salamanca	7,58	17,78	46,49	80,05	49,58	8,15	0,49
S. Cruz de Tenerife	12,73	35,63	59,97	72,85	44,56	9,88	0,87
Segovia	10,18	27,94	53,23	100,66	57,86	8,71	0
Sevilla	15,77	34,77	73,25	116,07	61,18	9,29	0,78
Soria	6,61	24,59	52,63	87,08	55,57	10,82	0,99
Tarragona	14,32	46,52	77,17	101,44	52,77	9,68	0,86
Teruel	7,18	24,45	56,88	101	52,72	7,9	0,44
Toledo	12,86	34,46	75,15	107,66	51,07	8,21	0,4
Valencia	11,22	30,1	67,77	105,88	56,4	9,52	0,73
Valladolid	9,33	20,22	44,2	90,5	59,23	11,36	0,47
Vizcaya	6,19	15,47	40,88	96,45	62,13	9,96	0,38
Zamora	4,54	20,76	43,19	71,06	43,02	7,44	0,31
Zaragoza	11,15	26,29	59,11	104,57	59,46	10,32	0,37
España	12,31	33,03	65,45	100,61	55,87	9,99	0,7
Dif. Balears-Media.	1,04	7,57	7,66	-5,5	-5,71	0,25	0,28

ANEXO VI: Tasa Bruta de escolaridad por nivel de enseñanza, curso 2006-2007.

Fuente: www.mec.es

Comunidad Autónoma	Educación Infantil (0 - 2 años)	Educación Infantil (3 - 5 años)	Bachillerato (16 - 17 años)	Garantía Social (16 - 17 años)	F. P. Grado Medio (16 - 17 años)	F. P. Grado Superior (18 - 19 años)
TOTAL	18,0	97,5	70,5	5,2	26,3	23,4
Andalucía	4,1	99,4	65,5	3,7	26,2	18,9
Aragón	30,4	100,0	71,1	7,8	30,1	26,7
Asturias	8,7	97,4	80,0	4,3	31,4	31,4
Baleares	10,1	91,9	53,6	4,4	21,9	10,4
Canarias	-	97,1	69,5	4,9	29,2	22,7
Cantabria	16,5	98,1	77,5	4,6	35,7	27,3
Castilla y León	12,5	100,0	88,6	8,4	30,4	27,5
Castilla-La Mancha	2,5	100,0	67,0	5,3	21,3	17,9
Cataluña	32,1	96,7	66,8	4,1	28,2	26,3
Ceuta	4,6	100,0	66,0	23,0	22,8	32,4
C. Valenciana	11,4	94,5	59,6	3,6	27,7	22,3
Extremadura	2,9	100,0	68,4	6,4	24,0	16,8
Galicia	16,2	99,2	80,7	4,8	34,2	32,8
La Rioja	4,8	99,0	69,5	7,0	32,5	25,7
Madrid	32,9	91,5	78,9	5,3	17,6	21,5
Melilla	16,3	100,0	73,0	14,5	21,8	16,3
Murcia	14,1	99,4	67,5	8,3	21,1	18,2
Navarra	25,7	99,7	71,3	8,0	28,4	27,8
País Vasco	48,3	100,0	89,8	12,1	31,4	42,7

ANEXO VII: Censos de población de los municipios de las Pitiüsas.

Fuente: www.ine.es

Eivissa																		
	1842	1857	1860	1877	1887	1887	1897	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	2001
Población de Hecho	S.D.	5.551	5.522	7.393	7.423	7.423	5.545	6.327	6.225	6.168	7.616	9.644	12.283	11.259	16.943	25.489	30.376	S.D.
Población de Derecho	5.118	S.D.	S.D.	7.567	7.634	7.634	5.513	6.404	6.657	6.751	7.766	10.502	11.333	10.753	15.642	25.343	29.935	34.826
Hogares	1.233	1.398	1.319	1.874	2.060	2.060	1.650	1.851	1.866	1.709	2.033	2.335	3.735	2.987	4.566	7.653	9.597	12.092
Formentera																		
	1842	1857	1860	1877	1887	1887	1897	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	2001
Población de Hecho	S.D.	1.620	1.684	(*)	(*)	(*)	2.033	2.258	2.298	2.508	2.929	3.392	2.657	2.671	2.965	4.209	4.760	S.D.
Población de Derecho	1.578	S.D.	S.D.	(*)	(*)	(*)	2.142	2.295	2.616	2.816	3.228	3.083	2.838	2.886	3.017	4.222	4.333	5.553
Hogares	270	299	318	(*)	(*)	(*)	397	460	559	605	727	738	783	736	834	1.329	1.398	2.143
Sant Antoni																		
	1842	1857	1860	1877	1887	1887	1897	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	2001
Población de Hecho	S.D.	4.096	4.031	3.864	4.264	4.264	4.205	4.263	4.550	4.701	5.014	5.377	5.597	5.635	9.537	12.331	14.663	S.D.
Población de Derecho	3.539	S.D.	S.D.	3.877	4.275	4.275	4.205	4.264	4.535	5.088	5.328	5.565	6.023	5.785	8.845	11.490	13.558	15.081
Hogares	888	703	739	1.022	861	861	900	906	1.133	963	1.327	1.340	1.540	1.396	2.402	3.371	4.156	5.122
Sant Joan																		
	1842	1857	1860	1877	1887	1887	1897	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	2001
Población de Hecho	S.D.	4.100	3.964	4.238	4.214	4.214	3.787	4.229	4.808	4.134	4.612	5.391	5.037	5.137	3.412	3.283	3.527	S.D.
Población de Derecho	3.655	S.D.	S.D.	4.297	4.275	4.275	3.841	4.269	4.891	4.534	5.063	6.100	5.278	5.187	3.412	3.287	3.555	4.094
Hogares	613	718	734	936	854	854	761	1.020	1.174	812	1.004	953	1.335	960	877	974	1.198	1.583

Sant Josep																	
	1842	1857	1860	1877	1887	1897	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1981	1991	2001
Población de Hecho	S.D.	3.690	3.653	3.730	3.879	3.910	3.989	4.004	4.696	5.099	5.985	5.180	5.076	5.884	6.736	9.890	S.D.
Población de Derecho	2.874	S.D.	S.D.	3.753	3.881	3.919	3.941	4.073	5.050	5.294	5.577	5.225	5.097	5.546	6.753	9.704	14.267
Hogares	265	646	677	755	840	841	877	933	987	1.263	1.277	1.447	1.303	1.505	2.030	3.033	4.939
Santa Eulalia																	
Población de Hecho	S.D.	4.734	4.638	5.241	4.764	4.793	4.748	5.041	4.777	6.305	7.564	7.385	7.395	9.299	13.098	15.545	S.D.
Población de Derecho	4.261	S.D.	S.D.	5.288	4.766	4.796	4.770	5.089	5.169	6.699	7.697	7.453	7.517	9.011	13.060	15.557	19.808
Hogares	793	904	900	1.046	1.097	1.072	1.031	1.346	1.004	1.498	1.710	2.077	1.929	2.622	4.257	4.982	7.135
Pitüüsas																	
Población de Hecho	S.D.	23.791	23.492	24.466	24.544	24.273	25.814	26.926	26.984	31.575	37.353	38.139	37.173	48.040	65.146	78.761	S.D.
Población de Derecho	21.025	S.D.	S.D.	24.782	24.831	24.416	25.943	27.861	29.408	33.378	38.524	38.150	37.225	45.473	64.155	76.642	93.629
Hogares	4.062	4.668	4.687	5.633	5.712	5.621	6.145	7.011	6.080	7.852	8.353	10.917	9.311	12.806	19.614	24.364	33.014

S.D. Sin Datos.

(*) Formentera se encuentra incorporada en Eivissa.

ANEXO VIII: Movimientos migratorios en España (año 2006).

Fuente: www.ine.es y elaboración propia.

