

REVISIÓN Y TENDENCIAS FUTURAS DE LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO

Ester Noguer-Juncà*, Eva Canaleta-Safont** y Montserrat Crespi-Vallbona***

Resumen: La actividad turística, puesto que implica el desplazamiento físico de personas a un lugar diferente al de su residencia habitual, supone el contacto entre individuos con bagajes sociales y culturales muy diferentes. Y fruto de esta conexión, la población local y del lugar experimenta un conjunto de cambios positivos y negativos. El presente artículo analiza estos impactos socioculturales en base al ciclo de vida del destino turístico y determina las tendencias que se proyectan en la gestión estratégica de estos destinos en aras a su sostenibilidad.

Palabras clave: ciclo de vida, impactos sociales y culturales, percepción de los residentes, actitud de los visitantes, sistema turístico, sostenibilidad.

Abstract: The tourism, since it means the physical movement of people from one place to another different from their residential area, suppose the contact between people with different social and cultural background. As a result of this connection, the local population and the destination suffer a set of positive and negative changes. The aim of this articles is to analyse these social and cultural impacts using the destination lifecycle theory and show the future tendencies related to strategic management of those destinations searching their sustainability.

Key words: tourism lifecycle, social & cultural impacts, residents' perception, tourists' behaviour, tourism system, sustainability.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo se define por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1991 como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes en entornos diferentes a los cotidianos por razones de ocio, negocio, religión, etc., por períodos inferiores a un año. Se trata de un fenómeno que ha ido creciendo a lo largo de los años, convirtiéndose en una de las principales

fuentes de riqueza económica de numerosas ciudades, regiones y países. Los destinos y sus comunidades receptoras sufren una serie de impactos, tanto positivos como negativos, cuya evaluación ya no es únicamente económica sino también sociocultural y ambiental puesto que el desarrollo turístico ya no se considera absolutamente beneficioso para las comunidades receptoras (Picornell, 1993). Conviene señalar que los turistas también reciben impactos de la actividad

* Doctora en Turismo y Profesora del Departamento de Economía de la Universitat de Girona (UdG). ester.noguerjunc@udg.edu.

** Doctora en Historia y Directora académica de la Escola Universitària d'Hoteleria i Tursime de Sant Pol de Mar (EUHT StPol, UdG). eva.canaleta@santpol.edu.es

*** Doctora en Sociología y Profesora del Departamento de Empresa Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona (UB). mcrespi@ub.edu

que realizan, aunque se trata de un aspecto poco estudiado.

La complejidad del fenómeno turístico y su carácter multidisciplinar (sociología de turismo, antropología del turismo, economía turística, etc.) hacen difícil establecer una definición que satisfaga a todos los estudiosos para abordar sus impactos. Puesto que el objetivo de este trabajo es revisar y analizar, de forma inevitablemente sintética, los impactos socioculturales del turismo, es necesario un abordaje que incluya varios aspectos de la actividad turística ya que, como se ha mencionado, es una de las principales actividades económicas mundiales, con la peculiaridad de que los cambios que provoca, tanto positivos como negativos, son notables, visibles y muy rápidos. Se trata de una “industria invisible” que deja una fuerte impronta en el destino (Santana y Estévez, 1996, pág. 288).

Hablar de turismo significa hacer alusión a un fenómeno social que ha llegado a casi todos los rincones del planeta y que ha generado el mayor número de desplazamientos experimentado por la Humanidad desde el final de la Segunda Guerra Mundial, momento en el que se dieron las condiciones idóneas para que un gran número de personas pudiera viajar gracias, entre otras cuestiones, a la emergencia del estado del bienestar y sus periodos de vacaciones pagadas.

Estos desplazamientos, a su vez, tienen un denominador común: el turismo es una forma “moderna” de ocupar el tiempo de ocio y es un desplazamiento voluntario. La idea del ocio ya se encuentra presente en algunas definiciones vertidas por especialistas

en turismo y es interesante referirnos a la de Buck (1978) en la que calificaba el turismo como un viaje voluntario para escapar de lo cotidiano, limitado en el tiempo y el espacio, rodeado de emoción, misterio, felicidad, libertad e incluso prestigio social. Se observa, por lo tanto, que hay un desplazamiento hacia un destino concreto con la particularidad de que el objetivo principal del turista es disfrutar de su tiempo de ocio y que, por lo tanto, las actividades que desarrollarán están destinadas y programadas para satisfacer esta necesidad. Este hecho tiene una repercusión en la población local que nada tiene que ver con otros tipos de desplazamiento de las poblaciones. En este contexto es en el cual se deben estudiar los impactos socioculturales del turismo y, tal como indica Alamilla Canto (2016, pág. 2) “dicho fenómeno [el turismo] es por naturaleza transversal e interdependiente de muchas áreas, organizaciones e individuos interesados que se ven constantemente involucrados en el trato directo o indirecto con el turista, tal como podrían ser las empresas proveedoras de servicios de transporte, restauración, hotelería (...). Al mismo tiempo, la actividad turística se ve inevitablemente relacionada con otros agentes que tienen una participación poco activa o nula durante el proceso, como es el caso de los residentes locales de una comunidad, pero que sin duda son perceptores de diversos efectos tangibles e intangibles ocasionados por el turismo y que a lo largo del tiempo pueden resultarles beneficiosos o perjudiciales”.

Así pues, como el turismo se consume en el lugar de producción, los turistas, tanto nacionales como internacionales, deben trasladarse a la “fábrica” para consumir sus

vacaciones (De Kant, 1991, pág. 50). Este desplazamiento, inevitablemente, pone en contacto a personas con bagajes culturales, sociales y económicos muy diferentes; es decir, se produce un “encuentro” entre culturas distintas: la del turista y la de la población autóctona. Se trata de un “encuentro” capaz de modificar la personalidad social e individual de la población receptora, en mayor grado (Mazón, 2001, pág. 113). No obstante, también la población visitante también percibe cambios, tal como señalan Santana y Estévez (1996, pág. 289): “Surge así una cultura del encuentro, resultante de las formas adaptadas de visitantes y residentes, que la hacen diferenciarse de las dos culturas matrices y de donde cada una de ellas “presta” parte de sus conceptos, valores y actitudes de manera asimétrica”.

