



**kultur** revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat

Vol. 8, núm. 15, any 2021

LA PANDÈMIA DE COVID-19  
I EL SEU IMPACTE EN EL TURISME EN ESPAIS URBANS



**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

Programa d'Extensió Universitària  
PEU–Seminari Garbell

*kult-ur* es una revista semestral promoguda pel Seminari Garbell, del Programa d'Extensió Universitària de la UJI, que edita un volum a l'any dividit en dos números. Els treballs publicats, que apliquen la revisió cega per parells, s'orienten fonamentalment al progrés de la ciència en els àmbits de la cultura, l'educació i el desenvolupament local, i atorguen preferència a la difusió de resultats de recerca originals. *kult-ur* admet contribucions d'experts i investigadors de tot el món i promou l'intercanvi de plantejaments, la reflexió i la comunicació en els seus tres eixos d'estudi abans referits.

---

### Consell editorial:

Paco Marco (director) (Universitat Jaume I) – Joan A. Traver Martí (director) (Universitat Jaume I) – Albert López Monfort (Univesitat Jaume I) – Maria Lozano Estivalis (Univesitat Jaume I) – Teresa de Jesús Negrete Arteaga (UPN Ajusco, México DF) – Auxiliadora Sales Ciges (Univesitat Jaume I) – Procopis Papastratis (Panteion University, Atenas) – Renaud Goyer (Université du Québec à Montreal) – Durmuş Aslan (Çukurova University, Adana) – Elisa Cragnolino (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina) – Elizabeth Vidal (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)

### Comité científic:

Jordi Adell Segura (Universitat Jaume I) – Tomás Alberich Nistal (Universidad de Jaén) – Roser Beneito-Montagut (Cardiff University School of Social Sciences) – Artur Aparici Castillo (Universitat Jaume I) – Luís Alfonso Camarero Rioja (UNED) – Ronnie Casella (SUNY Cortland, EEUU) – Romà de la Calle (Universitat de València) – Yamile Deriche (ISA Universidad de las Artes, Cuba) – Dieter Eissel (Justus Liebig Universität, Giessen) – Abdullahi Osman El-Tom (Maynooth University, Ireland) – Miguel Ángel Essomba (Universidad Autónoma de Barcelona) – Odet Moliner García (Universitat Jaume I) – Lidón Moliner Miravet (Univesitat Jaume I) – Ramón Monfort Salvador (Arquitecte) – Ana Alicia Peña López (Universidad Nacional Autónoma de México) – Pau Rausell Köster (Universitat de València) – Suzanne Reed (Community Developer, EEUU) – Ewa Rokicka (University of Lodz, Institute of Sociology) – Silvia Rut Satulovsky (Universidad de Buenos Aires) – Joan Subirats Humet (Universitat Autònoma de Barcelona) – Enrique Villalva Pérez (Universidad Carlos III de Madrid) – Teresa Marín García (Universidad Miguel Hernández de Elche)

### Equip d'edició:

Ángel Gil Cheza – Lluïsa Ros Bouché – Amelia Poles — Rafael Miralles Lucena – Enrique Salom Marco

### Secretaria i administració:

SASC – PEU – Universitat Jaume I

### Traduccions i correccions:

Servei de Llengües i Terminologia, Universitat Jaume I – B. Mary Savage – Herontrad Linguistic Solutions – Ángel Gil Cheza

---

© Del text: els autors i autores, 2021.

© De la fotografia de coberta: Paco Marco, 2021. Auditorio Covid-19

© De la present edició: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2021.

Servei de Comunicació i Publicacions – Universitat Jaume I

Edifici de Rectorat i Serveis Centrals. Planta 0.

Campus del Riu Sec. 12071 - Castelló de la Plana

Tel.: +34 964728821 - 8819. Fax: +34 964728832. Adreça electrònica: publicacions@uji.es

ISSN: 2386-5458

DOI número revista: <http://dx.doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15>

DOI revista: <http://dx.doi.org/10.6035/Kult-ur>

<http://www.e-revistes.uji.es/index.php/kult-ur>

Blog: <http://kultur.peu-uji.es/index.php/es/>



**kultur**

revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat



Vol. 8, núm. 15, any 2021

LA PANDÈMIA DE COVID-19  
I EL SEU IMPACTE EN EL TURISME EN ESPAIS URBANS

**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

Programa d'Extensió Universitària  
PEU– Seminari Garbell

Vicerectorat de Cultura, Extensió  
Universitària i Relacions Institucionals

*kult-ur* està indexada a:





Vol. 8, núm. 15, any 2021

## LA PANDÈMIA DE COVID-19 I EL SEU IMPACTE EN EL TURISME EN ESPAIS URBANS

### **acròpoli**

*Editorial*..... 9

### **àgora**

*Vol. 8. N° 15. Introducció a «La pandèmia de COVID-19 i el seu impacte en el turisme en espais urbans», coords. Ernest Cañada Mullor & Enrique Navarro Jurado*..... 19

*Metamorfosis del turismo y transformaciones urbanas: hacia el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*, Marina Haro Aragón & Josefa García Mestanza ..... 35

*Los conflictos en los destinos turísticos durante la pandemia de la COVID-19 desde la perspectiva de los movimientos sociales. El caso de Málaga*, Fátima Santos-Izquierdo Bueno, Marina Montiel Cesares & Yolanda Romero Padilla ..... 67

*De casal a hotel boutique al Centre Històric de Palma (2012-2020)*, Francesc Casañas Vilamala & Macià Blázquez-Salom ..... 99

*El turismo recreativo en la Ciudad de México: perspectivas post-Covid-19*, Cristina Oehmichen..... 123

*Impacto del COVID 19 en el turismo urbano del Ecuador*, Enrique Cabanilla, Carlos Garrido & Edison Molina ..... 143

### **extramurs**

*La práctica del **paste up** en la resignificación de la identidad de las mujeres de Ciudad Juárez*, Sergio Raúl Recio Saucedo ..... 173

### **stoa**

*Una mirada al taller Rural Experimenta 3 des de la mediació*, Vicent Querol, Anabel Ejarque & Ángel Portolés ..... 201

### **biblos**

*¿Qué les falta a nuestras ciudades? ¿Qué nos falta en nuestras sociedades?*, Paco Marco ..... 217

### **call for papers**

*Futurs números de kult-ur*..... 223



acròpoli







## EDITORIAL

### Fora d'òrbita

*El turismo tiene como objetivo la construcción de mejores personas y no de mejores fortunas*

**Sergio Rodríguez Abitia**

L'home més ric del planeta ha fet l'excursió més cara del món. Diuen que el passeig, de tot just deu minuts fora de la línia de Kármán, aquella que assenyala el límit de l'espai, ha suposat un xicotet pas per a Jeff Bezos però un gran pas per al turisme suborbital. El que muntara l'imperi Amazon sobre bases laborals i empresarials més que qüestionades, assegurava en el seu compte d'Instagram que observar la Terra des de fora és “una experiència que canvia la teua relació amb aquest planeta, amb la humanitat”. Seguint el plantejament de Rodríguez Abitia, vicepresident per a les Amèriques de l'Organització Internacional de Turisme Social, està per veure si aquesta vivència de gravetat zero i contemplació ultra-planetaria li farà ser millor persona o, simplement, li farà encara més ric. Però on està l'avanç en termes turístics? Bezos assegura que va crear la companyia de vols Blue Origin amb la finalitat d'avançar en la futura construcció de colònies espacials flotants on poder viure i treballar. Com que la companyia rival, Virgin Galactic, se li va avançar en l'obstinació de programar vols espacials, ell sembla disposat a inaugurar espais d'oci —i de negoci— per a astronautes. De moment, la seua recent gesta s'inscriu en un context de crisi humanitària excepcional, amb una pandèmia persistent i un cúmul de desastres climàtics que posen en escac el presumpte desenvolupament cultural i econòmic del capitalisme. No sembla llavors una prioritat comprensible incentivar els tours desorbitats d'uns quants milionaris, llevat que allò més prioritari no siga la supervivència del planeta sinó la de la seua espècie més depredadora. En qualsevol cas, aquest somni personal complit té més trets de megaloma-



nia que de compromís amb la sostenibilitat. En què es traduirà tot aquest hipotètic futur de destins interplanetaris encara és cosa de ciència-ficció però estaria bé que anàrem prenent consciència del llenguatge amb el qual es presenta eixa aposta per les expedicions espacials privades amb un clar rerefons d'exploració comercial: *competició, carrera i conquesta*. Lluny d'un camp semàntic coherent amb l'ètica ambiental amb la qual el turisme social vol impregnar la seua activitat per a fer-la econòmica, cultural i ecològicament sostenible, aquesta terminologia suposa més aviat una volta de rosca a la idea del turisme recolonitzador del qual alerta l'antropòleg David Laguna.<sup>1</sup> Eixe turisme que, fonamentat en els interessos de tercers, transforma llocs i crea serveis i productes amb l'única finalitat de complaure'ls. El present número de *Kult-ur* aposta per revertir precisament aquest model des d'una reflexió a peu de planeta. Ningú pot ser alié a l'advertiment que la Covid-19 ha posat sobre la taula: reduïrem la vulnerabilitat front a futures pandèmies en la mesura en què siguem capaços de limitar l'exposició de la població a substàncies perilloses, ja siguen físiques, químiques o biològiques, que puguen ser presents en l'aigua, el sòl, els aliments, l'aire i en els diferents entorns naturals. La gestió de la salut pública exigeix revisar els patrons de consum i els estils de vida que fins ara han sigut ecològicament insostenibles, incloent els hàbits de mobilitat, explotació de recursos i dinàmiques de relació sociocomunitàries que defineixen l'activitat turística. Com recullen les reflexions d'aquest monogràfic, la tasca de reformular una indústria des dels paràmetres de ecodependència de la vida humana, no és tasca senzilla. El pes de la idea de recuperació econòmica com a motor d'un progrés social i cultural que es presumeix independent i superior a les necessitats de l'ecosistema continua sent dominant. Malgrat les declaracions de les principals institucions internacionals en pro d'una agenda de sostenibilitat, les exigències de revitalització d'un sector especialment castigat en aquests moments amenacen amb entorpir la redefinició. No obstant això, i davant l'evidència que aquesta crisi sanitària no s'explica ni se supera sense atendre la seua dimensió social, econòmica i mediambiental, no hauria d'haver-hi tornada arrere en aquesta obstina-

---

1 Laguna, David (2006). El espacio del turismo, *Alteridades*, 31 pp. 119-129.



ció d'exigir accions responsables en tots els àmbits de l'activitat humana. En definitiva, si resulta impossible pensar el desenvolupament humà contraposant sistemàticament les necessitats de les persones i les necessitats de la naturalesa no humana, també és impensable un turisme —ja siga rural o urbà— que no integre les dimensions d'una vida comunitària i cultural respectuosa amb el medi ambient. Els processos de turistificació porten temps sent qüestionats en la mesura en què alguns d'ells s'han desbordat, massificat i han manifestat una nul·la capacitat per a planificar. Front al risc de caure en una indiscriminada turismofòbia, no obstant això, hi ha antídote. Consciència, responsabilitat i compromís són condicions per a la subsistència de l'activitat turística i imperatius bàsics per a les polítiques públiques que vulguen promoure-la. Potser és per aquesta immanent necessitat de supervivència que ens resulten tan estranys els èxits de Jeff Bezos i l'apel·lació a un hipotètic desig universal d'experimentar la grandesa de l'univers amb vols de high cost. Serà que la gravetat és tossuda i ens ancora en el sòl: no entenem l'existència d'una consciència universal desproveïda de consciència planetària. Sense justícia global poca transcendència té que uns quants rivalitzen per les millors vistes en l'estratosfera. Ens sumem a l'exhortació als magnats del turisme suborbital que llança Shannon Stirone des de les pàgines de *The Atlantic*: “Multimilionaris de l'espai, per favor, doneu una ullada al món que us envolta”.

Castelló, agost de 2021.



ES

## EDITORIAL

### Fuera de órbita

*El turismo tiene como objetivo la construcción de mejores personas y no de mejores fortunas*

**Sergio Rodríguez Abitia**

El hombre más rico del planeta ha hecho la excursión más cara del mundo. Dicen que el paseo, de apenas diez minutos fuera de la línea de Kármán, aquella que señala el límite del espacio, ha supuesto un pequeño paso para Jeff Bezos pero un gran paso para el turismo suborbital. El que montara el imperio Amazon sobre bases laborales y empresariales más que cuestionadas, aseguraba en su cuenta de Instagram que observar la Tierra desde fuera es “una experiencia que cambia tu relación con este planeta, con la humanidad”. Siguiendo el planteamiento de Rodríguez Abitia, vicepresidente para las Américas de la Organización Internacional de Turismo Social, lo que está por ver es si esta vivencia de gravedad cero y contemplación ultrplanetaria le hará ser mejor persona o, simplemente, le hará aún más rico.

Pero ¿dónde está el avance en términos turísticos? Bezos asegura que creó la compañía de vuelos Blue Origin con la finalidad de avanzar en la futura construcción de colonias espaciales flotantes donde poder vivir y trabajar. Puesto que la compañía rival, Virgin Galactic, se le adelantó en el empeño de fletar vuelos espaciales, él parece dispuesto a inaugurar espacios de ocio —y de negocio— para astronautas. Por lo pronto, su reciente gesta se inscribe en un contexto de crisis humanitaria excepcional, con una pandemia persistente y un cúmulo de desastres climáticos que ponen en jaque el presunto desarrollo cultural y económico del capitalismo. No pareciera entonces una prioridad comprensible incentivar los tours desorbitados de unos cuantos millonarios, a no ser que lo prioritario no sea la supervivencia del planeta sino la de su especie más depredadora.

En cualquier caso, este sueño personal auto cumplido tiene más rasgos de megalomanía que de compromiso con la sostenibilidad. En qué se traducirá todo este hipotético futuro de destinos interplanetarios aún es cosa de ciencia ficción pero estaría bien que fuéramos tomando conciencia del lenguaje con el que se presenta esa apuesta por las expediciones espaciales privadas con un claro trasfondo de explotación comercial: *competición, carrera y conquista*. Lejos de un campo semántico coherente con la ética ambiental con la que el turismo social quiere impregnar su actividad para hacerla económica, cultural y ecológicamente sostenible, esta terminología supone más bien una vuelta de tuerca a la idea del *turismo recolonizador* del que alerta el antropólogo David Laguna.<sup>1</sup> Ese turismo que, con base en los intereses de terceros, transforma lugares y crea servicios y productos con el único fin de complacerles.

El presente número de *Kult-ur* apuesta por revertir precisamente este modelo desde una reflexión a pie de planeta. Nadie puede ser ajeno a la advertencia que la Covid-19 ha puesto sobre la mesa: reduciremos la vulnerabilidad frente a futuras pandemias en la medida en que seamos capaces de limitar la exposición de la población a sustancias peligrosas, ya sean físicas, químicas o biológicas, que puedan estar presentes en el agua, el suelo, los alimentos, el aire y en los distintos entornos naturales. La gestión de la salud pública exige revisar los patrones de consumo y los estilos de vida que hasta ahora han sido ecológicamente insostenibles, incluyendo los hábitos de movilidad, explotación de recursos y dinámicas de relación sociocomunitarias que definen la actividad turística.

Como recogen las reflexiones de este monográfico, la tarea de reformular una industria desde los parámetros de ecodependencia de la vida humana, no es tarea sencilla. El peso de la idea de recuperación económica como motor de un progreso social y cultural que se presume independiente y superior a las necesidades del ecosistema sigue siendo dominante. A pesar de las declaraciones de las principales instituciones internacionales en pro de una agenda de

1 Laguna, David (2006). El espacio del turismo, *Alteridades*, 31 pp. 119-129.



sostenibilidad, las exigencias de revitalización de un sector especialmente castigado en estos momentos, amenazan con entorpecer la redefinición. No obstante, y ante la evidencia de que esta crisis sanitaria no se explica ni se supera sin atender a su dimensión social, económica y medioambiental, no debería haber vuelta atrás en este empeño de exigir acciones responsables en todos los ámbitos de la actividad humana.

En definitiva, si resulta imposible pensar el desarrollo humano contraponiendo sistemáticamente las necesidades de las personas y las necesidades de la naturaleza no humana, también es impensable un turismo —ya sea rural o urbano— que no integre las dimensiones de una vida comunitaria y cultural respetuosa con el medioambiente. Los procesos de turistificación llevan tiempo siendo cuestionados en la medida en que algunos de ellos se han desbordado, masificado y han manifestado una nula capacidad para planificar. Frente al riesgo de caer en una indiscriminada turismofobia, sin embargo, hay antídoto. Conciencia, responsabilidad y compromiso son condiciones para la subsistencia de la actividad turística e imperativos básicos para las políticas públicas que quieran promoverla.

Quizá sea por esta inmanente necesidad de supervivencia que nos resultan tan extraños los logros de Jeff Bezos y la apelación a un hipotético deseo universal de experimentar la grandeza del universo con vuelos de *high cost*. Será que la gravedad es tozuda y nos ancla en el suelo: no entendemos la existencia de una conciencia universal desprovista de conciencia planetaria. Sin justicia global poca trascendencia tiene que unos cuantos rivalicen por las mejores vistas en la estratosfera. Nos sumamos a la exhortación a los magnates del turismo suborbital que lanza Shannon Stirone desde las páginas de *The Atlantic*: “Multimillonarios del espacio, por favor, echad un vistazo al mundo que os rodea”.

Castelló, agosto de 2021.

EN

## EDITORIAL

### Spinning out of orbit

*The purpose of tourism is to produce better people, not bigger fortunes*

**Sergio Rodríguez Abitia**

The richest man on earth has just taken the most expensive trip in the world. This jaunt, barely ten minutes beyond the edge of space marked by the Kármán line, is said to be one small step for Jeff Bezos, but a giant leap for suborbital tourism. In an Instagram post, the man who built the Amazon empire on what are, to say the least, questionable employment and business practices, claimed that seeing Earth from space is “an experience that changes your relationship with the planet and with humanity”. Chiming with the ideas of Rodríguez Abitia, vice president of International Social Tourism Organisation Americas, it remains to be seen whether this zero gravity experience and extraplanetary contemplation will make him a better person, or just swell his bank account.

But where is the progress in terms of tourism? Bezos assures us he founded the spaceflight company Blue Origin to move towards the future construction of floating space colonies where people can live and work. Since the rival company, Virgin Galactic, has got ahead in the commercial spacecraft race, Bezos seems to be aiming at opening up leisure –and business– spaces for astronauts. For now, the backdrop to his recent adventure was an extreme humanitarian crisis, an unrelenting pandemic and a series of climate disasters that threaten the supposed cultural and economic development of capitalism. Promoting space tours for a handful of millionaires does not, therefore, seem an obvious priority, unless the real priority is not the survival of the planet, but of its most predatory species.

In any event, this self-fulfilled personal dream bears a greater resemblance to megalomania than to any commitment to sustainability. What this hypothetical future of interplanetary destinations will actually look like is still science fiction, but we do need to start taking note of the terminology used to present this championing of private space expeditions, firmly grounded on commercial exploitation: *competition, race and conquest*. Far from the language coherent with the environmental ethics of a social tourism intended to make its activities economically, culturally and ecologically sustainable, this terminology ratchets up the idea of the tourism of recolonisation that the anthropologist David Laguna<sup>1</sup> warns against: a tourism that transforms places and creates services and products with the sole aim of satisfying the interests of the third parties on which it is based.

This edition of *kult-ur* sets out to challenge this model through reflection at the planetary level. Nobody can ignore the warning Covid-19 has placed on the agenda: our vulnerability to future pandemics will be reduced in as far as we are able to limit the population’s exposure to dangerous substances, whether physical, chemical or biological, that may be present in the water, the soil, our food, the air and in natural environments. Public health management demands we re-examine consumer and lifestyle patterns that to date have been ecologically unsustainable, including mobility behaviours, the exploitation of resources and the socio-community relationship dynamics that define tourism.

As the reflections in this monograph show, it is no simple task to reformulate an industry to fit the parameters set by the ecological dependency of human life. The notion of economic recovery as the driver of social and cultural progress, assumed to be independent of and superior to the needs of the ecosystem, continues to predominate. Despite declarations from major international institutions supporting a sustainability agenda, the demands to revitalise a sector that has been particularly hard hit by recent events threatens to stymie this redefinition. However, and given the evidence

1 Laguna, D (2006) El espacio del turismo, *Alteridades*, 31 pp. 119-129



that this health crisis can neither be explained nor overcome without attending to its social, economic and environmental dimensions, there should be no wavering in the resolve to demand responsible actions in all areas of human activity.

In sum, if we can no longer systematically contemplate a form of human development that pits people's needs against those of non-human natural life, by the same token we cannot entertain a form of tourism –rural or urban– that fails to incorporate dimensions of community and cultural life that respect the environment. Touristification processes have long been questioned for the way they have, in some cases, got out of control, led to overcrowding and shown no planning ability. There is a way to avoid falling into indiscriminate tourism-phobia, however: awareness, responsibility and commitment are the conditions for the survival of tourism and the basic imperatives for the public policies designed to promote it.

Perhaps it is because of this immanent need for survival that we are disconcerted by Jeff Bezos's achievements and the appeal to a hypothetical universal desire to experience the glory of the universe through high cost flights. It must be the obstinacy of seriousness that anchors our feet to the ground: we do not understand the existence of a universal conscience without a planetary conscience. Without global justice, the rivalry of a few for the best views of the stratosphere is of little importance. We echo Shannon Sturone's exhortation to the magnates of suborbital tourism in the pages of *The Atlantic*: "Space billionaires, please read the room".

Castelló., August 2021.



# **àgora**

Coords. Ernest Cañada Mullor  
& Enrique Navarro Jurado





**VOL. 8. N° 15**  
**INTRODUCCIÓ A «LA PANDÈMIA DE COVID-19**  
**I EL SEU IMPACTE EN EL TURISME EN ESPAIS URBANS»**

**Coord. Ernest Cañada Mullor**  
Centre d'Investigació Alba Sud, España  
ernest@albasud.org

**Coord. Enrique Navarro Jurado**  
Universidad de Málaga (UMA), Málaga, España  
enavarro@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0002-5603-1864>

---

**L**a pandèmia de la COVID-19, a més dels seus coneguts efectes sanitaris, ha tingut un fort impacte socioeconòmic, i es preveu que la crisi en curs siga especialment dura, amb un augment de la pobresa i intensificació de la desigualtat (Méndez 2021). El turisme és una de les activitats que més s'ha vist afectada a causa de les restriccions a la mobilitat i interacció humana (Gössling et al. 2021), a diferència del que va ocórrer durant la crisi financera global iniciada en 2008, en la qual va tindre un paper destacat en la recuperació econòmica i la creació d'ocupació en els anys successius (Murray i Cañada 2021). De fet, va constituir una de les bases de la reactivació del circuit d'acumulació i reproducció del capital (Cañada i Murray 2019), convertint-se en una de les primeres fonts d'ingressos de moltes ciutats (Jover i Díaz-Parra 2020). La paralització de bona part de les activitats turístiques durant mesos, i la seua lenta i incerta recuperació, en particular de caràcter internacional, que a més depèn de l'evolució de la pandèmia i dels processos de vacunació en altres parts del món auguren greus dificultats per a aquelles economies amb major pes del turisme. Aquesta situació ha posat en evidència la vulnerabilitat en la qual es troben territoris i, especialment, determinats



espais urbans, que en els últims temps havien viscut un intens procés de turisticació, que va derivar en font de malestar i conflicte social (Colomb i Novy 2017, Milà et al. 2019).

Aquest escenari de crisi, amb greus implicacions per a la vida de moltes persones, ha obert el debat sobre com intervindre davant aquesta situació, polaritzada entre els qui demanen suports públics per a poder reactivar amb urgència l'economia turística i els qui aposten per la necessitat d'un replantejament en el seu funcionament, i més encara els qui exigeixen adoptar mesures de decreixement i apostar per processos de transició socioecològica (Fletcher et al. 2019). En aquest debat no tots els contextos són iguals, i es fan necessaris anàlisis més detallats i complexos, segons les diverses particularitats. De la mateixa manera, davant la paralització de l'activitat turística internacional i una recuperació incerta i insegura, s'ha accentuat l'interès pel turisme intern i, especialment, per formes diverses de turismes de proximitat (Navarro et al. 2020), que podrien contribuir a una certa dinamització del sector, quan tradicionalment han tingut un paper de menor rellevància en les polítiques públiques (Díaz i Llurdés 2013, Romagosa 2020).

Aquest número especial de la revista *Kult-ur* parteix de la preocupació per com aquestes dinàmiques disruptives provocades per la pandèmia de la COVID-19, i les transformacions conseqüents en el funcionament del sistema turístic, poden incidir en els espais urbans, que es van convertir en escenaris privilegiats de la turisticació durant l'última dècada, amb efectes derivats analitzats profusament com el sobreturisme (*overtourism*) (Koens et al. 2018). Els canvis són necessàriament encara incipients i lluny d'haver-se consolidat, perquè els factors que els espanten es troben encara en curs. L'efecte del creixement turístic ha sigut un canvi important en els centres urbans de les ciutats, amb implicacions sociodemogràfiques (substitució de residents per visitants en els habitatges, desplaçament forçós, declivi demogràfic, conflictes amb la població local, etc.), espacials (usos incompatibles de l'espai públic), econòmiques (major inflació, augment en el preu dels habitatges en propietat i lloguer, substitució i desaparició de tipologies comercials tradicionals, etc.) i culturals (Calle Vaquero, 2019). Al mateix temps s'incrementen nous agents que desenvolupen projectes turístics, l'augment de les desigualtats, els problemes ambientals que es relacionen amb la justícia espacial, les polítiques



d'inversió pública per a la rehabilitació i reestructuració dels centres urbans *turistificats*.

Malgrat les dificultats, els esforços per descriure, diagnosticar i fer pronòstic sobre possibles tendències contribueixen a fixar la nostra atenció en transformacions de gran importància que requeriran investigació sistemàtica. Amb aquest número tractem d'obrir el focus d'atenció sobre alguns d'aquests processos. Les diferents contribucions focalitzen la seua anàlisi entre Espanya i Amèrica Llatina. S'identifica el fort impacte que està tenint en espais urbans la crisi de l'activitat turística internacional, encara que, al seu torn, sobreviuen tendències de fons per a recuperar la dinàmica prèvia a la crisi i, al seu torn, la dinàmica preexistent dificulta possibles canvis. No obstant això, també es detecten uns certs factors que afavoririen un potencial desenvolupament del turisme articulat entorn de mercats de proximitat, així com la reapropiació d'espais dels quals els seus habitants haurien sigut desplaçats en termes de llocs de residències com d'esplai.

El número s'obri amb un article de Marina Haro Aragú i Josefa García Mestanza en el qual es realitza una revisió sistemàtica de la bibliografia disponible sobre les transformacions que s'han produït en ciutats turístiques abans de la pandèmia de la COVID-19 i les vies per a la resolució dels seus principals problemes. Entorn de les categories COVID-19, turisme urbà, sobreturisme (*overtourism*) i turisme de proximitat, associades cadascuna d'elles al concepte de turisme sostenible, es realitza una selecció dels principals articles publicats fins al moment. D'aquesta revisió destaca, a més d'una síntesi de l'estat de coneixement, la identificació de la falta de vinculació entre tots aquests conceptes en la literatura analitzada. L'article contribueix així a posar les bases per a una agenda d'investigació que aborde d'una manera més complexa i integrada l'anàlisi de les transformacions urbanes arran del nou context que obri la COVID-19 en contextos de forta dependència del turisme i amb les possibilitats i límits d'aposta per una transformació basada en mercats de proximitat.

Fátima Santos-Izquierdo, Marina Montiel-Cessares i Yolanda Romero-Padilla analitzen el cas de Màlaga a partir de les percepcions dels moviments socials oposats als processos de turistificació. Així identifiquen algunes



tendències entorn dels espais urbans vinculats a potencials canvis en les dinàmiques turístiques. Malgrat tractar-se de processos encara en curs, es percep que, encara que la crisi sanitària ha posat en evidència la vulnerabilitat del desenvolupament turístic que es va viure durant un poc més d'una dècada, les inèrcies i interessos del capital turístic i immobiliari pressionen per a seguir el mateix rumb. Això incideix en les autoritats públiques perquè adopten mesures a favor de la reactivació del turisme, en particular en el comerç, l'hostaleria i la restauració, en termes de relaxació de les limitacions o bé amb majors facilitats per a la seua operació en qüestions com, per exemple, terrasses o horaris comercials. Així mateix, es promouen projectes els fons dels quals es preveu que vagen dirigits a aprofundir en la via turística de reproducció del capital a la ciutat. De tot això es conclou que no es percep voluntat real de canvi de model per part de les autoritats locals. En aquest context, les seues autores també ressalten com els moviments socials senten que les seues crítiques i reivindicacions al model de turistificació han guanyat legitimitat a la llum de les conseqüències de la crisi i que és necessari impulsar un procés de transformació del turisme i dels seus efectes en les dinàmiques urbanes. La inviabilitat de l'actual creixement turístic, sotmés a múltiples amenaces, fa que aquests mateixos moviments entenguen la rellevància dels seus posicionaments i propostes.

En el cas de la ciutat de Palma, Mallorca, Macià Blázquez i Francesc Casañas mostren com una de les vies a través de les quals el capital va eixir de la crisi financera global de 2008, que derivava en un bloqueig de les seues possibilitats de reproducció, va ser la turistificació de nombroses ciutats. D'aquesta manera, el turisme va traspasar els seus espais tradicionals i es va inserir en entorns ja construïts, que no havien sigut pensats per a l'activitat turística. En el cas del Centre Històric de Palma, una de les formes que va adoptar aquest procés va ser la conversió d'habitatge d'ús residencial en lloguer de curt termini amb finalitats turístiques i també d'immobles en hotels, primordialment d'alta categoria, que és el que s'analitza en aquest article. El procés va ser facilitat per l'Estat a través d'accions de promoció i modificacions legals, així com una visió empresarialista de la gestió pública de la ciutat. Això va tindre múltiples conseqüències socials, associades a processos de gentrificació. Davant l'extensió del malestar, en una segona fase, des de les administracions públiques es va intentar posar límits al seu creixement.



Però això encara va valoritzar més aquests nous hotels i, per tant, dificultaria a futur la seua potencial reconversió. En aquest context, malgrat la greu crisi de l'activitat turística internacional a causa de la pandèmia de la COVID-19, no semblen haver-se complert els pronòstics inicials d'una intensificació de la venda d'actius. Els autors de l'article mostren com aquest tipus d'hotels d'alt standing són rendibles financerament, més enllà de l'operació turística regular, com a inversions immobiliàries. Així, més que desprendre's d'ells, els seus propietaris estarien apostant per ells com a valor refugi dels quals extraure major rendiment en un moment més propici. D'aquesta manera, els autors de l'article mostren la profunditat del procés de turistificació de l'entorn urbà, així com la complexitat d'un procés que no opera en una sola direcció i que, per tant, pot dificultar processos de transició que revertisquen l'especialització turística que s'ha produït en els últims anys.

Cristina Oehmichen identifica els efectes de la crisi de la COVID-19 en zones urbanes altament turistificades, com el Centre Històric de la Ciutat de Mèxic. La paràlisi temporal del turisme internacional va buidar els seus carrers de turistes, amb efectes dramàtics per a molts negocis i en termes d'ocupació. Això, al seu torn, va fer evident la vulnerabilitat de la dependència d'una sobre-especialització turística. No obstant això, durant aquests mesos també s'han identificat pràctiques turístiques en el Centre Històric per part d'habitants de la mateixa Ciutat de Mèxic, que, com en altres grans urbs turistificades, han pogut recuperar i redescobrir llocs dels quals havien sigut desplaçats. Aquestes dinàmiques dilueixen les fronteres entre allò turístic i la vida quotidiana, i al seu torn entrecreuen fronteres conceptuals entre el turisme, l'oci i la recreació. En posar en primer pla necessitats i pràctiques d'àmplies majories, tradicionalment desateses en les polítiques turístiques, però també en els estudis de caràcter acadèmic, la mirada s'obri cap a noves realitats insuficientment compreses. Les formes en les quals molts d'aquests sectors fan o volen fer turisme obri la possibilitat de pràctiques culturals no estandarditzades, obertes a la reinterpretació del turisme baix noves demandes.

Finalment, resulta interessant tindre una mirada a escala nacional de l'avaluació de l'impacte que va tindre la COVID-19 en els diversos sectors del turisme, fent una caracterització de l'impacte en el turisme urbà. Enrique Cabanilla, Carlos Garrido i Edison Molina exposen els resultats de diverses



investigacions en les quals han participat des de març del 2020, centrades en l'empresa, la demanda nacional i el talent humà. Destaca el tractament cartogràfic per a la delimitació d'espais urbans i rurals, al costat d'una metodologia robusta amb tres enquestes nacionals. L'anàlisi mostra que els espais menys afavorits de la pandèmia han sigut les ciutats pel tancament d'empreses i la desocupació generada. Per contra, l'augment de la demanda interna, del turisme de proximitat, ha afavorit una certa recuperació en el turisme urbà.

## Referències

- Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40.
- Cañada, E. & Murray, I. (2019). Introducción. Perspectivas críticas en turismo. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 7-34). Barcelona: Icaria Editorial.
- Colomb, C. & Novy, J. (2017). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Abingdon: Routledge.
- Díaz, I. & Llundés, J.C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, 32, 65-88.
- Fletcher, R., Murray, I., Blanco, A. & Blázquez, M. (2019). Tourism and de-growth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2021) Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20, Doi: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Jover, J. & Díaz-Parra, I. (2020). Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*, 1-24. Doi: 10.1080/14616688.2020.1713878.
- Koens, K., Postma, A. & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.
- Méndez, R. (2021). *Sitiados por la pandemia. Del colapso a la reconstrucción: una geografía*. Madrid: Revives. 2ª edición.





- Milano, C., Novelli, M. & Cheer, J.M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
- Murray, I. & Cañada, E. (2021). Turistificación confinada. En E. Cañada e I. Murray, I. (eds.). *#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada* (pp. 14-80). Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Navarro, E., Ortega, G. & Torres, E. (2020). *Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación*. Málaga: Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga.
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.