Provincia	Inmigración	Emigración	Saldo Total	Inmigración/ Población	Emigración/ Población	Saldo Migratorio/ Población	Saldo Migratorio Interno/ Población	Saldo Migratorio Externo/ Población	Movimientos Migratorios/ Población
Guadalajara	23.485	12.956	10.529	10,48%	5,78%	4,70%	2,80%	1,90%	16,26%
Girona	63.675	40.454	23.221	9,02%	5,73%	3,29%	0,57%	2,72%	14,75%
Tarragona	68.750	40.298	28.452	9,07%	5,32%	3,75%	1,27%	2,49%	14,39%
Illes Balears	83.343	52.859	30.484	8,09%	5,13%	2,96%	0,36%	2,60%	13,22%
Lleida	31.269	21.701	9.568	7,55%	5,24%	2,31%	0,04%	2,27%	12,79%
Barcelona	370.723	308.629	62.094	6,95%	5,79%	1,16%	-0,48%	1,64%	12,74%
Toledo	51.031	27.171	23.860	7,98%	4,25%	3,73%	1,94%	1,79%	12,23%
Almería	46.565	31.726	14.839	7,20%	4,91%	2,29%	-0,36%	2,66%	12,11%
Segovia	10.933	8.159	2.774	6,86%	5,12%	1,74%	-0,31%	2,05%	11,98%
Madrid	412.701	299.228	113.473	6,79%	4,92%	1,87%	-0,39%	2,25%	11,71%
Castellón	42.399	23.783	18.616	7,40%	4,15%	3,25%	0,69%	2,56%	11,54%
Alicante	130.197	74.784	55.413	7,13%	4,10%	3,04%	0,27%	2,77%	11,23%
Melilla	4.745	2.991	1.754	6,83%	4,31%	2,53%	-0,28%	2,80%	11,14%
Las Palmas	66.521	49.120	17.401	6,38%	4,71%	1,67%	-0,03%	1,70%	11,10%
S. Cruz de Tenerife	63.503	45.207	18.296	6,45%	4,60%	1,86%	0,00%	1,86%	11,05%
Navarra	37.479	28.446	9.033	6,19%	4,70%	1,49%	0,11%	1,38%	10,88%
La Rioja	19.221	14.113	5.108	6,22%	4,57%	1,65%	0,20%	1,46%	10,79%
Teruel	9.167	6.153	3.014	6,36%	4,27%	2,09%	-0,30%	2,40%	10,64%
Valencia	152.520	109.680	42.840	6,13%	4,41%	1,72%	0,19%	1,54%	10,55%
Cuenca	12.808	9.219	3.589	6,06%	4,36%	1,70%	-0,38%	2,07%	10,42%
Cantabria	30.728	24.027	6.701	5,36%	4,19%	1,17%	0,24%	0,93%	9,56%
Granada	46.764	37.577	9.187	5,29%	4,25%	1,04%	0,12%	0,92%	9,54%
Salamanca	17.702	15.627	2.075	5,04%	4,45%	0,59%	-0,18%	0,77%	9,49%
Málaga	88.013	53.438	34.575	5,80%	3,52%	2,28%	0,35%	1,93%	9,32%
Ávila	9.156	6.399	2.757	5,43%	3,79%	1,63%	0,20%	1,43%	9,22%
León	24.588	21.111	3.477	4,94%	4,24%	0,70%	-0,12%	0,82%	9,19%
Soria	4.806	3.792	1.014	5,13%	4,05%	1,08%	-0,24%	1,32%	9,19%
Huesca	11.491	8.184	3.307	5,22%	3,72%	1,50%	0,13%	1,38%	8,94%
Burgos	18.314	13.568	4.746	5,00%	3,71%	1,30%	-0,06%	1,36%	8,71%
Murcia	75.549	44.977	30.572	5,43%	3,23%	2,20%	0,18%	2,01%	8,66%
Ourense	15.356	13.557	1.799	4,56%	4,02%	0,53%	-0,16%	0,70%	8,58%
Valladolid	24.570	19.582	4.988	4,71%	3,75%	0,96%	0,06%	0,90%	8,46%
Zamora	8.477	7.445	1.032	4,30%	3,77%	0,52%	-0,19%	0,72%	8,07%
Zaragoza	44.832	29.567	15.265	4,81%	3,17%	1,64%	-0,04%	1,67%	7,98%
Vizcaya	47.732	42.769	4.963	4,18%	3,75%	0,43%	-0,36%	0,79%	7,93%
Albacete	17.854	12.836	5.018	4,55%	3,27%	1,28%	-0,10%	1,37%	7,83%
Palencia	6.767	6.283	484	3,91%	3,63%	0,28%	-0,28%	0,55%	7,53%
Ciudad Real	22.412	15.348	7.064	4,39%	3,01%	1,38%	0,06%	1,32%	7,40%
A Coruña	45.630	37.986	7.644	4,03%	3,35%	0,67%	0,03%	0,64%	7,38%
Huelva	20.501	15.341	5.160	4,12%	3,08%	1,04%	-0,11%	1,15%	7,20%
Ceuta	2.844	2.538	306	3,71%	3,31%	0,40%	-0,29%	0,69%	7,03%
Álava	12.166	8.675	3.491	3,98%	2,84%	1,14%	0,06%	1,08%	6,82%
Guipúzcoa	24.951	21.460	3.491	3,59%	3,09%	0,50%	-0,14%	0,64%	6,68%
Pontevedra	33.586	27.525	6.061	3,54%	2,90%	0,64%	-0,12%	0,75%	6,45%
Cáceres	13.410	12.785	625	3,26%	3,11%	0,15%	-0,27%	0,42%	6,37%
Sevilla	63.550	50.242	13.308	3,44%	2,72%	0,72%	0,18%	0,54%	6,15%
Lugo	11.799	9.702	2.097	3,32%	2,73%	0,59%	-0,05%	0,64%	6,05%
Asturias	35.074	29.650	5.424	3,26%	2,76%	0,50%	-0,07%	0,57%	6,02%
Cádiz	36.800	28.157	8.643	3,05%	2,33%	0,72%	0,11%	0,61%	5,38%
Badajoz	20.413	15.797	4.616	3,01%	2,33%	0,68%	0,13%	0,55%	5,34%
Jaén	17.851	16.398	1.453	2,69%	2,47%	0,22%	-0,23%	0,44%	5,15%
Córdoba	18.432	15.585	2.847	2,33%	1,97%	0,36%	-0,08%	0,44%	4,29%
Total	2.573.153	1.874.605	698.548	5,69%	4,15%	1,55%	0,00%	1,55%	9,84%

ANEXO IX: Población española según lugar de nacimiento (año 2008).

Fuente: Padrón municipal a 1 de enero de 2008 (www.ine.es) y elaboración propia.

Región	Total	Nacidos en el Territorio	Nacidos en el Extranjero	Nacidos en el Territorio	Nacidos en el Extranjero	Nacidos en el resto de España
Total	46.063.511	32.869.534	5.995.962	71,36%	13,02%	15,63%
Andalucía	8.177.805	6.933.376	718.543	84,78%	8,79%	6,43%
Almería	665.099	430.971	135.591	64,80%	20,39%	14,82%
Cádiz	1.219.225	1.018.988	57.266	83,58%	4,70%	11,73%
Córdoba	797.785	686.276	26.819	86,02%	3,36%	10,62%
Granada	897.388	710.758	71.619	79,20%	7,98%	12,82%
Huelva	505.249	401.386	41.381	79,44%	8,19%	12,37%
Jaén	666.190	582.196	20.981	87,39%	3,15%	9,46%
Málaga	1.555.470	1.021.035	284.406	65,64%	18,28%	16,07%
Sevilla	1.871.399	1.522.251	80.480	81,34%	4,30%	14,36%
Aragón	1.325.272	968.109	163.673	73,05%	12,35%	14,60%
Huesca	224.759	149.266	25.386	66,41%	11,29%	22,29%
Teruel	146.139	101.577	17.422	69,51%	11,92%	18,57%
Zaragoza	954.374	642.754	120.865	67,35%	12,66%	19,99%
Asturias	1.079.215	873.890	62.447	80,97%	5,79%	13,24%
Baleares	1.071.221	579.067	244.677	54,06%	22,84%	23,10%
Canarias	2.070.465	1.539.580	352.687	74,36%	17,03%	8,61%
Palmas (Las)	1.066.046	785.025	165.501	73,64%	15,52%	10,84%
S. Cruz de Tenerife	1.004.419	722.460	187.186	71,93%	18,64%	9,44%
Cantabria	581.215	443.247	42.145	76,26%	7,25%	16,49%
Castilla y León	2.553.301	2.104.874	184.191	82,44%	7,21%	10,35%
Ávila	170.982	124.055	12.961	72,55%	7,58%	19,87%
Burgos	373.546	269.549	35.058	72,16%	9,39%	18,46%
León	498.383	397.524	31.680	79,76%	6,36%	13,88%
Palencia	173.292	132.834	7.453	76,65%	4,30%	19,05%
Salamanca	352.846	277.637	21.486	78,69%	6,09%	15,23%
Segovia	163.644	115.483	20.987	70,57%	12,82%	16,61%
Soria	94.576	70.348	9.118	74,38%	9,64%	15,98%
Valladolid	528.820	364.370	35.373	68,90%	6,69%	24,41%
Zamora	197.212	159.391	10.075	80,82%	5,11%	14,07%
Castilla-La Mancha	2.038.956	1.476.167	215.007	72,40%	10,54%	17,06%
Albacete	397.347	317.647	33.596	79,94%	8,46%	11,60%
Ciudad Real	520.114	417.493	41.141	80,27%	7,91%	11,82%
Cuenca	215.089	162.298	24.568	75,46%	11,42%	13,12%
Guadalajara	237.759	112.041	36.988	47,12%	15,56%	37,32%
Toledo	668.647	416.178	78.714	62,24%	11,77%	25,99%