Asimismo, las condiciones de este “encuentro” vienen marcadas por otras condiciones: a) el carácter transitorio del encuentro, b) sujeciones espaciales o temporales, c) relaciones desiguales y d) ausencia de gratuidad en los servicios (Mazón, 2001). En cuanto al carácter transitorio del encuentro cabe destacar que cada vez este encuentro es más breve e insólito ya que los turistas prefieren visitar varios lugares a lo largo del año y no concentrar las vacaciones en un solo periodo. Por lo que se refiere a las sujeciones espaciales o temporales en los encuentros, destaca que la brevedad de la estancia es percibida de manera distinta por huéspedes o anfitriones, ya que propicia encuentros muy superficiales, en muchas ocasiones, debido a las barreras idiomáticas. A su vez, el turista suele restringir sus visitas a aquellos lugares y zonas que la industria turística prepara para él. Esta segregación

propicia el desconocimiento de la realidad sociocultural del destino. Asimismo, diferentes estudios indican que la mayoría de los turistas, concretamente de turismo de masas, tienen escaso o ningún interés por la cultura local llegando incluso a formar guetos en los que reproducen las costumbres de sus países (Figuerola Palomo, 2018). Muchas zonas costeras del Estado español son un claro ejemplo de estas “burbujas” en las que abundan los atípicos pubs ingleses o la gastronomía alemana.

Por otro lado, estos encuentros presentan relaciones desiguales. Cualquier encuentro cultural está sujeto a una serie de factores y peculiaridades y no suele tratarse de un encuentro sencillo. Cuando nos referimos al turismo y al encuentro que tiene lugar en el núcleo receptor de turistas, nos encontramos con que las relaciones son muy desiguales. Los turistas están ocupando su tiempo de ocio y descanso en actividades que, normalmente, han sido diseñadas para ellos. La población local ocupa su tiempo en satisfacer esas necesidades o bien tiene ocupaciones económicas no relacionadas, directamente, con el turismo. Este hecho supone que mientras unos se divierten, los demás están trabajando. Por otra parte, diferentes estudios han puesto de manifiesto que los turistas, por el simple hecho de encontrarse fuera de su lugar habitual, cambian por completo su actitud ya que no están sujetos al control social de su lugar de residencia (Crompton, 1979). Por esta razón, se sienten más libres, anónimos y se atreven a comportarse, vestirse y actuar de manera más desinhibida. No ocurre lo mismo con los residentes locales, que deben mantener una conducta marcada por relaciones comerciales y de

intercambio no gratuito. Sin lugar a duda, y como afirman la OMT y Mazón (2001) la desigualdad de estos intercambios impide el enriquecimiento mutuo. Finalmente, otro aspecto que marca el encuentro es la ausencia de gratuidad en los servicios. Habitualmente, los turistas experimentan la sensación de ser superiores monetariamente y con ello, sucesivamente, en otros aspectos. Por el contrario, la posición del residente se suele entender como inferior económicamente. De esta conjunción de supuestos estatus se genera la ostentación del turista y la obligación de servir del residente con las consecuencias que de ello se derivan ya que los servicios no son gratuitos. Como señala Mazón (2001, pp. 133-134), “los intercambios humanos, culturales [del turismo], en el sentido de la hospitalidad y la amabilidad, incluso la sonrisa y la simpatía, se convierten en actividades destinadas a cobrar”.

II. EL TURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD

Existe una gran disparidad de definiciones alrededor del concepto de desarrollo sostenible y también de su aplicación (López Palomeque, 2007). No obstante, su origen académico se debe a Krippendorff (1977), aunque su popularización llegue en 1987, en la *World Commission on Environment and Development*, con el Informe Brundtland que legitima y expande la idea y la necesidad del desarrollo sostenible. Este informe enfatiza en la necesidad de cubrir las necesidades presentes de la humanidad sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras de encontrar soluciones a

sus necesidades. En 2004, la OMT concluye que el turismo sostenible tiene en cuenta las necesidades presentes y futuras de los visitantes y de la sociedad receptora, velando por sus tres dimensiones: la económica, la sociocultural y la medioambiental. Así pues, la mayoría de las investigaciones, desde sus respectivas disciplinas, coinciden en dividir los impactos del turismo en tres categorías bien definidas o subsistemas: los económicos, ambientales y socioculturales (Padin, 2012; Sharpley, 2000; Liu, 2003; Miralles, 2004; Picornell, 1993). Los impactos económicos refieren al estudio de los costes y de los beneficios del desarrollo y uso de los servicios turísticos. Son los impactos más conocidos y fácilmente medibles y evaluables. Los impactos ambientales responden al estudio de las alteraciones sufridas por el medio físico. Y los impactos socioculturales, al estudio del cambio y de la estructura de las formas de vida de la población de las áreas turísticas.

Como señala Picornell (1993, pág. 68), citando a Mathieson-Wall (1988), estos impactos son una interacción muy compleja de fenómenos que podemos resumir en dos subconjuntos: la interacción entre los turistas y el destino y su población; y, en segundo lugar, los turistas y su toma de decisiones. En este sentido, la Comisión Europea (2013), reforzó este último aspecto, introduciendo una cuarta dimensión en el desarrollo sostenible: la gestión del destino, es decir, la necesidad de ofrecer experiencias turísticas de calidad a los visitantes. En este sentido, los diferentes indicadores de medición de la sostenibilidad de los destinos in-

cluyen estos cuatro pilares (Crespi-Vallbona et al., 2017).