ES

**VOL. 8. N° 15**  
**INTRODUCCIÓN A «LA PANDEMIA DE COVID-19**  
**Y SU IMPACTO EN EL TURISMO EN ESPACIOS URBANOS»**

Coord. **Ernest Cañada Mullor**  
Centre d'Investigació Alba Sud, España  
ernest@albasud.org

Coord. **Enrique Navarro Jurado**  
Universidad de Málaga (UMA), Málaga, España  
enavarro@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0002-5603-1864>

La pandemia de la COVID-19, además de sus conocidos efectos sanitarios, ha tenido un fuerte impacto socioeconómico, y se prevé que la crisis en curso sea especialmente dura, con un aumento de la pobreza e intensificación de la desigualdad (Méndez 2021). El turismo es una de las actividades que más se ha visto afectada a causa de las restricciones a la movilidad e interacción humana (Gössling et al. 2021), a diferencia de lo que ocurrió durante la crisis financiera global iniciada en 2008, en la que tuvo un papel destacado en la recuperación económica y la creación de empleo en los años sucesivos (Murray y Cañada 2021). De hecho, constituyó una de las bases de la reactivación del circuito de acumulación y reproducción del capital (Cañada y Murray 2019), convirtiéndose en una de las primeras fuentes de ingresos de muchas ciudades (Jover y Díaz-Parra 2020). La paralización de buena parte de las actividades turísticas durante meses, y su lenta e incierta recuperación, en particular de carácter internacional, que además depende de la evolución de la pandemia y de los procesos de vacunación en otras partes del mundo auguran graves dificultades para aquellas economías con mayor peso del turismo. Esta situación ha puesto en evidencia la vulnerabilidad en la que se encuentran territorios y, en especial, determinados espacios urbanos, que en los últimos tiempos habían vivido un intenso proceso de turistificación, que derivó a su vez en fuente de malestar y conflicto social (Colomb y Novy 2017, Milano et al. 2019).

Este escenario de crisis, con graves implicaciones para la vida de muchísimas personas, ha abierto el debate sobre cómo intervenir ante esta situación, polarizada entre quienes demandan apoyos públicos para poder reactivar con urgencia la economía turística y quienes apuestan por la necesidad de un replanteamiento en su funcionamiento, y más aún quienes exigen adoptar medidas de decrecimiento y apostar por procesos de transición socioecológica (Fletcher et al. 2019). En este debate no todos los contextos son iguales, y hacen necesarios análisis más detallados y complejos, atentos a las diversas particularidades. A su vez, ante la paralización de la actividad turística internacional y una recuperación incierta e insegura, se ha acentuado el interés por el turismo interno y, en especial, por formas diversas de turismo de proximidad (Navarro et al. 2020), que podrían contribuir a una cierta dinamización del sector, cuando tradicionalmente han tenido un papel de menor relevancia en las políticas públicas (Díaz y Llurdés 2013, Romagosa 2020).

Este número especial de la revista *Kult-ur* parte de la preocupación por cómo estas dinámicas disruptivas provocadas por la pandemia de la COVID-19, y las transformaciones consecuentes en el funcionamiento del sistema turístico, pueden incidir en los espacios urbanos, que se convirtieron en escenarios privilegiados de la turistificación durante la última década, con efectos derivados analizados profusamente como el sobreturismo (*overtourism*) (Koenig et al. 2018). Los cambios son necesariamente aún incipientes y lejos de haberse consolidado, porque los factores que los empujan se encuentran aún en curso. El efecto del crecimiento turístico ha sido un cambio importante en los centros urbanos de las ciudades, con implicaciones sociodemográficas (sustitución de residentes por visitantes en las viviendas, desplazamiento forzoso, declive demográfico, conflictos con la población local, etc.), espaciales (usos incompatibles del espacio público), económicas (mayor inflación, aumento en el precio de las viviendas en propiedad y alquiler, sustitución y desaparición de tipologías comerciales tradicionales, etc.) y culturales (Calle



Vaquero 2019). Al mismo tiempo se incrementan nuevos agentes que desarrollan proyectos turísticos, el aumento de las desigualdades, los problemas ambientales que se relacionan con la justicia espacial, las políticas de inversión pública para la rehabilitación y reestructuración de los centros urbanos *turistificados*.

A pesar de las dificultades, los esfuerzos por describir, diagnosticar y hacer pronóstico sobre posibles tendencias contribuyen a fijar nuestra atención en transformaciones de gran calado que requerirán investigación sistemática. Con este número tratamos de abrir el foco de atención sobre algunos de estos procesos. Las distintas contribuciones focalizan su análisis entre España y América Latina. Se identifica el fuerte impacto que está teniendo en espacios urbanos la crisis de la actividad turística internacional, aunque, a su vez, sobreviven tendencias de fondo para recuperar la dinámica previa a la crisis y, a su vez, la dinámica preexistente dificulta posibles cambios. Sin embargo, también se detectan ciertos factores que favorecerían un potencial desarrollo del turismo articulado en torno a mercados de proximidad, así como la reapropiación de espacios de los que sus habitantes habrían sido desplazados en términos de lugares de residencias como de esparcimiento.

El número se abre con un artículo de Marina Haro Aragón y Josefa García Mestanza en el que se realiza una revisión sistemática de la bibliografía disponible sobre las transformaciones que se han producido en ciudades turísticas antes de la pandemia de la COVID-19 y las vías para la resolución de sus principales problemas. En torno a las categorías COVID-19, turismo urbano, sobreturismo (*overtourism*) y turismo de proximidad, asociadas cada una de ellas al concepto de turismo sostenible, se realiza una selección de los principales artículos publicados hasta el momento. De esta revisión destaca, además de una síntesis del estado de conocimiento, la identificación de la falta de vinculación entre todos estos conceptos en la literatura analizada. El artículo contribuye así a poner las bases para una agenda de investigación que aborde de una manera más compleja e integrada el análisis de las transformaciones urbanas a raíz del nuevo contexto que abre la COVID-19 en contextos de fuerte dependencia del turismo y con las posibilidades y límites de apuesta por una transformación basada en mercados de proximidad.

Fátima Santos-Izquierdo, Marina Montiel-Cesares y Yolanda Romero-Padilla analizan el caso de Málaga a partir de las percepciones de los movimientos sociales opuestos a los procesos de turistificación. Así identifican algunas tendencias en torno a los espacios urbanos vinculados a potenciales cambios en las dinámicas turísticas. A pesar de tratarse de procesos aún en curso, se percibe que, aunque la crisis sanitaria ha puesto en evidencia la vulnerabilidad del desarrollo turístico que se vivió durante algo más de una década, las inercias e intereses del capital turístico e inmobiliario presionan para seguir el mismo rumbo. Esto incide en las autoridades públicas para que adopten medidas a favor de la reactivación del turismo, en particular en el comercio, la hostelería y la restauración, en términos de relajación de las limitaciones o bien con mayores facilidades para su operación en cuestiones como, por ejemplo, terrazas u horarios comerciales. Así mismo, se promueven proyectos cuyos fondos se prevé que vayan dirigidos a profundizar en la vía turística de reproducción del capital en la ciudad. De todo ello se concluye que no se percibe voluntad real de cambio de modelo por parte de las autoridades locales. En este contexto, sus autoras también resaltan cómo los movimientos sociales sienten que sus críticas y reivindicaciones al modelo de turistificación han ganado legitimidad a la luz de las consecuencias de la crisis y que es necesario impulsar un proceso de transformación del turismo y de sus efectos en las dinámicas urbanas. La inviabilidad del actual crecimiento turístico, sometido a múltiples amenazas, hace que estos mismos movimientos entiendan la relevancia de sus posicionamientos y propuestas.

En el caso de la ciudad de Palma, Mallorca, Macià Blázquez y Francesc Casañas muestran cómo una de las vías a través de las cuales el capital salió de la crisis financiera global de 2008, que derivaba en un bloqueo de sus posibilidades de reproducción, fue la turistificación de numerosas ciudades. De este modo, el turismo traspasó sus espacios tradicionales y se insertó en entornos ya construidos, que no habían sido pensados para la actividad turística. En el caso del Centro Histórico de Palma, una de las formas que adoptó este proceso fue la conversión de vivienda de uso residencial en alquiler de corto plazo con finalidades turísticas y también de inmuebles en hoteles, primordialmente de alta categoría, que es lo que se analiza en este artículo. El proceso fue facilitado por el Estado a través de acciones de promoción y modificaciones legales, así como una visión empresarialista de la gestión pública de la ciudad. Esto tuvo múltiples consecuencias sociales, asociadas a procesos de gentrificación. Ante la extensión del malestar, en una segunda fase, desde las administraciones públicas se intentó poner límites a su crecimiento. Pero esto aún valorizó más estos nuevos hoteles y, por tanto, dificultaría a futuro su potencial reconversión. En este contexto, a pesar de la grave crisis de la actividad turística internacional a causa de la pandemia de la COVID-19, no parecen haberse cumplido los pronósticos iniciales de una intensificación de la venta de activos. Los autores del artículo muestran cómo este tipo de hoteles de alto standing son rentables financieramente, más allá de la operación

turística regular, como inversiones inmobiliarias. Así, más que desprenderse de ellos, sus propietarios estarían apostando por ellos como valor refugio de los cuales extraer mayor rendimiento en un momento más propicio. De este modo, los autores del artículo muestran la profundidad del proceso de turistificación del entorno urbano, así como la complejidad de un proceso que no opera en una sola dirección y que, por tanto, puede dificultar procesos de transición que reviertan la especialización turística que se ha producido en los últimos años.

Cristina Oehmichen identifica los efectos de la crisis de la COVID-19 en zonas urbanas altamente turistificadas, como el Centro Histórico de la Ciudad de México. La parálisis temporal del turismo internacional vació sus calles de turistas, con efectos dramáticos para muchos negocios y en términos de empleo. Esto, a su vez, hizo evidente la vulnerabilidad de la dependencia de una sobre-especialización turística. Sin embargo, durante estos meses también se han identificado prácticas turísticas en el Centro Histórico por parte de habitantes de la misma Ciudad de México, que, como en otras grandes urbes turistificadas, han podido recuperar y redescubrir lugares de los que habían sido desplazados. Estas dinámicas diluyen las fronteras entre lo turístico y la vida cotidiana, y a su vez entrecruzan fronteras conceptuales entre el turismo, el ocio y la recreación. Al poner en primer plano necesidades y prácticas de amplias mayorías, tradicionalmente desatendidas en las políticas turísticas, pero también en los estudios de carácter académico, la mirada se abre hacia nuevas realidades insuficientemente comprendidas. Las formas en las que muchos de estos sectores hacen o quieren hacer turismo abre la posibilidad de prácticas culturales no estandarizadas, abiertas a la reinterpretación del turismo bajo nuevas demandas.

Finalmente, resulta interesante tener una mirada a escala nacional de la evaluación del impacto que tuvo la COVID-19 en los diversos sectores del turismo, haciendo una caracterización del impacto en el turismo urbano. Enrique Cabanilla, Carlos Garrido y Edison Molina exponen los resultados de varias investigaciones en los que han participado desde marzo del 2020, centrados en la empresa, la demanda nacional y el talento humano. Destaca el tratamiento cartográfico para la delimitación de espacios urbanos y rurales, junto a una metodología robusta con tres encuestas nacionales. El análisis muestra que los espacios menos favorecidos de la pandemia han sido las ciudades por el cierre de empresas y el desempleo generado. Por el contrario, el aumento de la demanda interna, del turismo de proximidad, ha favorecido cierta recuperación en el turismo urbano.

## Referencias

- Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40.
- Cañada, E. & Murray, I. (2019). Introducción. Perspectivas críticas en turismo. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 7-34). Barcelona: Icaria Editorial.
- Colomb, C. & Novy, J. (2017). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Abingdon: Routledge.
- Díaz, I. & Llurdés, J.C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, 32, 65-88.
- Fletcher, R., Murray, I., Blanco, A. & Blázquez, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2021) Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20, Doi: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Jover, J. & Díaz-Parra, I. (2020). Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*, 1-24. Doi: 10.1080/14616688.2020.1713878.
- Koens, K., Postma, A. & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.
- Méndez, R. (2021). *Sitiados por la pandemia. Del colapso a la reconstrucción: una geografía*. Madrid: Revives. 2ª edición.



- Milano, C., Novelli, M. & Cheer, J.M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
- Murray, I. & Cañada, E. (2021). Turistificación confinada. En E. Cañada e I. Murray, I. (eds.). *#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada* (pp. 14-80). Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Navarro, E., Ortega, G. & Torres, E. (2020). *Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación*. Málaga: Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga.
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.

EN

**VOL. 8. N° 15**  
**AN INTRODUCTION TO «THE COVID-19**  
**PANDEMIC AND ITS IMPACT ON TOURISM IN URBAN SPACES»**

Coord. **Ernest Cañada Mullor**  
Centre d'Investigació Alba Sud, España  
ernest@albasud.org

Coord. **Enrique Navarro Jurado**  
Universidad de Málaga (UMA), Málaga, España  
enavarro@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0002-5603-1864>

As well as its serious health effects, the COVID-19 pandemic is also having a profound social and economic impact, and the current crisis is forecast to be especially punishing, with rising levels of poverty and escalating inequality (Méndez, 2021). The tourism sector has been particularly hard hit due to restricted movement and human interaction (Gössling et al., 2021), in contrast to the situation during the global financial crisis of 2008, in which the sector played an outstanding role in the subsequent economic recovery and in job creation (Murray and Cañada, 2021). Indeed, tourism was one of the bases for reactivating the cycle of accumulation and reproduction of capital (Cañada and Murray, 2019), becoming one of the main sources of income in many cities (Jover and Díaz-Parra, 2020). The months-long suspension of most tourism, and its slow, uncertain recovery, particularly at an international level, which is also dependent on the evolution of the pandemic and vaccination programmes in other parts of the world, augur serious difficulties for economies that rely heavily on tourism. This situation has highlighted the vulnerability of regions, and particularly urban spaces, that have undergone an intense process of touristification in recent years, which in turn has become the source of discontent and social conflict (Colomb and Novy, 2017; Milano et al., 2019).

This context of crisis, with its severe implications for many people's lives, has opened up the debate on how to intervene in this situation, polarised between those demanding urgent public funding to reactivate the tourism economy, others arguing for a reappraisal of its current modus operandi, and yet another group advocating degrowth measures and processes of socio-ecological transition (Fletcher et al., 2019). Because not all contexts are the same in this debate, more detailed and complex analyses are needed to take into account the nuanced and diverse characteristics of each situation. In addition, the interruption of international tourism and the uncertain, insecure recovery of the sector have sparked interest in domestic tourism, particularly the different forms of local tourism (Navarro et al., 2020), which in contrast to its traditionally more modest role in public policies, could go some way to reviving the sector (Díaz and Lurdés, 2013; Romagosa, 2020).

This special edition of *Kult-ur* rose out of concern about how these disruptive dynamics caused by the COVID-19 pandemic –and the resulting transformations in the workings of the tourism industry– can impact urban spaces, which over the last decade have become environments where touristification is prioritised, and whose effects, including over-tourism, have been extensively analysed (Koens et al., 2018). Changes are inevitably still incipient and far from consolidated because the factors driving them are ongoing. The growth in tourism has had considerable repercussions on city centres, whether sociodemographic (residents replaced by visitors in rental accommodation, forced displacement, demographic decline, conflicts with the local population, etc.), spatial (incompatible uses of public spaces), economic (higher inflation, increasing property and rental prices, replacement and disappearance of traditional shops and businesses, etc.) or cultural (Calle Vaquero, 2019). At the same time, the numbers of new agents developing tourism projects are growing, inequalities are rising, as are the environmental problems associated with spatial justice, and the public investment policies aimed at rehabilitating and restructuring city centres taken over by tourism.

Despite the difficulties, the efforts to describe, diagnose and forecast possible trends draw our attention to substantial transformations that demand systematic research. In this edition we hope to highlight some of these processes. The contributions focus their analyses on Spain and Latin America. They identify the profound impact the crisis in international tourism is having on urban spaces, although at the same time underlying trends to recover the pre-crisis dynamic are persisting, despite the obstacles to change posed by the pre-existing situation. However, certain factors are



identified that would potentially favour the development of tourism associated with local markets, and the recovery of spaces whose inhabitants have been displaced to make way for residential accommodation or leisure facilities.

This edition opens with M. Haro Aragù and J. García Mestanza's systematic review of the literature on transformations occurring in tourist cities before the COVID-19 pandemic and the ways their main problems can be solved. They link the categories COVID-19, urban tourism, overtourism and local tourism with the concept of sustainable tourism to make a selection from the main articles published to date. In addition to summarising the state of the art, the review identifies the absence of connections between all these concepts in the literature analysed. The article thus helps lay the foundations for a research agenda that will provide a more complex and integrated analysis of the urban transformations arising from the new COVID-19 context in places that rely heavily on tourism, and taking into account the possibilities and limitations of opting for a transformation based on local markets.

Fátima Santos-Izquierdo, Marina Montiel-Cesares and Yolanda Romero-Padilla analyse the case of **Málaga** from the perspective of social movements opposing processes of touristification. The authors identify some trends in urban spaces connected to potential changes in tourist dynamics. Although these are ongoing processes, they find that despite the vulnerability of the tourism developed over more than a decade exposed by the health crisis, the inertias and interests of tourism capital and real estate are exerting pressure to continue in the same direction. These interests influence the public authorities to adopt measures favouring the reactivation of tourism, particularly in businesses, hospitality and the restaurant sector, in the form of relaxing restrictions or through greater flexibility by, for example, opening up outside terrace areas for bars and restaurants or extending trading times. At the same time, they promote projects with funding that is predicted to further entrench tourism as a way of reproducing capital in the city. The authors conclude that the local authorities have no political will to change the model. In this context, they also find that social movements feel their criticisms of the touristification model and demands for change have gained legitimacy in light of the consequences of the crisis, and identify a need to stimulate a process to transform tourism and its effects in urban dynamics. The unviable nature of the current growth of tourism, threatened on multiple fronts, gives these movements confidence that their stances and proposals are relevant.

In their study of Palma, Mallorca, Macià Blázquez and Francesc Casañas describe how in many cities, capital used touristification as a way to come out of the 2008 global financial crisis, which halted the reproduction of capital. Tourism shifted from its traditional sites into places that were already constructed, but that had not previously been considered by the tourism sector. One manifestation of this process in the historical centre of Palma was the conversion of residential accommodation into short-term lets for tourists and, mainly, top-end hotels, which is the focus of the article's analysis. The process was supported by the State through promotion programmes and legal modifications, combined with a business-centred vision of public management in the city. This had multiple social consequences related to gentrification. Once public discontent began to spread, however, in a second phase public administrations began attempting to restrict further growth. This had the effect of raising the value of these new hotels, therefore creating barriers to their possible future reconversion. In this context, despite the severe crisis in international tourism due to the COVID-19 pandemic, the initial predictions that sales of assets would intensify do not appear to have been fulfilled. The authors show that, in addition to their regular tourism activity, these top-end boutique hotels are financially profitable as property investments: rather than selling them, owners are using these properties as a secure place to hold their assets until the market recovers and they can extract higher returns. The authors therefore show just how deep the touristification process runs in the urban environment, and the complexity of a process that does not operate in one single direction, and which can therefore be a major hurdle to any transition that could potentially reverse the specialist tourism boom of recent years.

Cristina Oehmichen identifies the effects of the COVID-19 crisis in urban areas with high touristification, in this case, the historic centre of Mexico City. The temporary halting of international tourism emptied its streets of tourists, with drastic effects for many businesses and severe job losses. In turn, this situation exposed the vulnerability of depending on one over-specialised form of tourism. However, over these months other tourism practices have emerged in the historical centre, initiated by residents of Mexico City, who, as in other large tourist cities, have managed to reclaim and rediscover places from which they had been displaced. These shifts blur the boundaries between tourism and daily life, while at the same time interweaving conceptual borders between tourism, leisure and recreation. By foregrounding the needs and practices of the great majority, traditionally ignored in tourism policies and also in academic studies, we observe new realities that are not fully understood. The ways in which many of these sectors do tourism, or want to do tourism, opens up possibilities for non-standardised cultural practices that are willing to reinterpret tourism from the perspective of new demands.

Finally, we have an interesting look on a national scale at the evaluation of the impact COVID-19 has had on different tourism sectors, with a characterisation of its impact on city tourism. Enrique Cabanilla, Carlos Garrido and Edison Molina present the results of various studies they have participated in since March 2020, focusing on business, domestic demand and human talent. Of particular note is the use of maps to delimit urban and rural spaces, alongside a robust methodology with three national surveys. The analysis shows that although cities have been hardest hit by the pandemic due to the closure of businesses and resulting unemployment, the increase in domestic demand for local tourism has favoured a certain recovery of city tourism.



## References

- Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1–40.
- Cañada, E. & Murray, I. (2019). Introducción. Perspectivas críticas en turismo. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 7-34). Barcelona: Icaria Editorial.
- Colomb, C. & Novy, J. (2017). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Abingdon: Routledge.
- Díaz, I. & Llundés, J.C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, 32, 65-88.
- Fletcher, R., Murray, I., Blanco, A. & Blázquez, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2021) Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20, Doi: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Jover, J. & Díaz-Parra, I. (2020). Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*, 1-24. Doi: 10.1080/14616688.2020.1713878.
- Koens, K., Postma, A. & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.
- Méndez, R. (2021). *Sitiados por la pandemia. Del colapso a la reconstrucción: una geografía*. Madrid: Revives. 2ª edición.
- Milano, C., Novelli, M. & Cheer, J.M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
- Murray, I. & Cañada, E. (2021). Turistificación confinada. En E. Cañada e I. Murray, I. (eds.). *#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada* (pp. 14-80). Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Navarro, E., Ortega, G. & Torres, E. (2020). *Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación*. Málaga: Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga.
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.





Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Haro Aragú, M. y J. García Mestanza(2021). Metamorfosis del turismo y transformaciones urbanas: hacia el desarrollo de un modelo de turismo sostenible. *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.1>

## METAMORFOSIS DEL TURISMO Y TRANSFORMACIONES URBANAS: HACIA EL DESARROLLO DE UN MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE <sup>1</sup>

*Tourism metamorphosis and urban transformations: towards the development  
of a sustainable tourism model*

**Marina Haro Aragú**

Instituto Universitario de Investigación, de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga (i3t)  
marinaharo94@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-9988-5459>

**Josefa García Mestanza**

Instituto Universitario de Investigación, de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga (i3t)  
jgm@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0002-3865-3061>

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

**RESUMEN:** El turismo se ha convertido en un elemento clave en la planificación urbana, desarrollo y evoluciones socioculturales de muchas ciudades. El objetivo de esta investigación es analizar el estado de la cuestión de la metamorfosis acaecida en el turismo y las transformaciones urbanas de las ciudades turísticas en el contexto de la COVID-19, así como las propuestas para una reactivación en forma de turismo de proximidad más alineados con los ODS de Naciones Unidas. El método utilizado está basado en la aplicación del Proceso de Desarrollo del Conocimiento - Constructivista (ProKnow-C), proporcionando un procedimiento estructurado, riguroso y que minimiza el uso de la aleatoriedad y la subjetividad en el proceso de revisión bibliográfica.



Como resultados, se obtienen 30 artículos relevantes y alineados con el tema de investigación, posibilitando el identificar los principales enfoques propuestos por los autores de este portafolio bibliográfico en relación a la problemática planteada. Esto permite constatar la importante proliferación de publicaciones científicas que abordan esta temática, en un corto periodo de tiempo, y la ausencia de un modelo consensuado que permita medir tales fenómenos de forma integral, viéndose además como una oportunidad para repensar el turismo de proximidad como foco de un modelo turístico sostenible.

**PALABRAS CLAVE:** turismo sostenible, *overtourism*, COVID-19, proximidad, turismo urbano.

—

**RESUM:** El turisme s'ha convertit en un element clau en la planificació urbana, el desenvolupament i les evolucions socioculturals de moltes ciutats. L'objectiu d'aquesta investigació és analitzar l'estat de la qüestió de la metamorfosi esdevinguda en el turisme i les transformacions urbanes de les ciutats turístiques en el context de la COVID-19, així com les propostes per a una reactivació en forma de turismes de proximitat més alineats amb els ODS de Nacions Unides. El mètode utilitzat està basat en l'aplicació del Procés de Desenvolupament del Coneixement - Constructivista (ProKnow-C), proporcionant un procediment estructurat, rigorós i que minimitza l'ús de l'aleatorietat i la subjectivitat en el procés de revisió bibliogràfica. Com a resultats, s'obtenen 30 articles rellevants i alineats amb el tema d'investigació, posibilitant l'identificar els principals enfocaments proposats pels autors d'aquest portafoli bibliogràfic en relació a la problemàtica plantejada. Això permet constatar la important proliferació de publicacions científiques que aborden aquesta temàtica, en un curt període de temps, i l'absència d'un model consensuat que permeti mesurar tals fenòmens de manera integral, veient-se a més com una oportunitat per a repensar el turisme de proximitat com a focus d'un model turístic sostenible.

**PARAULES CLAU:** turisme sostenible, *overtourism*, COVID-19, proximitat, turisme urbà.

—



**ABSTRACT:** Tourism has become a key element in the urban planning, development and socio-cultural evolution of many cities. The objective of this research is to analyze the state of the art of the metamorphosis that has occurred in tourism and the urban transformations of tourist cities in the context of COVID-19, together with proposals for reactivation in the form of local tourism in line with the United Nations SDGs. The study applies the Knowledge Development Process - Constructivist (ProKnow-C) methodology, which provides a structured, rigorous procedure that minimizes randomness and subjectivity in the literature review process. Thirty relevant articles aligned with the research topic were obtained for the literature review, from which the main approaches proposed by the authors were identified in relation to the research problem. This result reflects the significant proliferation of scientific publications addressing this issue, in a short period of time, and the absence of a consensual model that allows such phenomena to be measured holistically; it also provides an opportunity to rethink local tourism as a focus for a sustainable tourism model.

**KEYWORDS:** sustainable tourism, overtourism, COVID-19, proximity, urban tourism.

## Introducción y estado de la cuestión

Las grandes ciudades son destinos turísticos caracterizados por poseer un gran dinamismo y, además, el turismo ha adquirido un gran peso en estos espacios urbanos (Vargas et al. 2015). Este turismo está en constante evolución, adaptándose a las actuales tendencias que el consumidor turístico demanda. Sin embargo, los últimos veinte años han supuesto un desafío en la gestión del turismo sostenible para los residentes, turistas y visitantes, ya que desde hace menos de una década la población local ha cambiado de forma radical sus percepciones, convirtiendo el turismo de masas en un problema político local que llega incluso a afectar a su población (Goodwin 2017).

Como consecuencia de esta concentración de la actividad turística, los espacios han estado sometidos a complejas transformaciones entre las que se incluyen el sobreturismo (*overtourism*) o la gentrificación, que implican una transformación funcional de los mismos (De la Calle Vaquero 2019). Este



crecimiento está siendo foco de análisis, ya que las partes interesadas, aun teniendo algunos roles similares, tienen visiones del mundo muy diferentes (Boom et al. 2021). Además, la demanda descontrolada junto con una concentración del turismo en destinos particulares impacta negativamente tanto en los territorios como en las comunidades locales (Capocchi et al. 2019).

Este impacto que el sobreturismo (*overtourism*) tiene, de forma real o percibida, en los destinos, acarrea importantes consecuencias ecológicas, sociales y culturales, conduciendo a formas de turismo social y ecológicamente insostenibles, por lo que se vuelve más urgente la necesidad de que el sector se actualice o se diversifique hacia un modelo que equilibre los intereses económicos con los sociales y ecológicos (Benner 2020).

La sostenibilidad es uno de los principales retos de la sociedad, ya que los brotes más dañinos corresponden a grandes industrias con intereses internacionales, lo que hace más compleja la gestión ambiental y la eliminación del enfoque directo (Cabello et al. 2021). El éxito a largo plazo del turismo urbano sostenible requiere preservar la autenticidad de la ciudad, y hacerlo requiere intervenciones políticas, basadas en una visión a largo plazo, pronósticos y participación de las partes interesadas (Boom et al. 2021b). Este desarrollo responde a las necesidades tanto de turistas como de regiones receptoras, además de estar enfocado hacia la gestión de los recursos, por lo que va dirigido a satisfacer la actividad de ocio de los visitantes, a la vez que cuide las necesidades de la comunidad receptora gracias a los beneficios generados (Linares y Garrido 2014).

Sin embargo, la pandemia causada por la COVID-19 ha hecho que, en el contexto mundial, se presente la urgente necesidad de configurar ciudades inclusivas y resilientes (Cabral y Diez 2020). Además, el turismo en España ha jugado un papel muy importante en las principales crisis ocurridas, al ser uno de los principales sectores que ha contribuido a la recuperación económica tras cada una de ellas (Benito 2016). Las investigaciones anteriores sobre crisis y desastres muestran patrones similares, y las teorías existentes a menudo pueden explicar los fenómenos que se observan a día de hoy (Zeker y Kock 2020). La cuestión que surge actualmente en la industria, se centra en si deberíamos volver al statu quo anterior a la pandemia lo antes posible y haciendo uso de la financiación pública, o si deberíamos aprovechar los



efectos de esta como una oportunidad para modificar, parcial o totalmente, las condiciones económicas y sociales que llevaron al sobreturismo (Montanari 2020).

Este periodo se contempla, por tanto, como una oportunidad para reconsiderar una transformación del sistema turístico global, enfocándolo hacia uno más alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2030 (ODS) de las Naciones Unidas (Rivera García y Pastor Ruíz 2020). Como indican Pons et al. (2020), la sostenibilidad turística no implica únicamente aportar una solución equilibrada a la rentabilidad económica, sino también al bienestar social y al equilibrio ecológico, es decir, soluciones prácticas para un turismo más sostenible.

Un ejemplo de estas propuestas puede ser prolongar la duración de la estancia, abastecerse en mercados más cercanos, repensar la comida para optar por productos orgánicos (y de proximidad) y de temporada, avanzar hacia un modelo de alto valor añadido, dar beneficio local y no a plataformas globales de propiedad extranjera, abandonar los viajes intensivos en carbono, por ejemplo, en cruceros, lograr reducir la estacionalidad, pero sobre todo, viajar de manera que sea económicamente viable, preservando el tejido social de las ciudades (Gössling y Higham 2020). Surge además el turismo de proximidad como una de estas propuestas para reconducir el sector (Romagosa, 2020). Este turismo no sólo está asociado a una práctica de turismo más sostenible (Díaz, 2017), sino que además se trata de una de las consecuencias más probables de la crisis actual (Navarro, Ortega y Torres 2020). Esto se debe en gran medida a la existencia de una mayor conciencia social y ambiental por parte de los turistas, que en muchas ocasiones optarán por viajar a destinos más cercanos a su lugar de residencia, lo que sumado a las posibles restricciones en los viajes internacionales (al menos de forma temporal) ayudará a la promoción de este turismo a la vez que se promociona un turismo más sostenible (Romagosa 2020b).

El turismo es considerado clave en la planificación urbana, desarrollo y transformaciones socioculturales de muchas ciudades, pero ¿es el sobreturismo una consecuencia de las transformaciones urbanas? ¿Podemos considerar el turismo de proximidad como una estrategia para lograr un destino más accesible y sostenible durante y tras el COVID-19? ¿Cuándo se con-



sidera que estamos en un nivel óptimo de sostenibilidad y cómo lo medimos? ¿Se trata únicamente de indicadores medioambientales o hay algo más?

En aras de dar respuesta a estas cuestiones, nuestra investigación tiene como objetivo analizar el estado del arte de la metamorfosis que ha experimentado el turismo y las transformaciones urbanas de las ciudades turísticas en el contexto del COVID-19. Esta investigación presenta la aplicación detallada del Proceso de Desarrollo del Conocimiento - Metodología constructivista (Proknow-C), mediante la creación de un portafolio bibliográfico relevante a través del análisis bibliométrico, logrando seleccionar aquellos trabajos altamente alineados con este tema investigado. Esto constituye un estudio analítico del conocimiento acumulado que parte de la investigación documental, gracias a la que podremos llevar a cabo el estudio de un conocimiento acumulado dentro de un área específica, dividiéndose, normalmente, en: contextualización, clasificación y categorización (Molina 2005). Esta modalidad tiene como objetivo inventariar y sistematizar la producción en un área del conocimiento, ejercicio que no debe quedarse tan solo en el inventario, sino trascender más allá, pues permite hacer una reflexión profunda sobre las tendencias y vacíos en un área específica (Vargas y Calvo 1987).

Los hallazgos de este estudio permitirán constatar la importante proliferación de publicaciones científicas que abordan esta temática, en un corto periodo de tiempo, además de la ausencia de un modelo consensuado que permita medir tales fenómenos de forma integral. Esto se ve, además, como una oportunidad para repensar el turismo de proximidad como foco de un modelo turístico sostenible, ya que el desarrollo masivo y descontrolado del turismo tiene repercusiones negativas para el medio natural. El turismo sostenible implica no solo dar una solución equilibrada a la rentabilidad económica, sino también al bienestar social y al equilibrio ecológico, enfocándolo hacia uno más alineado con los ODS de Naciones Unidas (Rivera y Pastor 2020). La revisión exhaustiva de la literatura efectuada nos desvela el conocimiento acumulado sobre estos aspectos y hace explícito sus antecedentes, causas, modelos de detección y soluciones que permitan avanzar hacia un desarrollo turístico más sostenible. Además, nos va a permitir conocer la simbiosis antes mencionada, así como las propuestas de reactivación en forma de turismo de proximidad durante y tras la COVID-19.





## Metodología

Una búsqueda o revisión de literatura consiste en un método sistémico, explícito y reproducible que permite identificar, evaluar y sintetizar el trabajo ya existente y producido por otros investigadores (Fink 2019). De acuerdo con Fink (2019), Boland et al. (2017), Hart (2017) Gough et al. (2017) y Heyvaert et al. (2016), hay seis fases en la creación de una revisión de literatura, cuyo objetivo es determinar el estado actual de búsqueda o discusión científica en cuanto a un campo particular de conocimiento (Kuckartz & Rädiker 2019):

1. Formular preguntas y objetivos de investigación, es decir, determinar qué se quiere conseguir.
2. Seleccionar las bases de datos bibliográficas, que hoy en día son, en su mayoría, online.
3. Determinar los términos de búsqueda.
4. Aplicar criterio práctico y metodológico para la selección de literatura científica de alta calidad.
5. Llevar a cabo la revisión de los textos completos, definiendo las variables, codificando, añadiendo notas y resúmenes.
6. Sintetizar los resultados y conclusiones.

Para la selección del marco teórico y construcción de los conocimientos necesarios (puntos 2, 3 y 4) el método utilizado se basó en la metodología Proknow-C (Knowledge Development Process - Constructivist), propuesta por Ensslin et al. (2010), que consiste en estructurar una revisión de la literatura para construir conocimiento y seleccionar revistas para su fundamentación teórica (Vieira et al. 2019).