Cataluña	7.354.441	4.616.482	1.199.957	62,77%	16,32%	20,91%
Barcelona	5.410.790	3.228.622	832.929	59,67%	15,39%	24,94%
Girona	730.298	373.924	152.140	51,20%	20,83%	27,97%
Lleida	425.593	264.025	69.687	62,04%	16,37%	21,59%
Tarragona	787.760	395.273	145.201	50,18%	18,43%	31,39%
C. Valenciana	5.016.348	3.213.195	913.372	64,05%	18,21%	17,74%
Alicante	1.883.654	1.027.380	469.461	54,54%	24,92%	20,54%
Castellón	594.433	350.992	108.347	59,05%	18,23%	22,73%
Valencia	2.538.261	1.730.338	335.564	68,17%	13,22%	18,61%
Extremadura	1.095.894	948.513	42.603	86,55%	3,89%	9,56%
Badajoz	684.312	587.317	25.380	85,83%	3,71%	10,47%
Cáceres	411.582	338.690	17.223	82,29%	4,18%	13,53%
Galicia	2.783.100	2.451.444	194.516	88,08%	6,99%	4,93%
Coruña (A)	1.138.474	932.963	73.476	81,95%	6,45%	11,60%
Lugo	355.406	299.284	18.873	84,21%	5,31%	10,48%
Ourense	336.002	269.556	31.926	80,22%	9,50%	10,27%
Pontevedra	953.218	770.292	70.241	80,81%	7,37%	11,82%
Madrid	6.251.876	3.387.315	1.144.617	54,18%	18,31%	27,51%
Murcia	1.424.063	1.047.866	233.099	73,58%	16,37%	10,05%
Navarra	619.114	438.539	75.639	70,83%	12,22%	16,95%
País Vasco	2.155.546	1.540.834	141.811	71,48%	6,58%	21,94%
Álava	309.412	168.765	26.211	54,54%	8,47%	36,98%
Guipúzcoa	700.392	504.099	43.938	71,97%	6,27%	21,75%
Vizcaya	1.145.742	786.708	71.662	68,66%	6,25%	25,08%
La Rioja	317.020	209.490	45.620	66,08%	14,39%	19,53%
Ceuta	77.320	53.003	7.071	68,55%	9,15%	22,30%
Melilla	71.339	44.543	14.287	62,44%	20,03%	17,53%

ANEXO X: Envenenamientos por drogas, medicamentos y similares.*Año 2006.*

Fuente: Encuesta de Morbilidad Hospitalaria 2006 (INE), padrón 2006 (INE) y elaboración propia.

	Casos	Padrón Municipal	Casos/ Habitantes
Total	8.630	44.710.964	0,0193%
Andalucía	1.224	7.975.672	0,0153%
Almería	61	635.850	0,0096%
Cádiz	184	1.194.062	0,0154%
Córdoba	155	788.287	0,0197%
Granada	177	876.184	0,0202%
Huelva	112	492.174	0,0228%
Jaén	88	662.751	0,0133%
Málaga	153	1.491.287	0,0103%
Sevilla	294	1.835.077	0,0160%
Aragón	240	1.277.471	0,0188%
Huesca	46	218.023	0,0211%
Teruel	24	142.160	0,0169%
Zaragoza	170	917.288	0,0185%
Asturias	298	1.076.896	0,0277%
Baleares	294	1.001.062	0,0294%
Canarias	230	1.995.833	0,0115%
Las Palmas	89	1.024.186	0,0087%
Santa Cruz de Tenerife	141	971.647	0,0145%
Cantabria	112	568.091	0,0197%
Castilla y León	511	2.523.020	0,0203%
Ávila	8	167.818	0,0048%
Burgos	52	363.874	0,0143%
León	98	498.223	0,0197%
Palencia	55	173.153	0,0318%
Salamanca	110	353.110	0,0312%
Segovia	34	156.598	0,0217%
Soria	18	93.503	0,0193%
Valladolid	117	519.249	0,0225%
Zamora	19	197.492	0,0096%
Castilla - La Mancha	219	1.932.261	0,0113%
Albacete	30	387.658	0,0077%
Ciudad Real	84	506.864	0,0166%
Cuenca	13	208.616	0,0062%
Guadalajara	36	213.505	0,0169%
Toledo	56	615.618	0,0091%

Cataluña	2.041	7.134.697	0,0286%
Barcelona	1.729	5.309.404	0,0326%
Girona	120	687.331	0,0175%
Lleida	64	407.496	0,0157%
Tarragona	128	730.466	0,0175%
Comunidad Valenciana	991	4.808.908	0,0206%
Alicante	328	1.783.555	0,0184%
Castellón	83	559.761	0,0148%
Valencia	580	2.465.592	0,0235%
Extremadura	156	1.086.373	0,0144%
Badajoz	100	673.474	0,0148%
Cáceres	56	412.899	0,0136%
Galicia	503	2.767.524	0,0182%
A Coruña	217	1.129.141	0,0192%
Lugo	48	356.595	0,0135%
Ourense	65	338.671	0,0192%
Pontevedra	173	943.117	0,0183%
Madrid	915	6.008.183	0,0152%
Murcia	265	1.370.306	0,0193%
Navarra	78	601.874	0,0130%
País Vasco	447	2.133.684	0,0209%
Álava	117	301.926	0,0388%
Guipúzcoa	161	691.895	0,0233%
Vizcaya	169	1.139.863	0,0148%
La Rioja	92	306.377	0,0300%
Ceuta	12	75.861	0,0158%
Melilla	2	66.871	0,0030%

ANEXO XI: Cuestionario de 2011.



Universitat de les Illes Balears



UNIVERSIDAD
PABLO DE OLAVIDE
SEVILLA

ENCUESTA DE ACTITUDES HACIA EL TURISMO

El Sr. José Ramón Cardona está elaborando, como parte de su tesis doctoral, un estudio para conocer las actitudes y opiniones de los residentes hacia el turismo. El objetivo es conocer la postura de los habitantes de Ibiza a la hora de valorar los efectos del turismo. De esta manera, su opinión constituye la información estadística básica sobre la cual podrán extraerse conclusiones para comprender las actitudes de la población hacia el turismo y tratar de mejorar el bienestar de los residentes.

El cuestionario está pensado para ser contestado totalmente en un tiempo aproximado de 15 a 20 minutos.

Lea atentamente las escalas del cuestionario antes de empezar a contestar

Confiamos en su desinteresada colaboración y le agradecemos, en cualquier caso, su atención.

A continuación aparece una lista de productos u ofertas turísticas, ¿podría decirnos cuáles son para usted más o menos aceptables? **(Marque una única respuesta)**

	Totalmente inaceptable	Bastante inaceptable	Indiferente	Bastante aceptable	Muy aceptable	No sabe / No contesta
79. <i>All inclusive</i> o “Todo incluido”.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
80. Golf.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
81. Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
82. Otras formas de turismo deportivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
83. Turismo Náutico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
84. Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
85. Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
86. Agroturismo, Turismo Rural, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
87. Casas vacacionales (en alquiler).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
88. Turismo basado en la cultura y el patrimonio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
89. “Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
90. Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
91. Turismo de sol y playa familiar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Las siguientes preguntas están relacionadas con su arraigo personal a la localidad o municipio donde actualmente reside. Lea detenidamente las preguntas y marque la más apropiada. **(Marque una única respuesta)**

92. En su localidad, ¿se siente “integrado/a”?

Nada en Absoluto Algo Bastante Mucho

93. ¿Qué interés tiene en las noticias que suceden en su localidad o municipio?

Nada en Absoluto Algo Bastante Mucho

94. Suponga que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de su municipio, pero dentro de la isla. ¿Cómo se sentiría?

Muy contento/a.
 Contento/a.
 Indiferente.
 Disgustado/a.
 Muy disgustado/a.

95. Suponga ahora, que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de la isla. ¿Cómo se sentiría?

Muy contento/a.
 Contento/a.
 Indiferente.
 Disgustado/a.
 Muy disgustado/a.

Finalmente, le agradeceríamos que contestara la información personal que aparece a continuación. Le recordamos que la encuesta es anónima y que en ningún caso se facilitarán o utilizarán sus datos personales para otras finalidades que no sean las del propio control de la encuesta.

96. Sexo. Hombre Mujer

97. Edad.

98. Nivel Estudios: Sin Estudios.
 Estudios Primarios. Estudios Secundarios Estudios Superiores.

99. Incluyéndose a usted, ¿Cuántas personas integran su hogar?

100. ¿Cuántas de estas personas trabajan?

101. ¿Dónde nació? Ibiza. Fuera de Ibiza.

102. ¿Qué idioma (o idiomas) utiliza en su entorno familiar? (la respuesta puede ser múltiple)
 Catalán / Ibicenco. Castellano. Otros:

103. ¿Dónde vive? Localidad..... CP 07.....
Municipio Residencia: Eivissa Sant Antoni
 Sant Joan Sant Josep Santa Eulària

104. ¿Cuántos años hace que reside en Ibiza?
 Toda la Vida.
 Vine a vivir hace años.
 Sólo residí durante la temporada turística, por trabajo, desde hace años.