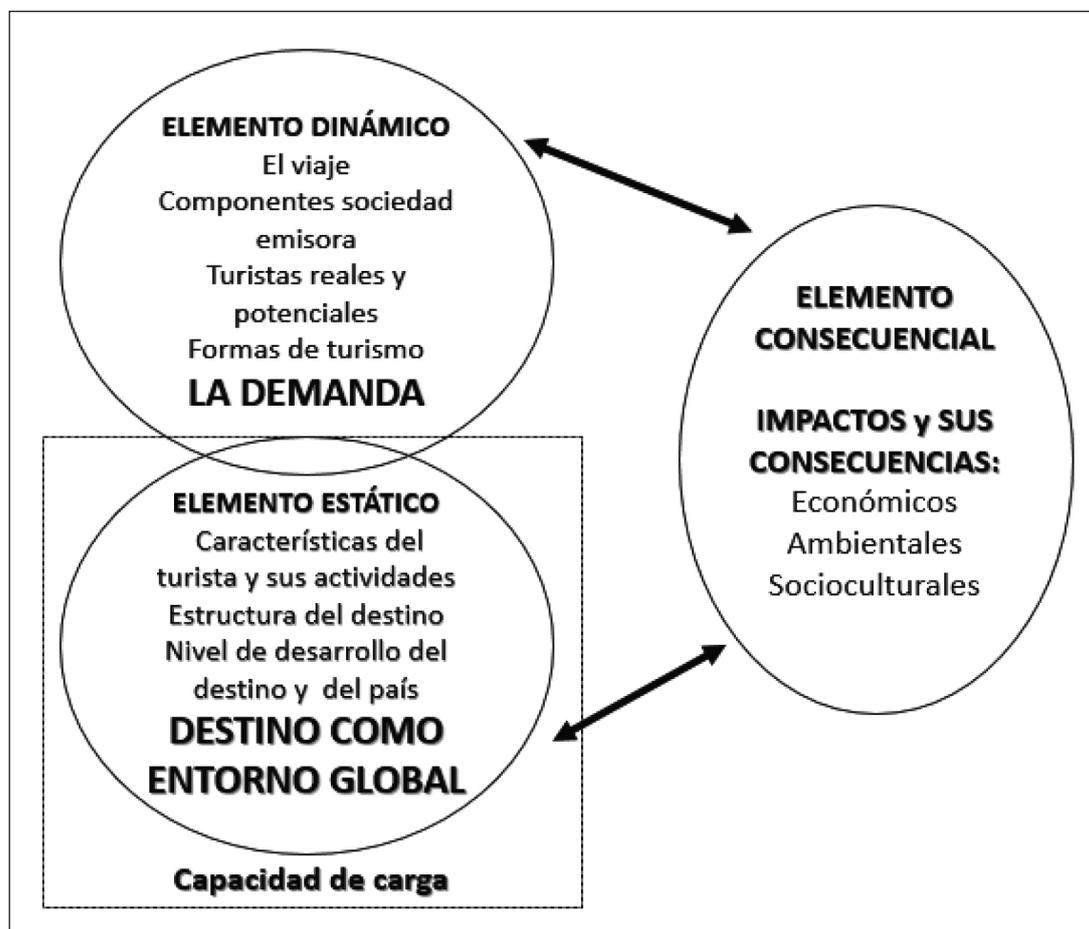
Los cuatro subsistemas mencionados, a saber, económico, ambiental, sociocultural y de gestión del destino, tienen lo que se ha convenido en llamar “capacidad de carga” que la OMT (1999) define como “el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico al mismo tiempo sin poner en peligro el medio físico, económico o sociocultural y causar la disminución en el nivel de satisfacción de los visitantes”. Esta capacidad de carga, a su vez, puede dividirse en carga física, psicológica o de percepción, ambiental, social y económica (Fullana y Ayuso, 2002). Para el caso que nos ocupa, -los impactos socioculturales-, conviene desarrollar el significado de carga social y psicológica. Siguiendo a los mismos autores, la carga social representaría los límites de tolerancia entre los visitantes y la población local. Una vez superados, se produce un cambio negativo en la población local respecto a la actividad turística. De darle apoyo a rechazarlo, como se verá en el siguiente apartado. Por su parte, la capacidad de carga psicológica hace referencia al límite soportable para que no dé lugar a una alteración inaceptable de la experiencia del turista. Como resume Picornell (1993), los impactos del turismo en los subsistemas económico, social y ambiental están determinados por los límites de tolerancia: los impactos serán positivos si no se traspasan y negativos cuando superan la capacidad de carga si bien, como se verá más adelante, su medición y evaluación no es una tarea sencilla desde el punto de vista metodológico.

Un claro y actual ejemplo de la superación de carga del subsistema social es el turismo masivo prepandemia de Les Rambles o del Park Güell de Barcelona o la ciudad italiana de Venecia por poner solo algunos de los casos más paradigmáticos.

Para analizar el impacto del turismo, se precisa un marco conceptual que nos ayude a entender de qué manera interactúan los subsistemas económico, social y ambiental ya que debemos aproximarnos a este fenómeno de manera holística y sistémica, puesto que, lo que afecta a una parte del sistema, repercutirá en el resto. Mathieson-Wall (1986) y Lea (1988) sugieren que el sistema turístico está dividido en tres grandes elementos: dinámico, estático y consecuencial (Ver Figura 1).

El elemento dinámico es el viaje (preparación, desplazamientos), los turistas reales y los potenciales, los componentes de la sociedad emisora de visitantes. A *grosso modo* se trata de la demanda. El elemento estático es el destino como entorno global; es decir, el lugar donde los turistas desarrollan sus actividades y la estructura empresarial que los acoge. El turista es una variable muy importante porque en función de su nivel socioeconómico (edad, sexo, nivel formativo y cultural, disponibilidad de tiempo y dinero) y sus motivaciones marcará la pauta de este elemento. El número de visitantes, la frecuencia de las visitas y el nivel de uso que ejerza el turista dará lugar a una mayor o menor presión sobre el destino, y en consecuencia sobre la población autóctona, que también puede ser muy diversa dependiendo del destino (Santana, 1997). Por esta ra-

Figura 1
El sistema turístico



FUENTE: Elaboración propia a partir de Santana (1997).

zón, conviene analizar la población turística como una población con una serie de peculiaridades: es transitoria, inestable, estacional y su comportamiento está ligado al ocio y disfrute de su tiempo libre. Por último, el elemento consecuencial, es decir, el impacto resultante de la interacción de los dos anteriores que incluye los efectos primarios (normalmente muy rápidos) y los rutinarios,

mucho más lentos que los anteriores, pero más contundentes.

Según la OMT (1998) los impactos del turismo están relacionados con una serie de condicionantes, de lo que se deduce que no siempre se producen los mismos impactos ni en la misma intensidad. Los factores más importantes son los siguientes: a) tipo y tasa

de crecimiento turístico; b) proporción entre residentes y turistas; c) resistencia o no al crecimiento turístico; y d) las tendencias estacionales (Figuerola Palomo, 2015). A su vez, los impactos también están condicionados por otros factores: tipo de turismo, motivo del viaje y nivel de desarrollo del lugar visitado (Mazón, 2001).