El objetivo fue realizar una revisión sistémica con el fin de localizar los estudios más relevantes a partir de las palabras clave de esta investigación (Ravindran y Shankar 2015), así como un análisis bibliométrico de la producción científica al respecto (Duque y Cervantes-Cervantes 2019). El estudio se diseñó para llenar los vacíos de revisiones anteriores, examinando el estado, las tendencias y las posibles áreas de investigación futura, de forma que ofrezca una visión general sobre el sobreturismo (*overtourism*) como consecuencia de las transformaciones urbanas en las grandes ciudades, y los



procesos de reactivación en forma de turismos de proximidad para lograr un destino más sostenible y accesible a través de modelos de gestión turística que aportan focos innovadores (Jurado, Quintana y Rodríguez 2020). Por ello, esta investigación se realizó a través de un diseño cualitativo e interpretativo, que determinó el procedimiento de selección, acceso y registro de la muestra documental (Vargas, Higueta y Muñoz 2015). De esta forma se presenta un panorama general de todos los ejes de búsqueda investigados, con un enfoque interdisciplinario y comprensivo (Jurado, Quintana y Rodríguez 2020b). El diseño del proceso metodológico se organiza en tres fases, que se explican a continuación.

En las dos primeras fases los pasos seguidos, basándonos en los propuestos por de Carvalho et al. (2020), fueron los siguientes:

1. Definición de palabras clave.
2. Definición de bases de datos.
3. Búsqueda de artículos en las bases de datos con las palabras clave.
4. Aplicación de prueba de adherencia de palabras clave.
5. Eliminación de artículos repetidos.
6. Alineación por lectura del título.
7. Alineación como reconocimiento científico, por ejemplo, número de citas y artículos recientes.
8. Alineación leyendo el resumen.
9. Alineación por lectura completa de artículos: análisis bibliométricos y sistemáticos descriptivos.

En la primera fase, se establecen los ejes de investigación o búsqueda. Debido a que uno de los objetivos principales es analizar la simbiosis entre los diferentes términos para analizar una posible transformación del sistema turístico global, enfocándolo hacia uno más alineado con los ODS de Naciones Unidas, se establecieron cuatro ejes de investigación o búsqueda: “sobreturismo y turismo sostenible”, “COVID-19 y turismo sostenible”, “turismo de proximidad y turismo sostenible” y “turismo urbano y turismo sostenible”.



Para estos ejes de investigación, se establecen las correspondientes palabras clave: para el eje “sobreturismo y turismo sostenible”, *overtourism* en inglés, y sobreturismo, en español, para más tarde en el proceso de filtrado seleccionar aquellos que relacionan dicho término con turismo sostenible. Para “COVID-19 y turismo sostenible”, debido a que en este caso se trata de un término demasiado amplio, a fin de realizar dicha conexión con turismo sostenible se opta por introducir ambos términos combinados en el buscador al objeto de acotar el número de trabajos a revisar, por lo que se estable como palabras clave COVID-19 y *sustainable tourism* en inglés, y COVID-19 y *turismo sostenible* en español. Para “turismo de proximidad y turismo sostenible” se establece los términos *proximity* en inglés y *proximidad* en español. Por último, para el eje “turismo urbano y turismo sostenible” al igual que ocurría con el término *sobreturismo (overtourism)*, se trata de un término demasiado amplio, por lo que se optó como palabras clave *turismo urbano* y *turismo sostenible* en español, y *urban tourism* y *sustainable tourism* en inglés.

El carácter multidisciplinar que presenta el turismo llevó a seleccionar las bases de datos Web of Science, Scopus y Google Académico, por ser buscadores especializados en artículos de revistas científicas, enfocados en el mundo académico, y que almacenan un amplio conjunto de trabajos de investigación científica de distintas disciplinas y en distintos formatos de publicación. Se utilizaron estas bases ya que, a pesar de que Google Académico causa en ocasiones ciertos errores y limitaciones consecuencia de su enfoque automatizado para la indexación de documentos (Delgado, Robinson y Torres 2014), ha demostrado ser una fuente confiable, además de tener una buena cobertura en diferentes disciplinas, en especial en Humanidades y Ciencias Sociales (Delgado, Orduna y Martin 2018).

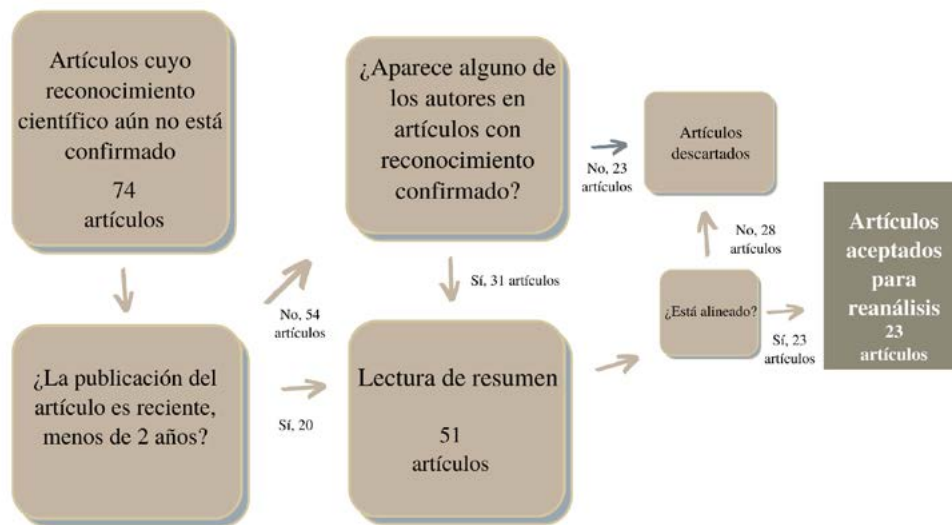
Estos instrumentos jerarquizan los resultados, aunque también usan como señal de calidad la revista en la que se ha publicado, permitiendo el acceso a copias físicas o digitales de artículos, ya sea online o en bibliotecas. Además, las arañas de Google académico rastrean constantemente los sitios web de universidades, editoriales científicas, repositorios, catálogos y cualquier otro espacio web donde encontrar materiales de tipo académico, independientemente de su tema o idioma. A diferencia del acumulativo y naturaleza



selectiva de Web of Science y Scopus, Google Académico es dinámico, ya que refleja el estado de la web, que es visible para sus robots de búsqueda y para la mayoría de los usuarios en un momento específico en el tiempo (Delgado, Orduna y Martin 2018b).

Se utilizaron los campos de búsqueda: título, resumen y palabras clave, y se restringieron los años a los periodos 1900-2021, para artículos de revistas científicas. Completando esta primera fase y para obtener el banco de publicaciones bruto, se realizó una prueba de adherencia de artículos con palabras clave, que consistió en seleccionar al azar varios entre el citado banco obtenido, a fin de identificar las palabras clave de cada uno de ellos, para determinar si en el título, las palabras clave o resumen se encuentran las definidas en esta investigación, de modo que el portafolio esté lo más alineado posible (dos Santos Matos & Petri 2015). Además, se llevó a cabo una primera criba en cada eje de investigación, eliminando aquellos artículos duplicados en las tres bases de datos utilizadas, y se procedió a realizar una exclusión por lectura de título dentro de cada uno de estos ejes.

La segunda fase comienza con la exclusión de aquellos que estuviesen duplicados una vez obtenido el primer banco de artículos brutos de todos los ejes de investigación. A continuación, se procedió a la lectura de los títulos, y a partir de ahí se verificó el reconocimiento científico mediante una búsqueda de la cantidad de citas que tenía cada artículo en las bases de datos consultadas. Aquellos descartados por su falta de reconocimiento científico, fueron sometidos a una reevaluación que se detalla a continuación (figura 1):



**Figura 1: Filtro para seleccionar artículos con reconocimiento científico menor adaptado de Esslin et al. (2010).**

Posteriormente, se procedió a la lectura de los resúmenes de los artículos, para seleccionar los alineados con el tema de investigación. Por último, se realizó la lectura completa de los textos, y se llevaron a cabo los análisis bibliométricos y sistemáticos descriptivos (Vieira et al. 2019, Ensslin et al. 2010, Ravindran y Shankar 2015).

Para realizar la revisión sistemática de esta literatura se partió de una pregunta explícita y claramente definida, buscando una interpretación del análisis y reporte de los resultados apropiados (Ravindran y Shankar 2015). En este caso, se trata de desvelar el conocimiento acumulado sobre los términos *overtourism*, *COVID-19*, *proximidad* y *turismo urbano*, y hacer explícito sus antecedentes, causas, modelos de detección y soluciones que permitan avanzar hacia un desarrollo turístico más sostenible. Una vez efectuados estos pasos, se dispone de los 30 artículos alineados con el objetivo de investigación para proceder a su análisis.

A fin de continuar con los puntos 5 y 6 propuestos por Kuckartz y Rädiker (2019), y coincidiendo con la tercera fase de nuestra investigación, se procedió a agrupar las ideas más relevantes en una tabla de autores a partir de los informes y comentarios de texto recogidos durante la lectura de los

documentos. Se resaltaron aquellos aspectos que más se repetían, además de establecer interrelaciones entre los autores, para tratar de reforzar, a través de las aportaciones de este trabajo de investigación, proposiciones, acciones e innovaciones que permitieran clarificar posibles procesos que contribuyeran a la identificación de estos términos. Para lograrlo se utilizó el programa MAXQDA, que permitió extraer tanto las palabras que más se repetían a lo largo del cuadro-resumen de los autores más representativos que han abordado esta problemática, como establecer interrelaciones entre las diferentes palabras clave de nuestra investigación y las aportaciones de los autores.

En primer lugar, se analizó la frecuencia de términos en el documento para proceder a elaborar una nube de palabras, eliminando para ello aquellas que no se consideraron relevantes para la investigación o poseyesen una frecuencia inferior a 6 por no considerarse destacable para el estudio. Seguidamente se comprobó la frecuencia con la que aparecía cada una de las palabras clave en la tabla de autores (Rädiker y Kuckartz 2021). A continuación, se establecieron los códigos y, una vez hecho, se categorizaron en la tabla de autores (Cazau 2004) para analizar la interrelación entre ellos. Posteriormente, se observó la frecuencia de aparición de cada código a lo largo del documento, así como la distribución de cada uno (Sgier 2012). Por último, se realizó el análisis de resultados y las conclusiones, dando respuesta a los interrogantes de investigación sobre la metamorfosis del turismo y las transformaciones urbanas en las grandes ciudades en el contexto de la COVID-19, las propuestas para una reactivación en forma de turismo de proximidad, así como aquellos modelos y soluciones que permitan avanzar hacia un desarrollo turístico más sostenible. Además, permitió retocar la tabla de autores de forma que quedaran reflejadas clara y visualmente en la misma las palabras clave y los resultados de la codificación de cada autor.

### **Análisis y resultados**

Los resultados más relevantes para las palabras clave buscadas se listan, en primer lugar, según el ranking del autor, el número de referencias que lo enlazan y su relevancia respecto de otra literatura académica, así como el ranking de la propia publicación en que aparece el artículo. Por ello, en una búsqueda preliminar, se comenzó introduciendo: *overtourism*, *COVID-19*,



*proximidad y turismo urbano*, siempre en combinación cada una de ellas con otra palabra clave: *turismo sostenible*.

Se comienza con el primer eje de investigación, sobreturismo (*overtourism*) y turismo sostenible. En primer lugar, se realizó una búsqueda del término *overtourism*, de la que se obtuvieron 9340 resultados en Google Académico, 259 en Web of Science y 256 en Scopus. A continuación, se filtró tanto en Web of Science como en Scopus para obtener únicamente los artículos científicos, obteniéndose 227 resultados en Web of Science y 203 en Scopus (consultado en 5 de marzo de 2021). Tras realizar la prueba de adherencia y la eliminación por artículos repetidos en todas las bases de datos, se descartaron un total de 4250. Posteriormente, se procedió a la alineación por lectura de título de los 5520 restantes, de los que se descartaron 5470 por no estar alineados con el objetivo de la investigación, resultando finalmente en 50 trabajos, todos ellos combinando el término *overtourism* con turismo sostenible.

Se continúa con el eje de investigación COVID-19 y turismo sostenible. Con las palabras clave establecidas (*COVID-19* y *sustainable tourism*) se obtuvo 34400 resultados en Google Académico, 95 en Web of Science y 121 en Scopus, mientras que en lengua castellana (*COVID-19* y *turismo sostenible*) las obras a analizar eran 6420 en Google Académico, ninguno en Web of Science y 2 en Scopus (aunque uno de ellos estaba en inglés). A continuación, se filtró tanto en Web of Science como en Scopus para obtener únicamente los artículos científicos, obteniéndose 89 resultados en Web of Science y 93 en Scopus (consultado en 5 de marzo de 2021). Tras realizar la prueba de adherencia y la eliminación por artículos repetidos en todas las bases de datos, se descartaron un total de 35230. Posteriormente, se procedió a la alineación por lectura de título de los 5772 restantes, de los que se descartaron 5722 por no estar alineados con el objetivo de la investigación, resultando finalmente en 50 trabajos.

A continuación, se realizó el mismo procedimiento con el eje turismo de proximidad y turismo sostenible. Los términos *proximidad* y *proximity* al introducir en español en Google Académico alcanzan 65700 resultados, ningún resultado en Web of Science y 4 resultados en Scopus (se introdujeron los términos en español, pero los 4 resultados eran en inglés); introduciendo



el término en inglés se obtuvo 300000 artículos en Google Académico, 626 en Web of Science y 754 en Scopus. A continuación, se filtró tanto en Web of Science como en Scopus para obtener únicamente los artículos científicos, obteniéndose 561 resultados en Web of Science y 597 en Scopus (consultado en 6 de marzo de 2021). Sin embargo, en Google Académico para realizar la conexión con turismo sostenible se opta por introducir este término en el buscador a fin de acotar el número de trabajos a revisar. Con las nuevas palabras clave (*proximity* y *sustainable tourism*) se obtiene 77000 registros, mientras que en lengua castellana (*proximidad* y *turismo sostenible*) las obras a analizar eran 22400 (consultado en 7 de marzo de 2021). Tras realizar la prueba de adherencia y la eliminación por artículos repetidos en todas las bases de datos, se descartaron un total de 77456. Posteriormente, se procedió a la alineación por lectura de título de los 23102 restantes, de los que se descartaron 23052 por no estar alineados con el objetivo de la investigación, resultando finalmente en 50, y en los que aparece un nexo al término *turismo sostenible*.

Por último, se realizó el mismo procedimiento con el término *turismo urbano* y *urban tourism*, obteniendo al introducir el término en español 574000 resultados en Google Académico, ningún resultado en Web of Science y 30 resultados en Scopus (se introdujeron los términos en español, pero los resultados eran casi en su totalidad en inglés); introduciendo el término en inglés se obtuvo 2980000 artículos en Google Académico, 6359 en Web of Science y 7767 en Scopus. Al igual que en el caso de sobreturismo, debido a que en este caso se trata de un término demasiado amplio, para realizar dicha conexión con turismo sostenible se opta por introducir este último en el buscador en todas las bases de datos, a fin de acotar el número de trabajos a revisar. Con las nuevas palabras clave (*turismo urbano* y *turismo sostenible*) se obtuvo 101000 resultados en Google Académico, ninguno en Web of Science y ninguno en Scopus, mientras que en inglés (*urban tourism* y *sustainable tourism*) las obras a analizar eran 1440000 en Google Académico, 1139 en Web of Science y 1403 en Scopus. A continuación, se filtró tanto en Web of Science como en Scopus para seleccionar únicamente los artículos científicos, obteniéndose 827 resultados en Web of Science y 910 en Scopus (consultado en 6 de marzo de 2021). Debido al elevado número de artículos encontrados en Google Académico (1541000 entre inglés y español), se procedió a acotar en esta búsqueda el rango de años a los últimos 7 años, por





considerarse los más relevantes para la investigación (2014-2021). Los resultados fueron de 206000 en inglés, y 15400 en español. Tras realizar la prueba de adherencia y la eliminación por artículos repetidos en todas las bases de datos, se descartó un total de 211001. Posteriormente, se procedió a la alineación por lectura de título de los 12136 restantes, de los que se descartaron 12086 por no estar alineados con el objetivo de la investigación, resultando finalmente en 50 trabajos.

Esta primera criba dio como resultado 200 artículos (50 de cada palabra clave relacionada con *turismo sostenible*), de los que se realizó un proceso de filtrado del banco de artículos en bruto, comenzando con la exclusión de aquellos que aparecían duplicados, descartando 7. En la segunda etapa se volvió a alinear por lectura del título los 193 restantes, resultando preseleccionados 150 trabajos.

Se procedió a una tercera alineación, esta vez por reconocimiento científico, de la que se descartaron 74, pasando los 76 restantes a la siguiente fase. Sin embargo, esos 74 descartados pasaron por una reevaluación (figura 1), en la que se reincorporaron 23 artículos para continuar con su análisis, que se añaden a los 76 previamente mencionados, sumando un total de 99 artículos.

Posteriormente, se leyeron los resúmenes de los 99 artículos, para hacer la selección de aquellos que estaban alineados con el tema de investigación, descartando 19. Por último, se accedió a los textos de los 80 restantes para su lectura y revisión de la información requerida y se llevaron a cabo los análisis bibliométricos y sistemáticos descriptivos, resultando en los 30 artículos finales de todo el proceso (Vieira et al. 2019, Ensslin et al. 2010, Ravindran y Shankar 2015).

El plan de análisis consistió en dos lecturas: una lineal que exigió la revisión consecutiva de la información obtenida en las fuentes bibliográficas, y otra transversal que permitió la comparación de las fuentes a partir de las categorías aplicadas para identificar las repeticiones, vacíos, confirmaciones, ampliaciones, falencias, así como la calidad y cualidad de la información sobre el objeto de investigación. Las observaciones sobre los hallazgos en las fuentes se reseñaron en memos de investigación y comentarios de texto que se usaron posteriormente para la elaboración de una tabla, resultado de la aportación de los autores en los 30 artículos de investigación de la búsqueda.

Se pasó a introducir el documento con la tabla de aportaciones de los autores en MAXQDA. En primer lugar, se analizó la frecuencia de palabras en el documento para elaborar una nube (figura 2). Por no considerarse destacable para el estudio se eliminaron aquellas no relevantes para la investigación y las que poseen una frecuencia inferior a 6 (Rädiker y Kuckartz 2021).



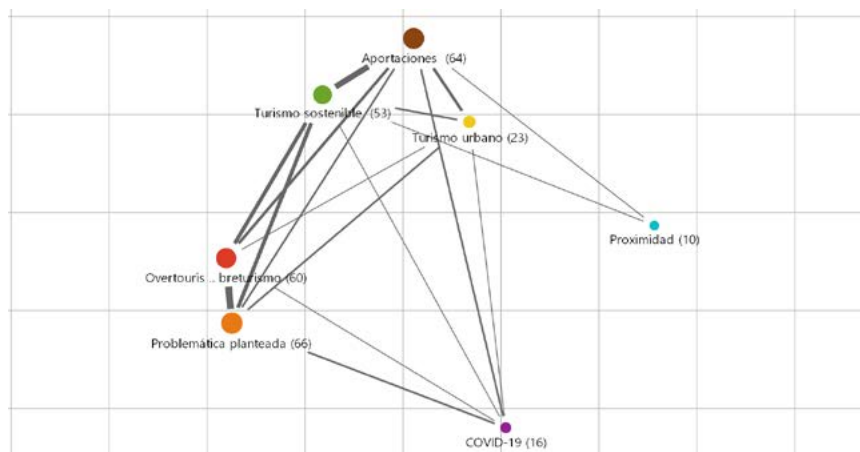
Figura 2: Frecuencia de palabras relevantes en la tabla de autores. Fuente: Autores desde MAXQDA.

A continuación, se comprobó la frecuencia con la que aparecía cada una de las palabras clave en la tabla de autores. Cabe puntualizar que se ha considerado como palabra clave tanto el término *overtourism* como su traducción al español, sobreturismo, ya que dependiendo del autor se ha hecho referencia a una u otra, aunque siempre hablando del mismo fenómeno (figura 3):

Overtourism / Sobreturismo	COVID-19	Turismo sostenible	Proximidad	Turismo urbano
66	11	11	11	15

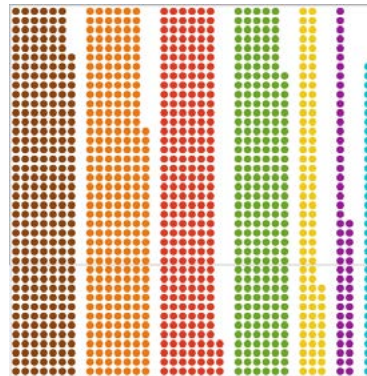
Figura 3: Frecuencia de nuestras palabras clave en la tabla de autores. Fuente: Autores desde MAXQDA.

Ya que a lo largo de la revisión de la literatura dos de los aspectos a destacar son la problemática existente y las aportaciones que realiza cada autor para abordarla, se han añadido una 6ª y 7ª categoría denominadas “problemática” y “aportaciones” para interrelacionar estas variables con el resto de categorías. Una vez establecidos los códigos, se procedió a la categorización de la tabla de autores (Cazau 2004) para analizar la interrelación entre ellas, en especial, asegurarnos que la variable “turismo sostenible” aparece reflejada a lo largo de toda la tabla, ya que el objetivo es desvelar el conocimiento acumulado sobre estos conceptos y analizar modelos de detección y soluciones que permitan avanzar hacia un desarrollo turístico más sostenible. A continuación, se muestra la interrelación entre los códigos, mostrando como todos ellos van unidos al código Turismo Sostenible (figura 4):



**Figura 4: Interrelación entre los códigos. Fuente: Autores desde MAXQDA.**

En la siguiente imagen (figura 5) se observa la frecuencia de aparición de cada código a lo largo del documento. Como datos destacables cabe señalar la poca proliferación de artículos sobre COVID-19 y turismo de proximidad en relación con Turismo Sostenible. También destaca que los códigos de *overtourism* (rojo) y turismo sostenible (verde) son los que, dejando a un lado los de problemática (naranja) y aportaciones (marrón), más aparecen codificados a lo largo de la tabla de autores, tal y como se observa en la categorización:



**Figura 5: Interrelación entre los códigos. Fuente: Autores desde MAXQDA.**

Finalmente, se procedió a la elaboración de una segunda tabla en la que reflejar las palabras clave de cada documento de acuerdo a los resultados de la codificación (tabla 1).

**Tabla 1: Tabla de autores y palabras clave.**

AUTORES	PALABRAS CLAVE
Alexandrova, Aigina, Kaverzin y Sheresheva (2019)	Turismo urbano, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Amore, Falk y Adie (2020)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible, turismo urbano
Benner (2020)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Bertocchi y Visentin (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo urbano, turismo sostenible
Bertocchi, Camatti, Giove y van der Borg (2020)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Boom, Weijsschede, Melissen, Koens y Mayer (2021)	Turismo urbano, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Cabello, Navarro, Thiel, Rodríguez y Ruiz (2021)	Turismo sostenible, turismo urbano
Cabral y Diez (2020)	COVID-19, turismo urbano, turismo sostenible, proximidad
Capocchi, Vallone, Pierotti y Amaduzzi (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Capocchi, Vallone, Amaduzzi y Pierotti (2020)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Cheung y Li, (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Crossley (2020)	COVID-19, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible y turismo urbano



De la Calle, M. (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo urbano, COVID-19, turismo sostenible
De la Calle, García y Mendoza (2021)	Turismo urbano, COVID-19, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Díaz y Llurdés (2013)	Proximidad, turismo sostenible
Díaz y Jover (2021)	Turismo urbano, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Fedyk, Sołtysik, Olearnik, Barwicka, y Mucha (2020)	Turismo sostenible, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo urbano
Fletcher, Murray, Blanco y Blázquez (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
García, Ivars y Mendoza (2019)	Turismo urbano, turismo sostenible, sobreturismo ( <i>overtourism</i> )
García y Ruíz (2020)	COVID-19, turismo sostenible
Jover y Díaz (2020)	Turismo urbano, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Koh, E. (2020)	Turismo sostenible, sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), COVID-19
Linares y Garrido (2014)	Turismo sostenible, turismo urbano
Llurdés, Díaz y Romagosa (2014)	Proximidad, turismo sostenible
Milano, Novelli y Cheer (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible, turismo urbano
Milano, Novelli y Cheer (2019)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible.
Montanari (2020)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), COVID-19, turismo urbano, turismo sostenible
Muler, Coromina, y Galí (2018)	Sobreturismo ( <i>overtourism</i> ), turismo sostenible
Navarro y Capote (2020)	Turismo sostenible, sobreturismo ( <i>overtourism</i> )
Romagosa (2020)	Turismo urbano, turismo sostenible, proximidad

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los hallazgos a destacar tras el proceso, es que a pesar de que inicialmente los artículos se seleccionaron a través de diferentes ejes de investigación, en una gran parte de ellos aparece otra de las palabras clave que, a pesar de no haber sido utilizada en la estrategia de búsqueda marcada, muestra una correlación entre los temas analizados no detectada a priori.

Por otro lado, también es interesante recalcar la aparición de la palabra clave turismo sostenible codificada en todos los artículos, lo que muestra la consecución de los objetivos de investigación planteados, ya que uno de ellos



era lograr analizar la relación de los términos sobreturismo (overtourism), turismo urbano, proximidad y COVID-19 con el enfoque hacia un modelo turístico más sostenible.

## Discusión y conclusiones

Este estudio se propuso como objetivo analizar el estado del arte de los cambios que ha experimentado el turismo y las transformaciones urbanas de las ciudades en el contexto de la COVID-19, de forma que nos permitiera conocer la citada simbiosis, así como las propuestas para una reactivación en forma de turismo de proximidad. A través de una exhaustiva revisión de la literatura hemos logrado desvelar el conocimiento acumulado sobre estos conceptos y hacer explícito sus antecedentes, causas, modelos de detección y soluciones que permitan avanzar hacia un desarrollo turístico más sostenible.

A pesar de que existe cada vez más conocimiento acerca de que, en muchos destinos turísticos, la gestión tradicional está ocasionando impactos sociales y ambientales que no son deseables, algunos amenazan, además, con minar la viabilidad económica de la industria turística local. Esto hace que se reduzcan las perspectivas de continuidad de la prosperidad de la misma (Manning et al. 1997). Sin embargo, aún falta por establecer una definición aceptada sobre lo que el turismo sostenible significa y los diferentes puntos de vista sobre el concepto (Berry y Ladkin 1007, Swarbrook 1998), llevando a cuestionar la validez de lograr una sostenibilidad dentro del turismo al estar tan abierta la postura conceptual (Hunter 1997). Es por ello que los destinos turísticos en los que las economías locales son altamente dependientes de la industria turística están especialmente afectados por estos riesgos, y por lo que la OMT ha desarrollado una serie de indicadores de la sostenibilidad aplicable a la industria turística (Manning et al. 1997b).

En las grandes ciudades, el turismo ha sido tradicionalmente un sector importante para la economía urbana, pero tras la citada crisis financiera de 2008 se ha convertido en la principal fuente de ingresos de algunas ciudades (Jover y Diaz 2020). La expansión rápida y desigual del turismo como respuesta a la citada crisis económica se ha producido en paralelo con el aumento del descontento social con respecto al llamado “turismo excesivo” (Fletcher et al. 2019). El desarrollo de este turismo activo en las ciudades ejerce una presión



creciente tanto en su patrimonio como en su comunidad local, haciendo que los flujos turísticos provoquen hacinamiento y descontento entre los vecinos, y dando lugar al fenómeno del *sobreturismo* (*overtourism*) (Alexandrova et al. 2019), en especial cuando pasamos por alto la capacidad de carga de los destinos (Cheung y Li 2019).

El *sobreturismo* es un término que, en poco tiempo, ha cobrado importancia como uno de los más abordados en relación al turismo, tanto en los medios de comunicación como en la academia, a pesar de no estar aún claramente delineado y permanecer abierto a múltiples interpretaciones (Koens, Postma y Papp 2018). Se trata, además, de un vocablo relativamente nuevo que hace referencia a un fenómeno ya conocido donde la gente local, o los propios turistas, sienten que un lugar es visitado por demasiada gente (Capocchi et al. 2020, De la Calle 2019). Los cambios en el empleo de léxico son un indicador de la evolución de la mirada social hacia este fenómeno. Los términos *sobreturismo* y *turismofobia* tienen su génesis en el rápido desarrollo de prácticas de turismo de masas insostenibles, y las respuestas que ello ha generado (Milano, Noveli y Cheer 2019). El aumento de los flujos de viajes internacionales en todo el planeta ha llamado la atención sobre la justicia socioespacial en relación con el impacto del turismo y la gentrificación transnacional en las ciudades, ya que el crecimiento de turistas y migrantes por estilo de vida puede potencialmente reducir o incluso privar de un derecho social a la ciudad (Diaz y Jover 2021). Es por ello que el sobreturismo puede ser considerado como una de las consecuencias de estas transformaciones urbanas.

Este crecimiento del turismo, en especial en las ciudades, está siendo foco de análisis, e incluso aquellas visitadas con frecuencia están teniendo dificultades para acordar una estrategia para limitar el crecimiento del turismo (Boom et al. 2021). Estos problemas de exceso de turismo, los movimientos anti-turísticos y las externalidades negativas del turismo son conceptos clave para comprender mejor el desarrollo sostenible de los destinos turísticos (Bertochi et al. 2020). Toda esta situación crea conflicto entre los residentes locales y los visitantes, lo que hace que se requieran decisiones organizativas y de gestión competentes de diferentes niveles, con el fin de proporcionar condiciones efectivas para los turistas que sean a su vez beneficiosas para la comunidad local (Alexandrova et al. 2019b). Sin embargo, cabe también





destacar que la falta de voluntad por parte de esta comunidad residente para aceptar más turismo no se corresponde necesariamente con percepciones negativas del mismo (Muler, Coromina y Galí 2018), ya que se considera que la percepción que tienen los residentes sobre los impactos del turismo es tanto o más que los impactos en sí mismos (Gomez y Martin 2019). En el futuro, debe cobrar importancia, como respuesta al sobreturismo, la necesidad de educar también al turista o visitante (Capocchi et al. 2019).

El impacto que el sobreturismo tiene, de forma real o percibida, en los destinos, acarrea importantes consecuencias ecológicas, sociales y culturales, conduciendo a escenarios de turismo social y ecológicamente insostenibles, volviéndose necesario que el sector se actualice o se diversifique hacia un modelo que equilibre los intereses económicos con los sociales y ecológicos. Un modelo que no dependa tanto de la llegada de una gran cantidad de visitantes o formas de turismo que traen consigo perturbaciones para la población local y el medio ambiente, sino que pueda involucrar nichos marcados por una mejor relación entre el valor agregado local y las huellas socioecológicas (Benner 2020), ya que además la sostenibilidad es uno de los principales retos de la sociedad (Cabello et al. 2021). El turismo debe continuar con su faceta más utópica de educación del ciudadano para transformar la vida de las personas y sociedades.

Una adecuada y sostenible planificación turística puede reducir considerablemente los iniciales puntos de vista negativos hacia el destino (Navarro y Capote 2020). Medir el grado de exceso de turismo es esencial para los planificadores urbanos, los administradores de ciudades y las OGD, que sienten la necesidad de acudir a indicadores exhaustivos para apoyar la toma de decisiones y la gestión del turismo en áreas urbanas congestionadas (Amore, Falk y Adie 2020). El turismo, si no se gestiona y planifica, cambia radicalmente las estructuras sociales y urbanas de una ciudad y de la vida de sus necesidades locales. Se hace por tanto fundamental que una ciudad turístico-histórica disponga de un plan estratégico que la ayude a enfrentar fácilmente problemas como el hacinamiento, las externalidades negativas y los fuertes impactos en la comunidad local (Bertocchi y Visentin 2019), abogando a un modelo turístico más sostenible.





Esta búsqueda de políticas y sinergias de intereses entre los diferentes actores del turismo se debe convertir en una prioridad para el entorno, atendiendo siempre las necesidades y expectativas de los residentes (Fedyk et al. 2020). Además, las partes interesadas, aún teniendo algunos roles similares, tienen visiones del mundo muy diferentes, lo que puede ayudar a explicar la dificultad de cambiar el paradigma del crecimiento del turismo (Boom et al. 2021b). Se hace, por tanto, fundamental para abogar hacia un desarrollo turístico sostenible, buscar un balance entre visitantes y residentes (Cheung y Li 2019b). El éxito a largo plazo del turismo urbano sostenible requiere preservar la autenticidad de la ciudad, y hacerlo demanda intervenciones políticas basadas en una visión a largo plazo, pronóstico y participación de las partes interesadas (Boom et al. 2021c).

A esto se le añade que el decrecimiento, cuyo objetivo es unir los movimientos sociales y la investigación, ha ido surgiendo en un contexto de crisis social para hacer posible otro turismo (Milano, Novelli y Cheer 2019). Sin embargo, las estrategias basadas únicamente en el decrecimiento del turismo pueden no ser suficientes para cambiar completamente de un sector arraigado en el paradigma del “crecimiento para el desarrollo” a uno de “decrecimiento para la habilidad” (Milano, Novelli y Cheer 2019).

Los visitantes son una parte esencial en esta ecuación. Previamente a la actual pandemia causada por COVID-19, nos encontrábamos en una época de hipermovilidad en la que la propia distinción entre visitante y residente estaba en cuestión, en especial en los centros urbanos (De la Calle 2019). Por lo tanto, el sobreturismo es un fenómeno que ocurría antes del estallido de la pandemia (Montanari 2020). No obstante, las regulaciones pre pandemia permanecen, por lo que mirando al futuro, es probable que surjan con renovada intensidad situaciones y procesos de sobreturismo. Será entonces cuando las medidas de regulación urbana constituirán el instrumento básico a disposición de los gobiernos locales (De la Calle, García y Mendoza 2021), ya que a pesar de que el turismo ofrece una importante contribución económica y social al patrimonio cultural de Europa, sería perjudicial volver a los errores del pasado que llevaron al exceso de turismo (Montanari 2020).

La recuperación tras la pandemia de los espacios urbanos puede identificarse como un motivo de esperanza ambiental que simboliza la vida, la



regeneración y la resiliencia, cuya comprensión puede contribuir al proyecto de un turismo esperanzador en la época post COVID-19 (Crossley 2020). La pandemia podría suponer un comienzo para que los gobiernos desempeñen un papel más importante y activo para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos (Koh 2020), ya que ha hecho que se presente la urgente necesidad de configurar ciudades inclusivas y resilientes. Una de las estrategias para lograrlo es la educación ambiental, que va a permitir la concienciación y sensibilización con esta causa (Cabral y Díez 2020). Es por ello que el desafío para el sector turístico es importante, ya que la sostenibilidad indica que se han de buscar equilibrios entre medio ambiente, sociedad y economía (Romagosa 2020). El turismo sostenible ofrece, además, una mayor predisposición a la hora de cumplir los protocolos sanitarios frente al COVID-19 (García y Ruz 2020), ya que responde a las necesidades de los turistas y de las regiones receptoras (Linares y Garrido 2014), además del fomento del turismo de proximidad como estrategia de reactivación, tanto para turistas como para residentes (Cabral y Díez 2020b).