105. ¿Se considera usted ibicenco/a?
 Si No No lo sé.

106. ¿Usted pertenece a alguna asociación? (puede marcar más de una respuesta)
 Partido político. Asociación cultural. Grupo ecologista.
 Grupo religioso. Entidad deportiva. Sindicato.
 Otros (especificar):

107. ¿Cuál es su ocupación principal?
 Asalariado (Empleado). Labores de la Casa.
 Asalariado (Mandos Intermedios). Estudiante.
 Asalariado (Alto Ejecutivo). Retirado / Jubilado.
 Trabaja para la Administración. Sin Empleo.
 Empresario (Propietario Empresa). Otros (especificar):
 Profesional Liberal.

108. ¿Trabaja en el sector turístico o entra en contacto con los turistas debido a su ocupación?
 Si No

109. ¿Cuáles son, aproximadamente, los ingresos netos familiares anuales? (incluyendo todos los ingresos de todos los miembros de la familia)
 Menos de 15.000 € De 45.001 € a 60.000 €
 De 15.001 € a 30.000 € De 60.001 € a 75.000 €
 De 30.001 € a 45.000 € Más de 75.000 €

110. ¿Cómo se verían afectados sus ingresos familiares ante un fuerte retroceso de la actividad turística?
 Bajarían mucho. No cambiarían.
 Bajarían Aumentarían.

LE AGRADECEMOS SINCERAMENTE SU VALIOSA COLABORACIÓN

ANEXO XII: Volcado de la encuesta de 2002.

Datos referentes a la submuestra de Ibiza.

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	0,44%	0,88%	1,77%	26,99%	69,91%
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	1,33%	7,52%	8,41%	51,33%	31,42%
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	4,87%	17,70%	10,18%	42,48%	24,78%
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	0,44%	3,10%	5,31%	30,53%	60,62%
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	0,88%	7,52%	9,73%	35,84%	46,02%
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	3,98%	34,51%	19,47%	23,01%	19,03%
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	1,77%	9,73%	11,50%	41,59%	35,40%
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	6,64%	31,86%	11,50%	26,99%	23,01%
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	3,54%	27,88%	19,91%	31,42%	17,26%
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	1,33%	11,06%	18,58%	44,25%	24,78%
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,98%	26,99%	15,93%	34,51%	18,58%
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	2,21%	13,72%	11,06%	30,97%	42,04%
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	0,88%	26,11%	12,83%	30,97%	29,20%
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	3,98%	34,96%	23,01%	21,68%	16,37%
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	1,77%	8,85%	19,47%	34,07%	35,84%
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	6,64%	19,03%	16,81%	29,20%	28,32%
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	0,88%	12,39%	7,96%	37,17%	41,59%
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.	6,19%	15,49%	28,76%	25,22%	24,34%
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	1,33%	6,19%	4,42%	42,04%	46,02%
Los efectos positivos superan a los negativos.	2,21%	15,04%	12,83%	39,82%	30,09%
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	1,33%	9,73%	10,62%	41,59%	36,73%
El número de turistas debería seguir aumentando.	16,37%	30,53%	9,73%	22,57%	20,80%
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	2,21%	14,16%	11,95%	33,19%	38,50%
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	2,21%	1,77%	7,08%	23,01%	65,93%
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	1,33%	13,27%	7,52%	41,59%	36,28%

Anexos.

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.	7,08%	21,24%	14,16%	29,65%	27,88%
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	1,77%	9,73%	19,91%	30,97%	37,61%
Tenemos un turismo de baja calidad.	2,65%	5,75%	7,96%	31,42%	52,21%
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	9,29%	37,17%	13,27%	23,01%	17,26%
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	0,00%	3,54%	7,96%	42,04%	46,46%
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.	19,91%	36,73%	15,49%	15,49%	12,39%
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	6,19%	16,81%	12,83%	34,96%	29,20%
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	0,88%	3,54%	9,29%	36,28%	50,00%
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	14,16%	31,42%	18,58%	22,57%	13,27%
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.	20,80%	37,17%	20,35%	12,39%	9,29%
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	3,10%	21,24%	15,93%	34,96%	24,78%

Valoración de distintos tipos de oferta:

	Totalmente inaceptable	Bastante inaceptable	Indiferente	Bastante aceptable	Muy aceptable
<i>All inclusive</i> o "Todo incluido".	41,15%	22,57%	15,49%	8,41%	12,39%
Golf.	8,41%	11,50%	28,32%	29,20%	22,57%
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	1,77%	4,42%	23,01%	34,96%	35,84%
Otras formas de turismo deportivo.	0,00%	2,21%	15,49%	43,81%	38,50%
Turismo Náutico.	1,77%	3,54%	15,49%	40,27%	38,94%
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	0,00%	1,77%	18,58%	40,27%	39,38%
Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).	0,44%	1,77%	10,18%	30,97%	56,64%
Agroturismo, Turismo Rural, etc.	0,88%	2,65%	9,29%	31,86%	55,31%
Casas vacacionales (en alquiler).	2,65%	4,87%	23,89%	38,05%	30,53%
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.	0,88%	1,33%	8,85%	38,05%	50,88%
"Turismo de marcha" (Bares, discotecas, etc.).	23,89%	24,78%	19,47%	17,26%	14,60%
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	7,08%	10,18%	25,22%	30,53%	26,99%
Turismo de sol y playa familiar.	0,44%	5,75%	12,39%	42,04%	39,38%

ANEXO XIII: Volcado de la encuesta de 2011.

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No Sabe / No Contesta
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	0,72%	0,96%	1,44%	40,91%	55,50%	0,48%
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	0,48%	3,59%	3,83%	48,09%	42,11%	1,91%
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	0,96%	2,15%	3,35%	47,61%	44,50%	1,44%
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.	0,48%	1,67%	0,24%	24,88%	71,05%	1,67%
La situación económica de la isla es preocupante.	0,72%	12,20%	5,02%	44,50%	33,49%	4,07%
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.	3,11%	14,35%	11,24%	45,45%	24,64%	1,20%
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	6,22%	20,10%	10,05%	43,06%	18,66%	1,91%
El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.	2,39%	13,40%	9,33%	43,06%	29,67%	2,15%
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	2,63%	2,15%	5,50%	42,58%	46,41%	0,72%
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.	4,78%	18,18%	12,44%	27,51%	29,90%	7,18%
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	11,72%	40,91%	15,07%	17,94%	11,72%	2,63%
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	6,22%	26,56%	13,40%	25,84%	18,42%	9,57%
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	9,09%	25,60%	12,92%	37,08%	11,00%	4,31%
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	3,35%	25,60%	11,24%	42,34%	12,68%	4,78%
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	5,26%	20,57%	12,20%	43,78%	9,81%	8,37%
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	2,39%	11,24%	13,88%	49,76%	19,62%	3,11%
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	5,98%	28,23%	20,33%	34,45%	7,66%	3,35%
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	4,78%	26,56%	12,20%	39,95%	11,48%	5,02%
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	14,83%	40,43%	14,59%	18,42%	4,55%	7,18%
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	3,35%	19,14%	12,92%	39,71%	21,53%	3,35%
Se vive mejor ahora que hace veinte años.	11,96%	23,44%	12,20%	26,56%	13,40%	12,44%
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	4,07%	28,47%	11,96%	33,73%	17,22%	4,55%
Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.	0,00%	2,15%	4,78%	46,65%	44,02%	2,39%
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	5,50%	40,43%	16,03%	22,73%	8,13%	7,18%
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	1,67%	4,07%	9,81%	36,12%	44,50%	3,83%

Anexos.

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No Sabe / No Contesta
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	8,61%	27,75%	14,83%	28,71%	18,42%	1,67%
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.	3,59%	17,94%	5,74%	39,47%	28,47%	4,78%
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	1,91%	15,07%	5,98%	42,34%	30,38%	4,31%
El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.	8,61%	37,32%	16,51%	25,12%	5,50%	6,94%
La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.	1,91%	18,18%	15,31%	37,32%	15,31%	11,96%
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.	2,87%	20,57%	22,25%	34,69%	16,51%	3,11%
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	1,67%	8,61%	6,22%	49,28%	30,38%	3,83%
Los efectos positivos superan a los negativos.	3,35%	11,72%	12,20%	46,17%	19,14%	7,42%
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	2,63%	10,53%	8,61%	50,24%	22,73%	5,26%
Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	1,44%	0,96%	4,55%	42,82%	47,61%	2,63%
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	1,91%	14,59%	15,07%	43,78%	17,94%	6,70%
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	13,16%	44,74%	11,96%	18,66%	7,42%	4,07%
El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).	1,67%	9,09%	12,68%	45,69%	18,66%	12,20%
Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.	10,05%	22,25%	26,79%	22,01%	6,46%	12,44%
El número de turistas debería seguir aumentando.	13,16%	30,86%	7,66%	28,71%	16,03%	3,59%
Debería incrementarse la promoción turística de la isla.	2,63%	9,57%	9,09%	39,00%	36,84%	2,87%
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	10,05%	27,27%	14,11%	35,89%	8,13%	4,55%
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario disminuir progresivamente el número de turistas.	11,00%	50,48%	15,07%	13,64%	4,07%	5,74%
La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.	3,11%	7,89%	10,29%	39,23%	27,51%	11,96%
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.	4,78%	19,38%	7,89%	39,71%	25,36%	2,87%
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	1,67%	3,35%	3,59%	27,27%	62,44%	1,67%
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	1,67%	6,46%	4,55%	46,89%	38,76%	1,67%
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.	5,98%	29,90%	11,24%	24,88%	25,12%	2,87%
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	2,15%	10,53%	10,29%	31,58%	33,97%	11,48%
Tenemos un turismo de baja calidad.	1,44%	12,44%	5,98%	37,80%	38,28%	4,07%
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.	14,11%	31,10%	11,24%	24,40%	10,53%	8,61%
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	0,72%	2,15%	5,98%	47,37%	40,91%	2,87%