En relación con el tipo de turismo, se debe distinguir el impacto ocasionado por el turismo de masas, el turismo individual, el turismo rural o de compras, por citar solo algunos de los distintos tipos. Cada uno de ellos genera, como correlato, una tipología específica de turista, caracterizada por un comportamiento más o menos específico. La clasificación más frecuente es la de Plog (1977, mencionado en Sancho, 1998, pp. 232-233) que clasifica los turistas en tres categorías: psicocéntricos, céntricos y aloicéntricos. Los últimos se sienten atraídos por destinos poco conocidos donde el desarrollo turístico es incipiente o nulo y donde se puedan adaptar a las costumbres locales; se trata de viajeros con alto poder adquisitivo que apenas alteran el destino. En el otro extremo se encuentran los psicocéntricos, que busca entornos familiares y seguros con un gran número de infraestructuras turísticas. El grupo de los céntricos hace referencia a la mayoría de los turistas.

Otra tipología muy útil es la de Cohen (1972, tratada por Santana 1997, pág. 41). Este autor divide a los turistas en función del grado de institucionalización e impacto ocasionado en el destino. Por un lado, se encuentran los turistas institucionalizados (en masa individual u organizada) y turistas no institucionalizados (mochileros y explora-

dores) cuyo impacto es mucho menor que el producido por el turismo de masas.

Finalmente, el nivel de desarrollo del destino es una variable muy importante ya que el turismo no afecta por igual a los países desarrollados o en vías de desarrollo o a los destinos maduros o a los emergentes.

Como se observa, el turismo es una actividad que produce muchos impactos, positivos y negativos, con una gran celeridad. No obstante, para su análisis conviene tener en mente multitud de variables y factores. Uno de los más importantes es la propia naturaleza de la actividad: se trata de una actividad que millones de personas ejercen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades de ocio fuera de sus lugares habituales de residencia. Por otro lado, como ya se ha constatado, los impactos afectan a los cuatro subsistemas: la gestión del destino, la dimensión económica, la ambiental y la sociocultural, de cuyo estudio se ocupa el próximo apartado.

III. LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo, como se ha señalado, es una actividad que pone en contacto a personas de distintos bagajes sociales y culturales en un destino receptor. Esto, inexorablemente, produce cambios en la sociedad y modos de vida de la comunidad anfitriona (Alabart et al., 2015). Por ejemplo, la llegada masiva de turistas a las costas españolas durante los años 60 del siglo XX supuso un abandono de las actividades primarias (pesca y agri-

cultura) por los servicios, con todo lo que en el ámbito social y cultural supuso.

Los cambios afectan a una multitud de variables (Picornell, 1993): formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, religión, el urbanismo, la demografía, la estructura social, la movilidad de las poblaciones locales, el trabajo y las relaciones laborales, entre otros aspectos.

Asimismo, para que los impactos socioculturales se den, no es estrictamente necesario el contacto directo entre residente y visitante (impacto directo) sino que, tal como sostiene Sancho (1998, pág. 232, citando a Cooper et al. 1993), se puede hablar de impactos socioculturales indirectos (aquellos cambios que acompañan a las nuevas formas de hacer –comunicación, transporte, etc.– intrínsecas de la actividad turística y de impactos socioculturales inducidos, es decir, cambios que se producen en el sí de la población local con el aumento del nivel de vida económico gracias a la entrada de dinero generado por la actividad turística. Por otro lado, como señala Picornell (1993), la mayoría de los estudios sobre los impactos socioculturales del turismo lo hacen desde una óptica negativa. Sin negar que muchos de ellos lo sean, lo cierto es que los impactos socioculturales, pueden tener una doble lectura. Es decir, no existe un punto de vista universal acerca de los impactos socioculturales del turismo, sino que depende de cada realidad.

A continuación, siguiendo a Picornell (1993) y a Sancho (1998), se señalan los ocho principales impactos socioculturales generados por la actividad turística (impactos en la estructura de la población; transformación de las formas de ocupación; mejora en las facilidades e instalaciones del destino; transformación de los valores; influencia sobre la vida tradicional y la cultura locales; efectos en el consumo local e inflación; especulación y deterioro; beneficios en los turistas), que se recogen gráficamente en la Tabla 1 (Ver Tabla 1). En el próximo apartado se aplicarán al ciclo de vida de un destino turístico para su mejor comprensión puesto que los impactos negativos suelen mitigarse cuando las comunidades receptoras se desarrollan y modernizan.

- a. **Impactos en la estructura de la población:** los cambios que se producen en la estructura de la población tienen que ver con el tamaño de la población, la composición demográfica, la modificación en el tamaño de la familia o unidad doméstica, la transformación de la población (del ámbito rural/pesquero tradicional a urbano), a la segregación espacial en los centros turísticos (pueden crearse guetos para la población local empleada en la industria turística donde las condiciones materiales e inmateriales de vida no son las más favorables).
- b. **Transformación de las formas de ocupación:** conlleva un impacto de la distribución por sector (habitualmente dando paso de actividades del sector primario –agricultura o pesca– al sector servicios), demanda de trabajo femenino, aumento del empleo estacional y temporal, even-

tual discriminación de los nativos en puestos de trabajo cualificados, puestos que suelen ocupar personas de las metrópolis.

- c. **Mejora en las facilidades e instalaciones del destino:** como señala Sancho (1998), la experiencia del turista depende, en gran parte, de la experiencia y las atracciones del destino. Esto trae consigo una mejora en las infraestructuras que beneficia a la población local: mejor asistencia sanitaria, mejores comunicaciones, mejores servicios a la comunidad (recogida de basuras y residuos, alumbrado, canalización aguas, etc.); en definitiva, mayor calidad de vida de la población anfitriona.
- d. **Transformación de los valores:** para comprender y analizar este impacto es necesario definir el “efecto ejemplo o demostración”: Cuando dos grupos diferentes entran en contacto, los valores suelen transformarse, aunque sea brevemente. A este fenómeno se le denomina “efecto ejemplo”, “ejemplo demostración” o “ejemplo espejo”. En el caso del turismo, la población más influida es la receptora. Como sostiene Sancho (1998), este efecto puede ser positivo y/o negativo. Puede ser un factor que acelere cambios sociales positivos en la sociedad receptora, en términos de mayor tolerancia y bienestar. Por el contrario, el turismo puede provocar la desculturización del destino y llevar a la desaparición de la cultura local si no existe una gestión adecuada. Este fenómeno afecta los países en vías de desarrollo porque los residentes consideran la cultura de los visitantes como superior.

Este impacto negativo, como la mayoría de los impactos, se mitiga cuando el destino es más maduro y el nivel de desarrollo del país es más avanzado. El “efecto demostración” provoca cambios sociales en la población anfitriona. También lo hace en los patrones de consumo, formas de vestir o de actuar. En los destinos ubicados en países en vías de desarrollo estos cambios sociales afectan de forma importante a los cambios de los papeles de las mujeres, cambios en la cohesión de la comunidad, la estructura demográfica, así como en las institucionales.