Es difícil anticipar los tipos de lugares hacia los cuales los turistas serán atraídos (Judd 2013). Ante un futuro incierto, los destinos que parecen estar en una situación menos desfavorecida, más resiliente, son aquellos que tienen una oferta más diversificada, es decir, son menos dependientes de un mercado en particular (Romagosa 2020b). Nuevos paradigmas relacionados con esta diversificación son los relacionados con los Destinos Turísticos Inteligentes, cuyo nivel operativo puede abrir nuevas vías de intervención para ayudar a gestionar el sobreturismo y abogar por un modelo turístico más sostenible (García, Ivars y Mendoza 2019).

Tradicionalmente, el turismo es entendido y percibido como una actividad que permite vivir experiencias diferentes de las habituales en lugares diferentes a los usuales. Sin embargo, este concepto de *habitual* no está automáticamente vinculado con proximidad (Díaz y Llurdés 2013). Este turismo de proximidad no es considerado sólo como estrategia de reactivación durante y tras la COVID-19, sino como una estrategia para reconvertir un destino turístico (Cabral y Díez 2020) hacia un desarrollo local (Díaz y Llurdés 2013b), ya que, además, está asociado a una práctica de turismo más sostenible (Díaz 2017), que al reducir el impacto de los transportes es más respe-



tuoso con el medio ambiente (Astruc 2009), por lo que es entendido como una forma *alternativa* de entender el viaje turístico (Díaz y Llurdés 2013).

En los países desarrollados y las economías emergentes, donde se concentra la mayor parte de la demanda turística mundial y donde se espera que el turismo de proximidad ayude a salvar el sector, la situación es más prometedora que en los países en desarrollo, ya que estos últimos dependen en gran medida de los mercados emisores que provienen principalmente de países desarrollados. Es por ello que el desafío para el sector turístico mundial es importante, ya que la sostenibilidad nos dice que busquemos equilibrios, es decir, entre el medio ambiente, la sociedad y la economía (Romagosa 2020).

### **Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación**

Entre las limitaciones del estudio, cabe destacar la falta de artículos que relacionan todas las palabras clave, motivo por el que se realizó una búsqueda de cada una de ellas por separado, siempre en combinación con el término *turismo sostenible* para establecer una relación que conduzca al logro de los objetivos marcados, mediante el uso de técnicas tanto bibliométricas como del análisis de contenido (Jurado et al. 2020).

Otra limitación deriva del propio análisis bibliométrico y de contenido efectuado, pues ofrece una visión del conocimiento acumulado hasta la fecha de análisis, sin permitir extrapolaciones de los mismos.

Las futuras líneas de investigación han de ir encaminadas a completar las lagunas existentes en la literatura científica al respecto y analizar posibles estrategias viables ante la nueva situación de pandemia mundial, que conjugue el binomio ciudad y turismo bajo el objetivo de viabilidad a largo plazo. Además, la investigación ha de estar encaminada a indagar sobre las barreras psicológicas que se están creando en los turistas, en la población local y en los gobiernos, cómo inciden en los conflictos sociales y la estigmatización tras haber padecido la COVID-19 o de proceder de destinos muy castigados por dicha pandemia.

Otras posibles líneas de trabajo derivadas del análisis del contenido serían: analizar el porqué, a pesar de ser Europa el continente en el que más se dan las



situaciones expuestas en esta investigación, es donde menos concentración de investigaciones encontramos al respecto; explorar cómo la innovación tecnológica puede apoyar la reducción de la huella de carbono en las ciudades, al ser uno de los principales retos a los que se enfrenta la sociedad (Urrutia et al. 2018); o cómo pueden contribuir a un desarrollo turístico más sostenible otras opciones alternativas, como el turismo de proximidad o turismo rural.

## Referencias

- Alexandrova, A.Y., Aigina, E.V., Kaverzin, I.L. y Sheresheva, M.Y. (2019). Management of overtourism problems in small historical towns. Case of Suzdal, Russia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 10 (8 (40)), 1852-1862.
- Amore, A., Falk, M., y Adie, B. A. (2020). One visitor too many: Assessing the degree of overtourism in established European urban destinations. *International Journal of Tourism Cities*, 6 (1), 117-137.
- Astruc, L. (2009). Écotourisme. Voyages écologiques et équitables. Grenoble, Glénat.
- Urrutia, K., Fontan, L., Diez, F. J., Rodriguez, F. y Vicente, J. (2018). Smart Zero Carbon City Readiness Level: sistema de indicadores para el diagnóstico de las ciudades en su camino hacia la descarbonización y su aplicación en País Vasco. *DYNA*, 93(3), 332-338.
- Benito, R.M. (2016). El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la Economía Española. *International journal of scientific management and tourism*, 2(4), 81-115.
- Benner, M. (2020). The decline of tourist destinations: An evolutionary perspective on overtourism. *Sustainability*, 12(9), 3653.
- Bertocchi, D. y Visentin, F. (2019). “The overwhelmed city”: Physical and social over-capacities of global tourism in Venice. *Sustainability*, 11(24), 6937.
- Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S. y van der Borg, J. (2020). Venice and Overtourism: Simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. *Sustainability*, 12(2), 512.
- Berry, S. & Ladkin, A. (1997). “Sustainable tourism: A regional perspective”. *Tourism Management*, 18(7): 433-440
- Boom, S., Weijschede, J., Melissen, F., Koens, K. y Mayer, I. (2021). Identifying stakeholder perspectives and worldviews on sustainable urban tourism development using a Q-sort methodology. *Current Issues in Tourism*, 24(4), 520-535.



- Cabello, J.M., Navarro, E., Thiel, D., Rodríguez, B. y Ruiz, F. (2021). Assessing environmental sustainability by the double reference point methodology: the case of the provinces of Andalusia (Spain). *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 28(1), 4-17.
- Cabral, V.N. y Diez, J. (2020). Divulgación del Proyecto Mar del Plata Natural: sostenibilidad y promoción del turismo de proximidad local. *Investigación+ Acción*, (23), 140-146.
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. y Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 12(4), 1541.
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. y Amaduzzi, A. (2020). Correction: Capocchi, A., et al. Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability* 2019, 11, 3303. *Sustainability*, 12(4), 1541.
- Capocchi, A., Vallone, C., Amaduzzi, A. y Pierotti, M. (2020). Is 'overtourism' a new issue in tourism development or just a new term for an already known phenomenon? *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2235-2239.
- Cazau, P. (2004). Categorización y operacionalización. *Investigación Educativa Duranguense*, (3), 1.
- Cheung, K.S. y Li, L.H. (2019). Understanding visitor–resident relations in overtourism: Developing resilience for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1197-1216.
- Crossley, É. (2020). Ecological grief generates desire for environmental healing in tourism after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 536-546.
- De Carvalho, G.D.G., Sokulski, C.C., Da Silva, W.V., De Carvalho, H.G., De Moura, R.V., De Francisco, A.C. y Da veiga, C.P. (2020). Bibliometrics and systematic reviews: A comparison between the Proknow-C and the Methodi Ordinatio. *Journal of Informetrics*, 14(3), 101043.
- De la Calle, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), 1-40.
- De la Calle, M., García, M. y Mendoza, S. (2021). Urban Planning Regulations for Tourism in the Context of Overtourism. Applications in Historic Centres. *Sustainability*, 13(1), 70.



- Delgado, E., Orduna, E. y Martín, A. (2018). Google Scholar as a data source for research assessment. In W. Glaenzel, H. Moed, U. Schmoch, & M. Thelwall (Eds.), *Springer Handbook of Science and Technology Indicators*. Springer.
- Delgado, E., Robinson, N. y Torres, D. (2014). The Google scholar experiment: How to index false papers and manipulate bibliometric indicators. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(3), 446–454.
- Díaz, I. y Llurdés, J.C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, (32), 65-88.
- Díaz, I. (2017). Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. *Tourism Geographies*, 19(1), 96–117.
- Díaz, I. y Jover, J. (2021). Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 158-175.
- Duque, P. y Cervantes-Cervantes, L.S. (2019). Responsabilidad Social Universitaria: una revisión sistemática y análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 451-464.
- Fedyk, W., Sołtysik, M., Olearnik, J., Barwicka, K. y Mucha, A. (2020). How Overtourism Threatens Large Urban Areas: A Case Study of the City of Wrocław, Poland. *Sustainability*, 12(5), 1783.
- Fletcher, R., Murray, I., Blanco, A. y Blázquez, M. (2019). Tourism and de-growth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.
- García, M., Ivars, J. y Mendoza, S. (2019). Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83(2830), 1–38.
- Gómez, D. y Martín, C. (2019). Los impactos del turismo en España: diferencias entre destinos de sol y playa y destinos de interior. *Cuadernos de Turismo*, 43, 325-347.
- Goodwin, H. (2017): “The Challenge of Overtourism”, en Responsible Tourism Partnership, octubre de 2017. Disponible en <https://harold-goodwin.info/pubs/RTP%27WP4Overtourism01%272017.pdf>
- Gössling, S. y Higham, J. (2020). The low-carbon imperative: Destination management under urgent climate change. *Journal of Travel Research*, 0047287520933679.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research* 24(4):850-867



- Jiménez, C.C., Nechar, M.C. y Vega, C.H. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible (TS). Reflexiones Teóricas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(2), 376-395.
- Jover, J. y Díaz, I. (2020). Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*, 1-24.
- Judd, D.R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *Revista eure*, 29 (87), 51-62
- Jurado, M.Á., Quintana, C. y Rodríguez, M. (2020). Trends and opportunities in research on disability and work: An interdisciplinary perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 2340944420972715.
- Koens, K., Postma, A. y Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.
- Koh, E. (2020). The end of over-tourism? Opportunities in a post-Covid-19 world. *International Journal of Tourism Cities*, 6, 1015–1023
- Linares, H.L. y Garrido, G.M. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Pasos Revista de Turismo y patrimonio cultural*, 12(2), 453-466.
- Llurdés, J.C., Díaz, I. y Romagosa, F. (2014). Patrimonio minero, paisaje y turismo de proximidad: explorando sinergias. El caso de Cardona (Barcelona). In *3º Crossroads of Europe y 5º Congreso Europeo de Turismo Industrial*, 17-20.
- Manning, T., Clifford, G., Dougherty, D. y Ernst, M. (1997). *Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. OMT. Madrid.
- Martín, A., Orduna, E., Thelwall, M. y López, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of informetrics*, 12(4), 1160-1177.
- Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J.M. (2019). Overtourism and degrowth: a social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1857-1875.
- Milano, C., Novelli, M. y Cheer, J.M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
- Molina, N.P. (2005). ¿Qué es el estado del arte? *Ciencia y Tecnología para la salud Visual y Ocular*, 3(5), 73-75.





- Montanari, A. (2020). Covid-19 as an opportunity to tackle the phenomenon of overtourism in European historic centres: the case of Rome/ Covid-19 un'occasione per affrontare il fenomeno dell'overtourism nei centri storici europei: il caso di Roma. *IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (11), 285-305.
- Muler, V., Coromina, L. y Galí, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73 (3), 277-296.
- Navarro, F.A. y Capote, A.L. (2020). ¿Overtourism en la ciudad de Granada?: una aproximación a la percepción de turistas, residentes y partidos políticos locales. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 60(1), 35-53.
- Navarro, E., Ortega, G. y Torres, E. (2020). Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación. Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga: Málaga, 2020.
- Pimentel de Oliveira, D. (2020). La sostenibilidad como apoyo en la desescalada de la COVID-19: una comparación al modelo de Doxey. In: M. Simancas Cruz, R. Harnández Martín and N. Padrón Fumero, ed., *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades.*, 1st ed. La Laguna: Cátedra de Turismo Caja Canarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna, 271-280.
- Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralla, L. y Blázquez-Salom, M. (2020). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31, 610.
- Rädiker, S. y Kuckartz, U. (2021). Análisis de Datos Cualitativos con MAXQDA: Texto, Audio, Video. BoD-Books on Demand.
- Ravindran, V. y Shankar, S. (2015). Systematic reviews and meta-analysis demystified. *Indian journal of rheumatology*, 10(2), 89-94.
- Rivera, J. y Pastor, R. (2020). ¿Hacia un turismo más sostenible tras el covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. *Gran tour; revista de investigaciones turísticas*, 21. Recuperado a partir de <http://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/153>
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.
- Sgier, L. (2012). Qualitative data analysis. *An Initiat. Gebert Ruf Stift*, 19, 19-21.





- Swarbrooke, J. (1998). *Sustainable tourism management*. CABI Publishing, New York
- Valero Escandell, J.R. y García-Tortosa, F. (2020). Overtourism urbano y cambios demográficos. En *Sostenibilidad turística: "overtourism vs undertourism"* (519-530). Societat d'Història Natural de les Balears.
- Vargas, G. y Calvo, G. (1987). Seis modelos alternativos de investigación documental para el desarrollo de la práctica universitaria en educación. *Revista Educación superior y desarrollo*, 5(3), 7-37.
- Vargas, M.G., Higuera, C.G. y Muñoz, D.A.J. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442.
- Vieira, E.L., Da Costa, S.E.G., De Lima, E.P. y Ferreira, C.C. (2019). Application of the Proknow-C methodology in the search of literature on performance indicators for energy management in manufacturing and industry 4.0, *Procedia Manufacturing*, 39, 1259-1269.
- Zenker, S. y Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism management*, 81, 104164.





Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Santos-Izquierdo Bueno, F., M. Montiel Cesares, y Y. Romero Padilla (2021). Los conflictos en los destinos turísticos durante la pandemia de la COVID-19 desde la perspectiva de los movimientos sociales. El caso de Málaga. *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.2>

## LOS CONFLICTOS EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES. EL CASO DE MÁLAGA

*Conflicts in tourist destinations during the COVID-19 pandemic  
from social movements perspective. The case study of Málaga*

**Fátima Santos-Izquierdo Bueno**

Universidad de Málaga

[fatimasantos@uma.es](mailto:fatimasantos@uma.es)

<https://orcid.org/0000-0002-3122-773X>

**Marina Montiel Cesares**

Universidad de Málaga

[marina98mc@uma.es](mailto:marina98mc@uma.es)

<https://orcid.org/0000-0002-8544-5505>

**Yolanda Romero Padilla**

Universidad Complutense de Madrid

[yromerop@ucm.es](mailto:yromerop@ucm.es)

<https://orcid.org/0000-0001-9753-5113>

**RESUMEN:** Los espacios urbanos han experimentado un considerable crecimiento turístico en las últimas décadas, especialmente tras la crisis económica de 2008, momento a partir del cual comenzaron a intensificarse las voces críticas. Los movimientos sociales de resistencia denunciaban los efectos negativos del modelo turístico imperante. Ahora, la crisis provocada por la Covid-19 ha contribuido a visibilizar la fragilidad y conflictos presentes en estos destinos. El estudio pretende responder a la pregunta de si la Covid-19 ha supuesto un cambio en la percepción de los movimientos sociales sobre los conflictos en los espacios turísticos. Se utiliza para ello un enfoque cualitativo aplicado a movimientos sociales del ámbito de estudio de Málaga. Los resultados de la revisión teórica son coincidentes con lo observado en el caso de estudio. Existe una dicotomía en cuanto a la percepción de cómo será el escenario post-Covid basada en dos elementos. Por un lado, la continuidad e incluso intensificación que están experimentando las dinámicas del modelo de



crecimiento turístico-inmobiliario presentes en el contexto pre-pandemia. Por otro, las oportunidades para transformar el sector turístico dada la fragilidad mostrada durante la crisis sanitaria, así como por la progresiva concienciación social sobre la emergencia climática.

**PALABRAS CLAVE:** turismo, conflictos, movimientos sociales, Covid-19.

**RESUM:** Els espais urbans han experimentat un considerable creixement turístic en les últimes dècades, especialment després de la crisi econòmica de 2008, moment a partir del qual van començar a intensificar-se les veus crítiques. Els moviments socials de resistència denunciaven els efectes negatius del model turístic imperant. Ara, la crisi provocada per la Covid-19 ha contribuït a visibilitzar la fragilitat i conflictes presents en aquests destins. L'estudi pretén respondre a la pregunta de si la Covid-19 ha suposat un canvi en la percepció dels moviments socials sobre els conflictes en els espais turístics. S'utilitza per a això un enfocament qualitatiu aplicat a moviments socials de l'àmbit d'estudi de Màlaga. Els resultats de la revisió teòrica són coincidents amb l'observat en el cas d'estudi. Existeix una dicotomia quant a la percepció de com serà l'escenari post-Covid basada en dos elements. D'una banda, la continuïtat i fins i tot intensificació que estan experimentant les dinàmiques del model de creixement turístic-immobiliari presents en el context pre-pandèmia. Per un altre, les oportunitats per a transformar el sector turístic donada la fragilitat mostrada durant la crisi sanitària, així com per la progressiva conscienciació social sobre l'emergència climàtica.

**PARAULES CLAU:** turisme, conflictes, moviments socials, Covid-19.

**ABSTRACT:** Urban spaces have experienced a considerable tourist growth in recent decades, mostly after the 2008 economic crisis, a time from which critical voices began to intensify. Social resistance movements denounced the negative effects of the prevailing tourism model. Now, the Covid-19 recession has contributed to making visible the fragility and conflicts present in these destinations. The study aims to answer the question of whether Covid-19 has brought about a change in perception of social movements regarding conflicts in tourist destinations. It uses a qualitative approach applied to social move-



ments in the Malaga study area. The results of the theoretical review coincide with it was observed in the case study. Related to perceptions, there is a dichotomy about how will be the post-Covid scenario based on two elements. On the one hand, the continuity and even intensification of the tourism-real estate growth model dynamics present in the pre-pandemic context. On the other hand, the tourism sector transformation opportunities given the fragility shown during the health crisis, as well as by the progressive social awareness of the climate emergency.

**KEYWORDS:** tourism, conflicts, social movements, Covid-19.

## Introducción

La crisis sanitaria provocada por la Covid-19 ha puesto en jaque al mundo y a los fundamentos de funcionamiento de la economía neoliberal. Un año y medio después de que saltasen las alarmas en China, las cifras superan los 130 millones de personas contagiadas en todo el mundo y la estimación de fallecidos se acerca a los 3 millones (Ministerio de Sanidad 2021), si bien se estima que las cifras pueden ser mucho mayores por la carencia o errores de registro en muchos países. Esta crisis sanitaria supone un fuerte cambio de hábitos en la población (confinamiento domiciliario o territorial, toque de queda, cierre de fronteras, etc.) y la restricción sobre actividades no esenciales en muchos países. Todo ello ha propiciado que la crisis sanitaria se extienda también hacia una crisis socioeconómica.

Para el turismo, la aparición de la Covid-19 ha supuesto la paralización y caída de los viajes internacionales, cuya recuperación sigue envuelta en un escenario de incertidumbre. Las restricciones a la movilidad y a las actividades no esenciales afectan directamente a la esencia de la actividad turística, basada fundamentalmente en desplazamientos y en el ocio. Según los datos del Barómetro OMT del Turismo Mundial (UNWTO 2021), en 2020 las llegadas de turistas internacionales sufrieron una caída del 74% respecto al año anterior y una disminución estimada de 1,3 billones de dólares en ingresos de exportaciones. Los países con mayor peso del sector turístico en el conjunto de su economía son los que mayor impacto están experimentando desde el punto de vista económico y social, especialmente por su efecto en el empleo.



En España, de acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (Hosteltur, 2021) en 2020 el número de llegadas de turistas internacionales descendió un 77,3% y los ingresos un 78,5% respecto al año anterior. Por su parte, los datos del sindicato Comisiones Obreras, durante el año 2020, muestran cómo medio millón de personas trabajadoras en el sector turístico podrían haber perdido su empleo, encontrándose, hasta el mes de noviembre, 340.372 personas en ERTE, hecho que no aseguraba su futura reincorporación, ya que a partir de diciembre comenzaron a acumularse despidos de personas en esta situación (Murray & Cañada 2021).

Este escenario de crisis llega en un momento en el que muchos espacios turísticos europeos mostraban síntomas de conflictos ocasionados por los desajustes del crecimiento turístico reciente en las ciudades (OMT 2018). Ejemplo de ello son las investigaciones que identifican y analizan situaciones conflictivas en torno a proyectos y procesos de crecimiento urbano-turístico a través de la aparición de movimientos sociales (Milano, 2018; Navarro-Jurado et al. 2019). Partiendo de estas corrientes de investigación, este trabajo se plantea la cuestión de si la Covid-19 ha supuesto un cambio en la percepción de los movimientos sociales sobre los conflictos en los espacios turísticos. La investigación se desarrolla bajo la premisa de que esta crisis sanitaria supone una oportunidad para la reflexión sobre cómo va a ser el escenario post-Covid. En este sentido, desde las empresas e instituciones se han propuesto medidas cortoplacistas y coyunturales ligadas a paliar los efectos socioeconómicos de la crisis, pero también se encuentran otras a medio y largo plazo que podrían dar paso a cambios estructurales en el modelo de desarrollo previo a la pandemia. Prueba de esto último es la vinculación del Plan de Recuperación para Europa con el Pacto Verde Europeo (Parlamento Europeo 2020), lo cual enmarca la recuperación de la crisis de la Covid-19 en el contexto de emergencia climática. En España esta misma reflexión se aplica además sobre el modelo turístico y las posibilidades de su evolución futura: los que reclaman la vuelta a la normalidad turística anterior sin atender a sus desajustes y conflictos y los que apuestan por cambiar el antiguo modelo turístico de crecimiento ilimitado (Romero-Padilla et al. 2020).

Por tanto, el objetivo de este artículo es explorar desde un punto de vista cualitativo la percepción que los movimientos sociales tienen de los efectos



de la crisis sanitaria sobre los conflictos en espacios turísticos. Para ello se realiza una revisión conceptual de las aportaciones que se han realizado en la literatura académica sobre los conflictos en espacios turísticos en un contexto pre-Covid-19 así como las aportaciones que se han realizado sobre la crisis sanitaria desde el ámbito turístico. Posteriormente se presentan los detalles metodológicos del estudio cualitativo y el ámbito de estudio (Málaga). Finalmente se analizan y discuten los resultados del estudio y se concluye con futuras líneas de investigación.

## Estado de la cuestión

### 2.1 Contexto pre-Covid-19

Los orígenes del modelo de turismo urbano prepandémico pueden situarse en la reestructuración económica posfordista norteamericana, cuando las ciudades se orientaron a los servicios, en particular, a los sectores FIRE (en inglés: finance, insurance y real state) y se sentaron las bases económicas de las ciudades globales que dieron forma al nuevo régimen urbano de acumulación de capital (Soja 2008). Este modelo postindustrial comienza a implantarse en las ciudades españolas consolidadas a partir de los 70, a través de procesos planificados de regeneración y rehabilitación urbana para impulsar la revalorización e inversión en dichas zonas (Jover & Díaz-Parra 2020, Russo & Scarnato 2018). Esfuerzos que consiguieron incrementar el atractivo residencial, pero también el turístico (De la Calle 2019).

Existen dos tipos de intereses que determinan el futuro de las ciudades: las fuerzas que presionan por el “valor de cambio” y aquellas que lo hacen por el “valor de uso” (Lefebvre 1974). En la nueva ciudad posfordista, las fuerzas que persiguen el valor de cambio pueden configurar estrategias locales a través de una coalición de agentes políticos y económicos que persigue el crecimiento urbano con el objetivo de incrementar el uso de la tierra y maximizar las rentas urbanas, en detrimento de aquellos que luchan por el valor de uso (Harvey 2013, Logan & Molotch 1987). En este sentido, en el contexto pre-Covid pudimos presenciar cómo la industria turística se configuró como una de las principales y más dinámicas fuerzas productoras del espacio en el sentido de Lefebvre (1974), durante el denominado “giro recreativo”



de la ciudad postindustrial que ha ido convirtiendo las ciudades en lugares de consumo, espectáculo y turismo (Bugalski 2020, García-Hernández et al. 2020, Ioannides et al. 2019, Nofre et al. 2018). Lo que Blanco-Romero et al. (2019) denominaron la mercantilización de la ciudad multifuncional en la era de la reestructuración turística de la ciudad.

Este proceso de turistificación planetaria se aceleró tras la crisis financiera de 2008, cuando el crecimiento turístico se constituyó como uno de los principales modelos de acumulación y reproducción del capital para la recuperación de la crisis (Cañada et al. 2021, Fletcher et al. 2019). Además, el crecimiento turístico fue legitimado, mediante el discurso político de la generación de empleo y economías de escala, como un “agente vinculante social” asumiéndose su círculo virtuoso de creación de riqueza, lo que reforzaba su papel como motor de la máquina de crecimiento urbano, siguiendo el concepto empleado Logan y Molotch (1987). En este contexto, se aplicaron toda una serie de medidas liberalizadoras por parte de los gobiernos (por ejemplo, la Directiva Bolkestein 2009) que, en convergencia con otros factores (las compañías aéreas low-cost, proliferación de ofertas de alojamiento y transporte mediante el capitalismo de plataforma...), resultaron en facilidades para la implantación de las actividades turísticas y el abaratamiento del precio del viaje y la estancia (Capocchi et al. 2019, De la Calle 2019 Oklevik et al. 2019).

Todo esto produjo un notable aumento en la afluencia de visitantes en gran parte de los destinos europeos más populares: Ámsterdam, Atenas, Barcelona, Dubrovnik, Lisboa, Málaga, Palma de Mallorca, etc. (Fletcher et al. 2019, Milano 2018). Motivó la aparición de respuestas críticas, protestas vecinales y movimientos sociales de resistencia; así como la introducción en el debate público y académico de nuevos términos como “overtourism” o turismofobia (Blanco-Romero et al. 2019, Navarro-Jurado et al. 2019). El turismo se integra así con un papel relevante en la geografía urbana de los conflictos (Del Romero, 2018).

En este contexto, aparecen estudios que muestran la existencia de dos formas diferentes de entender la ciudad turística por parte de actores cuyas expectativas y deseos entran en colisión como es el valor de uso para la vida cotidiana frente al valor de cambio para el rendimiento económico o





el crecimiento turístico ilimitado frente a un modelo de turismo responsable (Blanco-Romero et al. 2019, Milano 2018; Hiernaux & González 2014, Navarro-Jurado et al. 2019). Romero-Padilla et al. (2019) sistematizan esta dicotomía a través del análisis de conflictos en espacios turísticos, comparando las características de la perspectiva crecentista y las reivindicaciones de los movimientos sociales involucrados en el conflicto:

**Tabla 1. Comparación de características: crecimiento y exceso del turismo y las demandas de los movimientos sociales.**

Características	Crecimiento	Reivindicaciones movimientos sociales
Dimensión territorial-urbana-ambiental	Manda lo Global Legislación y Derecho líquidos Desigualdad urbana, injusticia ambiental y espacial Vivienda mercantilizada (fondos de inversión - turistas) Espacio público privado (terrazas, eventos marketing...)	Manda lo Local Legislación y Derecho sólidos Derecho a la ciudad, justicia ambiental y espacial Vivienda para vivir (propiedad individual y alquiler) Espacio público común (vida comunitaria, reuniones, manifestaciones...)
Dimensión social y subjetividad colectiva	Tiempos de transformaciones rápidas Democracia representativa o delegativa Nutrición turística, vida mercantilizada Identidad genérica global	Tiempos de transformaciones lentas Democracia directa Forma de vida cotidiana, común Identidad colectiva propia, local
Dimensión turística-económica	Economía basada en la competencia entre ciudades Manda el valor de cambio Manda el Negocio Protagonismo del capital financiero e inversores externos Turismo de alta densidad y genérico	Economía local y redes de cooperación Manda el valor de uso Manda el Ocio Protagonismo del pequeño comercio de barrio y de los agentes locales Turismo de baja densidad y responsable

**Fuente: Romero-Padilla et al. (2019).**

Un elemento a destacar en este escenario fue que, incluso desde organismos internacionales como la OMT (2018) se reconocieron los impactos del excesivo crecimiento turístico en los destinos, en la calidad de vida de sus residentes y en la propia calidad de la experiencia de los turistas. Sin embargo,



estos organismos propusieron como solución la mejora en la gestión estratégica del turismo a partir de un conjunto de técnicas, algunas conducentes a la elitización de los destinos (Trancoso 2018) que conseguían sortear el problema sin abordarlo de forma estructural (Milano 2018).

En el lado opuesto, nos encontramos con una serie de reflexiones y análisis académicos desde enfoques críticos que interpretan el discurso y aparición de los movimientos sociales de resistencia como una reivindicación por el derecho a la ciudad y el “valor de uso” en el sentido de Lefebvre (1968). La existencia de resistencias se plantea como cuestionamiento del imperativo de crecimiento y su capacidad para generar e intensificar las desigualdades económicas y extra-económicas (radicales, de género, étnicas) así como la destrucción de los entornos urbanos y naturales (Logan & Molotch 1987, Soja 2008). En este contexto, comienzan a surgir corrientes que plantean otros escenarios, como el de la prosperidad sin crecimiento (Jackson 2009) o el potencial de transformación del decrecimiento, que intentan poner límites a las ansias de reproducción del capital (Fletcher et al. 2019, Navarro-Jurado et al. 2019; Perkumienė & Pranskūnienė 2019). La llegada de la Covid-19, como se muestra a continuación, ha reforzado el interés por estas corrientes y las posibilidades de un cambio de paradigma impulsado por la necesidad de atender la crisis sanitaria de manera vinculada a la emergencia climática.

## 2.2. Contexto Covid-19

El 11 de marzo de 2020, la Covid-19 es declarada pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS ); días más tarde, la declaración del Estado de Alarma en España supuso la paralización de la actividad turística, junto con el resto de las actividades económicas no esenciales. No obstante, el sector turístico ha sido uno de los más perjudicados debido a que la actividad turística, y especialmente el modelo de desarrollo turístico dominante, depende de la movilidad y las interacciones humanas (Cañada & Murray 2021).

En el nuevo contexto, los destinos con una economía extremadamente dependiente de los ingresos del turismo —máxime los que dependen del turismo internacional— se han convertido en los más frágiles, ya que han tenido que enfrentarse al descenso de la demanda turística, la clausura de



flujos aéreos de acceso a los destinos y el cierre de empresas y negocios locales, con todos los impactos socioeconómicos derivados (Aledo et al. 2021). Un sector turístico que ya venía arrastrando, desde la crisis económica de 2008, la mayor desprotección sobre el empleo y los salarios más bajos (Mansilla 2021), y que podría utilizar esta crisis para intensificar esta y otras dinámicas (Alexandri & Janoschka 2020).

Asimismo, en este nuevo contexto, entidades públicas y privadas del sector presentaron escenarios-propuesta desde enfoques cortoplacistas y economicistas que buscaban el business as usual prepandémico (por ejemplo: OMT, Exceltur o Bain y Ernst&Young) (Romero-Padilla et al. 2020). En lo que parecía un intento por poner en marcha el conocido como manual del capitalismo del desastre (Klein 2007, Fletcher et al. 2021), dejando de lado los requisitos en materia de sostenibilidad y cambio climático (Gössling et al. 2020, Ioannides & Gyimóthy 2020).

Pese a esto, se observa un cambio de visión a lo largo del desarrollo de la pandemia vinculado con la progresiva toma de conciencia de que la crisis sanitaria no podía abordarse en el corto plazo. De esta forma, desde organismos internacionales se comenzaron a plantear reflexiones que parecían insertar la estrategia de recuperación de la crisis en el actual contexto de emergencia climática, desde instituciones como la ONU (2020) o la Unión Europea a través de la presentación de unos fondos de recuperación económica basados en los principios del Pacto Verde Europeo, donde se explicitaba el objetivo de construir una Europa más ecológica y resiliente (Comisión Europea 2020). Siguiendo esta línea, la ONU (2020) publicó una hoja de ruta para la recuperación titulada “La Covid-19 y la transformación del turismo” donde destacó la importancia de “crear comunidades y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, la sostenibilidad y las alianzas” (ONU 2020:2). Con base en la investigación de Romero et al. (2020), se realiza una comparativa entre aquellas medidas cortoplacistas con diagnósticos unidimensionales (económicos) y las medidas a largo plazo que incluyen las tres dimensiones de la sostenibilidad (ambiental, sociocultural y medioambiental):

**Tabla II. Comparación entre medidas economicistas a corto plazo y medidas sostenibles a medio-largo plazo.**

Corto plazo con diagnóstico unidimensional	Largo plazo con diagnóstico multidimensional
Situación actual: diagnósticos inestables. Visión económica. Causas coyunturales. Reproducir mismo modelo pre-Covid-19.	Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y Pacto Verde de la Unión Europea. Causas estructurales. Cambiar: nuevo modelo post-Covid-19.

**Fuente: Elaboración propia con base en Romero-Padilla et al. (2020).**

En cuanto a algunas dinámicas destacables desarrolladas en el presente contexto pandémico, nos encontramos con la insistencia del mercado de los apartamentos turísticos por continuar especulando con las rentas del suelo (Cocola-Gant 2021) así como con la ausencia de normas que incluyan medidas para atajar las causas de la dependencia turístico-inmobiliaria (Valdivielso & Adrover 2021). Pese al progresivo cambio de visión del sector hacia el medio-largo plazo; se observa cómo la dependencia económica del turismo internacional que presentan determinados destinos turísticos, como Málaga, está motivando el establecimiento de medidas que implican la flexibilización de las normas sanitarias con el fin de salvar la temporada turística; por ejemplo, permitiendo la llegada de turistas en Semana Santa aun con restricciones de movilidad entre provincias (Martínez 2021). Por otro lado, esta situación ha beneficiado a grandes empresas multinacionales que han conseguido multiplicar sus ingresos, principalmente, las vinculadas al capitalismo de plataforma (Glovo y Deliveroo), el entretenimiento en streaming (Netflix, HBO...), así como las grandes compañías de distribución como Amazon (Mansilla 2021).

En el contexto académico, son varios los autores que consideran que la pandemia puede presentarse como una oportunidad para la necesaria transformación de la industria turística y el contexto en el que opera (Everingham & Chassagne 2020, Hall et al. 2020, Ioannides & Gyimóthy 2020, Prideaux et al. 2020). Así, encontramos enfoques críticos que proyectan un turismo desvinculado de las demandas del capital que podría funcionar como “opción de relación social y cultural, que ayude a la realización de una vida plena y una



desaceleración comunitaria creativa” (Acosta 2021: 113). Surgen también diversas reflexiones y propuestas desde enfoques como el decrecimiento (Fletcher et al. 2021), el post-crecimiento (Romero-Padilla et al. 2020) o el ecologismo (Higgins-Desbiolles 2020, Ramis 2021). En este sentido, es destacable la carta abierta de la ONG Transforming Tourism Initiative (2020) al secretario general de la OMT, que supone el reconocimiento de la gran oportunidad que representa esta crisis para acometer la transformación que la industria precisa. No obstante, para ello es necesario configurar y poner en marcha la correlación de fuerzas que permita la realización de este futuro Post-Covid-19 (Mansilla 2021).