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No Sabe / No Contesta
Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.	35,17%	47,37%	7,66%	5,02%	2,15%	2,63%
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.	13,88%	35,65%	11,24%	17,70%	11,24%	10,29%
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	7,42%	24,40%	11,00%	27,51%	19,86%	9,81%
Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.	8,85%	35,41%	18,42%	18,90%	10,29%	8,13%
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	0,96%	1,44%	3,11%	40,91%	51,91%	1,67%
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	8,13%	30,62%	11,48%	28,23%	13,64%	7,89%
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.	16,27%	42,34%	11,00%	14,11%	7,66%	8,61%
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.	3,59%	21,05%	16,51%	38,04%	10,53%	10,29%

Valoración de distintos tipos de oferta:

	Totalmente inaceptable	Bastante inaceptable	Indiferente	Bastante aceptable	Muy aceptable	No sabe / No contesta
<i>All inclusive</i> o “Todo incluido”.	38,04%	31,10%	10,53%	11,48%	4,78%	4,07%
Golf.	13,64%	12,68%	15,79%	29,43%	24,64%	3,83%
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	0,48%	2,39%	7,89%	31,10%	54,07%	4,07%
Otras formas de turismo deportivo.	0,24%	2,39%	5,02%	28,23%	59,33%	4,78%
Turismo Náutico.	0,72%	2,39%	6,46%	25,84%	61,48%	3,11%
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	0,48%	3,11%	7,66%	27,51%	55,74%	5,50%
Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).	0,48%	3,83%	4,78%	22,49%	65,31%	3,11%
Agroturismo, Turismo Rural, etc.	0,00%	1,44%	3,59%	23,21%	69,14%	2,63%
Casas vacacionales (en alquiler).	0,96%	2,87%	10,29%	37,80%	44,74%	3,35%
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.	0,72%	4,07%	3,83%	27,51%	60,05%	3,83%
“Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).	12,20%	21,77%	16,27%	30,38%	15,07%	4,31%
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	1,67%	5,98%	12,92%	38,52%	37,08%	3,83%
Turismo de sol y playa familiar.	0,72%	3,35%	3,35%	30,86%	59,09%	2,63%

Preocupaciones de los residentes:

	Total Despreocupación	Poca Preocupación	Bastante Preocupación	Mucha Preocupación	Problema Principal.	No sabe / No contesta
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.	3,11%	9,57%	28,95%	34,69%	22,01%	1,67%
Escuelas y otras infraestructuras educativas.	4,78%	7,18%	20,33%	39,47%	24,88%	3,35%
La inseguridad ciudadana.	3,35%	19,38%	26,08%	33,25%	14,11%	3,83%
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	3,11%	9,81%	36,84%	32,30%	14,35%	3,59%
El desarrollo económico.	2,39%	7,66%	23,92%	34,93%	27,99%	3,11%
Las carreteras y el transporte.	3,35%	25,60%	29,90%	25,84%	12,68%	2,63%
El paro y las oportunidades laborales.	4,78%	5,02%	14,35%	27,27%	46,65%	1,91%

Actitudes de los residentes hacia las discotecas:

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No Sabe / No Contesta
Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.	10,05%	21,77%	16,27%	37,80%	10,05%	4,07%
El turismo <i>clubber</i> (turistas que vienen por las discotecas) puede considerarse turismo de calidad.	37,32%	37,08%	6,94%	11,24%	3,35%	4,07%
Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.	3,83%	10,77%	9,81%	46,89%	23,92%	4,78%
Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.	5,02%	5,50%	4,55%	48,33%	34,93%	1,67%
El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.	2,63%	11,72%	7,18%	48,56%	27,03%	2,87%
Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.	19,86%	26,79%	12,20%	23,68%	11,72%	5,74%
Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.	30,86%	37,32%	7,66%	11,24%	8,85%	4,07%
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.	29,19%	41,39%	8,13%	13,88%	3,11%	4,31%
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.	22,97%	28,71%	15,07%	16,27%	4,78%	12,20%
Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.	20,57%	33,01%	13,88%	10,05%	3,11%	19,38%
El Cluster musical <i>Ibiza Music Cluster</i> es muy conocido por la población.	16,75%	28,71%	16,51%	9,57%	2,63%	25,84%

ANEXO XIV: Tabulación del nivel de significación (2002).

A continuación se indican las Tabulaciones cruzadas de valores medios, de la submuestra de 2002 para Ibiza, que han resultado significativas mediante la prueba F de Snedecor y a que nivel de significación.

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Idioma más frecuente	Municipio de residencia	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Ocupación principal	Trabaja con turistas
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.				0,05		0,01			0,01
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.			0,01			0,01	0,01		
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	0,05		0,01				0,01		
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.	0,01								0,05
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.									
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.			0,05						
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).									
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	0,01	0,01	0,01				0,05		0,05
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.	0,01		0,01				0,01	0,05	
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.			0,05						
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	0,01		0,01				0,01		
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.									
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.									
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.			0,05				0,05		
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.			0,01			0,01	0,01		
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	0,05	0,05						0,01	
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.									
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.									
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.						0,01			
Los efectos positivos superan a los negativos.			0,01			0,01	0,01		
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	0,05		0,01			0,01	0,01		
El número de turistas debería seguir aumentando.		0,05	0,01						
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.		0,01	0,01		0,05			0,05	0,05

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Idioma más frecuente	Municipio de residencia	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Ocupación principal	Trabaja con turistas
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.									
Creo que el turismo genera beneficios para todos.			0,01			0,01	0,05		
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.			0,05					0,05	
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.			0,01						
Tenemos un turismo de baja calidad.		0,05						0,01	
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.			0,01				0,01		
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.									
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.						0,05	0,01		
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.		0,01							
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.	0,05								
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.			0,01				0,01		
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.			0,01	0,01	0,05		0,01		
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.		0,01	0,01						
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.				0,05			0,05		
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.				0,01	0,05	0,01	0,05		
<i>All inclusive</i> o “Todo incluido”.				0,01	0,01			0,05	
Golf.		0,05			0,01		0,05		
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).	0,01						0,05		
Otras formas de turismo deportivo.	0,01								
Turismo Náutico.			0,05				0,01	0,01	
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	0,05							0,05	0,05
Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).					0,05				
Agroturismo, Turismo Rural, etc.									
Casas vacacionales (en alquiler).						0,05	0,05		
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.									
“Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).		0,05	0,01	0,05					
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).				0,01				0,05	
Turismo de sol y playa familiar.			0,05		0,01		0,01		

ANEXO XV: Tabulación del nivel de significación (2011).

A continuación se indican las Tabulaciones cruzadas de valores medios que han resultado significativas mediante la prueba F de Snedecor y a que nivel de significación.