- e. **Influencia sobre la vida tradicional y la cultura locales:** las culturas suelen reducirse a unos cuantos estereotipos que, de una manera u otra, los turistas “compran”. La imagen de los destinos suele estar muy mediatizada, distorsionada e idealizada. Esta transformación se produce cuando la cultura autóctona es utilizada de forma grosera, como un souvenir más del destino. Pero también puede tener un impacto positivo: a) preservación y rehabilitación de monumentos, edificios y otros; b) revitalización de costumbres locales, artesanía, folklore, festivales, gastronomía entre otros (Sancho, 1998).
- f. **Efectos en el consumo local e inflación:** es un hecho constatado que los precios en las zonas turísticas suelen ser superiores, por citar solo alguno de los efectos.
- g. **Especulación y deterioro.** La especulación inmobiliaria y su correlato en la gentrificación son uno de los mayores retos a los que se enfrentan las institu-

ciones y administraciones de los destinos turísticos. Son numerosos los casos analizados en Barcelona, en los barrios del Raval (Quagliari y Scarnato, 2017), Gótico (Lopez-Gay y Cocola Gant, 2016), o Barceloneta (Crespi-Vallbona y Mascari-lla-Miró, 2018), entre otros, y en menor medida, la incipiente gentrificación de Girona.

- h. **Beneficios en los turistas:** es un tema poco estudiado, pero los turistas también reciben un impacto, generalmente positivo de las actividades turísticas. Como se ha señalado en varias ocasiones, el turismo es una actividad voluntaria que tiene como objetivo ocupar el tiempo de ocio; es decir, un tiempo fuera del ámbito laboral y fuera del lugar habitual de

residencia. Algunos de estos impactos en los turistas son: la contribución en la formación del turista; la ruptura con lo cotidiano, la rutina; el conocimiento de otras sociedades y culturas; la función didáctica; la experimentación de emociones; el turismo como terapia; la capacidad de hacer evolucionar a las personas; el cambio respecto a los valores de otras sociedades.

Todos estos impactos no afectan por igual a todos los destinos ni lo hacen de la misma manera a lo largo del ciclo de vida del núcleo receptor. Por ello, a continuación, se busca la concreción de estos impactos según el ciclo de vida de un destino de Butler (1980) y el Índice de Irritabilidad de Doxey (1975).

Tabla 1
Los impactos socioculturales del turismo

Factores asociados con el turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
El uso de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas. Incremento de las culturas tradicionales.	Cambio 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 comercialización. Introducción de enfermedades. Efectos demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales.	Mayores oportunidades económico-sociales. Disminución de desigualdades sociales.	Conflictos y tensión en la comunidad. Pérdida de lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras	Aumento de las oportunidades de ocio.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio.
Aumento de la población de turistas	Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad.

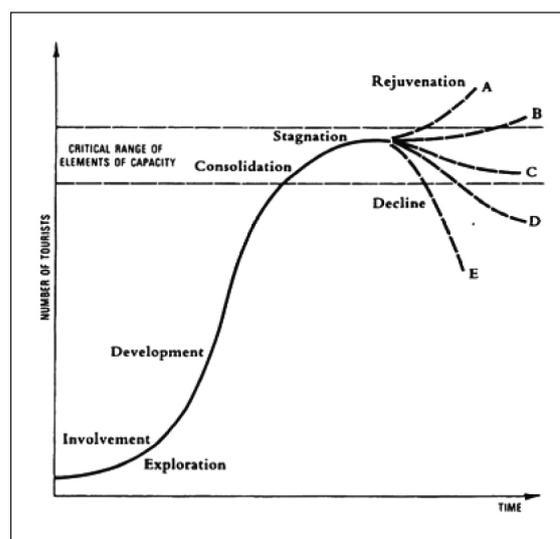
FUENTE: Sancho (1998: 239).

IV. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y EL ÍNDICE DE IRRITABILIDAD

Medir los impactos socioculturales del turismo no es sencillo y son pocos los que sugieren cómo hacerlo. Normalmente se han centrado en el umbral de tolerancia de los residentes; es decir, la capacidad de carga. Para ello, se deben considerar distintos factores (Santana, 1997): número de habitantes del núcleo receptor; duración de la estancia; estacionalidad; características sociodemográficas de los turistas; nivel de desarrollo del destino; distribución espacial de la actividad turística en relación con las otras actividades económicas; resistencia de la cultura local; actitud política.

Para entender las actitudes de la comunidad anfitriona con los visitantes sigue siendo de gran utilidad la descripción del ciclo de vida de un destino elaborada por Richard W. Butler (1980). Butler considera que cualquier destino pasa siempre por cinco etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y, finalmente, estancamiento. En esta última fase, el destino puede entrar en una fase de declive profundo e irreversible (escenario E), o de declive con algunas posibilidades de recuperación (escenarios D y C). No obstante, una decidida intervención por parte de los agentes turísticos y muy especialmente por parte de los gobiernos y las administraciones públicas, podría contribuir a rejuvenecer el destino turístico (escenarios B y A), dándole una segunda oportunidad; un segundo impulso a partir de bases nuevas y enfoques más innovadores, sostenibles y de calidad (Parrilla-González y Pulido-Fernández, 2017). En cualquier caso, la tesis

Figura 2
El ciclo de vida del destino turístico



FUENTE: Butler (1980: 7).

central de Butler es que la tendencia natural de los destinos turísticos es fallecer con el paso del tiempo. En definitiva, que éstos tienen fecha de caducidad (Ver Figura 2).

Asimismo, Butler (1980) vincula este último fenómeno con la capacidad de carga del territorio y con el Índice de Irritabilidad elaborado por Doxey (1975), en el que constata cuatro escalas de respuesta de los residentes versus los turistas, a medida que aumenta el número de éstos en el destino. Así, considera cuatro índices de irritabilidad, la euforia, la apatía, la irritación y el antagonismo, según sea la etapa del ciclo de vida del destino (Ver Figura 3).