## Metodología

El carácter de la investigación es fundamentalmente exploratorio al situarse en un contexto nuevo y de alta incertidumbre por los rápidos y constantes cambios que envuelven la crisis provocada por la Covid-19. El ámbito de estudio es la ciudad de Málaga, donde se trabaja con tres casos de conflicto en el espacio turístico. Se parte de las investigaciones previas de Navarro-Jurado et al. (2019) y Romero-Padilla et al. (2019) que analizan estos casos de conflicto en la ciudad de Málaga en una situación de pre-pandemia, lo que permite contrastar si en la situación actual de crisis se refuerzan las percepciones o se producen cambios. Se sigue una metodología similar en lo que respecta al empleo de métodos cualitativos para explorar y analizar la percepción de los movimientos sociales sobre los conflictos estudiados. Los métodos cualitativos van ganando peso en las investigaciones sobre los espacios turísticos y sus actores, pues permiten una mayor aproximación a la realidad de los hechos que acontecen en el mundo social (Beard et al. 2016, Huete et al. 2008).

En concreto, se han utilizado, por un lado, técnicas de observación e investigación documental. Fundamentalmente se han revisado y sistematizado las investigaciones previas sobre los casos estudiados en un contexto de pre-pandemia, documentos publicados durante la pandemia y revisión selectiva de prensa. Por otro lado, se han realizado entrevistas semiestructuradas a los movimientos sociales en la actual situación de pandemia. Los temas que han guiado estas entrevistas han sido la percepción sobre el modelo turístico de Málaga; el estado en que se encuentra el objeto del conflicto y el propio movimiento; los



cambios percibidos debido a la pandemia; y reflexiones sobre las perspectivas de futuro tras la crisis sanitaria. Para analizar esto, las entrevistas se centran en sus percepciones en relación con la situación previa a la aparición de la Covid-19, la situación presente y las perspectivas de futuro y/o posibilidades de cambio. Estas entrevistas constituyen la fuente de información principal en torno a la que se estructuran los resultados de este artículo. En la tabla II se muestra el detalle de las herramientas metodológicas utilizadas.

**Tabla III. Herramientas metodológicas.**

Herramientas	Temas de trabajo
Observación e investigación documental (abril 2020 – abril 2021)	Identificación de casos de estudio. Se establece como requisito disponer de información primaria recabada en un contexto pre-Covid sobre los movimientos sociales analizados y los conflictos en los que se encuentran involucrados. Análisis de información sobre efectos de la crisis sanitaria y las restricciones sobre el turismo en el ámbito de Málaga. Sistematización de la información y desarrollo de fichas de análisis de los conflictos y los movimientos sociales analizados.
Entrevistas (enero – marzo 2021) 7 participantes: 7 hombres	Revisión de las fichas de análisis elaboradas sobre el conflicto. Temáticas de las entrevistas: Percepción sobre el modelo turístico de Málaga. El estado en que se encuentra el objeto del conflicto y el propio movimiento. Cambios percibidos debido a la pandemia. Reflexiones sobre perspectivas de futuro tras la crisis sanitaria.

Fuente: Elaboración propia

## Análisis y resultados

### 4.1 Ámbito de Estudio

Málaga supone un claro ejemplo de crecimiento acelerado y de transformación como ciudad turística que no ha quedado al margen de los conflictos. Se ha afianzado como un destino de atractivo turístico urbano ligado al consumo cultural a nivel global, a través del desarrollo y la puesta en marcha de acciones que la han configurado como la conocida “Ciudad de Museos”, presentando en su totalidad 40 museos y centros de interpretación mayoritariamente ubicados en su Centro Histórico (El Mundo, 2017). De hecho, la



mayor parte de la actividad turística se aglutina en este espacio de la ciudad, si bien, las últimas tendencias apuntan a que esta concentración de visitantes en el Casco Histórico podría estar dilatándose hacia otras proximidades (López 2020, Romero-Padilla et al. 2019)

Asimismo, la ciudad de Málaga ha protagonizado una profunda evolución y rehabilitación urbana planificada en su Casco Antiguo que ha contribuido a lo largo de estos años al establecimiento de nuevas actividades comerciales y económicas que se han visto beneficiadas por el incremento de la llegada de turistas (Marin-Cots et al. 2017). Pese a esto, dichos cambios han contribuido a un descontento generalizado de la población residencial, debido a la consideración de que no existe un equilibrio entre las nuevas actividades y las tradicionales, o entre la creciente densidad de turistas en comparación con la de residentes. Estos datos se han traducido en la reducción de la población residente en el centro de la ciudad, la cual ha descendido paulatinamente desde la década de los 90, así en 1991 se registraron 6868 residentes, que pasaron a ser 4952 en el año 2015 (OMAU 2020, Ayuntamiento de Málaga 2015). En 2020, los datos seguían mostrando esta tendencia alarmista a la baja, ya que solo se encontraban empadronadas en este distrito 4300 personas, aunque para más énfasis en el asunto, la Asociación de Vecinos Centro Antiguo de Málaga estimó que la totalidad de residentes no superaba los 3000 (Sánchez 2020).

Esto demuestra el gran contraste existente entre las cifras de la población residencial y las de los cinco millones de visitantes que recibe anualmente la ciudad. En este sentido, según datos del registro de turismo de la Junta de Andalucía, en 2018 el Centro Histórico de Málaga tenía la mayor concentración de plazas en viviendas con fines turísticos con 2870, un número que supone más del doble de la cifra del siguiente barrio con más plazas (OMAU 2020).

Por tanto, los impactos negativos de la mayor presión turística en zonas residenciales derivan como consecuencia del desarrollo de un modelo turístico sin límites. De esta forma, el número de llegadas de visitantes ha seguido un incremento paulatino anual, cerrando el año 2019 con las mayores cifras desde que se registran, superando los 1,4 millones de turistas hospedados en sus alojamientos hoteleros y excediendo las 2,7 millones de pernoctaciones, convirtiéndose así en el segundo destino urbano español con mayor grado de



ocupación en sus hoteles, con una media del 78,6% (Diario Sur 2020). Concretamente, la provincia superó por primera vez los 13 millones de viajeros en este mismo año, lo que trajo consigo un impacto mayor a los 14000 millones de euros. Estas cifras suponían un aumento de un 4,2% de los visitantes que llegaban a Málaga respecto al año anterior (La Opinión de Málaga 2019).

El turismo se convierte así en el sector productivo de mayor importancia para el territorio, transformándolo por completo, como también a su sociedad y a su economía. Sin embargo, la apuesta por el crecimiento turístico que ha protagonizado la ciudad de Málaga ha traído consigo la aparición de impactos negativos que han sido más notables conforme han ido creciendo las cifras del sector dando lugar a conflictos en este espacio turístico. A partir de las investigaciones de Navarro-Jurado et al. (2019) y Romero-Padilla et al. (2019), se pueden identificar tres casos de conflicto en la ciudad de Málaga motivados por el crecimiento turístico a través de proyectos inmobiliario-turísticos y del incremento de la capacidad de alojamiento. Estos tres casos son los que se utilizan en este estudio para analizar las percepciones que tienen los movimientos sociales involucrados en este contexto de pandemia:

- Hotel-Rascacielos en el puerto de Málaga. Proyecto respaldado por un grupo inversor catari sin experiencia en el sector hotelero. Supone la construcción de un rascacielos de 27 plantas y 116 metros de altura (sin contar el basamento) en terrenos públicos portuarios (Sánchez 2021), lo cual deriva en la transformación de la zona y la incorporación del uso hotelero en el marco normativo que la regula. En oposición se constituye la Plataforma Defendamos Nuestro Horizonte, con el apoyo de aproximadamente 30 instituciones y comunidades sociales.
- Torres Repsol. Este proyecto pretende la reconversión de una zona industrial con la construcción de cuatro rascacielos dirigidos a viviendas y oficinas, uso hotelero y zonas comerciales, equipamiento de dominio público, cuatro torres para 400 VPO y un parque de 65000 metros cuadrados en unos terrenos de 177548 metros cuadrados (Jiménez 2020). Debido a su ubicación, se pretende promocionar como una “nueva centralidad urbana” (Ayuntamiento de Málaga 2011) por su proximidad al Museo Ruso, al Museo del automóvil y al paseo marítimo. Surge en 2016 la Plataforma Ciudadana Bosque Urbano Málaga, pro-





poniendo como alternativa convertir los terrenos en una gran área de bosque urbano con especies vegetales autóctonas mediterráneas. Su propuesta parte del uso como zona verde que estaba establecido en los PGOU anteriores.

- Centro Histórico de Málaga. En este caso el conflicto es derivado de los procesos de turistificación y gentrificación acelerados. El principal problema que se percibe es la convivencia entre la población local residente y los turistas ante una situación de crecimiento exponencial de la oferta turística, especialmente la de alojamiento. Este caso es de vital importancia, ya que el desarrollo del turismo está tan presente en el espacio que cualquier planificación integra esta actividad como centro de cualquier proyección (Navarro et al. 2019). La Asociación de Vecinos Centro Antiguo de Málaga se constituyó en 1992, aunque en los últimos años ha comenzado a actuar con mayor visibilidad y presencia en los medios ante la insostenibilidad de los conflictos.

Sin embargo, la llegada de la crisis pandémica ha supuesto la paralización de la economía malagueña, siendo las actividades relacionadas con el turismo las más perjudicadas en consonancia con las tendencias nacionales. Según el Balance Turístico de la Costa del Sol para 2020 (*Turismo y Planificación Costa del Sol 2021*) la provincia de Málaga experimentó un descenso respecto al año anterior en las llegadas de pasajeros por Aeropuerto, AVE y Cruceros del -74,1%, -61,1% y -89,3%, respectivamente. El mismo balance muestra que el número de empresas y empleos turísticos según afiliaciones a la Seguridad Social disminuyó en un -13,4% y un -14,7%, respectivamente. Por su parte, con base en los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE 2019-2020) para la ciudad de Málaga durante los 8 meses en los cuales no hubo confinamiento domiciliario, se obtiene que en 2020 hubo un descenso de un -28,12% en el número de establecimientos hoteleros abiertos, un grado de ocupación hotelera un 51,56% menor y una disminución del -32,67% en el personal empleado en este tipo de establecimientos.

En relación con la planificación estratégica, el Ayuntamiento de Málaga ha presentado un Plan de Reactivación para la ciudad de Málaga enfocado en la dinamización de la ciudad y la transformación de su tejido productivo con proyectos orientados a la obtención de financiación procedente de los



fondos Next Generation EU (Ayuntamiento de Málaga 2020). Por un lado, se observan medidas que dan continuidad y fomentan dinámicas conflictivas existentes en el modelo de desarrollo turístico anterior a la pandemia, concretamente en lo referente a propuestas de apoyo al comercio, hostelería y restauración. Ejemplos de estas medidas son la liberalización/habilitación de suelo para las terrazas, agilización de licencias, la liberalización de horarios comerciales o la bonificación de la tasa de terrazas para incentivar la restauración en exteriores. Por otro lado, también se plantean una serie de medidas más alineadas con los objetivos del Pacto Verde Europeo como la creación de un Centro de Inteligencia Turística y Turismo Sostenible, la generación de energía renovable o la apuesta por la economía circular.

#### **4.2. Los conflictos en el espacio turístico durante la pandemia: percepción de los movimientos sociales**

En relación con el análisis de las percepciones de los movimientos sociales, estos perciben que la aparición y propagación de la pandemia ha legitimado el discurso y reivindicaciones que venían realizando como resistencia al modelo turístico de la ciudad. Esta legitimación del discurso es percibida en la medida en que la Covid-19 ha contribuido a visibilizar la importancia de las cuestiones medioambientales y la calidad de vida, el uso del espacio público común o el riesgo que supone la ausencia de una verdadera participación ciudadana basada en derechos y legislaciones sólidas. Sin embargo, su percepción es que las autoridades locales no apuestan por un cambio en el modelo:

“[...] con la pandemia actual debería haber cambiado todo, puesto que lo que nos enseña esta pandemia es que Málaga y todos en general necesitamos de espacios y de zonas verdes, de espacios públicos más amplios [...] con contacto directo con la naturaleza [...] cada vez hay más evidencias científicas que nos dicen que precisamente el deterioro de la biodiversidad es lo que está generando este tipo de enfermedades [...] Ni una cosa, ni la otra está siendo entendido por los gobernantes del Ayuntamiento de Málaga”. (Entrevistado 1)

“[...] el COVID-19 ha venido a levantar la realidad de lo que ya había. Lo que ha venido es a decir: esto es lo que hay y lo que hay es insostenible [...] ¿Qué ocurre? Que muchos nos tememos que el modelo actual, absolutamente negativo reconocido por mucha gente, va a seguir siendo potenciado con



el dinero público. Ojo, con el dinero de todos. Porque no queremos cambiar, hay muchos intereses metidos ahí”. (Entrevistado 2)

De acuerdo con esto, se percibe riesgo de vulneración de derechos bajo la justificación de la necesidad de paliar la crisis que experimentan los sectores vinculados al ocio y al turismo. Esto se observa en la relajación de las obligaciones que deben cumplir las empresas de estos sectores. Un ejemplo es la normativa relacionada con la Declaración de Zonas Acústicamente Saturadas en el distrito Centro de Málaga, que entró en vigor en enero de 2020 (BOP 2020):

“[...] de las indicaciones que plantea el ZAS es que no se pueden abrir nuevos locales de hostelería en zona ZAS y si cierra una tienda de trajes de novia, no puede abrir un bar. Esto, si os dais un paseo por el centro, se está incumpliendo sistemáticamente, pero por decenas de locales. El COVID-19 se está utilizando para potenciar mucho más el modelo extractivo que había antes. O sea, lo que nos viene ahora va a ser muchísimo peor aún”. (Entrevistado 3)

Desde una perspectiva interna, los movimientos sociales perciben las medidas relacionadas con el distanciamiento social como uno de los factores que más ha afectado a sus dinámicas organizativas. Esto ha motivado la pérdida de continuidad, imposibilidad de reuniones, manifestaciones y cualquier tipo de movilización en el espacio público, lo cual es importante para que los movimientos sociales puedan visibilizar sus reivindicaciones:

“A lo que corresponde al funcionamiento de nuestro colectivo, yo echo en falta un cierto mantenimiento de las reuniones que teníamos con anterioridad, más participativas, con compañeros comprometidos con el colectivo [...] también la imposibilidad de poder plantear cualquier movilización que hubiera sido recurrente”. (Entrevistado 4)

“Yo creo que esto (situación derivada de la pandemia) ha frenado no solo al Bosque Urbano Málaga, sino a todos los movimientos sociales”. (Entrevistado 1)

Se percibe con cierto alivio, que la Covid-19 ha ralentizado los trámites administrativos, lo que ha conseguido paralizar la puesta en marcha de proyectos que, en otras circunstancias, salen adelante con mayor celeridad:



“En alguna medida, la tramitación que ha llevado a cabo la Gerencia Municipal de Urbanismo de la mano de la Autoridad Portuaria ha tenido una cierta ralentización por las circunstancias de dificultad para trabajar [...] por temas de teletrabajo y demás”. (Entrevistado 4)

Los factores anteriormente citados (distanciamiento social y ralentización de trámites administrativos) también han motivado la reflexión interna y reanudación de otras tareas que habían quedado paralizadas de estos movimientos. De esta forma, destacan los saltos de escala que han experimentado las reivindicaciones de algunos de ellos: por un lado, nos encontramos con un salto de escala en los medios de comunicación y en apoyos ciudadanos y, por otro, con un salto de escala de carácter político vinculado a la Agenda 2030 y a la reciente apuesta de determinadas instituciones supralocales por basar la recuperación de esta crisis en una verdadera transición ecológica:

“Lo de las firmas era una asignatura pendiente que teníamos. [...] Primero, salir del ámbito de la provincia, que no lo habíamos conseguido, salvo en alguna situación puntual, y dos, incorporar a personas, como dicen, de ‘reconocido prestigio’ más allá del ámbito de Málaga”. (Entrevistado 4)

“[...] al final esto son decisiones políticas [...] por eso queremos seguir hablando con la Dirección General de Políticas Palanca, y con la Secretaría de Estado Agenda 2030”. (Entrevistado 1)

Por su parte, uno de los entrevistados nos comenta cómo la pandemia ha hecho trascender a toda la sociedad problemas que anteriormente sufrían sólo los habitantes del centro histórico de Málaga:

“[...] ahora resulta que el problema no es nuestro solo, sino que es un problema de toda la sociedad y de todos los malagueños. Es decir, si hay gente liándola en las calles sin mascarillas va a haber una cuarta ola, otra vez más problemas, va a haber otro confinamiento, la gente no se va a poder mover y demás”. (Entrevistado 5)

Desde una dimensión económica y turística, la situación actual de incertidumbre y la forma en que ha afectado al sector turístico ha hecho aumentar las dudas respecto a la viabilidad económica de algunos proyectos que utilizaban el turismo como justificante y ha puesto en evidencia la inexistencia de



desarrollo turístico sostenible y resiliente; así como la naturaleza especulativa del actual modelo. De esta forma, reconocen la fragilidad del actual modelo turístico y la persistencia por parte de los promotores de estos proyectos por continuar con las dinámicas de acumulación de capital presentes en el contexto pre-pandemia:

“Los análisis que se hacen respecto a cuál va a ser el futuro del proyecto y el análisis de los datos que acompañan la justificación, la necesidad, de este proyecto, están totalmente fuera de juego. Ya estamos hablando de unas proyecciones de un hotel como las que había anteriormente sin, obviamente, unas previsiones hoteleras, una fiabilidad [...]” (Entrevistado 4)

“[...] es un modelo que provoca el éxodo vecinal, pero que encima tiene muchísimas debilidades porque pasa una pandemia o viene cualquier cambio de ciclo de flujos turísticos y se derrumba, como ha pasado...”. (Entrevistado 6)

En esta línea, los movimientos sociales recalcan que para que la ciudad y la propia actividad turística tengan un futuro viable el actual modelo requiere una transformación:

“El turismo en Málaga debería funcionar como una forma de relacionarnos con el resto del mundo y ser ciudad; pero hay que tener un modelo, más allá de un eslogan o un branding city ¿no? Un City Branding como los de: Capital Cultural”. (Entrevistado 7)

“Se tendría que empezar por la calidad de los Museos. Tenemos unos atractores válidos para un turismo de crucero, a lo sumo, o para el turismo de borrachera [...] son excusas para montar un relato porque si no, estaríamos haciendo cultura de base y estaría funcionando... y el modelo no sería Barcelona, sino que sería Berlín [...] donde quieren seguir manteniendo una identidad de ciudad cultural de verdad”. (Entrevistado 3)

“El Bosque Urbano puede ser un espacio donde se puedan hacer actividades culturales [...] que puedan atraer gente en pequeños grupos [...] nos puede atraer a este tipo de visitantes que se preocupe y le guste la naturaleza y quiera verla en vivo, pero también a ese estudiante de primaria, de secundaria, etc”. (Entrevistado 1)



Tras el análisis de las entrevistas a los movimientos sociales se percibe una continuidad e, incluso, intensificación de las dinámicas presentes en el contexto pre-pandemia debido a la inercia del desarrollo turístico-inmobiliario. No obstante, la aparición de la Covid-19 ha puesto de manifiesto las debilidades de dicho modelo y, por tanto, la necesidad de un cambio. En este sentido, a nivel supralocal aparecen oportunidades para la transformación del sector, lo que se suma a una mayor conciencia de los problemas socioeconómicos y medioambientales por parte del conjunto de la sociedad.

#### **4.3. *Discusión de resultados***

Tras la reestructuración económica postfordista y la apuesta por la terciarización de las ciudades consolidadas, el crecimiento turístico-inmobiliario ha ido ganando peso como modelo de acumulación y reproducción del capital (Cañada et al. 2021, Harvey 2013) hasta convertirse en una de las principales y más dinámicas fuerzas productoras del espacio (Lefebvre 1974). Este crecimiento turístico-inmobiliario fue responsable de gran cantidad de impactos negativos en el contexto pre-pandemia y no estuvo exento de críticas por parte de aquellos que sólo percibían los perjuicios y la violencia del crecimiento turístico sin límites (Büscher & Fletcher 2017, Milano 2018). De esta forma, aparecieron movimientos sociales de resistencia a un modelo de desarrollo turístico que no parecía responder a sus necesidades e intereses, sino, más bien, a los de aquellos que sólo querían convertir sus ciudades en un negocio rentable (Blanco-Romero et al. 2019, Logan & Molotch 1987).

En este contexto, surgieron estudios que analizaron el choque de intereses existente entre las reivindicaciones de estos movimientos sociales, que luchaban por el derecho a la ciudad (Lefebvre 1968) y la justicia espacial (Soja 2008) en sus espacios cotidianos; y el discurso de una “clase dominante” que apoyaba este crecimiento turístico-inmobiliario y se esforzaba por deslegitimar las reivindicaciones de estos movimientos (Blanco-Romero et al. 2019, Milano 2018). En este sentido, Málaga supone un claro ejemplo de crecimiento acelerado y transformación como ciudad turística que ha ido experimentado estos conflictos conforme aumentaban las cifras turísticas (Navarro-Jurado et al. 2019, Romero-Padilla et al. 2019). No obstante, este contexto ha sufrido un importante cambio con la llegada de la crisis sanitaria



y económica provocada por la Covid-19, que ha demostrado la debilidad de la industria turística y su modelo de crecimiento, dejando indefensos a los destinos que más dependían de los ingresos del turismo (Mansilla 2021).

Con base en el estudio realizado, a nivel local se percibe que la inercia del crecimiento turístico-inmobiliario sigue orientando las decisiones estratégicas de la ciudad de Málaga pese a una cada vez mayor oposición al modelo. Estos elementos son recurrentes en los estudios de los conflictos en la ciudad y en el entorno turístico (Navarro-Jurado et al. 2019, Romero-Padilla et al. 2019, Blanco-Romero 2019, Milano 2018). En este sentido, destaca la actuación de la Plataforma Defendamos Nuestro Horizonte de enero de 2021 cuando lanza un nuevo manifiesto en contra de la construcción de la Torre del Puerto que fue firmado por 300 personalidades de reconocido prestigio de toda España (Vázquez 2021). Este salto de escala en cuanto a apoyos al movimiento vino acompañado de la presentación de una moción en la que se planteó en el pleno del Ayuntamiento la realización de una consulta ciudadana donde se decidiera de forma democrática si Málaga quería que se construyera esa torre. No obstante, la propuesta fue rechazada en el pleno.

Por otra parte, la aparición y el comportamiento de la pandemia ha reforzado las reivindicaciones de los movimientos sociales en relación con la necesidad de fomentar un desarrollo turístico que priorice las cuestiones sociales y medioambientales (Lefebvre 1968, Soja 2008). Por un lado, el surgimiento de la pandemia viene a demostrar la insostenibilidad del modelo turístico de crecimiento ilimitado en la medida en que la extrema dependencia y especialización turística de los destinos ha limitado su capacidad de respuesta y adaptación en este escenario de incertidumbre (Romero-Padilla et al. 2020). Por otro lado, la actual crisis sanitaria ha motivado la reflexión sobre las posibles conexiones causales entre el surgimiento y la propagación de la Covid-19, la crisis climática y las repercusiones medioambientales de las dinámicas del sector turístico en términos de calentamiento atmosférico, contaminación y agotamiento de recursos (Fletcher et al. 2021, Valdivielso y Adrover 2021).

Finalmente, el ejemplo del salto de escala experimentado por la plataforma Bosque Urbano de Málaga en relación con la Agenda 2030 apunta que, si existen perspectivas de cambio, éstas se ubican en una escala superior



a la local, ya que la máquina urbana de crecimiento va a seguir presionando por la obtención de ganancias y la intensificación y reproducción de las dinámicas que lo permiten (Alexandri & Janoschka 2020, Harvey 2013, Logan & Molotch 1987). Estas oportunidades de cambio que se vislumbran en un nivel supralocal están relacionadas con la reciente apuesta y compromiso por parte de organismos como la Unión Europea o la ONU por una recuperación basada en una transición ecológica y resiliente que, en el caso de Europa, seguiría los principios del Pacto Verde Europeo (Parlamento Europeo 2020). No obstante, la materialización de este deseado cambio en la industria necesita la configuración de la correlación de fuerzas que lo permita (Mansilla 2021). En este sentido, resulta de vital importancia la trascendencia social que han experimentado algunas de las reivindicaciones de los movimientos sociales, así como la unión de fuerzas entre los propios movimientos que, aun con sus particularidades, comparten reivindicaciones fundamentales en relación con el derecho a la vida urbana, los derechos básicos en materia de bienestar y la participación en cuestiones trascendentales para el futuro de sus ciudades. Para ello sería muy útil la actuación conjunta, solidaria y el aprovechamiento de sinergias.

## Conclusiones

Los espacios urbanos han experimentado un considerable crecimiento turístico en las últimas décadas, particularmente tras la crisis económica de 2008, momento a partir del cual comenzaron a intensificarse las voces críticas. Como se ha mostrado en la revisión conceptual, surgieron movimientos sociales de resistencia que agruparon a aquellas personas que percibían los efectos negativos del modelo turístico imperante. En este sentido, la crisis provocada por la Covid-19 no ha hecho sino visibilizar la fragilidad y conflictos presentes en estos destinos. El presente artículo se ha planteado dar respuesta a la pregunta de si la Covid-19 ha supuesto un cambio en la percepción de los movimientos sociales sobre los conflictos que han venido desarrollándose en los espacios turísticos a partir del empleo de un enfoque cualitativo.

Entre los resultados más relevantes de la investigación, destaca cómo en el actual contexto las fuerzas locales que presionan por el valor de cambio (Lefebvre 1974, Logan & Molotch 1987) siguen persistiendo y reforzando





las dinámicas inherentes al modelo turístico-inmobiliario pre-pandemia, incluso de forma más agresiva (Alexandri & Janoschka, 2020). No obstante, la Covid-19 ha puesto en tela de juicio la propia viabilidad económica del modelo demostrando que tiene serias debilidades, lo que ha conseguido que aumenten los apoyos en contra de este tipo de crecimiento turístico. En este sentido, a un nivel supralocal se observan propuestas a medio-largo plazo que pueden conducir a cambios en elementos estructurales del modelo de desarrollo turístico; en tanto que, a nivel local, salvo algunas excepciones, se siguen observando medidas cortoplacistas y dinámicas vinculadas con los intereses de las máquinas de crecimiento urbano-turístico.-

Cabe destacar en el presente estudio el contexto de incertidumbre en el que se inscribe. De esta forma, se esboza un escenario en el que se produzca una transformación de las actividades turísticas acorde con la creciente cantidad de factores que nos alertan sobre la insostenibilidad del presente modelo, pero también uno en el que todo vuelva a la situación anterior o en el que incluso se intensifiquen las dinámicas extractivas presentes en el modelo pre-pandemia.

Entre las limitaciones de esta investigación se debe tener en cuenta que se trata de un estudio exploratorio, por lo que la metodología empleada podría reforzarse con otras técnicas de tipo cuantitativo, así como incluir a otros sectores de la población. Esto permitiría contrastar resultados y comprobar si se trata de percepciones generalizadas o corresponden a visiones particulares de estos movimientos sociales.

En cuanto a las líneas futuras de investigación sería interesante replicar el estudio en otros destinos turísticos para comparar cómo ha sido la evolución de los conflictos en otras zonas, así como analizar las percepciones de otro tipo de actores (residentes, empresarios, políticos). Finalmente, dada la incertidumbre del contexto en el que se realiza esta investigación, puede ser de interés trabajar en la proyección de escenarios futuros, teniendo en cuenta no sólo la evolución de la crisis sanitaria sino también de la emergencia climática en los destinos turísticos.



## Referencias

- Acosta, A. (2021). El turismo en la senda del postdesarrollo. [Por ahora en la trampa del COVID-19]. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourism-postcovid19 Turistificación confinada* (pp. 108-114). Barcelona: Alba Sud.
- Aledo, A., Ortiz, G., Aznar, P., Mañas, J. J., Jimeno, I., & Climent-Gil, E. (2021). Vulnerabilidad social y el modelo turístico-residencial español: escenarios frente a la crisis de la COVID-19. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourism-postcovid19 Turistificación confinada* (pp. 98-107). Barcelona: Alba Sud.
- Alexandri, G., & Janoschka, M. (2020). 'Post-pandemic' transnational gentrifications: A critical outlook. *Urban Studies*, 57(15), 3202–3214. <https://doi.org/10.1177/0042098020946453>
- Ayuntamiento de Málaga (2011). Plan General de Ordenación Urbana. *Gerencia Municipal de Urbanismo*. Recuperado de [www.urbanismo.malaga.eu](http://www.urbanismo.malaga.eu)
- Ayuntamiento de Málaga (2015). Estrategia Urbana Integrada Sostenible "Perchel Lagunillas" Servicio de Programas Europeos-OMAU Málaga 2015. <http://static.omau-malaga.com/omau/subidas/archivos/3/1/7713/edusi-malaga-v2.pdf>
- Ayuntamiento De Málaga (2020). Plan de Reactivación. Ejes y Proyectos Estratégicos. <https://www.malaga.eu/recursos/ayto/prensa/Plan-de-Reactivaci%C3%B3n-Ejes-y-Proyectos-Estrat%C3%A9gicos.pdf>
- Beard, L., Scarles, C., & Tribe, J. (2016). Mess and method: Using ANT in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 60, 97–110. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.06.005>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., & Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philía: Understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1–30. <https://doi.org/10.21138/bage.2834>
- Boletín Oficial De La Provincia De Málaga (2020). Boletín Oficial de la Provincia de Málaga. Martes, 21 de enero de 2020. <https://www.bopmalaga.es/cve.php?cve=20200121-00229-2020>



- Bugalski, Ł. (2020). The undisrupted growth of the airbnb phenomenon between 2014–2020. The touristification of european cities before the covid-19 outbreak. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su12239841>
- Büscher, B., & Fletcher, R. (2017). Destructive creation: capital accumulation and the structural violence of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(5), 651–667. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1159214>
- Cañada, E. & Murray, E. I. (2021). *#TourismPostCOVID19 Turistificación confinada*. Barcelona, España: Alba Sud. <http://www.albasud.org/publ/docs/98.pdf>
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su10023303>
- Cocola-Gant, A. (2021). Apartamentos turísticos, COVID-19 y capitalismo de plataformas. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 150-154). Barcelona, España: Alba Sud.
- Comisión Europea (2020). Plan de recuperación para Europa. Recuperado de [https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es)
- De La Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1–40. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- Del Romero, L. (2018). Touristification, Sharing Economies and the New Geography or Urban Conflicts. *Urban Science*, 2, 104, 1-17. <https://doi.org/10.3390/urbansci2040104>
- Diario Sur (2 de enero de 2020). «Málaga cierra el año 2019 con su mejor cifra turística desde que hay registros». *Diario Sur*. Recuperado de <https://www.diariosur.es/turismo/malaga-cierra-2019-20200102170452-nt.html#:~:text=La%20ciudad%20de%20M%C3%A1laga%20ha,ocupaci%C3%B3n%20del%2079%20por%20ciento>
- Parlamento Europeo (5 de mayo de 2020). «COVID-19: el plan de recuperación de la UE debe priorizar el clima». *Noticias Parlamento Europeo*. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20200429STO78172/covid-19-el-plan-de-recuperacion-de-la-ue-debe-priorizar-el-clima>



- Everingham, P., & Chassagne, N. (2020). Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as Buen Vivir. *Tourism Geographies*, 22(3), 555–566. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
- Fletcher, R., Murray, I., Blázquez, M., & Blanco, A. (2021). Turismo, decrecimiento y la crisis del COVID-19. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 259-263). Barcelona, España: Alba Sud.
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco-Romero, A., & Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745–1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
- García-Hernández, J. S., Armas-Díaz, A., & Del Carmen Díaz-Rodríguez, M. (2020). Home dispossession and touristification in Santa Cruz de Tenerife (Canary Islands-Spain): Tenant evictions in the neighborhood of El Toscal. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 87. <https://doi.org/10.21138/BAGE.2982>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid, España: Akal.
- Hiernaux, D., & González, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55–70. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200004>
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Hosteltur (3 DE FEBRERO DE 2021). «España recibió 19 M de turistas en 2020, la mayor caída de su historia». *Hosteltur*. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/142043\\_espana-recibio-19-m-de-turistas-en-2020-el-peor-dato-de-su-historia.html](https://www.hosteltur.com/142043_espana-recibio-19-m-de-turistas-en-2020-el-peor-dato-de-su-historia.html)



- Huete, R., Mantecón, A., & Mazón, T. (2008). De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial. *Cuadernos de Turismo*, 22, 101–121. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/48091/46071>
- Instituto Nacional de Estadística (2019-2020). Encuesta de ocupación hotelera. Recuperado de [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624–632. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- Ioannides, D., Röslmaier, M., & Van Der Zee, E. (2019). Airbnb as an instigator of ‘tourism bubble’ expansion in Utrecht’s Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(5), 822–840. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454505>
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without Growth. Economics for a Finite Planet*. Earthscan, Londres: Sterling, VA.
- Jiménez, F. (20 de agosto de 2020). «Urbanismo abre el plazo de alegaciones para el desarrollo de los terrenos de Repsol». *Diario Sur*. Recuperado de <https://www.diariosur.es/malaga-capital/urbanismo-abre-plazo-20200819171745-nt.html>
- Jover, J., & Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044–3059. <https://doi.org/10.1177/0042098019857585>
- Klein, N. (2010). *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Barcelona: Paidós.
- La Opinión de Málaga (30 de diciembre de 2019). «La Costa del Sol supera 13 millones de visitantes en 2019». *La Opinión de Málaga*. Recuperado de <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2019/12/30/costa-sol-supera-13-millones-27666869.html>
- Lefebvre, H. (2017). *El derecho a la ciudad*. Madrid, España: Capitán Swing Libros. [1968]
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid, España: Capitán Swing Libros. [1974]
- Logan, J. R., & Molotch, H. L. (1987). *Urban Fortunes: The Political Economy of Place*. Los Ángeles: University of California Press.