	.Sexo	.Edad	.Nivel de estudios	.Lugar de nacimiento	.Idioma más frecuente	.Ha vivido en la isla...	.Años en la isla	.Sentimiento de Ibicenco	.Localidad de residencia	.Municipio de residencia
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.										
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.										
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.		0,01								
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.		0,05								
La situación económica de la isla es preocupante.										0,05
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.		0,01								
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).		0,01	0,05							
El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.		0,05			0,05					
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.							0,05			
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.							0,05			
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.		0,01								
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).					0,05		0,05			
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.		0,01								
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.										
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.										
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.										
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.		0,01							0,05	0,01
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	0,05	0,05								
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.		0,01			0,05					
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.										
Se vive mejor ahora que hace veinte años.	0,01		0,01							0,05
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.		0,01		0,01		0,01				

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Lugar de nacimiento	Idioma más frecuente	Ha vivido en la isla...	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Localidad de residencia	Municipio de residencia
Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.										
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.		0,01								
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.						0,05	0,05	0,05		
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.	0,05	0,05			0,05		0,05			
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.		0,01	0,01							
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.			0,05							
El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.										
La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.										
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.										
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.	0,05									
Los efectos positivos superan a los negativos.		0,01		0,01		0,05		0,05		
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.		0,01		0,01		0,01	0,01	0,01		
Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).										
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.		0,01		0,05						
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.										
El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).	0,01	0,01								
Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.				0,05		0,01				
El número de turistas debería seguir aumentando.	0,05	0,05			0,01					
Debería incrementarse la promoción turística de la isla.										
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.		0,05		0,05					0,05	0,05
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario disminuir progresivamente el número de turistas.		0,05								
La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.	0,05	0,05			0,01					
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.		0,01					0,05			
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.	0,01									
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	0,05	0,01	0,05	0,05						

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Lugar de nacimiento	Idioma más frecuente	Ha vivido en la isla...	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Localidad de residencia	Municipio de residencia
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.		0,01		0,01		0,05				
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.				0,01		0,05				
Tenemos un turismo de baja calidad.	0,05									
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.			0,01	0,05		0,05	0,01	0,05		
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.				0,01		0,01				
Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.			0,05							
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.		0,05								
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.		0,01	0,01		0,01					
Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.		0,01								
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.										
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	0,01				0,01		0,05			
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.		0,01			0,01					
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.		0,01	0,05							
Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.	0,01									
El turismo <i>clubber</i> (turistas que vienen por las discotecas) puede considerarse turismo de calidad.	0,01									
Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.							0,05			
Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.										
El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.										
Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.	0,05									
Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.				0,05	0,01		0,05			
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.							0,05			
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.	0,05	0,01					0,01	0,05		
Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.		0,05			0,05					
El Cluster musical <i>Ibiza Music Cluster</i> es muy conocido por la población.							0,01			

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Lugar de nacimiento	Idioma más frecuente	Ha vivido en la isla...	Años en la isla	Sentimiento de Ibicenco	Localidad de residencia	Municipio de residencia
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.			0,01							
Escuelas y otras infraestructuras educativas.	0,05	0,05	0,05							
La inseguridad ciudadana.										
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.			0,05							
El desarrollo económico.										
Las carreteras y el transporte.					0,01					
El paro y las oportunidades laborales.										
<i>All inclusive</i> o “Todo incluido”.		0,05					0,01			0,05
Golf.	0,01	0,01					0,01			
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).										
Otras formas de turismo deportivo.										
Turismo Náutico.							0,05	0,05		
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.										
Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).										
Agroturismo, Turismo Rural, etc.										
Casas vacacionales (en alquiler).										
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.										
“Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).		0,05			0,05					
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).		0,05					0,05			
Turismo de sol y playa familiar.	0,05						0,05	0,05		
En su localidad, ¿se siente “integrado/a”?	0,01			0,01		0,01	0,01	0,01	0,01	
¿Qué interés tiene en las noticias que suceden en su localidad o municipio?		0,05		0,05			0,01	0,01		
Suponga que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de su municipio, pero dentro de la isla. ¿Cómo se sentiría?		0,01	0,01	0,05			0,01		0,01	0,01
Suponga ahora, que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de la isla. ¿Cómo se sentiría?		0,01	0,01	0,01		0,01	0,01	0,01		0,01

A continuación, se cruzan estos mismos ítems con otro grupo de variables demográficas.

	Miembro Asociación	Partido político	Asociación cultural	Grupo ecologista	Entidad deportiva	Sindicato	Ocupación principal	Trabaja con turistas	Ingresos familiares	Variación de ingresos
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.										0,01
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.										0,01
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.							0,01	0,05	0,05	0,01
Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.										0,01
La situación económica de la isla es preocupante.						0,01				
El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.							0,01	0,01	0,05	0,01
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).							0,01	0,01		0,01
El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.										
El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.										
El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.		0,05								
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.							0,05			
Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).										
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.							0,01	0,05		0,01
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.										
El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.										0,05
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.								0,05	0,05	0,01
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	0,05							0,01		0,01
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.						0,05		0,05		
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.										
El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.										
Se vive mejor ahora que hace veinte años.			0,05				0,01		0,05	
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.										
Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.										

	Miembro Asociación	Partido político	Asociación cultural	Grupo ecologista	Entidad deportiva	Sindicato	Ocupación principal	Trabaja con turistas	Ingresos familiares	Variación de ingresos
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.										0,01
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.			0,05					0,01		0,01
Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.							0,01	0,01		0,01
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.							0,05	0,01		0,05
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.										
El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.							0,05			
La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.										
Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.								0,05		0,01
El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.								0,05		0,05
Los efectos positivos superan a los negativos.		0,01					0,01	0,05	0,05	0,01
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.							0,01	0,05		0,01
Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).				0,01						0,01
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.							0,05	0,05		0,05
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.			0,05							0,05
El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).										0,01
Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.										
El número de turistas debería seguir aumentando.			0,01					0,01		0,01
Debería incrementarse la promoción turística de la isla.				0,01			0,01			0,01
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.							0,01	0,01		0,01
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario disminuir progresivamente el número de turistas.			0,01	0,05			0,05	0,05		0,01
La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.		0,05					0,05			0,01
El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.				0,05			0,01	0,01	0,01	0,01
No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.										
Creo que el turismo genera beneficios para todos.							0,01	0,01		0,01
Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.		0,01					0,01			0,01

	Miembro Asociación	Partido político	Asociación cultural	Grupo ecologista	Entidad deportiva	Sindicato	Ocupación principal	Trabaja con turistas	Ingresos familiares	Variación de ingresos
Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.								0,05		0,05
Tenemos un turismo de baja calidad.										
Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.								0,01		0,01
Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.	0,05			0,01						
Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.				0,01		0,05				0,05
Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.										0,01
¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.	0,05									
Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.										
Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.				0,01						
A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	0,01	0,05	0,01	0,05				0,01		0,01
Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.										
A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.					0,05					
Me gusta la oferta de ocio nocturno de la isla.								0,05		0,01
El turismo <i>clubber</i> (turistas que vienen por las discotecas) puede considerarse turismo de calidad.						0,01				
Las discotecas crean ofertas de ocio y promociones sólo orientadas a los turistas.										
Las grandes discotecas de la isla (Pacha, Space, Amnesia, Privilege, etc.) son un componente muy importante de la imagen de Ibiza.					0,05					0,05
El turismo de ocio nocturno (bares y discotecas) genera inconvenientes de ruido, suciedad y atascos en niveles tolerables.					0,05					
Debe fomentarse el sector de las discotecas, el ocio nocturno y la música electrónica con la finalidad de consolidar Ibiza como referente mundial.						0,05		0,01		0,05
Debe permitirse libertad de horarios a las discotecas, para garantizar la pervivencia de un sector clave en la imagen turística de Ibiza.						0,05		0,01		
En la gestión de la oferta de ocio nocturno se tiene en cuenta a la población residente.			0,05							
Los propietarios de las grandes discotecas son un ejemplo de buena actuación empresarial.								0,01		0,01
Los propietarios de discotecas tienen poco poder al negociar con las administraciones.									0,05	
El Cluster musical <i>Ibiza Music Cluster</i> es muy conocido por la población.	0,01	0,01								

	Miembro Asociación	Partido político	Asociación cultural	Grupo ecologista	Entidad deportiva	Sindicato	Ocupación principal	Trabaja con turistas	Ingresos familiares	Variación de ingresos
Conservación del Entorno y Medio Ambiente.		0,05	0,05	0,05			0,01			
Escuelas y otras infraestructuras educativas.							0,01		0,01	
La inseguridad ciudadana.						0,05	0,05	0,01	0,01	
Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	0,05		0,05	0,05						
El desarrollo económico.							0,05			0,05
Las carreteras y el transporte.							0,05			
El paro y las oportunidades laborales.			0,05			0,05	0,05			0,01
<i>All inclusive</i> o “Todo incluido”.							0,01	0,05		0,01
Golf.	0,01	0,05			0,05		0,01	0,05		0,01
Cicloturismo (ciclistas que vienen a entrenar).							0,01		0,01	
Otras formas de turismo deportivo.	0,05						0,01		0,01	
Turismo Náutico.					0,05		0,01		0,01	0,05
Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.							0,01		0,01	
Turísticos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).							0,05			
Agroturismo, Turismo Rural, etc.							0,01		0,05	0,05
Casas vacacionales (en alquiler).										0,05
Turismo basado en la cultura y el patrimonio.							0,01		0,05	
“Turismo de marcha” (Bares, discotecas, etc.).							0,01			0,05
Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).							0,05			
Turismo de sol y playa familiar.		0,05	0,01							0,05
En su localidad, ¿se siente “integrado/a”?		0,01					0,05			
¿Qué interés tiene en las noticias que suceden en su localidad o municipio?	0,05					0,05	0,01		0,01	
Suponga que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de su municipio, pero dentro de la isla. ¿Cómo se sentiría?					0,05			0,01		0,05
Suponga ahora, que se ve obligado/a a cambiar de residencia, fuera de la isla. ¿Cómo se sentiría?			0,05				0,05			0,01

ANEXO XVI: Segmentación actitudes de los residentes (2011).

Identificación de las variables.