Efectivamente, en un primer momento, la etapa de exploración de Butler coincide con

Figura 3
Índice de Irritabilidad y ciclo de vida

Level of irritation	Destination responses to tourism	Likely stage(s) (Butler, 1980)
1. Euphoria	- associated with the initial phase of the development of the destination - sense of excitement and anticipation - informal contact with tourists	Exploration Involvement
2. Apathy	- more formal contact with tourists, begin to be seen as a source of income and investment	Development
3. Annoyance	- residents begin to show misgivings about the tourism industry, due to increasing numbers and external investment and infrastructure	Consolidation
4. Antagonism	- irritations are expressed verbally and physically - politeness gives way to antagonism - tourists seen as the cause of the problem	Stagnation Decline

FUENTE: Doxey, (1975) y Butler, (1980)

la de euforia de Doxey, o la de prehistoria turística (Ramón y Serra, 2014), u otras denominaciones, cuya característica esencial es que el destino no recibe apenas visitantes, manteniéndose alejado de los circuitos turísticos populares del momento, careciendo de planta turística y resultando poco accesible (falta de carreteras, pocas conexiones aéreas, etc.). Los pocos visitantes son científicos (ecólogos, ornitólogos, astrónomos, arqueólogos, etc.), pintores, músicos, escritores, etc. y otros aventureros curiosos y exploradores que quieren conocer el lugar con su pureza original. En esta primera fase, los locales mantienen un contacto muy informal con los visitantes y se muestran contentos ante la llegada de personas de otros

lugares puesto que lo perciben como una buena opción de desarrollo económico.

En la segunda fase, la de desarrollo, es la etapa “explosiva” del ciclo de vida del destino, las tasas de crecimiento del número de visitantes y de ingresos se incrementan año a año en una progresión aparentemente ilimitada. La comunidad anfitriona reacciona a la llegada de visitantes y se crea un potente sector empresarial que invierte crecientes recursos en implantar y extender empresas turísticas con una oferta dirigida a un público masivo. Se construyen hoteles, resorts y se ofertan paquetes turísticos estandarizados a precios bajos. Las administraciones públicas favorecen al sector construyendo

infraestructuras de transporte y de comunicaciones e invirtiendo importantes cantidades de dinero en la promoción del destino a nivel nacional e internacional. Durante este período de desarrollo que Doxey denomina apatía, los residentes entienden que el turismo es una fuente económica muy importante y que hay que sacarle partido. Es por esta razón que se producen efectos socioculturales negativos como son el efecto demostración, la teatralización o el abandono del sector primario

El efecto demostración conlleva que la comunidad receptora se sienta atraída por los hábitos, comportamientos, actitudes, etc. de la población visitante y decida adoptarlas puesto que las considera mejores que las propias. Es necesario señalar que cuando la distancia cultural entre la comunidad anfitriona y los visitantes es muy grande, se puede producir, debido a la importación de los valores foráneos, la desaparición de la cultura local generando una aculturación. Según Azpelicueta et al. (2014), uno de estos indicadores es la pérdida de la lengua nativa. No obstante, el efecto demostración también puede ser positivo si anima a las comunidades receptoras a reivindicar mejoras en la calidad de vida o en la igualdad.

La “teatralización” de algunas prácticas folclóricas (danzas, rituales, etc.) se produce cuando los turistas visitan un lugar para conocer su cultura, los residentes muestran aquellos rituales y tradiciones que más gustan a los visitantes, lo que puede generar una pérdida de autenticidad en pro de unas muestras culturales totalmente enfocadas al visitante, es decir, se genera una “cultura turística” o “pseudocultura”. Esta bana-

lización ha sido denominada *dysneyficación* (Zukin, 1998) del destino. Entre otros efectos, esto produce una comercialización de las tiendas de souvenirs, que en función de los estereotipos que tenga en mente la comunidad visitante, banalizan algunos productos como señalan Azpelicueta et al. (2014, pág. 71), “estos cambios son visibles en diversos estudios realizados, como es el caso de los Amish de Pensilvania (Boyton, 1986; Buck y Alleman, 1979) o los nativos del suroeste de los Estados Unidos (Deitch, 1977), en donde se destina al turismo productos muy distintos de los realmente tradicionales”.

El abandono del sector primario por parte de los residentes supone que, de manera paulatina, dejen sus labores en el campo para dedicarse al sector turístico, que inicialmente genera unos beneficios más elevados y más rápidos que los del sector primario. Esta realidad genera, además del crecimiento de zonas boscosas que no acostumbran a recibir mantenimiento, la pérdida de paisajes tradicionales, y consecuentemente, una pérdida de elementos que forman la identidad territorial del lugar.

Por otro lado, la discriminación de los nativos en los puestos de trabajo cualificados puesto que se considera que la población local no está preparada para atender correctamente a los visitantes, se les ofrecen puestos de trabajo de baja cualificación (servicio de limpieza de habitaciones, camarero, lavaplatos...), mientras que para los cargos directivos e intermedios se seleccionan personas foráneas.

Y, por último, la alteración de los comportamientos habituales. El turista, puesto

que busca romper con la rutina y con lo cotidiano, propicia y busca situaciones límites como alcoholismo o prostitución, aunque sí es verdad que no se puede establecer una relación causa-efecto con el turismo.

Sin embargo, en esta fase de crecimiento turístico también se gestan impactos culturales positivos en la comunidad anfitriona:

- a. Intercambio cultural (costumbres, comida, idioma, etc.) entre grupos sociales diferentes, favoreciendo el entendimiento y la tolerancia entre ambos. Aunque, se ha señalado que el turismo puede generar una “teatralización cultural”, ciertamente también se puede producir el efecto contrario y reforzar la identidad propia y revitalizar las tradiciones.
- b. Disminución de las desigualdades sociales, puesto que el turismo genera nuevas oportunidades económico-sociales para la población local. Un buen ejemplo de este hecho es el turismo rural en España, cuyo desarrollo otorgó más autonomía económica a las mujeres (en la mayoría de casos es la mujer quien gestiona el alojamiento rural).
- c. Preservación del patrimonio cultural: la llegada de visitantes genera la “revitalización” de numerosos recursos histórico-artísticos (palacios, iglesias y otros edificios civiles y religiosos) a los cuales la población local no concedía un elevado valor puesto que formaban parte de sus paisajes cotidianos, pero que el “ojo experto” (primeros exploradores, guías turísticas, redes sociales, etc.) considera que se deben visitar e inmortalizar. Es

entonces cuando los agentes turísticos del territorio (administración pública y empresas privadas) invierten en la rehabilitación y su puesta en valor (aparcamiento, señalización, visitas guiadas, etc.) de estos lugares.