- López Padilla, M. D. (2020). Procesos actuales de turistificación en la ciudad de Málaga. *Boletín de la Real Sociedad Geográfica, CLV*, 107-140. <https://www.boletinrsg.com/index.php/boletinrsg/article/view/104>
- Mansilla, J. (2021). El futuro de las ciudades turísticas tras la pandemia. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 159-163). Barcelona: Alba Sud.
- Marín-Cots, P., Guevara-Plaza, A., & Navarro-Jurado, E. (2017). Renovación urbana y masificación turística en la ciudad antigua: pérdida de población y conflictos sociales. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales 193*, 49(1), 453–468. <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/76572>
- Martínez, P. (23 de marzo de 2021). «El alcalde de Málaga defiende la llegada de turistas pese a las restricciones a la movilidad en la provincia». *Diario Sur*. Recuperado de <https://www.diariosur.es/turismo/alcalde-malaga-defiende-llegada-turistas-restricciones-coronavirus-20210323182232-nt.html>
- Milano, C. (2018). Overtourism, Social Unrest and Tourismphobia. A controversial debate. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 551–564. [http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318_01.pdf)
- Ministerio de Sanidad (2021). Actualización nº 351. Enfermedad por el coronavirus (COVID-19). 12.04.2021. [https://www.msbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/Actualizacion\\_223\\_COVID-19.pdf](https://www.msbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/Actualizacion_223_COVID-19.pdf)
- Mundo, El (18 de abril de 2017). «Málaga presenta su marca como capital de museos». *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/andalucia/2017/04/18/58f63b1446163f378b4575.html>
- Murray, I., & Cañada, E. (2021). Turistificación confinada. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 14-80). Barcelona: Alba Sud.
- Navarro-Jurado, E., Romero-Padilla, Y., Romero-Martínez, J. M., Serrano-Muñoz, E., Habegger, S., & Mora-Esteban, R. (2019). Growth machines and social movements in mature tourist destinations Costa del Sol-Málaga. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1786–1803. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1677676>



- Nofre, J., Giordano, E., Eldridge, A., Martins, J. C., & Sequera, J. (2018). Tourism, nightlife and planning: challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta. *Tourism Geographies*, 20(3), 377–396. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375972>
- Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Steen Jacobsen, J. K., Grøtte, I. P., & McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: a case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1804–1824. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1533020>
- Observatorio de Medio Ambiente Urbano (2020). Aproximación al turismo en Málaga [proyecto Alter Eco de turismo sostenible]. [http://static.omau-malaga.com/omau/subidas/archivos/1/2/8421/aproximacion-al-turismo-en-malaga-%28alter-eco%29\\_v5.pdf](http://static.omau-malaga.com/omau/subidas/archivos/1/2/8421/aproximacion-al-turismo-en-malaga-%28alter-eco%29_v5.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. *ONU-UNWTO*, 30. [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the Right to Travel and Residents' Rights. *Sustainability*, 11(7), 2138. <https://doi.org/10.3390/su11072138>
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 22(3), 667–678. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762117>
- Ramis, M. (2021). Y después de todo esto, ¿qué? In E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 264-272). Barcelona: Alba Sud.
- Romero-Padilla, Y., Cerezo-Medina, A., Navarro-Jurado, E., Romero-Martínez, J. M., & Guevara-Plaza, A. (2019). Conflicts in the tourist city from the perspective of local social movements. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 1–35. <https://doi.org/10.21138/bage.2837>





- Romero-Padilla, Y., Romero-Martínez, J. M., & Navarro-Jurado, E. (2020). Reflexiones desde el post-crecimiento: ideas, estrategias y tácticas para el turismo post-covid-19. En L. M. Rondón García, L. Troitiño Torralba, & C. Mulet Forteza (Eds.), *Turismo Post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación* (pp. 57-76). Ediciones Universidad Salamanca. <https://doi.org/https://doi.org/10.14201/0AQ0296>
- Russo, A. P., & Scarnato, A. (2018). “Barcelona in common”: A new urban regime for the 21st-century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455–474. <https://doi.org/10.1080/07352166.2017.1373023>
- Sánchez, N. (8 de mayo de 2020). «Un pueblo en el centro de Málaga». *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/espana/2020-05-07/un-pueblo-en-el-centro-de-malaga.html>
- Sánchez, N. (5 de febrero de 2021). «El vértigo de Málaga a su rascacielos». *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2021-02-04/el-vertigo-de-malaga-a-su-rascacielos.html>
- Soja, E. W. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre ciudades y regiones*. Madrid: Traficante de Sueños. <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Postmetr%C3%B3polis-TdS.pdf>
- Trancoso González, A. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales*, 42, 35–51. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2019/01/03-TRANCOSO.pdf>
- Transforming Tourism Initiative (2020). Open Letter: COVID 19 – now is the time to transform tourism. [http://www.transforming-tourism.org/file-admin/baukaesten/sdg/downloads/Working\\_Programme/Open\\_Letter/Transforming\\_Tourism\\_Letter\\_to\\_UNWTO\\_01.pdf](http://www.transforming-tourism.org/file-admin/baukaesten/sdg/downloads/Working_Programme/Open_Letter/Transforming_Tourism_Letter_to_UNWTO_01.pdf)
- Turismo y Planificación Costa del Sol (2021). Balance del año turístico 2020. Recuperado de [www.costadelsolmalaga.org](http://www.costadelsolmalaga.org)
- United Nations World Tourism Organization (28 de enero de 2021). «2020: El peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales». *UNWTO*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- United Nations World Tourism Organization (2018). “Overtourism”? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420070>





- Valdivielso, J., & Adrover, J. (2021). Turismocracia: la vulnerabilidad organizada. En E. Cañada & I. Murray (Eds.), *#Tourismpostcovid19 Turistificación confinada* (pp. 164-172). Barcelona: Alba Sud.
- Vázquez, A. (14 de enero de 2021). «Más de 300 personalidades firman un manifiesto contra el rascacielos del Puerto». *La Opinión de Málaga*. Recuperado de <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2021/01/14/300-personalidades-firman-manifiesto-rascacielos-29297567.html>





Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Casañas Vilamala, F, i M. Blázquez-Salom (2021). De casal a hotel boutique al Centre Històric de Palma (2012-2020). *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.3>

## DE CASAL A HOTEL BOUTIQUE AL CENTRE HISTÒRIC DE PALMA (2012-2020)<sup>1</sup>

*From house to boutique hotel in Palma's historic centre (2012-2020)*

**Francesc Casañas Vilamala**

Geògraf

[xisco.casanyes@gmail.com](mailto:xisco.casanyes@gmail.com)

**Macià Blázquez-Salom**

Geògraf, Universitat de les Illes Balears

[mblazquez@uib.cat](mailto:mblazquez@uib.cat)

<https://orcid.org/0000-0002-5522-6539>

1. Aquesta investigació és possible gràcies al projecte d'investigació "Over-tourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies"(RTI2018-094844-B-C31), del Ministeri de Ciència i Innovació, Agència Estatal d'Investigació i suport del Fons Europeu de Desenvolupament Regional.

**RESUM:** La pretensió d'aquest treball és analitzar la proliferació de nous establiments hotelers al Centre Històric de Palma, d'ençà de l'inici de la crisi sistèmica de 2008 com una modalitat més de fixació de capital en l'entorn construït. Aquest procés de turistificació s'ha fomentat amb polítiques de liberalització urbanística, nou marc legal per aquestes modalitats hoteleres, la gestió empresarialista de la ciutat i city branding, per fer de Palma una destinació d'escapades urbanes, més enllà del clàssic creixement hotelier de sol i platja. La reacció contrària a aquesta turistificació ha culminat en la modificació del planejament urbanístic per limitar el nombre de nous establiments (2019) i la inactivitat hotelera, arran de la pandèmia de COVID-19. El manteniment dels preus a l'alça i l'estancament demogràfic demostra la financerització de l'entorn construït, més enllà de la seva funció d'allotjament turístic, avui en dia nul·la.

**PARAULES CLAU:** polítiques neoliberals, regulació turística, centre històric, Palma.



**RESUMEN:** La pretensión de este trabajo es analizar la proliferación de nuevos establecimientos hoteleros en el Centro Histórico de Palma, desde el inicio de la crisis sistémica de 2008 como una modalidad más de fijación de capital en el entorno construido. Este proceso de turistificación se ha fomentado con políticas de liberalización urbanística, nuevo marco legal por estas modalidades hoteleras, la gestión empresarialista de la ciudad y city branding, para hacer de Palma un destino de escapadas urbanas, más allá del clásico crecimiento hotelero de sol y playa. La reacción contraria a esta turistificación ha culminado en la modificación del planeamiento urbanístico para limitar el número de nuevos establecimientos (2019) y la inactividad hotelera, a raíz de la pandemia de COVID-19. El mantenimiento de los precios al alza y el estancamiento demográfico demuestra la financiarización del entorno construido, más allá de su función de alojamiento turístico, hoy en día nula.

**PALABRAS CLAVE:** políticas neoliberales, regulación turística, centro histórico, Palma.

—

**ABSTRACT:** The aim of this work is to analyze the proliferation of new hotel establishments in the historic centre of Palma since the 2008 global crisis as another model for fixing capital in the built environment. This touristification process has been promoted through urban liberalization policies, a new legal framework for this hotel model, the business management of the city and city branding, turning Palma into a destination for city breaks and an alternative to the traditional sun, sea and sand hotel model. The reaction against this form of tourism culminated in the modification of urban planning to limit the number of new establishments (2019) and the current hotel inactivity in the wake of the COVID-19 pandemic. The continuing rise in prices and population stagnation show that financing of the built environment, beyond its function of tourist accommodation, is now non-existent.

**KEYWORDS:** neoliberal policies, tourist regulation, historic centre, Palma.



## I. Introducció

Històricament la ciutat de Palma ha estat la porta d'entrada, però no el destí, del turisme que arriba a Mallorca. Però, després de la crisi sistèmica de 2008, el seu Centre Històric ha estat transformat en un espai urbà-turístic, igual que s'han mercantilitzat d'altres urbs occidentals. L'obertura de nous hotels és una peça fonamental d'aquesta turistificació de les ciutats històriques (Morillo 2007).

El present article analitza la turistificació del Centre Històric de Palma, a partir de l'estudi de la implantació d'Hotels de Ciutat i de Turisme d'Interior. Aquestes dues noves modalitats hoteleres s'assimilen al que es coneix popularment com hotels, mitjançant la conversió d'habitatges (sovint, casals o convents) en establiments turístics, adaptats a les dimensions reduïdes i amb una alta diferenciació del producte. La legislació balear i la gestió empresarialista de la ciutat de Palma han fet bandera d'aquestes modalitats hoteleres durant l'anomenada bombolla turística. La gentrificació turística amb estancament demogràfic del Centre Històric de Palma i l'encariment de l'habitatge s'han volgut combatre amb moratòries que frenen l'aparició de nous hotels. Més enllà de la reacció política, la pandèmia de la COVID-19 manté els hotels tancats d'ençà de març de 2020, però la rendibilitat financera de les seves inversions no decau. El futur dels hotels del Centre Històric de Palma pot servir com un indicador de les tensions financeres de l'entorn construït que s'obren rere la turistificació confinada (Cañada i Murray 2021).

Per aproximar-nos a aquest procés de turistificació amb tints d'especulació immobiliària, el present article pretén mostrar l'evolució de l'oferta hotelera al Centre Històric de Palma. La metodologia de treball consisteix a relacionar aquesta proliferació d'establiments (tenint en compte l'anàlisi cartogràfica de les dades oficials de 2012 a 2020) a partir de la instauració d'aquestes noves modalitats a la legislació balear, arran de la crisi sistèmica de 2008, amb promoció institucional d'aquesta nova destinació per atreure capitals inversors. Per altra banda, i a falta de noves dades sobre la seva rendibilitat, es relaciona amb la variació del preu dels immobles i els canvis demogràfics al Centre Històric de Palma després de l'inici de la pandèmia de la COVID-19.



## 2. Marc Teòric

El desenvolupament turístic s'implanta de dues maneres totalment diferenciades (López i Vera 2001): amb la creació de ciutats turístiques, espais residencials o ressort dotats de grans equipaments per al consum d'oci; o, amb la funcionalització turística de territoris d'usos ja consolidats, sobre estructures urbanes i socials complexes. En el segon cas, el turisme s'incorpora al funcionament de la societat local i l'economia, podent variar la intensitat de les seves alteracions del model territorial preexistent (Jurado, Ellul, & Padilla 2012: 120).

Aquest últim és el cas de les transformacions de la ciutat derivades de l'ampliació de la frontera de la turistificació. Segons el diccionari de la fundació *Fundéu BBVA*, turistificació és un terme amb el qual; «S'al·ludeix a l'impacte que té la massificació turística al teixit comercial i social de determinats barris o ciutats». D'altra banda, Jover *et al.* (2018) defineix la turistificació com una apropiació: «Es tracta del procés pel qual l'activitat turística s'apropia simbòlicament i física d'un territori. La mercantilització d'aquest últim produeix conseqüències per a les persones que l'habita, modificant la seva morfologia, usos, identitats, etcètera». El verb *turistificar* es refereix també a l'impacte que té per al resident d'un barri o ciutat el fet que els serveis, instal·lacions i comerços passen a orientar-se i concebre pensant més en el turista que en el ciutadà que viu en ells permanentment (Sáez 2019: 66). A les ciutats turistificades, se substitueix la població resident per una altra de tipus temporal, els grups socials desplaçats pertanyen a les classes socials amb menys capacitat d'adaptació (Mansilla 2019: 63). En definitiva, parlem d'una apropiació per part d'una activitat per la qual la ciutat no va ser creada i que afecta a la població resident, com ara pel deteriorament del seu dret a l'habitatge.

López (2015: 487) ens recorda la importància de l'efecte de la turistificació de la ciutat: «El turisme a la ciutat és un fenomen antic, ja que el mateix origen del turisme es troba en l'atracció de la ciutat, però tant la dimensió que ha assolit avui com la forma en què es manifesta permeten parlar d'un esclat recent del turisme urbà».

### 3. Història de la turistització del Centre Històric de Palma

El Centre Històric de Palma acollí els primers hotels construïts a Mallorca, amb el referent emblemàtic del *Grand Hotel* al 1903, però el boom turístic es desplaçà aviat vers la nova façana marítima. Més recentment, la bombolla turística i immobiliària que es desenvolupa rere la crisi sistèmica del 2008 fa presa en l'habitatge, per al lloguer mitjançant plataformes i també amb la conversió d'edificis emblemàtics —com ara convents o *casals*— en hotels. La resposta política pública ha basculat des de la promoció inicial de la destinació (amb *citybranding* a partir de 2013) i la introducció de noves modalitats a la legislació (Hotels de Ciutat i Turisme d'Interior, el 2012), fins al fre del procés d'apertura de nous establiments hotelers amb una modificació del planejament urbanístic —a mode d'una moratòria— tramitada entre 2017 i 2019.

#### 3.1. El germen i primeres passes

Els primers hotels de Palma tenen un perfil “classista” (Figuerola 1979), en tant que s'orienten a atreure als membres de la classe ociosa: «En les dècades finals de segle XIX i en les primeres del XX el turisme s'estén a una capa més àmplia de les classes altes i mitjanes i comencen a entreveure els seus potencials beneficis econòmics» (De la Calle 2006: 85). Palma fa funció de port d'entrada dels turistes, que des d'allà es distribueixen vers els actius culturals i paisatgístics de l'illa: «Les facilitats que presentaven les comunicacions van fer que Palma fos visitada per un creixent nombre de turistes que, però, havien d'allotjar-se en modestes fondes i pensions, ja que no existia cap hotel» (Cirer-Costa 2009: 409). En aquestes primeries, l'arribada de visitants no ve lligada a la creació d'una nova estructura de l'allotjament al Centre Històric de Palma.

Durant el primer boom turístic, el Centre Històric de Palma, malgrat ser un espai actiu i influent a la ciutat amb les pinzellades cosmopolites, es troba totalment desproveït d'estructures turístiques importants i emmarcat en una atmosfera tancada i provinciana típiques de les ciutats espanyoles que imposava el franquisme. El Centre Històric de Palma conserva funcions senyoriales per a les famílies aristocràtiques i burgeses, mentre el capital inversor s'adreça a la indústria turística de masses als nous ressorts de sol i



platja. La ciutat antiga feia només d'aparador cultural amb l'entorn degradat i decadent.

Fins fa pocs anys, Palma era infravalorada en el paquet de l'oferta turística de Mallorca. Orientada històricament a exercir de capital administrativa i acumular totes les infraestructures necessàries per a l'arribada i la distribució del turista (aeroport, port, ferrocarril...), Palma mai va ser obertament publicitada com a destinació turística. El seu entramat hotelier estava format per petits hostals i pensions familiars —precàries, d'escassa qualitat i no era competència per als moderns hotels de les destinacions litorals.

#### 4. La promoció com a eina de reactivació

Després de la crisi de 2008, el sector de la construcció es paralitza i amb ell ho fa la ciutat. L'empresarialisme urbà aprofita per reinventar-la i concebre noves línies d'actuació que reactivin l'economia. És per això que s'imposen polítiques neoliberals amb la lògica d'aprofitar la crisi: "En la doctrina del shock, Naomi Klein, demostra que els teòrics neoliberals propugnen l'ús de les crisis per imposar polítiques impopulars, aprofitant el desconcert de la gent" (Monbiot 01/05/2016). La crisi és el moment propici per aplicar-lo (Klein 2007), endolcit amb retòrica de governança, però sempre reforçant el control financer immobiliari i hotelier sobre l'espai (Yrigoy, Artigues i Blázquez 2013).

A partir de 2012, la capital balear viu un enlairament de la seva planta hotelera d'intramurs. Es dona un important canvi de rumb en la conversió d'immobles per convertir-los en allotjaments turístics: "La seva aparició i posterior expansió es vincula directament amb els processos de turistificació i elitització que en els últims anys ha patit la ciutat" (Novo 2019: 34). Segons Vives (2011: 5), "Palma, com la capital d'una de les destinacions turístiques més importants del món, s'ha integrat en noves dinàmiques financeres globals, sinònim de neoliberalisme, i això ha fet de la força impulsora darrere de la seva estratègia de desenvolupament: una estratègia basada en la competència com un mitjà per aconseguir un lloc. A la xarxa urbana global, consolidada a través de polítiques urbanes neoliberals".





Una de les mesures revulsives per a les ciutats afectades per la crisi ha estat l'aplicació d'estratègies per comercialitzar-se i competir millor: “El *màrqueting* de ciutats s'anomena internacionalment també *city marketing*, i quan s'està en una fase més o menys avançada de creació d'una marca en una ciutat o un lloc o territori, llavors es parla també de *placebranding*” (Martínez & Blanco 2010: 138). No només consisteix a crear un logotip i planificar una campanya de comunicació, es tracta d'una filosofia de gestió urbana empresarialista (Artigues *et al.* 2011).

Les polítiques de l'empresarialisme urbà fixen els seus ulls sobre el Centre Històric de Palma, bolcant més turistes en el seu interior, no tan sols com a visitants, sinó que se'ls ofereix allotjar-s'hi. La incorporació hotelera en aquest àmbit urbà serà l'eina escollida, arran de la crisi, per a la seva funcionalització com a nova destinació turística, amb efectes sobre la via pública (Jiménez-Bravo 2020) o el teixit comercial (Blázquez-Salom *et al.* 2019) o l'habitatge (Yrigoy 2019).

Les polítiques dels governs balear i municipal (2011-2015) són de caràcter neoliberal. La seva legislació turística promou el creixement de l'oferta hotelera amb la creació de dues modalitats d'hotel —l'Hotel de Ciutat i l'establiment de Turisme d'Interior—, mitjançant la promulgació de la Llei 8/2012, de 19 de juliol, del Turisme de les Illes Balears.

L'Ajuntament de Palma assumeix la lògica urbana del neoliberalisme, amb la prioritat d'atreure capitals que li permeti escalar posicions en la competència urbana global. Es tractava de “l'urbanisme emprenedor”, en el qual resultava essencial un pacte públic-privat (*Public-Private Partnership*) per impulsar i desenvolupar estratègies de transformació urbana per al posicionament en els negocis globals (Artigues *et al.* 2011).

Coincidint amb la promulgació de la nova Llei del Turisme, l'Ajuntament revisà el seu *Pla General d'Ordenació Urbana* per definir les zones on es podrien construir nous Hotels de Ciutat. D'acord amb les declaracions del director de l'Oficina de Revisió del PGOU, Antonio Llamas, amb l'objectiu de promoure “conseqüències positives”, ja que “contribuiria a dinamitzar el sector turístic i fomentaria la desestacionalització” (Vargas 2/6/2012).

L'any 2013, Álvaro Gijón, Tinent de Batlle de Turisme i Coordinació Municipal, presentà la Marca de Ciutat (*Citybranding*) “*Passion for Palma*”, que es marca sis línies d'actuació (gastronomia, compres, cultura, golf, esport i nàutica) per a la promoció de la ciutat com a destinació de temporada baixa. El 2014 el Ple de l'Ajuntament constitueix una comissió per sol·licitar el reconeixement de la UNESCO per “*Palma, Patrimoni Mundial*”, que engloba “*Palma: Paisatge cultural sobre el mar*”. També aquell any es llança un “Concurs de projectes per a la contractació del servei de relacions públiques i comunicació exterior a Alemanya”, amb el qual es pretén establir una agència de comunicació i relacions públiques que difongui la imatge, les activitats i els esdeveniments més destacables de Palma a Alemanya.

Tot són ajudes i s'elimina qualsevol trava per part de l'administració municipal per afavorir una entrada fluïda d'inversió i de turisme. L'Ajuntament va aprovar disposicions pròpies encaminades al mateix objectiu impulsor de la desestacionalització: el desbloqueig d'horaris comercials, amb la consegüent obertura d'establiments al centre històric en dies festius o diumenges (Blázquez-Salom *et al.* 2019) o l'increment de les terrasses en espais públics (Jiménez-Bravo 2020).

L'efecte sobre els mercats va ser el perseguit. El diari *The Sunday Times* escollí el 2015 el Centre Històric de Palma com la “el barri més guai del planeta”, per la seva “pintoresca ciutat històrica, platges a una distància accessible a peu i pel seu clima [...] a 10 minuts en cotxe de l'aeroport, amb vols barats per volar al Regne Unit en dues hores. Fent-lo de cada dia més popular com a destinació ‘pendular’” (Davis 20/05/2015).

#### **4.1. Noves modalitats hoteleres a la Llei del Turisme 8/2012 de Les Illes Balears**

Els governs conservadors prenen el comandament els anys de la crisi (2011-2015) amb la prioritat d'impulsar de nou l'economia, entre altres mesures, mitjançant la nova Llei 8/2012 del Turisme de les Illes Balears. La nova llei turística s'acull al lema de no promoure l'ocupació de sòl amb més urbanització. La seva alternativa és estimular l'actuació en sòl urbà, alhora que premia la reconversió i rehabilitació donant als ajuntaments la clau en la modificació del canvi d'ús de l'edificació. La Llei exigeix als nous Hotels



de Ciutat i Turisme d'Interior de la ràtio turística, la qual cosa rendibilitza aquestes inversions i les lliura de limitacions de quantitat, regulades per la "borsa de places" (Rullan 1999). Tot i que genèricament la Llei no autoritza noves altes d'allotjaments de categoria inferior a les quatre estrelles, sí que permet als Hotels de Ciutat que puguin ser de tres.

L'art. 39 defineix, al punt b, els **Hotels de Ciutat**: "Que estiguin instal·lats o que s'instal·lin en zones qualificades i ordenades com a nucli antic pels instruments de planejament general [...] en edificis emparats per la legislació reguladora del patrimoni històric o que estiguin catalogats pels instruments de planejament i situats en nucli urbà". És a dir, han de ser edificis emblemàtics i, en general no tenen un elevat nombre de places (Novo 2019). Alguns són anomenats hotels *boutique*, encara que la Llei de Turisme només contempla el concepte genèric d'Hotels de Ciutat sense distingir ni la mida ni l'estil.

En relació als allotjaments de **Turisme d'Interior** (TI), l'altra categoria predominant, s'especifica que han de proporcionar característiques similars a les d'un hotel apartament o hotel, al servei d'allotjament turístic. El mateix article 29 els defineix al punt d: "establiments en què es presta el servei d'allotjament turístic en un edifici situat al nucli antic que tingui característiques similars a les d'un hotel o hotel apartament, que ha de ser de construcció anterior a l'1 de gener de 1940 o estar catalogat pels seus valors patrimonials historicoartístics. Aquests allotjaments han de disposar d'un mínim de cinc unitats d'allotjament".

## 5. Per ampliar la frontera de l'apropiació immobiliària a la Ciutat Històrica de Palma

La Llei del Turisme de les Illes Balears vol fer complir el desig de reactivació dels centres històrics i alhora mercantilitzar el patrimoni urbanístic de les edificacions senyorials. La nova figura d'Hotel de Ciutat (H) té les mateixes característiques dels hotels: "[...] establiments destinats a la prestació d'un servei d'allotjament turístic amb serveis complementaris o sense que ocupen la totalitat o una part independent d'un edifici o conjunt d'edificis les dependències dels quals constitueixen un tot homogeni amb entrades pròpies i independents[...]". Però, alhora, aquesta nova modalitat està condi-

cionada a la conversió d'immobles del Centre Històric (edificis catalogats al nucli antic, segons l'article 39 abans reproduït).

La segona modalitat d'establiment als que ens referim com hotels, els allotjaments de Turisme d'Interior (TI), han de tenir dimensions més reduïdes i promouen la transformació d'edificacions d'habitatges amb una voluntat especuladora incentivada a la mateixa llei... “permetre les ampliacions que s'ajustin a la normativa que els sigui aplicable, fins i tot mitjançant l'adquisició d'edificacions confrontants amb l'establiment originari...”.

### **5.1 La qualitat com a base de creixement. Els Hotels**

El nou concepte d'Hotel de Ciutat es troba molt allunyat de la tradicional oferta turística espanyola del sol i platja, on els hotels i els ressorts turístics on s'aglutinen, s'ajusten a formats urbanístics i arquitectònics d'estàndards industrials. El pas del temps fa estralls en aquests ressorts i les administracions públiques han cedit l'orientació de les línies mestres de la seva planificació territorial turística a les iniciatives d'algunes grans cadenes hoteleres (Blázquez *et al.* 2015).

L'aposta per potenciar el Centre Històric de Palma com a destí passa per diferenciar-la de l'oferta de sol y platja majoritària a Mallorca. És especialment en el sector hotelier on la tendència cap a la diferenciació i segmentació de productes s'observa com a reacció a l'expansió global de la “caixa d'hotel” estandarditzada (Rutes, Penner& Adams 2001).

Una característica substancial és l'augment de la inversió financera de qualitat (que accelera la fixació i circulació de més capital) i la tria d'un entorn privilegiat. Luxe i diferenciació, conceptes que són la base i eix representatiu en els nous hotels urbans, agrupats amb concepte de *boutique*. Aquestes idees centren les reconversions y reformes d'edificis singulars —casals, convents, etc.— al centre de Palma, oposats radicalment al turisme de masses.

El dia d'avui els hotels (H) construïts al Centre Històric sumen 43 establiments amb 2955 places (taula 1). Predominen (95,35% del total) els d'establiments de major categoria: de 4 estrelles (26 establiments, que representen el 60,47%) i 5 estrelles (15 establiments, amb el 34,88%) estrelles (taula 2). Aquests establiments de 4 i 5 estrelles proveeixen el 92,11% d'habitacions i un 92,45% de places. En conseqüència, les dades verifiquen la gran aposta

pel luxe (hotels categories de 4 i 5 estrelles). Aquests hotels es distingeixen per l'oferta d'exclusivitat, intimitat i servei personalitzat, prestacions per a la cura de la salut i propostes gastronòmiques distingides. La resta de categories (2 i 3 estrelles) tenen un únic establiment per hom: els hotels Born i Almudaina, que són reductes del primer boom turístic i que suposen només un 2,23% d'unitats respectivament i 223 places, que representen un 7,54% del total.

D'altra banda els establiments de Turisme d'Interior (TI) són de dimensions i categories més modestes. S'ha obert un total de 54 establiments amb 930 places. D'ells, tan sols 5 establiments s'han obert amb categoria de 4 estrelles i cap de 5 estrelles (taules 1 i 2). Més enllà de la seva rendibilitat immobiliària, els TI estan orientats a un allotjament per estrats de visitants amb menor nivell de despesa. Així ho reflecteix el fet que 47 establiments no ofereixen cap estrella (el 87,04%).

**Taula 1. Gràfic (%) a l'any 2012 (esq.) i 2020 (dreta) i taula amb dades d'allotjaments hotelers que es troben operatius.**

Any Llic.	Categoria	Nom Comercial	Adreça	HAB	PCES	Clau Protecció (PGOU)	Nom Casal
1942	CH I <sup>a</sup>	PENSION COSTA BRAVA	CAN MARTI FELIU, 16	28	42		
1945	HRS*	HOSTAL PONS	VI, 8	21	30		
1951	HR**	HOSTAL REGINA	SANT MIQUEL, 77	10	20		
1959	**	HOTEL BORN	SANT JAUME, 3	42	79	B/04-28	Cal Marques de Ferrandell
1961	***	HOTEL ALMUDAINA	JAUME III, 9	78	144		
1961	****	HOTEL INNSIDE PALMA CENTER	FONT I MONTEROS, 23	101	202		
1962	****	HOTEL SARATOGA	MALLORCA, PASSEIG, 6	187	348		
1966	****	HOTEL JAIME III	MALLORCA, PASSEIG, 14	88	173		
1969	Hs**	HOSTAL APUNTADORES	APUNTADORS, 8	27	48		
1973	****	HOTEL PALLADIUM	MALLORCA, PASSEIG, 40	67	111		
1990	****	HOTEL SAN LORENZO	SANT LLORENÇ, 14	9	18		
1995	*****	HOTEL CA SA GALESA	MIRAMAR, 8	12	24	B/07-19	Can Frontera
1996	TI****	HOTEL DALT MURADA	ALMUDAINA, 6	23	46		
1997	TI	HOTEL MISIÓN DE SAN MIGUEL	MISSIO, 18	33	67		
2000	****	HOTEL PALAU SA FONT	APUNTADORS, 38	19	30		
2003	****	PURO HOTEL PALMA	MONTENEGRO, 12	40	76		
2004	****	PETIT PALACE HOTEL TRES	APUNTADORS, 3	41	78		



2004	****	SANTA CLARA URBAN HOTEL & SPA	SANT ALONSO, 16	20	40		
2005	TJ***	CA SA PADRINA	MISSIO, 5	6	11		
2006	TI	IPSUM SAN MIGUEL	SANT MIQUEL, 23	6	12		
2007	****	HOTEL PRIVATE WING	MONTENEGRO, 7	11	22		
2008	****	HOTEL PURO PRIVATE WINGS	MONTENEGRO, 10	17	33		
2008	Hs**	HOSTAL RITZI	APUNTADORS, 6	15	25		
2010	*****	HOTEL CAN CERA	SANT FRANCESC, 8	14	30	B/08-19	Can Desbach-Aguiló
2011	ALB	HOSTEL CENTRAL PALMA	J. MARIA QUADRADO, 2	14	46		
2012	****	BRONDO ARCHITECT HOTEL	CAN BRONDO, 1-4-6	30	61		
2013	TI	MONTMARI	JAUME FERRER, 15	9	19		
2013	*****	BOUTIQUE HOTEL CALATRAVA	CALATRAVA, 18	16	32	B/09-06	Can Maura
2013	HA****	PALMA SUITES PLAZA MERCADAL	ESPARTERIA, 2	35	72		
2014	****	HOTEL CORT	CORT, 11	16	32		
2014	****	HOTEL POSADA TERRA SANTA	POS. DE TERRA SANTA, 5	26	52	B/10-02	Curia De bunyoli
2014	****	ART HOTEL PALMA	SINTES, COSTA D'EN, 6	13	19		
2014	*****	HOTEL CA'N ALOMAR	BORN, 17	16	32	B/03-22	Ca N'Alomar
2014	TI	RAMON LLULL 12	RAMON LLULL, 12	5	12	B/08-30	
2015	****	HOTEL NAKAR PALMA	JAUME III, 21	57	114		
2015	*****	HOTEL SANT FRANCESC SINGULAR	SANT FRANCESC, PLAÇA, 5	42	88	B/06-28	Ca'n Alomar
2015	*****	HOTEL CONVENT DE LA MISSIÓ	MISSIO, 7	27	54	B/12-08	Convent de la Missió
2015	ALB	HOSTEL PURA VIDA	SANT SEBASTIA, 2	5	12		
2015	TI	CAN SAVELLA	CAN SAVELLA, 17	9	18		
2015	TI	CAN BLAU	SALA DEL FLASSADERS, 6	6	14		
2015	TJ**	LLONJA SUITES	JAUME FERRER, 5	4	10		
2015	TJ****	FIL SUITES	FERRERIA, 12	32	67		
2015	TJ****	BRICK HOTEL	FORN D'EN VILA, 3	11	22		
2015	TI	CAN BLAU	SALA DELS FLASSADERS, 6	6	14		
2016	****		PALAU REIAL, 23	19	38	A2/07-27	Can Cirera
2016	TI	BOSCH SUITES	CAN BRONDO, 5	6	12		
2016	*****	HOTEL CONCEPCIÓ	CONCEPCIO, 34	32	64	B/04-05	Can Feliu
2016	TI	CAN CARRIO	CAN CARRIO, 1	5	16		
2016	TI	DESIGN SUITES PALMA	JAUME FERRER, 4	4	8		
2016	TI	LONJA LIVING SUITES	LLOTJA, 18	3	8		
2016	TI	CORDERIA	CORDERIA, 4	8	4		
2016	****	HOTEL BOSCH	REI JOAN CARLES I, 6	6	12		
2016	*****	HOTEL PALACIO CAN MARQUES	APUNTADORS, 15	13	32	B/03-47	Can Marques
2016	TI	VILA DAMUNT	PALAU REIAL, 27	7	16		
2016	TI		PORTELLA, 9	21	42		
2016	TI	CASA DELMONTE	TERESES, DE LES, 6	8	16		
2016	****	BO HOTEL PALMA	SANT JOAN, 6	19	38		

2016	****	HOTEL ICON ROSETÓ PETIT PALACE	CAN CAMPANER, 6	37	68	B/04-15	SesMonges Reparadores
2016	TI	SANTA CRUZ SUITE	CAN SALES, 1	1	2		
2017	****	HOTEL M HOUSE HOTEL PALMA	CAN MAÇANET, 1	33	67		
2017	****	NIVIA BORN	PARAIRES, 24	24	48		
2017	*****	SÚMMUM PRIME BOUTIQUE HOTEL	CONCEPCIO, 26	18	36	B/04-03	Can Berga Ladaria
2017	*****		FORN DE LA GLORIA, 5	16	32	B/03-34	Can Coll
2017	TI	MAR SUITES	ANTONI MAURA, 14	4	16		
2017	TI		APUNTADORS, 14	5	10		
2017	TI	BORNE SUITES	BORN, 1	8	22		
2017	TI	CAN BOSS	BOSSERIA, 6	4	8		
2017	TI	VINTAGE PALMA PALACE	CAMPANA, 7	6	12		
2017	TI	CAN AVALL	CAN PUEYO, 11	11	22		
2017	TI	RESIDENCE BY G	CONFRA. DE S. MIQUEL, 8	4	13		
2017	TI	CREAM HOMES LAS RAMBLAS	HORTS, 10	3	12		
2017	TI	L'AGUILA SUITES	MARQUES DEL PALMER, 2	4	10	A1/05-20	Magatzems "El Aguila"
2017	TI	ARIANY	PALAU REIAL, 25	4	10		
2017	TI	MALLORCA SUITES	PESCATERIA VELLA, 6	13	26		
2017	TI	LA LONJA HOMES	REMOLARS, 5	8	16		
2017	TI	REMOLARS 3 TOWNHOUSE	REMOLARS, 3	3	6		
2017	TI	PALMA OLD TOWN	SANT AGUSTI, 7	9	18		
2017	TI	URBAN SUITES PALMA	SOCORS, 15	5	10		
2017	TI		SOCORS, 18	7	10		
2017	TI		VALLSECA, 18	5	10		
2017	TJ****	STYLE SUITES	SOCORS, 3	7	14		
2017	TI	POC A POC SUITES	SOCORS, 1	3	6		
2017	TI	HOSTALS	HOSTALS, 4	4	10		
2017	TI	MAR SUITES	MAR, 11	4	16		
2018	*****	HOTEL ES PRINCEP	BALA ROJA, 1	72	140		
2018	*****	HOTEL MAMÁ	CORT, 13	32	64		
2018	*****	HOTEL GLÒRIA	SANT JAUME, 18	14	28	B/04-11	Can Rubert
2018	*****	HOTEL SAN JAIME	SANT JAUME, 22	36	72		
2018	TI		CAN GATER, 1	8	16		
2018	TI	CORDERIA SUITES	CORDERIA, 3	4	10		
2018	TI	PLAZA MAYOR PALACE	PASSADIS, 1	7	12		
2018	TI		FORN D'EN VILA, 7	5	12		
2018	TI		GERRERIA, 18	17	34	A1/10-09	Gerreria de can Baptista
2018	TI	HOTEL LLOTGETA	LLOTGETA, 14	5	12		
2018	TI	CA'N RUBÍ	RUBI, 2	7	16		
2018	TI	MADE IN PALMA	SANT GAIETA, 13	10	20		
2018	TI	SANT PERE SUITE	DE LA MESTRA, 1	1	2		
2019	****	HOTEL ANTIGUA PALMA CASA NOBLE	SOL, 1	27	54	B/8-25	Can Balaguer
2019	****	HOTEL SANT BARTOMEU	SANT BARTOMEU, 3	40	80		



2019	*****	HOTEL LLORENÇ PARC DE LA MAR	LLORENÇ VILLALONGA, 4	33	66		
2019	TI	OCHO	MAR, 24	7	19		
2019	****	HOTEL CAN BORDOY	FORN DE LA GLORIA, 14	24	48		
2019	TI	APARTAMENTOS TERRA SANTA	PES DE LA FARINA, 2	9	18		
2019	TI****	CA N'ALEXANDRE	ALEXANDRE JAUME, 8	23	46		
2019	****	HOTEL BASILICA	CAN TRONCOSO, 3	38	76		
				2.114	4.180		

Font: Elaboració pròpia, a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.