Nombre corto	Nombre largo
Res 001	Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.
Res 002	El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.
Res 003	El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.
Res 004	Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía de nuestra isla.
Res 005	La situación económica de la isla es preocupante.
Res 006	El sector turístico genera puestos de trabajo buenos y atractivos para los residentes.
Res 007	Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).
Res 008	El turismo lleva asociado que determinados servicios a la comunidad, como policía, seguridad ciudadana o recogida de basuras, estén saturados.
Res 009	El turismo incrementa los problemas de tráfico en las carreteras y ciudades.
Res 010	El turismo ha causado inflación y, en particular, es la causa del aumento del precio de la vivienda.
Res 011	El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.
Res 012	Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).
Res 013	El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.
Res 014	El turismo genera un cambio importante de la cultura local.
Res 015	El turismo ha ayudado a financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.
Res 016	El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.
Res 017	El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.
Res 018	El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.
Res 019	El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.
Res 020	El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.
Res 021	Se vive mejor ahora que hace veinte años.
Res 022	El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.
Res 023	Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.
Res 024	El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.
Res 025	Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.
Res 026	Me siento agobiado por la gran cantidad de turistas durante los meses de verano.
Res 027	El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la isla.
Res 028	El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.
Res 029	El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.

Res 030	La degradación del medio ambiente dificulta el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.
Res 031	Me molestan los ruidos provenientes de establecimientos turísticos.
Res 032	El turismo ha tenido efectos positivos, pero también negativos para la calidad de vida de los residentes.
Res 033	Los efectos positivos superan a los negativos.
Res 034	Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.
Res 035	Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).
Res 036	La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.
Res 037	Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.
Res 038	El turismo aumenta las rentas públicas (ingresos por tasas e impuestos).
Res 039	Creo que tengo una gran capacidad de influir en el futuro de la isla.
Res 040	El número de turistas debería seguir aumentando.
Res 041	Debería incrementarse la promoción turística de la isla.
Res 042	La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.
Res 043	Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario disminuir progresivamente el número de turistas.
Res 044	La gestión turística es mejor si se realiza a nivel insular que si se realiza a nivel autonómico o nacional.
Res 045	El turismo ha de seguir siendo la principal actividad económica de estas islas.
Res 046	No es bueno incrementar más el número de turistas: tenemos que tratar de incrementar la calidad del turismo.
Res 047	Creo que el turismo genera beneficios para todos.
Res 048	Creo que el turismo beneficia, sobre todo, a unos cuantos.
Res 049	Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.
Res 050	Tenemos un turismo de baja calidad.
Res 051	Las decisiones sobre turismo las deben tomar los empresarios del sector, porque ellos son los que entienden de ello.
Res 052	Debe existir regulación y control sobre la actividad turística por parte de las Administraciones, porque el turismo es cosa de todos y afecta a todos.
Res 053	Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera tenemos unos meses de mucha actividad y otros que podemos dedicarlos a descansar.
Res 054	Es un error hacer pagar tasas turísticas a los turistas.
Res 055	¿Por qué crecer tanto (en turistas, urbanizaciones...)? Lo que tenemos ya es más que suficiente para que los residentes vivamos bien.
Res 056	Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, etc.) pero sin nuevos alojamientos.
Res 057	Los turistas deberían venir más repartidos durante todo el año.
Res 058	A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.
Res 059	Es bueno para la isla que se abran más plazas hoteleras y de apartamentos.
Res 060	A partir de ahora, el número de turistas debería mantenerse.

Tabulación cruzada de medias y desviaciones estándar de las variables en los grupos generados por el Análisis Cluster (con prueba F de Snedecor / Tabla ANOVA).

		Total	Partidarios Entusiastas	Críticos	Partidarios Interesados	Partidarios con Opinión Matizada	Neutros	
N° de integrantes:		418	82	98	85	96	57	
% de la muestra:		100%	19,6%	23,5%	20,3%	23,0%	13,6%	
Suma de cuadrados:		27.968,37	4.191,41	5.368,98	4.853,81	4.418,99	3.706,95	
Variables								F de Snedecor
Res 001	Media:	4,50	4,77+	4,33	4,61	4,59	4,05-	F(4, 413) = 14,45 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,66	0,42	0,67	0,63	0,61	0,74	
Res 002	Media:	4,28	4,56+	4,05	4,38	4,43	3,86-	F(4, 413) = 11,46 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,77	0,57	0,71	0,70	0,64	1,07	
Res 003	Media:	4,33	4,63+	4,10	4,46	4,56	3,67-	F(4, 413) = 24,18 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,75	0,51	0,78	0,62	0,50	0,96	
Res 004	Media:	4,64	4,91+	4,47	4,84	4,71	4,16-	F(4, 413) = 17,65 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,65	0,28	0,66	0,46	0,52	1,02	
Res 005	Media:	3,98	4,00	4,04	4,32+	3,78	3,67-	F(4, 413) = 5,16 p = 0,0005
	Desv.Std.	0,99	0,91	1,01	0,80	1,06	1,01	
Res 006	Media:	3,74	4,41+	3,21	3,84	4,09	2,95-	F(4, 413) = 31,44 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,08	0,75	1,12	1,06	0,68	1,05	
Res 007	Media:	3,48	4,12+	2,81	3,86	3,81	2,58-	F(4, 413) = 34,83 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,18	0,85	1,16	1,03	0,90	1,17	
Res 008	Media:	3,84	3,45	4,22	4,08	4,24+	2,72-	F(4, 413) = 34,38 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,07	1,06	0,95	0,83	0,72	1,09	
Res 009	Media:	4,28	3,99	4,64+	4,44	4,36	3,70-	F(4, 413) = 15,35 p = 0,0000
	Desv.Std.	0,88	1,01	0,54	0,76	0,60	1,23	
Res 010	Media:	3,60	3,02	4,21	4,45+	3,40	2,42-	F(4, 413) = 51,92 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,22	1,15	0,94	0,76	1,09	0,99	
Res 011	Media:	2,77	2,05-	3,47	3,53+	2,28	2,30	F(4, 413) = 41,05 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,21	0,84	1,21	1,20	0,83	0,94	
Res 012	Media:	3,24	2,52-	3,87	3,88+	2,98	2,65	F(4, 413) = 31,51 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,21	1,11	0,99	1,12	1,03	1,03	
Res 013	Media:	3,15	3,93+	2,32-	3,47	3,52	2,39	F(4, 413) = 42,95 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,19	0,85	1,04	1,10	1,00	0,95	
Res 014	Media:	3,35	3,20	3,76+	3,73	3,10	2,75-	F(4, 413) = 13,11 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,09	1,15	1,00	0,94	1,02	1,05	
Res 015	Media:	3,32	3,93+	2,56-	3,40	3,80	2,84	F(4, 413) = 35,63 p = 0,0000
	Desv.Std.	1,07	0,73	0,97	1,11	0,80	0,97	

		Total	Partidarios Entusiastas	Críticos	Partidarios Interesados	Partidarios con Opinión Matizada	Neutros	
N° de integrantes:		418	82	98	85	96	57	
% de la muestra:		100%	19,6%	23,5%	20,3%	23,0%	13,6%	
Suma de cuadrados:		27.968,37	4.191,41	5.368,98	4.853,81	4.418,99	3.706,95	
Variables								F de Snedecor
Res 016	Media: Desv.Std.	3,73 0,98	4,18+ 0,70	3,12- 1,04	3,87 0,97	4,11 0,63	3,26 0,98	F(4, 413) = 26,30 p = 0,0000
Res 017	Media: Desv.Std.	3,10 1,08	3,88+ 0,82	2,50- 1,02	2,99 1,01	3,32 0,90	2,77 1,09	F(4, 413) = 25,69 p = 0,0000
Res 018	Media: Desv.Std.	3,27 1,12	3,90+ 0,91	2,68 1,09	3,29 1,05	3,66 0,89	2,67- 1,07	F(4, 413) = 25,07 p = 0,0000
Res 019	Media: Desv.Std.	2,57 1,09	3,02+ 1,02	1,97- 0,80	2,79 1,06	2,80 1,08	2,26 1,12	F(4, 413) = 16,15 p = 0,0000
Res 020	Media: Desv.Std.	3,57 1,12	2,84- 1,03	4,01 0,98	4,09+ 0,97	3,54 1,03	3,12 1,08	F(4, 413) = 23,42 p = 0,0000
Res 021	Media: Desv.Std.	3,06 1,23	3,60+ 1,15	2,90 1,13	2,91 1,28	3,15 1,19	2,65- 1,22	F(4, 413) = 6,73 p = 0,0000
Res 022	Media: Desv.Std.	3,32 1,17	2,78- 1,10	3,64 1,21	3,88+ 0,98	2,90 0,99	3,39 1,17	F(4, 413) = 16,34 p = 0,0000
Res 023	Media: Desv.Std.	4,33 0,70	4,21 0,74	4,53+ 0,56	4,45 0,68	4,25 0,63	4,09- 0,86	F(4, 413) = 5,44 p = 0,0003
Res 024	Media: Desv.Std.	2,88 1,08	2,24- 0,88	3,32 1,13	3,42+ 1,00	2,45 0,83	2,93 0,95	F(4, 413) = 25,12 p = 0,0000
Res 025	Media: Desv.Std.	4,18 0,93	4,68+ 0,66	3,62- 1,05	4,51 0,59	4,27 0,81	3,75 0,98	F(4, 413) = 25,44 p = 0,0000
Res 026	Media: Desv.Std.	3,21 1,27	2,10- 0,91	4,27+ 0,88	3,28 1,18	2,99 1,09	3,23 1,17	F(4, 413) = 49,00 p = 0,0000
Res 027	Media: Desv.Std.	3,71 1,16	2,49- 1,03	4,57+ 0,64	4,15 0,93	3,44 1,00	3,81 0,93	F(4, 413) = 65,90 p = 0,0000
Res 028	Media: Desv.Std.	3,84 1,08	2,78- 1,05	4,61+ 0,58	4,32 0,69	3,71 0,91	3,56 1,06	F(4, 413) = 59,07 p = 0,0000
Res 029	Media: Desv.Std.	2,82 1,07	3,40+ 0,97	2,12- 1,01	2,95 1,03	3,01 0,94	2,63 0,91	F(4, 413) = 21,28 p = 0,0000
Res 030	Media: Desv.Std.	3,46 1,02	3,15 1,13	3,70 1,02	3,78+ 0,83	3,50 0,88	2,95- 0,98	F(4, 413) = 9,83 p = 0,0000
Res 031	Media: Desv.Std.	3,41 1,08	2,73- 1,02	4,11+ 0,90	3,61 0,96	3,18 0,98	3,30 0,95	F(4, 413) = 25,40 p = 0,0000
Res 032	Media: Desv.Std.	3,98 0,95	3,35- 1,05	4,51+ 0,59	4,14 0,84	3,98 0,76	3,74 1,10	F(4, 413) = 21,71 p = 0,0000