- d. Creación de infraestructuras y de equipamientos de ocio cultural: el incremento de visitantes genera que las arcas de las administraciones públicas crezcan (más licencias de obras, más personas pagando impuestos, etc.), y consecuentemente, este dinero se pueda destinar a mejorar la calidad de vida de los residentes, como por ejemplo la construcción de teatros, de espacios verdes y de vías de comunicación, entre otros.
- e. Implantación de estudios (ciclos formativos, grados universitarios, masters y postgrados, etc.) vinculados a la gestión y organización de empresas turísticas.

La consolidación del destino, fase de irritación para Doxey (1975), es la tercera etapa del ciclo de vida del destino, que se caracteriza por la ralentización de un crecimiento turístico que se estimaba imparable e irreversible. Es decir, se trata de un destino ya maduro que empieza a vivir de las rentas de la fase de desarrollo anterior, es decir, empieza a vivir de prestado. Es una etapa donde los impactos negativos del turismo sobrepasan los impactos positivos, y los residentes empiezan a percibir una descompensación entre los ingresos de la industria turística y sus costes. Los impactos socioculturales negativos asociados son:

- a. Sobreexplotación turística: el incremento constante del número de visitantes en los

- principales atractivos turísticos del destino genera una masificación que afecta negativamente la preservación del propio espacio, y al mismo tiempo, disminuye la calidad de la experiencia turística (hay demasiadas personas y demasiado ruido para disfrutar de la visita). Por ejemplo, El Hipogeo de Hal Saflieni de la isla de Malta (único templo subterráneo prehistórico conocido) tiene un aforo de 80 personas por día o Los Palacios Nazaríes de la Alhambra de Granada permitan la entrada a 300 personas cada media hora.
- b. Pero no solamente se produce una saturación espacial sino también temporal puesto que hay meses que el destino apenas recibe visitantes y otros con muchísimos visitantes, como es el caso de algunos municipios de la Costa Brava que durante los meses de julio y agosto multiplican su población por 10. Esta realidad supone que las administraciones públicas locales durante algunos meses del año tengan que doblar o triplicar la brigada municipal, y consecuentemente, deban subir los impuestos municipales para hacer frente a estos gastos, cuestión que molesta a los residentes.
 - c. Pérdida de los comercios tradicionales: los arrendatarios de los pequeños comercios “de toda la vida” se ven obligados a cerrar puesto que, debido al interés de las empresas internacionales (comida rápida, ropa, etc.) en instalarse en el centro de la zona turística, los propietarios de los edificios les suben exponencialmente la cuota de alquiler y no pueden hacer frente a todos los gastos.
 - d. Monocultivo turístico: el exponencial crecimiento de visitantes puede suponer que el turismo se convierte en la principal, y casi la única, fuente de ingresos de la región, y consecuentemente, cualquier incidente que pueda afectar a la región (fenómenos naturales, atentados, huelgas, etc.) tiene graves efectos en la economía de la región. Por ejemplo, los atentados yihadistas de julio de 2016 en París supusieron que en agosto de aquel mismo año la ciudad recibiera un millón menos de visitantes y perdiera unos 750 millones de euros en ingresos.
 - e. Gentrificación: el incremento del precio del suelo en el destino genera que los propietarios de los inmuebles del área prefieran tener los apartamentos alquilados por días y no todo el año, puesto que obtienen unos mayores beneficios al poderlos alquilar a precios más elevados. Esto supone, por un lado, que numerosos residentes tengan que dejar su barrio natal y buscar una vivienda lejos de él, y por el otro lado, que los vecinos que aún viven en pisos alquilados en el barrio turístico sean sometidos a presiones por abandonar sus viviendas. Por ejemplo, la ciudad italiana de Venecia, que recibe anualmente cerca de 30 millones de visitantes (82.000 visitantes de media cada día), en 1951 tenía unos 175.000 y actualmente tiene solo unos 55.000, un descenso de población comparable al de la peste bubónica de 1630. Otro caso es el Barri Vell de Girona, el cual, en enero de 2018, concentraba ya el 60% de la oferta de apartamentos turísticos legales de la ciudad (244 apartamentos), una cifra que se dobló en solo seis meses y que

representa un 10% del total de la oferta de alquiler del barrio.

Es necesario señalar que, en Europa, para frenar la gentrificación y turistificación de los centros urbanos se están desarrollando diferentes iniciativas, como pueden ser el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos de la ciudad de Barcelona o la red SET (Ciudades del Sur de Europa frente a la Masificación del Turismo), entre otras.

- f. Reivindicaciones de los residentes: como es lógico, los residentes, ante la presión inmobiliaria, la subida de precios, el cierre de comercios emblemáticos, etc. en definitiva, ante la pérdida de la identidad del lugar, deciden organizarse y manifestarse para exigir a los gobiernos que tomen medidas para frenar todos los problemas comentados en las líneas anteriores. Por ejemplo, en Barcelona existe desde hace unos años la Assamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS), que agrupa diferentes entidades y colectivos de denuncia contra la sobreexplotación turística en la capital catalana. Este desenlace turismofóbico o la configuración de movimientos sociales de resistencia ante la presión turística son un fenómeno muy presente en las actuales ciudades turísticas consolidadas (Novy, 2017; Milano, 2017; Russo y Arias-Sans, 2017; Huete y Mantecón, 2018).

Seguidamente, el destino madura tanto que empieza a deteriorarse, esta sería la cuarta fase o fase de “estancamiento”, según Doxey (1975), tiempo de antagonismo entre población residente y efímera. La llegada

de visitantes, ya ha alcanzado su máximo y, poco a poco, el destino va perdiendo interés. Sus visitantes, hastiados por una oferta turística vulgar y de baja calidad e irritados por la enorme aglomeración de personas en espacios limitados, comienzan a explorar otros destinos alternativos más auténticos, más interesantes y con una oferta de mayor calidad. A partir de ahí puede ser que el proceso continúe inexorable y que el destino entre en una fase de “declive” más (escenario E) o menos acusado (escenario C.), o bien, que se produzca una reacción por parte de los agentes turísticos públicos y privados que permita cambiar el modelo, ponerlo al día, introducir nuevos atractivos turísticos, diversificar la oferta y, muy especialmente, apostar por la innovación y la calidad. En este caso, el destino puede entrar en una fase de “rejuvenecimiento” (escenarios A y B), recuperando su interés y su capacidad de atracción de visitantes, especialmente de visitantes nuevos. Especialmente en esta redirección del destino, no escapa a ningún stakeholder que el valor diferenciador se encuentra en la sostenibilidad tanto del sector público como privado, tanto desde la vertiente de la oferta como de la demanda (Garay et al., 2018).