**Taula 2. La capacitat hotelera segons les categories desenvolupades al 2020.**

Categoria (H - Hotels)	Unitats	Habitacions	Places
H*****	15	393	794
H****	26	1.009	1.938
H***	1	78	144
H**	1	42	79
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>1.522</b>	<b>2.955</b>

Categoria (TI - Turisme d'Interior)	Unitats	Habitacions	Places
TI****	5	96	195
TI***	1	6	11
TI**	1	4	10
TI	47	331	714
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>437</b>	<b>930</b>

Categoria (Pensions, Hostals, Albergs...)	Unitats	Habitacions	Places
CHI <sup>a</sup>	1	28	42
HRS*	1	21	30
HR**	1	10	20
HS**	2	42	73
HA****	1	35	72
ALB	2	19	58
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>155</b>	<b>295</b>

<b>Total Centre Històric</b>	<b>105</b>	<b>2.114</b>	<b>4.180</b>
------------------------------	------------	--------------	--------------

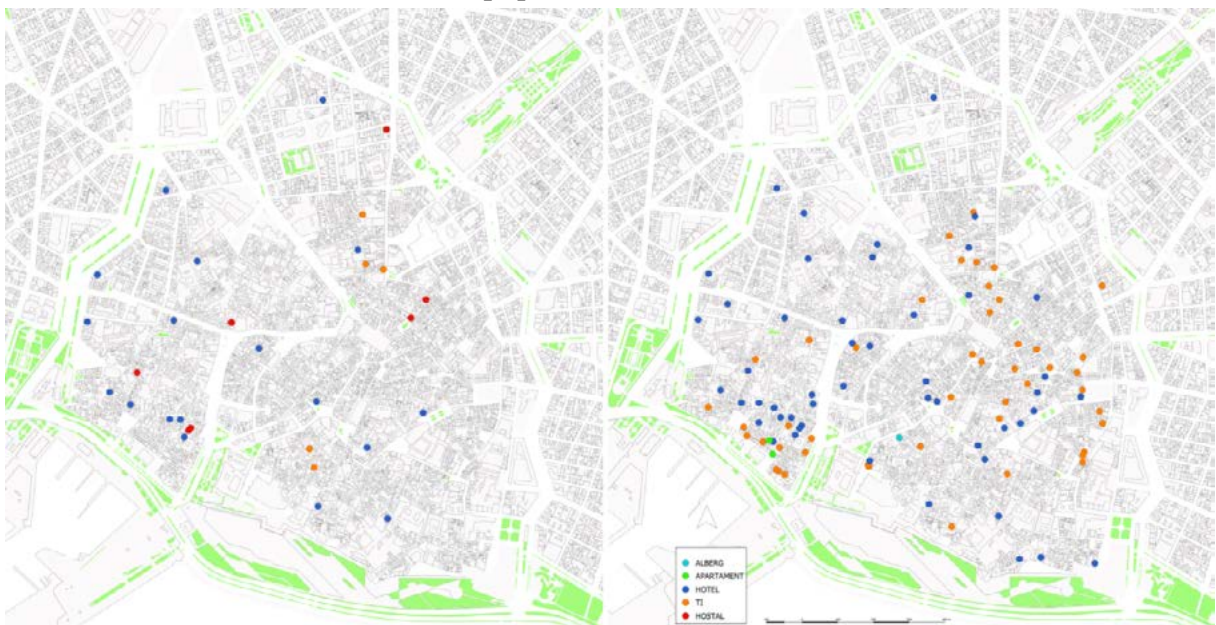
Font: Elaboració pròpia, a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.



La representació cartogràfica de la distribució d'aquests nous hotels al Centre Històric de Palma, segons la seva evolució dels anys 2012 a 2020 mostra la preferència per la seva part alta, Ca n'Amunt i pel barri mariner de Sa Llonja (fig. 1 i 2).



**Figura 1. Densitat geogràfica a l'any 2012 (esq.) i 2020 (dreta) dels establiments turístics. Font: Elaboració pròpia, a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.**



**Figura 2. Distribució de les diferents tipologies hoteleres a l'any 2012 (esq.) i 2020 (dreta). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.**

## 5.2 El fre a la turistificació del Centre Històric de Palma amb la moratòria hotelera (2017-2019)

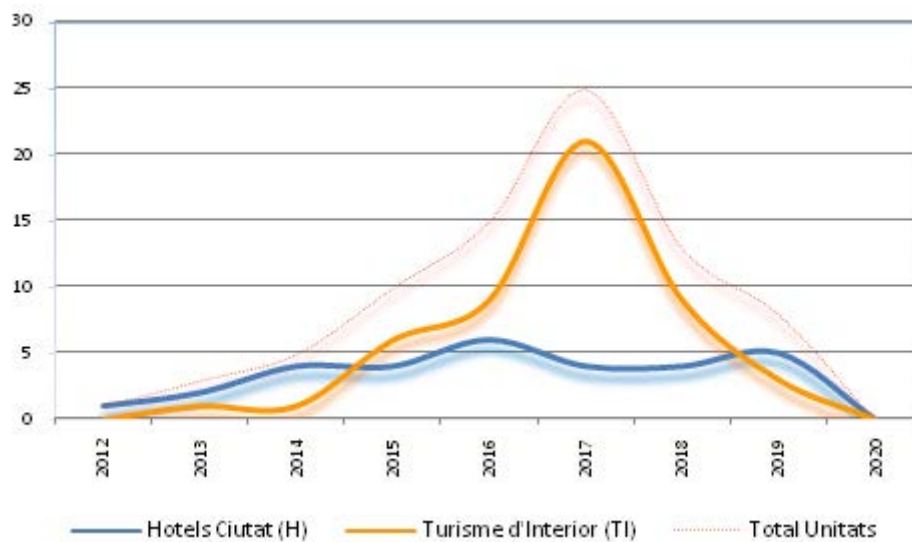
La proliferació d'hotels mitjançant la conversió d'habitatges ha assolit xifres veritablement significatives més enllà de l'assumible per la societat palmesana. Les respostes socials en defensa del dret a la ciutat (Blanco-Romero *et al.* 2019) tenen el seu reflex en la configuració d'un nou govern progressista (2015) que assumeix l'objectiu de contenir el creixement de l'oferta hotelera al Centre Històric de Palma. Per a Murray (05/08/2017): "Posar límits és pensar que no et pots expandir fins a l'infinit, perquè no és saludable. Posar límits és pensar en el futur, bàsicament". També Taleb Rifai incideix en què: "Un creixement sense control i sense límits no és bo per a ningú" (Hosteltour 11/09/2017).

Arran de la controvèrsia que generen la gran quantitat de nous hotels al Centre Històric de Palma, el nou govern progressista municipal aplicà una Moratòria Hotelera sobre les llicències, a l'igual que es fa a d'altres ciutats similars de l'estat espanyol. La Gerència d'Urbanisme de l'Ajuntament de Palma va emetre una instrucció, amb data d'11 de juliol de 2017, per proposar la suspensió de les llicències d'ús turístic i albergs en determinats àmbits del terme municipal de Palma. Després de potenciar el seu creixement i crear les figures legals a partir de la Llei 8/2012, l'any 2015 canvia el color polític i s'acorda que cal aturar la transformació d'habitatges en establiments hotelers. L'Ajuntament de Palma (a través del Consell de Gerència d'Urbanisme, CGU) va tramitar la suspensió al Ple de 27 de juliol de 2017 amb una durada d'un any i el 26 de juliol de 2018 es va aprovar el document de la Modificació del PGOU per la regulació aplicable a l'ús turístic.

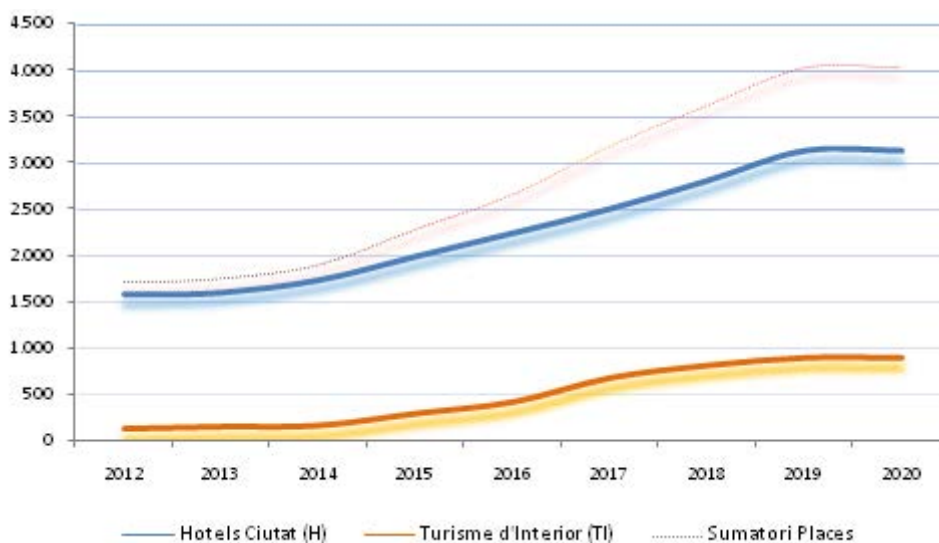
Les tornes també canviaren al Govern de les Illes Balears, amb la formació d'una coalició progressista que modificà la Llei del Turisme, mitjançant la Llei 6/2017, que, entre altres coses, inclou els Hotels de Ciutat a la borsa de places. La seva equiparació a la de la resta d'establiments hotelers implica que se'ls deixa de premiar. Al cap i a la fi, el 12 de març de 2019, va quedar finalment aprovada pel Consell de Gerència d'Urbanisme la prohibició d'obrir nous establiments turístics (TI) i albergs juvenils al Centre Històric, encara que sí en edificis protegits, "casals" (respectant els paràmetres aprovats en

la modificació de PGOU) i incorporant la limitació a les ampliacions en els edificis, que hauran d'estar catalogats i mantenir la resta de condicionants.

Les figures 3 i 4 mostren la implantació d'establiments hotelers al Centre Històric de Palma, amb un fort increment dels establiments de Turisme d'Interior, d'ençà de la creació d'aquesta categoria (2012) i fins a l'aprovació de la Moratòria (2019).



**Figura 3. Evolució per any d'implantació de les diferents tipologies hoteleres (u.). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.**



**Figura 4. Evolució per any d'implantació de places (u.). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.**

## 6. Perspectiva enfront dels efectes de la COVID-19

De l'any 2012 fins ara, s'ha accelerat el creixement de l'oferta hotelera al Centre Històric de Palma. S'ha passat dels 30 establiments previs a 105 el 2020, amb un creixement exponencial del 250%. Així queda palès la flexibilització de la legislació balear per incorporar l'hotel als Centres Històrics com a nous espais turístics.

Amb la irrupció de la COVID-19, tots els establiments romanen tancats en el marc de l'estat d'Alarma declarat pel Reial-Decret 463/2020, per a la gestió de la situació de crisi sanitària. Al març del 2020 les ordres de clausura immediata varen ser exhaustives i el desallotjament de clients immediat. El confinament va estar total tant per a la població com per a les activitats turístiques.

La propagació global de la pandèmia i les consegüents restriccions per viatjar, continuen causant estralls en el turisme global i s'ha encebat especialment amb l'hostaleria (Jiang & Wen 2020). Durant l'estiu de 2020, els hotels urbans tingueren poca demanda i, ja en temporada baixa, el tancament ha estat total. Els hotels han estat especialment susceptibles a la reducció del turisme i als viatges, juntament amb una desacceleració de l'activitat econòmica (Hoisington 2020). Les línies aèries estan a prop de la fallida, els hotels estan buits i és imminent la desocupació massiva en el sector dels serveis (Harvey 2020).

Les perspectives econòmiques regressives i amb la càrrega fiscal intacta ha mogut al sector hotelier a demanar el seu rescat, noves polítiques de renovació i inversions per mantenir la seva flota d'hotels o ja es parla de deixar anar llast i vendre actius (Cañada y Murray 2021).

Les inversions hoteleres (espanyoles, alemanyes o sueques) al Centre Històric de Palma no mostren un flux immediat de venda d'actius, encara que estiguin sota pressió per falta de liquiditat. Això podria explicar-se per la seva elevada rendibilitat immobiliària, més enllà dels guanys de la seva comercialització com allotjament turístic. Encara que aquest nou espai d'acumulació capitalista es troba encallat, el preu de l'habitatge al Centre Històric sembla viure fora dels efectes de la COVID-19, ja que l'evolució recent dels preus de mercat del metre quadrat no davallen. El seu valor durant el mes de març (2020), a l'inici del confinament, es van situar en 4445 € m<sup>2</sup>. Al maig i encara



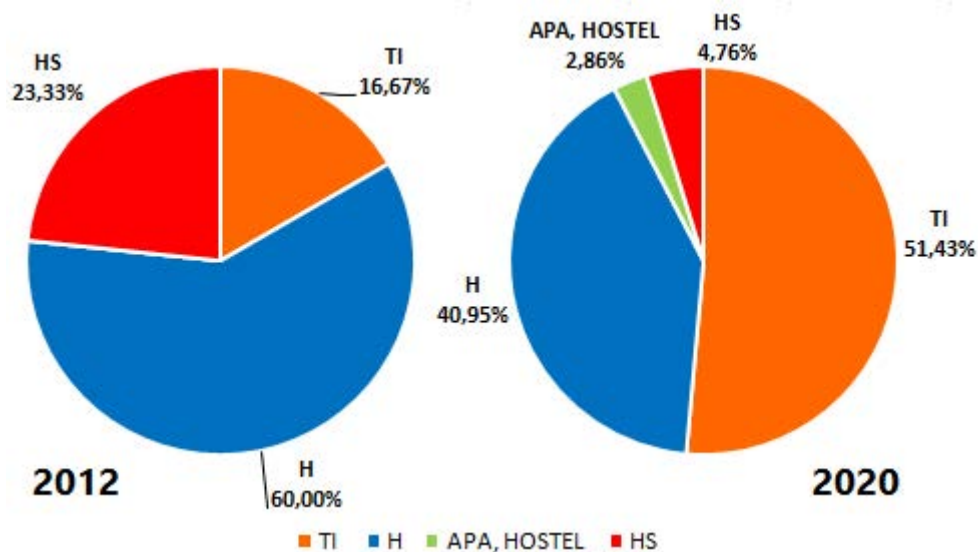
en període de confinament es produeix un màxim històric i el preu es dispara fins als 4540 € m<sup>2</sup>. Encara avui, malgrat la pandèmia, el febrer de 2021 els preus segueixen en màxims i el seu valor se situa en els 4450 € m<sup>2</sup> amb una evolució del + 1,29% enfront de febrer de 2020 (fig. 5).



**Figura 5. Evolució del preu€/m<sup>2</sup> de l'habitatge al Centre Històric (2020-2021).**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <https://www.idealista.com/>

Preus a l'alça i propicis per a la valorització. L'hotel, i l'entorn construït en general, és una inversió que no perd atractiu i que contribueix a l'especulació del sòl, facilitant que es mantingui la bombolla immobiliària. En el període 2012-2020, la població del Centre Històric de Palma tan sols ha crescut en 32 persones (0,13%). Els barris de Sant Nicolau, la Seu o Cort han tingut pèrdues de població resident d'entre el 10 i el 15%, amb la pèrdua de població més accentuada de tota la ciutat. La taxa mitjana (2020) de població estrangera és del 20,77% mentre la de la resta de la ciutat ronda el 16,66%. Els barris de Cort i El Sindicat superen el 26% i a La Llotja-Born i El Mercat el 24%. Així es constata que Hotels de Ciutat i de Turisme d'Interior formen part del procés de turistificació i gentrificació de la ciutat, amb rendibilitat financer-inmobiliària, que malgrat haver hagut d'estar tancats, no es posen a la venda. Menys encara, després de l'aprovació d'una moratòria que n'accentua la seva escassetat (Harvey 2002).



**Figura 6. Comparativa de tipologies d'establiments al Centre Històric (2020-2020). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la DG de Turisme. Equip Dades Obertes GOIB.**

## 7. Conclusions

El factor més atractiu i alhora determinant dels hotels boutique és la seva implantació en el Centre Històric de Palma. Amb un creixement gravitacional, que no s'ha extès a l'eixample de la ciutat. El seu creixement ha estat considerable en un espai reduït, tant en unitats d'allotjament com en termes de noves places hoteleres.

El seu desenvolupament ha estat esperonat per polítiques liberals i flexibilitzadores. En contrapartida i després d'experimentar-se els efectes de la turistificació de la ciutat, el repte ha esdevingut a l'hora d'ordenar i gestionar el turisme de la Ciutat Històrica, per combatre supeditar-la al turisme. L'aplicació d'una nova Moratòria Hotelera a la Ciutat Històrica de Palma és una mostra de l'intent d'un govern municipal per mitigar els impactes socials de la turistificació, que agreuja la segregació i l'exclusió social.

El ràpid creixement hotelier, de 30 establiments el 2012 a 105 el 2020, ha suposat una forta densificació hotelera, que ha fet entrar el Centre Històric de Palma en una perillosa "bombolla hotelera", afegida a un procés de tematització d'un espai molt harmonitzat i amb càrrega patrimonial.



Arran de les diverses conjuntures socioeconòmiques per les quals passà la ciutat amb la pandèmia del COVID-19, el sector turístic en general s'enfronta a una situació inèdita, amb un clima de pànic sanitari i una aturada total de l'activitat amb la incertesa afegida de no saber quan començarà a revertir la crisi. D'una banda, arran de la por a viatjar, els hotels boutique perden clientela de viatgers de negocis i escapades urbanes. D'altra, l'aplicació de diferents estratègies, com la baixada de preus proposada per les grans cadenes hoteleres per captar clients, pot suposar la fallida per aquests tipus d'establiments. Però, indicadors alternatius fan pensar que les inversions en hotels boutique no deixen de ser rendibles financerament: el manteniment dels preus dels immobles, la gentrificació turística amb el declivi demogràfic del Centre Històric i l'increment de la població d'origen estranger provinent de països del Nord Global, la turisticació del paisatge comercial i de la via pública, etc. Si la rendibilitat immobiliària de les operacions de reforma hotelera no minva, concloem que la moda dels hotels boutique s'orienta a extreure rèdits del refugi a l'entorn construït del capital inversor, a l'espera de temps més favorables a la seva ocupació turística o a extreure rèdits de la seva venda per l'increment del seu valor de canvi o del seu nou canvi d'ús, de refugi inversor i de luxe.

## Referències

- Artigues, A. A., Bauzá, A., Blázquez, M., González, J., Rullan, O., Vives, S., & Yrigoy, I. (2011). "La profundización de la vía urbano-turística-financiera en Palma (2007-2011): políticas y materialización en tiempo de crisis". En Observatorio Metropolitano de Madrid (eds.). Paisajes devastados. Después del ciclo inmobiliario: impactos regionales y urbanos de la crisis. Madrid: Traficantes de Sueños, 355-388.
- Blanco-Romero, A.; Blázquez-Salom, M.; Morell, M.; & Fletcher, R. (2019). "Nottourism-phobiaburban-philia: understanding stakeholders' perceptions of urban touristification". Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2834, 1-30. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2834>



- Blázquez-Salom, M., Artigues Bonet, A. A., & Yrigoy Cadena, I. (2015). Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares. *Investigaciones Turísticas*, 9, 24-49. <https://doi.org/10.14198/INTURI2015.9.02>
- Blázquez-Salom, M.; Blanco-Romero, A.; Gual Carbonell, J.; Murray, I. (2019). "Tourist gentrification of retail shops in Palma (Majorca)". En Milano, C.; Cheer, J. M.; Novelli, M. (eds). *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*. Abingdon: CABI.
- Cañada, E. & Murray, I. (coord.). #TourismPostCOVID19. Turistificació confinada. Barcelona: Alba Sud.
- Cirer-Costa, J. C. (2009). "De cuando el paquete turístico constituía un elemento de innovación turística". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (3), 407-414. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.029>
- De La Calle Vaquero, M. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.
- Davis, H. (20/05/2015). "Best Places to Live in the World: The winner". *The Sunday Times*. Recuperat a: [calendar.google.com/calendar/u/0/r/month/2021/2/1](https://calendar.google.com/calendar/u/0/r/month/2021/2/1) (consultat 23/01/2021).
- Figuerola Palomo, M. (1979). *Economía turística: Elementos de una teoría económica del turismo y métodos para su análisis cuantitativo*. Madrid: Imnasa.
- Harvey, D. (2002). "The art of rent. Globalization, Monopoly and the Commodification of Culture". *Socialists Register*, 38: 93-110,
- Harvey, D. (2020). "Política anticapitalista en tiempos de COVID-19". *Sin Permiso*, 22, 1-11.
- Hoisington, A. (2020). "5 Insights about how the COVID-19 pandemic will affect hotels". Recuperat a <https://www.hotelmanagement.net/own/roundup-5-insights-about-how-covid-19-pandemic-will-affect-hotels>
- Hosteltour. (11 de setembre de 2017). La fórmula de Taleb Rifai para terminar con la turismofobia. *HOSTELTUR noticias de turismo*. Recuperat a: <https://www.hosteltur.com/>. (Consultat el 03/03/2019).
- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). "Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563-2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>





- Jiménez-Bravo, M. (2020). “Gentrificación comercial del espacio público: las terrazas del centro histórico de Palma”. En Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*. Palma: Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 483-494.
- Jover, J., Berraquero-Díaz, L., Barrero-Rescalvo, M., & Jiménez-Talavera, A. (2018). “Turistización y movimientos urbanos de resistencia: experiencias desde Sevilla”. En Milano, Claudio & Mansilla, José (eds.), *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Barcelona: Pol.len, 403-437.
- Jurado, E. N., Ellul, D. T., & Padilla, Y. R. (2012). “El impacto de los modelos turísticos dominantes en destinos litorales. Estudios de casos en Andalucía, el Caribe y Centroamérica”. En Rivera Mateos, M. & Rodríguez García, L. (eds). *Turismo Responsable, Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Barcelona: Paidós ibérica
- López Palomeque, F. y Vera Rebollo, J. F. (2001). “Espacios y destinos turísticos”. En Gil Olcina y Gómez Mendoza (Coord.). *Geografía de España*. Barcelona, Ariel, pp. 545-571.
- López Palomeque, F. (2015). “Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística: notas sobre un proceso complejo e inacabado”. *Documents d’anàlisi geogràfica*, 61(3), 0483-506.
- Mansilla, J. (2019). *Gentrificación, turistificación y clases sociales en las ciudades del Mediterráneo. El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*, Barcelona: Alba-Sud, 62-65.
- Martínez, N. M., & Blanco, M. C. (2010). “Marketing de ciudades y ‘Place Branding’”. *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (1), 123-149. <http://dx.doi.org/10.18002/pec.v0i2010.767>.
- Monbiot, G. (01 de mayo de 2016). “Neoliberalismo: la raíz ideológica de todos nuestros problemas”. *El diario.es*. Recuperat a: [https://www.eldiario.es/theguardian/Neoliberalismo-raiz-ideologica-problemas\\_0\\_511299215.html](https://www.eldiario.es/theguardian/Neoliberalismo-raiz-ideologica-problemas_0_511299215.html) [Últim accés 05-03-2020].
- Morillo Moreno, M. C. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. *Visión gerencial*, 6(2), 269-297. Recuperat a: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134146842006>



- Novo Malvárez, M. (2019). “Los nuevos usos del patrimonio: la expansión de hoteles boutique en Palma (Mallorca)”. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 8(16), 155-178. <https://doi.org/10.18537/est.v008.n016.a07>
- Rullan, O. (1999). “Crecimiento y política territorial en las Islas Baleares (1995-2000)”. *Estudios Geográficos*, 60(236), 403-442.
- Rutes Wa, Penner Rh, Adamsl (2001). *Hotel design: planning and development*. Oxford: Architectural Press.
- Sáez, J. S. (2019). “Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismo-fobia, turistización y turistificación en el punto de mira”. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, (78), 63-90. <https://doi.org/10.5209/clac.64372>.
- Vargas, A. (2 de juny de 2012). “El Ayuntamiento de Palma revisará las zonas donde se podrán construir hoteles de ciudad”. *HOSTELTUR noticias de turismo*. Recuperat a: <https://www.hosteltur.com/> [Últim accés 07-02-2019].
- Vives M, S. (2011). “Producing a “successful city”: Neoliberal urbanism and gentrification in the tourist city—the case of Palma (Majorca)”. *Urban Studies Research*. <https://doi.org/10.1155/2011/989676>
- Yrigoy, I. (2019). “Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to Touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain”. *Urban Studies*, 56 (13), 2709-2726. <https://doi.org/10.1177/0042098018803261>
- Yrigoy, I., Artigues, A. A., & Blázquez-Salom, M. (2013). “El papel del Estado en la renovación urbano-turística de espacios turísticos. El caso de la Playa de Palma, Mallorca, España”. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 22(1), 141-151.



Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Oehmichen, C. (2021). El turismo recreativo en la Ciudad de México: perspectivas post-Covid-19. *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.4>

## EL TURISMO RECREATIVO EN LA CIUDAD DE MÉXICO: PERSPECTIVAS POST-COVID-19

*Recreational tourism in Mexico City: post-Covid-19 perspectives*

**Cristina Oehmichen**

Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM

[cristina.oehmichen@gmail.com](mailto:cristina.oehmichen@gmail.com)

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4223-3668>

**RESUMEN:** La pandemia del Covid-19 marcó un hito en la historia del turismo debido a que los procesos de globalización y compresión espacio-temporal que se habían registrado en los últimos 75 años, fueron suspendidos. Para diversos estudiosos, la desglobalización temporal ofrece una oportunidad para reflexionar sobre las propuestas de un desarrollo futuro del turismo más armónico, democrático y respetuoso de las sociedades anfitrionas y del medio ambiente. En este artículo se reflexiona en torno al turismo recreativo como una alternativa viable para el desarrollo del turismo en las ciudades y como una propuesta para salir de la crisis provocada por la pandemia. Para ello, se analizan algunos aspectos característicos del turismo recreativo desarrollados en el Centro Histórico de la Ciudad de México antes y durante la pandemia. Para guiar el análisis, se recupera el planteamiento de Darbellay y Stock (2012) sobre el “giro recreativo” del turismo en las ciudades, así como las propuestas que apuntan al desarrollo del turismo creativo y regenerativo, en el cual los visitantes tienen experiencias culturales más activas y participativas, dando cabida a una relación más cercana entre visitantes y anfitriones.

**PALABRAS CLAVE:** turismo cultural; covid-19; giro recreativo; turismo creativo; turismo regenerativo.

**RESUM:** La pandèmia del Covid-19 va marcar una fita en la història del turisme pel fet que els processos de globalització i compressió espaciotemporal que s’havien registrat en els últims 75 anys, van ser suspesos. Per a



diversos estudiosos, la desglobalització temporal ofereix una oportunitat per a reflexionar sobre les propostes d'un desenvolupament futur del turisme més harmònic, democràtic i respectuós de les societats amfitriones i del medi ambient. En aquest article es reflexiona al voltant del turisme recreatiu com una alternativa viable per al desenvolupament del turisme a les ciutats i com una proposta per a eixir de la crisi provocada per la pandèmia. Per a això, s'analitzen alguns aspectes característics del turisme recreatiu desenvolupats en el Centre Històric de la Ciutat de Mèxic abans i durant la pandèmia. Per a guiar l'anàlisi, es recupera el plantejament de Darbellay i Stock (2012) sobre el "gir recreatiu" del turisme a les ciutats, així com les propostes que apunten al desenvolupament del turisme creatiu i regeneratiu, en el qual els visitants tenen experiències culturals més actives i participatives, donant cabuda a una relació més pròxima entre visitants i amfitrions.

**PARAULES CLAU:** turisme cultural; covid-19; gir recreatiu; turisme creatiu; turisme regeneratiu.

—

**ABSTRACT:** The Covid-19 pandemic marks a milestone in the history of tourism due to the suspension of the processes of globalization and space-time compression witnessed over the last 75 years. Various scholars have grasped the opportunity offered by this temporary deglobalization to examine proposals for a more harmonious, democratic and respectful future development of tourism for the host societies and the environment. This article reflects on recreational tourism as a viable alternative for the development of tourism in cities and as a proposal to overcome the crisis caused by the pandemic. To this end, some characteristic aspects of recreational tourism developed in Mexico City's historic centre before and during the pandemic are analyzed. The analysis is guided by Darbellay and Stock's (2012) approach to the "recreational turn" of tourism in cities, and by proposals for developing creative and regenerative tourism, in which visitors have more active and participatory cultural experiences, allowing for a closer relationship between visitors and hosts.

**KEYWORDS:** cultural tourism; covid-19; recreational turn; creative tourism; regenerative tourism.



## Introducción

El surgimiento del Sars-Cov-2, anunciado por primera vez en diciembre de 2019 en Wuhan, China, ha golpeado fuertemente al sistema turístico. Su rápida propagación está relacionada con la turistificación planetaria y la movilidad. En un recuento detallado, Murray y Cañada (2021) observan que la propagación inició con una turista de Wuhan llegó a Bangkok a principios de enero; después, dos turistas chinos que ya estaban contagiados, aterrizaban en Milán. Luego, de manera casi simultánea, un turista alemán llegaba a La Gomera y un británico aterrizaba en Mallorca, ambos en España. Los dos turistas tuvieron que ser hospitalizados. Poco después, un turista que había visitado Nepal fallecía en Valencia. En Estados Unidos, el virus llegó a Seattle en un vuelo procedente de Wuhan y, poco después, llegó a Nueva York con el arribo de turistas procedentes de Europa. La vinculación entre la propagación del Covid-19 y el turismo es evidente. Pero, añaden, los vectores “...no eran exclusivamente turistas chinos viajando por Europa, sino que se trataba de ejecutivos británicos, alemanes y suizos que habían visitado China en viajes de negocios” (Murray y Cañada 2021: 25).

En América Latina, la propagación del virus inició por el regreso de turistas de clase media y alta que habían visitado algún país europeo o vacationado en Estados Unidos. De ahí que entre los sectores populares al principio se creyera que el Covid-19 era una enfermedad “de ricos”, como ocurrió en México (Oehmichen y Escalona 2020).

La siguiente fase de propagación del Covid-19, fue la transmisión comunitaria que ocurre cuando el contagio se produce de manera local y no sólo por casos importados. Para el 15 de abril, el número de casos confirmados se acercaban a los 2 millones de personas, con más de 125.000 muertes en más de 200 países (Gössling, et al. 2021). Con este panorama de contagios, sin medicamentos ni vacuna para prevenir la enfermedad, la mayoría de los países buscaron contener la expansión del virus a través de diversas formas de intervención no farmacéutica, tales como la cuarentena, el distanciamiento social, cierre de escuelas, lugares de trabajo no esenciales, suspensión de congresos, reuniones masivas, festivales, entre otras. Se acudió a las mismas medidas que se adoptaron hace un siglo para contener la mal llamada “gripe



española” (Gössling, et al. 2021). Desde luego, todas estas medidas afectaron la movilidad y, por ende, al turismo.