		Total	Partidarios Entusiastas	Críticos	Partidarios Interesados	Partidarios con Opinión Matizada	Neutros	
N° de integrantes:		418	82	98	85	96	57	
% de la muestra:		100%	19,6%	23,5%	20,3%	23,0%	13,6%	
Suma de cuadrados:		27.968,37	4.191,41	5.368,98	4.853,81	4.418,99	3.706,95	
Variables								F de Snedecor
Res 033	Media: Desv.Std.	3,66 1,02	4,28+ 0,77	2,94- 1,08	3,81 0,91	3,97 0,65	3,26 1,02	F(4, 413) = 31,81 p = 0,0000
Res 034	Media: Desv.Std.	3,80 0,99	4,30+ 0,62	3,30 1,06	4,00 0,89	4,17 0,61	3,02- 1,10	F(4, 413) = 31,89 p = 0,0000
Res 035	Media: Desv.Std.	4,34 0,77	4,43 0,63	4,21 0,95	4,58+ 0,62	4,33 0,62	4,11- 0,93	F(4, 413) = 4,33 p = 0,0019
Res 036	Media: Desv.Std.	3,61 1,00	3,99+ 0,83	3,45 1,04	3,79 0,96	3,74 0,88	2,88- 0,97	F(4, 413) = 13,72 p = 0,0000
Res 037	Media: Desv.Std.	2,62 1,15	3,56+ 1,07	1,74- 0,69	3,27 1,18	2,23 0,73	2,49 0,84	F(4, 413) = 58,64 p = 0,0000
Res 038	Media: Desv.Std.	3,71 0,93	3,93+ 0,97	3,59 0,92	3,87 0,82	3,89 0,76	3,04- 0,94	F(4, 413) = 11,56 p = 0,0000
Res 039	Media: Desv.Std.	2,93 1,05	3,22 1,01	2,77 1,16	3,35+ 0,99	2,48- 0,85	2,89 0,89	F(4, 413) = 11,04 p = 0,0000
Res 040	Media: Desv.Std.	3,04 1,33	4,17+ 0,82	1,83- 0,85	3,86 1,06	2,47 1,03	3,21 1,14	F(4, 413) = 88,12 p = 0,0000
Res 041	Media: Desv.Std.	3,98 1,05	4,56+ 0,63	3,33- 1,20	4,39 0,88	3,96 0,90	3,68 0,99	F(4, 413) = 24,49 p = 0,0000
Res 042	Media: Desv.Std.	3,05 1,16	3,72+ 1,00	2,26- 1,00	3,27 1,09	3,38 0,98	2,56 1,08	F(4, 413) = 29,67 p = 0,0000
Res 043	Media: Desv.Std.	2,49 0,99	1,82- 0,61	3,37+ 0,93	2,41 0,91	2,39 0,86	2,26 0,83	F(4, 413) = 40,92 p = 0,0000
Res 044	Media: Desv.Std.	3,80 1,03	3,80 1,08	3,81 1,01	3,65 1,10	4,16+ 0,82	3,42- 0,99	F(4, 413) = 5,52 p = 0,0002
Res 045	Media: Desv.Std.	3,61 1,19	4,33+ 0,81	2,92- 1,17	3,71 1,20	3,73 1,07	3,46 1,20	F(4, 413) = 19,15 p = 0,0000
Res 046	Media: Desv.Std.	4,45 0,87	4,10- 1,09	4,60 0,77	4,51 0,83	4,67+ 0,59	4,28 0,93	F(4, 413) = 6,56 p = 0,0000
Res 047	Media: Desv.Std.	4,15 0,92	4,65+ 0,50	3,57- 1,06	4,45 0,60	4,29 0,69	3,72 1,10	F(4, 413) = 27,20 p = 0,0000
Res 048	Media: Desv.Std.	3,33 1,30	2,10- 0,92	4,11+ 1,01	3,69 1,19	3,11 1,18	3,60 1,15	F(4, 413) = 42,31 p = 0,0000
Res 049	Media: Desv.Std.	3,85 1,07	2,88- 1,10	4,41+ 0,78	4,13 0,93	3,80 0,91	3,93 0,97	F(4, 413) = 32,59 p = 0,0000

		Total	Partidarios Entusiastas	Críticos	Partidarios Interesados	Partidarios con Opinión Matizada	Neutros		
N° de integrantes:		418	82	98	85	96	57		
% de la muestra:		100%	19,6%	23,5%	20,3%	23,0%	13,6%		
Suma de cuadrados:		27.968,37	4.191,41	5.368,98	4.853,81	4.418,99	3.706,95		
Variables								F de Snedecor	
Res 050	Media: Desv.Std.	3,99 1,05	3,55- 1,18	4,40+ 0,84	4,06 1,08	3,95 0,86	3,89 1,17	F(4, 413) = 8,00 p = 0,0000	
Res 051	Media: Desv.Std.	2,86 1,23	3,24 1,23	2,41- 1,13	3,28+ 1,29	2,77 1,08	2,61 1,20	F(4, 413) = 9,09 p = 0,0000	
Res 052	Media: Desv.Std.	4,26 0,76	4,30 0,71	4,44+ 0,64	4,26 0,77	4,22 0,65	3,93- 1,04	F(4, 413) = 4,27 p = 0,0021	
Res 053	Media: Desv.Std.	1,92 0,92	1,84- 0,80	1,90 0,92	1,93 0,96	1,89 0,88	2,09+ 1,05	F(4, 413) = 0,67 p = 0,6124	
Res 054	Media: Desv.Std.	2,77 1,22	3,26+ 1,20	2,33- 1,18	2,94 1,23	2,77 1,09	2,56 1,17	F(4, 413) = 7,81 p = 0,0000	
Res 055	Media: Desv.Std.	3,28 1,24	2,51- 1,19	3,87+ 1,03	3,12 1,22	3,55 1,11	3,16 1,21	F(4, 413) = 17,40 p = 0,0000	
Res 056	Media: Desv.Std.	2,86 1,14	2,71 0,99	2,94 1,15	3,11 1,27	2,49- 0,99	3,23+ 1,11	F(4, 413) = 5,77 p = 0,0002	
Res 057	Media: Desv.Std.	4,41 0,73	4,32 0,64	4,44 0,76	4,56+ 0,74	4,45 0,59	4,23- 0,94	F(4, 413) = 2,27 p = 0,0613	
Res 058	Media: Desv.Std.	3,09 1,20	3,85 0,91	2,26- 0,92	3,91+ 1,01	2,53 0,99	3,12 1,12	F(4, 413) = 51,79 p = 0,0000	
Res 059	Media: Desv.Std.	2,55 1,15	3,00 1,14	1,84- 0,77	3,11+ 1,27	2,11 0,72	3,00 1,15	F(4, 413) = 29,60 p = 0,0000	
Res 060	Media: Desv.Std.	3,31 1,03	2,89- 1,06	3,36 0,92	3,49 1,11	3,66+ 0,84	2,96 1,03	F(4, 413) = 9,09 p = 0,0000	

**Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos
Turísticos Consolidados: El Caso de Ibiza.**

Doctorando D. José Ramón Cardona.

Tesis doctoral finalizada el 17 de abril de 2012.