V. CONCLUSIONES

Aunque los modelos de Doxey y Butler sean marcos conceptuales que ayudan a entender los impactos socioculturales, se concluye que los gestores de los destinos turísticos deben a trabajar desde el momento inicial o cero, no únicamente en la promoción, sino también en la planificación de crecimiento turístico. En este sentido, se

precisa un modelo de gobernanza sostenible cuya triple hélice lo constituyen el sector público institucional, el tejido empresarial y la ciudadanía (Crespi, 2019), atendiendo a los 17 objetivos del desarrollo sostenible de la ONU (2015), y en ningún caso menoscabando el objetivo de decrecimiento del número de visitantes, como apunta Milano (2018), para ciertamente redireccionar los destinos maduros y así sobrellevar y minimizar sus impactos socioculturales.

BIBLIOGRAFÍA

- ALABART VILÀ, A., DOMÍNGUEZ-PÉREZ, M. y CRESPI-VALLBONA, M. (2015). *Turismo y ciudad* en Procesos de transformación urbana y social. Similitudes y disimilaridades (DOMÍNGUEZ PÉREZ, M. y LÓPEZ-VILLANUEVA, C.; eds.), Madrid-Barcelona. En: Ed. Síntesis, pp. 247-274.
- ALAMILLA, C. (2016). *Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España*. En: ROTUR, Revista de Ocio y Turismo Vol. 11, pp. 1-11.
- AZPELIQUETA, M. C., RAMÓN, J. y SERRA, A. (2014). *Percepción de los impactos culturales en una comunidad insular*. En: REDMARKA: Revista Digital de Marketing Aplicado Vol. 13 n° 1, pp. 63-92.
- BUTLER, R. W. (1980). *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*. En: Canadian Geographer Vol 24 n° 1, pp. 5-12.
- COMISIÓN EUROPEA (2013). *Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles*, Luxemburgo: Comisión Europea, DG Empresa e Industria.
- CRESPI-VALLBONA, M., DOMÍNGUEZ-PÉREZ, M. y MASCARILLA MIRÓ, O. (2017). *Urban food markets and their sustainability: the compatibility of traditional and tourist uses*. En: Current Issues in Tourism Vol 22 n° 14, pp. 1723-1743.
- CRESPI-VALLBONA, M. y MASCARILLA MIRÓ, O. (2018). *La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona)*. En: Eure, Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales Vol. 133 n° 44, pp. 165-184.
- CROMPTON, J. L. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. En: Annals of tourism research Vol 6 n° 4, pp. 408-424.
- DE KANT, E. (Ed.) (1991): *Turismo ¿pasaporte al desarrollo? perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*, Madrid: Ed. Endymion.
- DOXEY, G. V. (1975). *A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences*. Sixth conference proceedings of the travel research association, Utah, Estados Unidos, pp. 195-198.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (2015). *Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local*, Madrid: Ed. EOI.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (2018). *Futuro del turismo, ordenación o masificación*. En: Estudios Turísticos Vol. 215, pp. 9-38.
- GARAY, L., GOMIS, J. M. y GONZÁLEZ, F. (2018). *El valor de la sostenibilidad como factor de diferenciación en los procesos de intermediación turística: Un análisis para el caso de las PYMES catalanas*. En: Cuadernos De Turismo Vol. 41, pp. 219-248.
- HUETE, R. y MANTECÓN, A. (2018). *El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?* En: Pasos Vol. 16. n° 1, pp. 9-19.
- KRIPPENDORF, J. (1977): *Les dévoreurs de paysages. Le tourisme doit-il détruire les sites qui le font vivre?*, Lausanne: Ed. 24 Heures.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007). *Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos*,

- realidades y retos. En: *Turismo y Sociedad* Vol. 8, pp. 51-68.
- MAZÓN, T. (2001). *Sociología del Turismo*. Madrid: Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.
- MILANO, C. (2017). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. En: *Marea Urbana. Revista de la Taula Virtual d'Urbanisme de Barcelona* Vol. 1, pp. 5-8.
- MILANO, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. En: *Pasos* Vol. 16. nº 3, pp. 551-564.
- MIRALLES, J. (2004): Impactos socioculturales del turismo residencial en España. Análisis comparativo del fenómeno en las diferentes comunidades autónomas a partir del caso mallorquín. (Tesis doctoral, Universidad de Alicante, Alicante).
- NOVY, J. (2017): *The Selling (Out) of Berlin and the De- and Re-politicization of Urban Tourism in Europe's "Capital of Cool"* en *Protest and Resistance in the Tourist City* (COLOMB, C. y NOVY, J.; eds.), Londres. En: Ed. Routledge, pp. 55-72.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2004), *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook*, Madrid: Ed. OMT.
- PARRILLA-GONZÁLEZ, J.A. y PULIDO-FERNÁNDEZ, J.I. (2017). Dinamismo económico del turismo a escala local. Una aproximación a través del análisis de clases latentes. En: *Cuadernos de Turismo* Vol. 40, pp. 521-545.
- PADIN, C. (2012): *A sustainable tourism planning model: Components and relationships*. En: *European Business Review* Vol. 24. nº 6, pp. 510-518.
- PICORNELL, C. (1993): Los impactos del turismo. En: *Papers de Turisme* Vol. 11, pp. 65-91.
- RAMON, J. y SERRA, A. (2014). *Inicios del turismo y actitudes de los residentes: El caso de Ibiza (España)*. En: *Estudios y Perspectivas en Turismo* Vol. 23. nº 1, pp. 1-22.
- SANCHO, A. (1998), *Introducción al turismo*. Madrid: Ed. OMT.
- SANTANA, A. y ESTÉVEZ, F. (1996): *Antropología del Turismo* en *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat* (PRAT, J. y MARTÍNEZ, A.; eds.), Barcelona: En Ariel, pp. 286-293.
- SANTANA, A. (1997), *Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Madrid: Ed. Ariel.
- SHARPLEY, R. (2000): *Tourism and sustainable development. Exploring the theoretical divide*. En: *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 8. nº 1, pp. 1-19.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. (1987), *Our common future*, Nueva York: Ed. Oxford University Press.
- ZUKIN, S. (1998): *Politics and aesthetics of public space: the "American" model*. En: *Real City, Ideal City. Meaning and Function in the Modern Urban Space*.