La pandemia del Covid-19 marca un hito en la historia del turismo debido a que los procesos de globalización y compresión espacio-temporal que se habían registrado en los últimos 75 años, fueron suspendidos (Niewiadomski 2020). Para diversos analistas, la desglobalización temporal ofrece a la industria turística una oportunidad para desarrollarse bajo los principios de sostenibilidad y acabar con varios de sus “lados oscuros”, como son la degradación ambiental, la explotación económica, la dependencia o el hacinamiento (Niewiadomski 2020; Nepal 2020; Hall, et al. 2020; Duxbury et al. 2020). No obstante estas propuestas, hubo fuertes voces empresariales y políticas que presionan para que el turismo se abriera lo antes posible y se regresara a la “normalidad” sin realizar cambio alguno. A la vez, pedían subsidios para las empresas afectadas, sin necesariamente comprometerse a mitigar los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente (Hall et al. 2020).

La pandemia puso al descubierto las contradicciones de las políticas neoliberales y mostró las enormes desigualdades y la vulnerabilidad en que estaban colocados los distintos países del orbe. Los efectos de la pandemia en el sistema turístico han sido devastadores, pero han sido más fuertes para aquellos países emergentes que dependen altamente del turismo (Nepal 2020).

México tiene una fuerte dependencia del turismo, pues esta actividad constituye la tercera fuente de divisas que recibe y contribuye con el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB), cifra superior a lo que aportan otros sectores representativos de la economía, como son la industria de la construcción, los servicios financieros y de seguros, la fabricación de equipo de transporte, la minería y todo el sector primario (SECTUR 2020).

La pandemia ha representado un fuerte golpe para el turismo en México. En 2020, provocó la disminución de 47.5% de llegadas visitantes internacionales con respecto a 2019. Con ello disminuyeron las divisas procedentes del turismo en 55.1% (SECTUR 2021). Estos efectos están desigualmente distribuidos, pues los destinos de sol y playa altamente dependientes del turismo internacional, como Cancún y la Riviera Maya, son más vulnerables



que aquellos que dependen más del turismo doméstico y cuya economía está diversificada. Este es el caso de la Ciudad de México.

Este artículo tiene el objetivo de analizar el desarrollo del turismo recreativo en la Ciudad de México como un recurso para salir de la crisis provocada por la pandemia. Para ello, se analiza el caso del Centro Histórico para analizar algunas de sus características y problemáticas antes y durante la pandemia. Para guiar el análisis, se recupera el planteamiento de Darbellay y Stock (2012) sobre el “giro recreativo” del turismo en las ciudades, así como las propuestas que apuntan al desarrollo del turismo creativo y regenerativo (Richards 2001; Duxbury y Richards, 2019; Duxbury, et al. 2020).

## **Metodología**

La metodología recupera el trabajo de campo realizado por la autora en el Centro Histórico en diferentes momentos entre 2015 y 2019 entre guías de turistas, promotores, residentes, organizaciones de indígenas migrantes y asentadas en la ciudad, trabajadores de restaurantes que residen en el esta demarcación. Durante la pandemia, la investigación se basó en 10 entrevistas virtuales aplicadas entre septiembre de 2020 y marzo de 2021 a residentes del Centro Histórico. Se hizo un seguimiento a la prensa escrita, particularmente a través del semanario Proceso y los periódicos La Jornada y El Universal. Se participó en redes vecinales durante la pandemia a través de Whatsapp y Facebook, lo que permitió una aproximación al tema a través de un ejercicio de etnografía digital.

## **El turismo en la Ciudad de México**

La Ciudad de México (CDMX) es la capital del país. Cuenta con poco más de 9 millones de habitantes. Esta cifra se incrementa a casi 22 millones si se considera también a la Zona metropolitana del Valle de México (INEGI 2020). Esto hace a la CDMX una de las urbes más pobladas del mundo. Históricamente, esta ciudad ha sido un destino importante para un sinnúmero de viajeros. En el siglo XIX fue identificada con el nombre de la “Ciudad de los Palacios”, título que se le atribuye al viajero inglés Charles Latrobe, quien la visitó en 1834 y después de recorrer las entonces llamadas “casas grandes



de la ciudad” acuñó ese término (De Mauleón, 2015). En el siglo XXI, la conversión de la ciudad en una “marca” ha generado el branding comercial global con el que se promueve el turismo, ahora para reconocerla como la “Capital Cultural de América”, según la promoción realizada por el gobierno capitalino.

La CDMX es uno de los principales destinos turísticos del país. Tiene una infraestructura suficiente para albergar a los casi 14 millones de turistas. De ese total, poco más de 10 millones fueron turistas nacionales y el resto internacionales. En 2019, la ciudad contaba con 51,601 cuartos de hotel, y tuvo un promedio de 68% de ocupación (Gobierno de la CDMX 2020/a). De acuerdo con la misma fuente, los hoteles y restaurantes, generaron en 2019, un total de 373,522 empleos directos y 933,805 indirectos.

Cuando llegó la pandemia del Covid-19, sin embargo, el número de turistas que llegaron a la CDMX se redujo drásticamente, al recibir en 2020 a sólo una tercera parte de lo que había tenido con respecto al año anterior, como puede apreciarse en el Cuadro 1.

**Tabla I. Llegada de turistas hospedados en hoteles de la Ciudad de México 2019-2020.**

Turistas	2019	2020
Total	13,905,859	4,574,178
Nacionales	10,150,039	3,457,411
Internacionales	3,755,044	1,116,767

**Fuente: Elaboración propia con base en el Resumen de Indicadores Turísticos. Actividad Turística de la Ciudad de México enero – diciembre de 2010 – 2020. Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, Dirección General de Competitividad Turística.**

La reducción en el número de turistas hospedados hoteles repercutió en la reducción de la derrama económica que estos generan, al caer de 5,817.15 mdd<sup>1</sup> en 2019 a 1,818.88 mdd en 2020 (Gobierno de la CDMX 2020/b).

1. *mdd* se refiere a millones de dólares americanos.





La CDMX cuenta con diferentes sitios de atracción turística distribuidos por los diferentes puntos de la ciudad. Todos pueden ser visitados por los turistas. No obstante, aquí nos detendremos a explorar uno de sus lugares más representativos: el Centro Histórico.

### **El Centro Histórico y el turismo cultural recreativo**

El Centro Histórico ofrece una amplia oferta cultural. En él se ubica el Palacio Nacional, donde pueden apreciarse los murales de Diego Rivera y otras obras de arte. Están las oficinas del gobierno de la ciudad. Se encuentra el sitio arqueológico del Templo Mayor, donde hay un museo de sitio, así como la Catedral Metropolitana, uno de los templos católicos más grandes de América Latina. También se encuentran el Palacio de Bellas Artes, el Museo Nacional de Arte, el Museo de la Ciudad de México, el Museo del Estanquillo, el Museo Franz Mayer, el Museo Interactivo de Economía, entre otros de un total de 45 museos. Cuenta además con corredores peatonales donde los visitantes pueden caminar para acudir a museos, iglesias, comercios, restaurantes o apreciar las joyas arquitectónicas, y acudir a recintos culturales. También se encuentra una amplia gama de restaurantes de todo tipo, desde los más elegantes hasta los más tradicionales y de precios accesibles.

A sus hoteles llegan quienes cuentan con suficientes recursos para hospedarse en el hotel Hilton ubicado frente a la Alameda Central, o en recintos gestionados por otras grandes cadenas, como Marriot, Holiday Inn, Four Seasons, Barceló, NH, Sheraton, entre otros. Pero hay también quienes prefieren hospedarse en un hotel mucho más económico. Hay también un uso creciente de rentas turísticas que se promueven a través de plataformas tipo *Airbnb* en lugares habitacionales donde la mercantilización de la vivienda se ha convertido en un negocio lucrativo.

En esta parte de la ciudad residen más de 260 mil habitantes. Los espacios habitacionales, sin embargo, ahora son utilizados también como espacios de renta de muy corto plazo. En los condominios hay propietarios que rentan su vivienda y la acondicionan para la renta vacacional. Es el caso, por ejemplo, de los condominios Puerta Alameda y Marroquí, ubicados a un costado de la Alameda Central. En dichos condominios el alquiler de viviendas a través



del *Airbnb* y otras plataformas se multiplicó. Antes de la pandemia, en 2019, los vecinos calculan que alrededor del 30% de las viviendas era utilizada con fines turísticos.

Con la llegada de la pandemia, los turistas dejaron de llegar y alrededor de un tercio de las viviendas quedaron deshabitadas. Quienes se habían convertido en gestores de vivienda para usos turísticos, se quedaron sin empleo. Los inmuebles que rentaban, los devolvieron a sus dueños. Durante la pandemia, estas acciones fueron suspendidas de manera abrupta, afectando a comerciantes, restauranteros, hoteleros, rentistas y gestores del *Airbnb*.

El Centro Histórico contiene una amplia oferta cultural y gran dinamismo. Antes de la pandemia había desarrollado un “turismo recreativo” donde los espacios del turismo confluyen con la experiencia urbana de los habitantes de la ciudad. También se identifica con lo que algunos autores han denominado “turismo creativo”, entendiendo por ello un tipo de turismo cultural en donde los visitantes buscan experiencias culturales más activas y participativas, dando cabida a una relación más cercana entre visitantes y anfitriones (Duxbury y Richards 2019).

### **La diversidad de actores y la pluralidad cultural**

Al Centro Histórico acude una gran diversidad de personas: desde oficinistas, ejecutivos, políticos, periodistas, pasando por agencias de viajes, guías de turistas, artistas, vendedores de artesanías, músicos, bailarinas y, sobre todo, comerciantes formales e informales. También existe una gran cantidad de restaurantes, cafés, mesones para toda clase de gustos y bolsillos. Converge una enorme heterogeneidad de actores que se amplía con la llegada de turistas nacionales y extranjeros. Al centro han llegado en diferentes periodos inmigrantes de todo los estados de la República Mexicana, así como indígenas hablantes de náhuatl, mixteco, mazahua, triqui, otomí y zapoteco, principalmente. Hay residentes que proceden de países latinoamericanos que han instalado restaurantes con una amplia oferta gastronómica. También hay un número creciente de asiáticos entre los que destaca los que habitan en el barrio chino y, muy cerca de ahí, el barrio coreano. Con mayor antigüedad y



tradición, se encuentra una fuerte presencia de descendientes de inmigrantes españoles que cuentan con más de 25 restaurantes en el Centro Histórico.

La afluencia en el Centro Histórico cambia según la hora, del día de la semana, y según la temporada del año. Durante el día sus calles son muy concurridas y en algunos tramos son intransitables dada la enorme cantidad de personas y vehículos que llegan, pero por la noche se convierten en calles semivacías. Esto nos habla de que aún a pesar de los esfuerzos repoblar el centro, éste sigue siendo un espacio más de comercios y de actividad administrativa que habitacional. A lo largo del año llegan turistas a la ciudad, pero es en los periodos vacacionales de Semana Santa, verano y diciembre cuando hay mayor presencia de visitantes locales y de turistas. El turismo interno e internacional acude al Centro Histórico para visitar museos, restaurantes, ir de compras, convivir con sus familiares o simplemente para pasear e invertir el tiempo libre en ocio creativo. Otros más realizan turismo religioso, siendo la religión el principal motivo de su visita.

Al respecto, podemos reflexionar sobre la existencia de un nuevo ecúmene que se produce a través de la domesticación turística del espacio originado por la confluencia heterogénea de grupos y personas que conviven en un mismo tiempo y espacio (Darbellay y Stock 2012). Los espacios que han sido “domesticados” en función del turismo, anteriormente tenían otros usos.

Con la llegada del Covid-19 los negocios cerraron: escuelas, oficinas y comercios permanecieron cerrados y solo se mantuvieron abiertos los considerados como esenciales. Los restaurantes pudieron trabajar, pero sólo se les permitió vender comida para llevar. Esta situación implicó el despido o descanso por tiempo indefinido de trabajadores y empleados. Entre los cambios en la situación laboral de los trabajadores golpeados por la pandemia, destaca la multiplicación de repartidores de los más diversos productos que se compran en plataforma con entrega a domicilio. Otro reconfiguraron sus negocios y actividades económicas. Los artistas comenzaron a ofrecer espectáculos por zoom, bailarinas ofrecieron espectáculos a domicilio, los cocineros y chefs organizaron “cocinas ocultas” con puntos de venta ubicados en sitios que solo despachan a domicilio. Algunos ya operaban antes de la pandemia. Los inmigrantes indígenas que habitan en el Centro Histórico, ante la imposibilidad de trabajar, regresaron a sus pueblos.



A pesar de las restricciones, las aglomeraciones y tumultos en las calles del Centro Histórico no terminaron por completo. A lo largo de 2020 y 2021 hubo momentos en que cientos de personas decidieron hacer caso omiso a la recomendación de las autoridades de quedarse en casa. Las calles se llenaron con la presencia de quienes iban a hacer sus compras de Navidad y Día de Reyes. Los vendedores ambulantes llenaron de nuevo las calles y entraron en conflicto con el comercio establecido y el gobierno de la ciudad. En 2020, por primera vez en la historia, los más de siete millones de personas que cada 12 de diciembre acuden al santuario de la Villa de Guadalupe, no pudieron ir a la peregrinación.

### El turismo en el giro recreativo

Darbellay y Stock (2012) proponen una definición relacional del turismo que puede ser de utilidad para entender la dinámica del Centro Histórico como una relación entre personas, objetos y lugares. Definen la “mirada turística” no como percepción visual (propuesta hecha por Urry en *The Tourist Gaze*), sino como una codificación específica de prácticas sociales. Parten de definir las “dimensiones turísticas” como una relación entre personas, y de éstas con los objetos y las prácticas.

De acuerdo con esta propuesta, se considera que los turistas habitan los lugares de manera diferente a como lo hacen los residentes. Sin embargo, el giro recreativo ocurre cuando los habitantes de una ciudad realizan actividades similares a las que efectúan los turistas, utilizan el espacio urbano para disfrutar del tiempo libre, pasean, asisten a museos, restaurantes, conciertos y festivales.

En el Centro Histórico el giro recreativo del turismo se manifiesta en el consumo del espacio urbano por parte de los propios habitantes de la ciudad, quienes sin ser turistas realizan actividades lúdicas y recreativas en los espacios del turismo. El giro se produce cuando las dimensiones turísticas infunden prácticas y productos en la vida cotidiana de los habitantes locales. Es ahí donde la frontera entre lo turístico y lo no-turístico se desvanece, de la misma manera en que la línea que separa vida cotidiana y extra-cotidiana se difuminan. Desde esta perspectiva, el turismo puede ser



interpretado también como un acto de semiosis social que pone en relación a personas con diferentes antecedentes (locales y culturales) que interactúan con diferentes formas de habitar los espacios y producir significados.

Se puede habitar la ciudad y al mismo tiempo disfrutar del “distanciamiento turístico”. Posiblemente esta sea una perspectiva para un turismo post-pandémico en una nueva normalidad, acorde con el turismo de cercanías y el redescubrimiento de la propia ciudad en que se habita.

### **La multilocalidad y las relaciones translocales**

Otra característica del giro recreativo del turismo, son las relaciones multilocales. En agosto de 2019 acompañé a una familia de turistas estadounidenses en su recorrido por diversos lugares de interés turístico de la CDMX. Pude observar relaciones y comportamientos que no hubiera visto si no hubiese estado acompañada por ellos. Mis invitados se relacionaban con los lugares a través de su descolocación corporal respecto a su lugar de origen (Chicago y Houston). Desde esta posición, tenían una especie de obsesión por acudir a la “Casa Azul”, que es donde vivió Frida Kalho y adquirir artesanías que representaban a esta reconocida artista mexicana. Visitaban el Museo del Estanquillo y el Museo de Arte Popular. Tomaban fotos, se retrataban con la gente. Destinaron una tarde para comer a un restaurante oaxaqueño caro y consumir mezcal. Escuchaban la música mexicana y se retrataban con los músicos de Oaxaca, de Veracruz o de Jalisco. Conversaban con los vendedores ambulantes de artesanías, que también procedían de localidades diversas, de otros estados del país. Los artesanos parecían tener un sexto sentido para identificar a los turistas y sabían aproximarse a ellos para vender sus productos y lo logran con cierto éxito. La multilocalidad y las relaciones translocales no sólo eran producidas por los turistas y por los vendedores, sino por la interacción que se da entre ellos, los músicos, los artesanos y el escenario.

Hay una asociación entre prácticas y lugares donde se crean nuevas relaciones espaciales de convivencia. Mis visitantes “gringos” (como en México se les denomina a los estadounidenses) se retrataron frente a la Casa de los Azulejos y al lado del organillero. Todo ello, contribuía de alguna manera a actualizar una identidad cosmopolita, tanto para unos como para otros. Para



los visitantes, ir al Centro Histórico representaba también la oportunidad de acudir al mercado de artesanías. Al día siguiente, los turistas estadounidenses por fin acudieron a la Casa – Museo de Frida Kahlo, en Coyoacán, barrio ubicado en el sur de la ciudad. Junto con el Centro Histórico, Coyoacán forma parte de los “ethnoscapes” a los que se refiere Appadurai (1990), cuando se refiere a los paisajes de personas que constituyen el mundo cambiante: turistas, inmigrantes, población local, exiliados y otros grupos que contribuyen a la heterogeneidad, por medio de la cual los huéspedes y anfitriones remodelan las identidades.

Las casas de mis visitantes ubicadas en Houston y en Chicago, están decoradas con las más diversas artesanías mexicanas, más que las que los mexicanos solemos tener en nuestras casas. Ellos cuentan con una amplia colección de cerámicas, textiles, cuadros, vajillas, decorados navideños, nacimientos, entre otras muchas cosas adquiridas en sus visitas a México. Como ciudadana nacida en la Ciudad de México, yo no compraría tal cantidad de artesanías y, menos aún, un sombrero de charro, pero los visitantes sí lo hacen y lo disfrutan, pues en su lugar de origen dichos elementos constituyen símbolos de distinción y de reivindicación cultural. ¿Qué significa para ellos todo ese universo de artesanías mexicanas? ¿Reforzar una identidad “mexican-american” como una forma de distinción frente a otros estadounidenses que no salen de su país?. Aquí adquiere importancia la dimensión semiótica del viaje, la fotografía, la cocina, la artesanía, y el significado que puede contribuir a reforzar una identidad cosmopolita del visitante, pero también de los anfitriones.

### **Las “turismodes” globales y el turismo creativo**

La globalización ha significado el surgimiento de lugares turísticos globalizados. Las “turismodes” globales de lugares están presentes en los distintos sitios de atracción turística de la CDMX. Ciertas imágenes del Centro Histórico se han difundido por todo el mundo: se han globalizado. Uno de los ejemplos más ilustrativos de este proceso, es la invención de una nueva tradición en Día de Muertos, donde miles de personas desfilan a manera de carnaval por las calles del Centro Histórico para conmemorar el Día de Muertos. Lo hacen disfrazados de calaveras. En su recorrido recorren siete



kilómetros y a su paso por las calles céntricas portan ofrendas, flores, llevan carros alegóricos y comparsas

Esta nueva tradición inició en 2016, después de la exhibición de la cinta *Spectre*, de la saga hollywoodense de James Bond, que en algunos pasajes aparecen cientos de personas vestidas de calaveras que desfilan por las calles del Centro Histórico de la CDMX el 2 de Noviembre, que es el Día de Muertos. Este es un claro ejemplo de turismo creativo, entendiéndolo por ello la oportunidad que tienen turistas y visitantes de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en experiencias características del lugar (Richards, 2001). Algo similar ocurrió con la película de dibujos animados *Coco* (2018), producida por Pixar y Disney, que ha hecho que los turistas vayan a las comunidades ribereñas del Lago de Pátzcuaro para visitar los lugares representados en la película. Por su parte, la población local produce objetos, artesanías y vestuarios que emulan los objetos y los personajes de que aparecen en el filme (Alvarado-Sizzo, et al. 2020).

La transversalidad del turismo hace posible la construcción de imaginarios que después se replican en otras prácticas sociales. En estos escenarios, los turistas participan activamente mediante la interacción entre disfrute y experiencia, toda vez que se convierten ellos mismos en actores (Nicosia 2018).

### **Una diversidad extrema de prácticas y los derechos ciudadanos**

Otra dimensión del turismo recreativo consiste en la diversidad extrema de prácticas, pues se trata de un turismo no estandarizado debido a la amplia variedad de actividades que realizan los turistas en sus visitas y recorridos. En el Centro Histórico de la Ciudad de México se pueden hacer excursiones de turismo gastronómico, recorridos con visitas especializadas a restaurantes y bares, a zonas arqueológicas y sitios de interés histórico, recorridos por los templos, visitas a museos y galerías, además de que hay turismo de intereses especiales, tales como el turismo gay, el turismo de salud, entre otras formas especializadas de turismo.

El gobierno de la CDMX ha desarrollado una amplia promoción turística que busca atraer a los turistas de la comunidad lésbica, gay, bisexual, transgénero, travestis, transexuales e intersexuales (LGBTTTI) (Secretaría de



Turismo 2020). La influencia del turismo, por un lado y la lucha por la defensa de los derechos ciudadanos, por parte de la población de la ciudad se integran y se recrean. En la Ciudad de México el matrimonio igualitario fue aprobado desde agosto de 2010 y la adopción homoparental es una práctica permitida y legal. Con estos antecedentes, la CDMX se ha mostrado ante el mundo como una ciudad amigable con las minorías sexuales.

López y Carmona (2008) señalan que en muchas ciudades de México han desarrollado una estrecha relación entre los espacios turísticos y los espacios gay. En gran parte, esto se debe a la tendencia de los espacios turísticos a aceptar las diferencias sociales y culturales y, consecuentemente, las de la sexualidad humana (Sánchez y López, 2000). La Ciudad de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Acapulco y Cancún, son las ciudades que cuentan con una amplia oferta de espacios asociados a negocios concurridos por turistas gay.

El reconocimiento del derecho a la diversidad sexual en la Ciudad de México ha avanzado por el camino de la inclusión. Los visitantes nacionales y extranjeros pueden disfrutar de una oferta amplia. Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran conciertos, festivales, conferencias y exposiciones, que se organizan entre empresas, cámaras de comercio, organizaciones no gubernamentales y la ciudadanía.

Así como la comunidad LGBTTTTI ha ido conquistando derechos, en la Ciudad de México las mujeres tienen el derecho de interrumpir el embarazo desde 2007, cuando se reformó el Código Penal para reconocer ese derecho que había sido exigido por las mujeres y el movimiento feminista. En los estados donde prima el conservadurismo, el aborto es penalizado, sobre todo en aquellas entidades gobernadas por el ultraconservador Partido Acción Nacional. Dada esta situación, es frecuente que las mujeres de dichos estados acudan a la Ciudad de México para interrumpir un embarazo no deseado, donde las instituciones de salud públicas las atienden de manera gratuita. Durante la pandemia, dichos servicios continuaron prestándose a todas las mujeres que lo solicitaron.





## Más allá del Covid-19: el turismo regenerativo y de proximidad

La perspectiva relacional nos abre la posibilidad de analizar al turismo como una práctica de semiosis social, en donde los hábitos y prácticas dejados por el periodo de pandemia van a tener efectos duraderos. Así, sugeriría en algún ejercicio futuro analizar las características de heterogeneidad, multilocalidad, globalidad, diversidad extrema de prácticas y civilización que plantean Darbellay y Stock (ibid) para retomar un aspecto que dichos autores no abordan: el tema del poder y los derechos ciudadanos. En el periodo post-Covid, habría que recuperar las experiencias del turismo creativo y regenerativo, para establecer una relación de colaboración entre huéspedes y anfitriones. ¿Por qué? Porque la subordinación de las sociedades anfitrionas altamente dependientes del turismo, las coloca en una situación de vulnerabilidad. En caso de nuevas pandemias, se verían obligadas a rebajar los estándares de cuidados de su población en los casos de pandemia y otras catástrofes similares.

Después del confinamiento, habrá que considerar que el turismo puede avanzar por el sendero del giro recreativo. Podemos visitar nuestros museos, centros históricos, zonas arqueológicas en nuestra misma ciudad, y ver con nuevos ojos aquello que para nosotros es ya muy visto.

### Conclusiones

La llegada de la pandemia afectó al turismo y llevó a cuestionar el modelo de turismo de masas y alta movilidad. Este tipo de turismo que ha crecido a expensas del medio ambiente y la explotación de los trabajadores del turismo. Los estudiosos consideraron que habría que repensar el tipo de desarrollo del turismo después de la pandemia y apostar por modelos sustentables, más accesibles a la población local, respetuosos del medio ambiente.

En México, la promoción del turismo de masas privilegió los destinos de sol y playa, cuyo modelo es altamente polarizante y excluyente, pues se sustenta en la acumulación por desposesión de grandes franjas de litoral, la genera urbanizaciones sin ciudad, sin espacios para el recreo y la convivencia. Se trata de un modelo que genera regiones altamente dependientes de la llegada de turistas internacionales y que se tornan muy vulnerables ante la llegada de nuevas pandemias.



En un *continuum* que va de la más alta a la más baja dependencia del turismo, los destinos de todo el mundo han sido afectados por la pandemia, pero esta afectación se acentúa en espacios urbanos mono-funcionales “desde Las Vegas a Cancún, Bávaro, Hawaii, o Bali” (Blázquez, 2020). Por ello, se abre la necesidad de plantear escenarios turísticos alternativos, tales como el redescubrimiento del territorio, guiados por la proximidad. Ciudades, como la de México, con su amplia oferta cultural es un espacio ideal para llevar a cabo dicho redescubrimiento. Blázquez advierte que la era de la hiper-movilidad se desvanece y, en ese sentido, la tendencia es a la desglobalización. Esto parece ser verdad en lo inmediato, junto con la promoción del turismo de proximidad.

Por ahora y a reserva de hacer un balance, cabe señalar que durante el confinamiento y la parálisis de la Ciudad de México, la pandemia dejó sin empleo a más de un millón de personas que laboran en hoteles y restaurantes. Impactó en las 786 agencias de viajes que estaban registradas en 2019; dejó sin trabajo a 544 guías de turistas; a 886 establecimientos de alimentos y bebidas, y a 25 empresas dedicadas al turismo alternativo. Paralizó 30 rutas, circuitos y recorridos turísticos, además del cierre de los cines, teatros, museos, auditorios, centros de convenciones, suspensión de festivales, espectáculos, congresos académicos y una amplia gama de actividades culturales y recreativas.

Habría que pensar, por tanto, en la necesidad de fortalecer el “giro recreativo” que el turismo ha generado a través del turismo de cercanías, la revaloración de la propia ciudad, la apropiación por parte de la ciudadanía del patrimonio cultural, así como las prácticas del turismo creativo y regenerativo para hacer de las ciudades espacios tolerantes, democráticos y plurales. Algunas de esas enseñanzas habría que obtener de la pandemia.

## Referencias

- Alvarado-Sizzo, Illia, Álvaro López y Fernando Zamora. 2020. “La imagen y la representación en el turismo de la pomodernidad” en Hiernaux-Nicolas, D., M. Osorio y R.A. Vázquez, Los imaginarios sociales y el turismo: conceptos y aplicaciones, U. Panamericana, Campus México.
- Appadurai, Arjun D. 1990. “Disjuncture and difference in the global cultural economy” (1990). *Culture Society* 1990; 7; 295.



- Blázquez, Macià. 2020. “La crisis de la COVID-19 no es decrecimiento, es una catástrofe”, entrevista de Ginard A. y Verger, P. 17 de abril de 2020, en *UH Noticias, El Económico*.
- <https://www.ultimahora.es/noticias/economico/2020/04/17/1157985/macia-blazquez-apuesta-por-decrecimiento-turistico-asegura-tarde-temprano-nos-teniamos-pegar.html#tabs-media-video> (Consultado el 15 de febrero de 2021)
- Cañada, Ernest e Ivan Murray. 2021. *#PostCovid19, Turistificación confinada*. Alba Sud Editorial, colección turismos, número 7.
- Darbellay, Frédéric y Mathis Stock. 2012. “Tourism as complex interdisciplinary research object” *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1 pp. 441–458.
- Delgadillo, Víctor M. 2009. “Patrimonio urbano y turismo cultural en la Ciudad de México: Las chinampas de Xochimilco y el Centro Histórico”, *Andamios*, Volumen 6, número 12, diciembre, 2009, pp. 69-94.
- De Mauleón, Héctor. 2015. “La ciudad de los palacios”, *Nexos*, 25 de abril de 2015.
- Díaz, Ibán y Luis A. Salinas. 2016. “La producción del consumidor. Valorización simbólica y gentrificación en el centro de la Ciudad de México”, *Andamios*, Volumen 13, número 32, septiembre-diciembre, 2016, pp. 107-130
- Duxbury, Nancy & Greg Richards. 2019. “A Research Agenda for Creative Tourism”, *Ciudades* [Online], No. 40 | 2020, 24, julio 2020, <http://journals.openedition.org/ciudades/2576>
- Duxbury, Nancy, F. Bakas, T. V. Castro, S. Silva. 2020. *Palavras para lá da pandemia: cem lados de uma crise. Turismo Recreativo*. Centro de Estudos Sociais, Universidad de Coimbra, Portugal.
- Gobierno de la Ciudad de México, 2021, Secretaría de Turismo, *Capital LGBTTTI, Guía de la Diversidad de la Ciudad de México*.
- <http://cdmxtravel.com/assets/uploads/documents/guia-lgbt-esp%C3%B1ol.pdf> (consultado el 29 de marzo de 2021)
- Gobierno de la Ciudad de México (2020/a, Secretaría de Turismo. *Anuario estadístico de Turismo 2020*.
- <https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Docs/Anuario%20estadistico%20Turismo%202020.pdf> (consultado el 28 de marzo de 2021).



- Gobierno de la Ciudad de México, 2020/b, Secretaría de Turismo, Actividad turística de la Ciudad de México, enero – diciembre 2010 – 2020, en <file:///Users/oeHichen1/Documents/SECTUR/12%20Indicadores%20Diciembre%202020.pdf>
- Gössling, Stefan, Daniel Scott & C. Michael Hall. 2021. “Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19”, *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, Vol. 29, No. 1, 1-20
- Hall, Michael C., Daniel Scott & Stefan Gössling. 2020. “Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for”, *Tourism Geographies*, Vol. 22, No. 3, 577-598
- Hiernaux, Daniel y Carmen Imelda González. 2015. “Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados?”, *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, Vol. 5, No. 2, 111-125
- INEGI 2020, *Cuenta satélite del turismo en México*, 2019. Diciembre 15 de 2020. Consultado el 13 de marzo de 2021 en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/StmaCn-taNal/CST2019.pdf>
- INEGI 2021. Temas, turismo. Información General, Tabulados [https://www.inegi.org.mx/temas/turismo/#Informacion\\_general](https://www.inegi.org.mx/temas/turismo/#Informacion_general)
- López, Álvaro y Rosaura Carmona. 2008, “Turismo sexual masculino-masculino en la Ciudad de México”, *Teoría y Praxis*, núm. 5, 2008, pp. 99-112.
- Milano, Claudio y José Mansilla (coords). 2018. *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*, Barcelona.
- Murray, Ivan y Ernest Cañada. 2021. “Turistificación confinada”, en E. Cañada e I. Murray (ed.) *TourismPostCOVID19, Turistificación confinada*, Alba Sud Editorial, Colección Turismos, núm. 7, 2021.
- Moranta, Joan. 2021. “La vulnerabilidad de la especialización turística”, en E. Cañada e I. Murray, *#PostCovid19, Turistificación confinada*. Alba Sud Editorial, colección turismos, pp. 82-87
- Nepal, Sanjay K. 2020. “Adventure travel and tourism after COVID-19 – business as usual or opportunity to reset?”, *Tourism Geographies*, Vol. 22, No. 3, 646-650
- Nicosia, Enrico. 2018. “La Sicilia del Comisario Montalbano: de la narración literaria a la transposición televisiva. Un caso exitoso (cine) turístico internacional”, *Polígonos, Revista de Geografía*, 30: 49-76.
- Niewiadomski, Piotr. 2020. “COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?”, *Tourism Geographies*, vol. 20, No. 3, 651-656



- Oehmichen, Cristina y Concepción Escalona. 2021. “El COVID-19 en Cancún: epidemia y vulnerabilidad en un destino turístico de clase mundial”, en E. Cañada e I. Murray (ed.) *TourismPostCOVID19, Turistificación confinada*, Alba Sud Editorial, Colección Turismos, núm. 7, 2021.
- Richards, Greg. 2001. “El desarrollo del turismo cultural en Europa”, *Estudios Turísticos*, n.º 150 (2001), pp. 3-13
- Sánchez, Álvaro y Álvaro López (2000) “Visión geográfica de los lugares gays de la Ciudad de México”. *Cuicuilco*, Vol. 18, núm. 7, pp. 271-286.
- Secretaría de Salud. 2021, *Información referente a casos de Covid 19 en México*. Gobierno de México, <https://datos.gob.mx/busca/dataset/informacion-referente-a-casos-covid-19-en-mexico>
- SECTUR. 2020. *Programa sectorial de turismo 2020-2024*. Gobierno de México, Secretaría de Turismo.
- [http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR\\_2020-2024.pdf](http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf), consultado el 12 de febrero de 2021
- SECTUR. 2021. *Avance y resultados 2020. Programa derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*. Programa Sectorial de Turismo 2020-2024. Gobierno de México, Secretaría de Turismo, 14 de mayo de 2021.
- <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/637501/avance-resultados-2020-prosectur.pdf>
- Urry, John. 2002. *The tourist gaze*. Londres, Sage Publications





Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Cabanilla, E., C. Garrido y E. Molina (2021). Impacto del COVID 19 en el turismo urbano del Ecuador. *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.5>

## IMPACTO DEL COVID 19 EN EL TURISMO URBANO DEL ECUADOR

*Impact of COVID 19 on urban tourism in Ecuador*

**Enrique Cabanilla**

Universidad Central del Ecuador

[eacabanilla@uce.edu.ec](mailto:eacabanilla@uce.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-2853-291X>

**Carlos Garrido**

Universidad Central del Ecuador y Universidad Internacional del Ecuador

[rgarrido@uce.edu.ec](mailto:rgarrido@uce.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-6673-5048>

**Edison Molina**

Universidad Central del Ecuador

[emolina@uce.edu.ec](mailto:emolina@uce.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-7702-5079>

**RESUMEN:** El objetivo de esta investigación fue realizar una evaluación del impacto que tuvo el Covid-19 en los diversos sectores del turismo ecuatoriano, teniendo un énfasis en la caracterización de ese impacto en el turismo urbano. Para ello se han sistematizado varias investigaciones que los autores realizaron durante el 2020, tanto en la empresa, el talento humano y la demanda turística nacional. Entre los principales resultados se encontró que un 13% de los establecimientos turísticos cerraron definitivamente su operación; y de manera sorpresiva se registró en 2020 un incremento en la apertura de establecimientos vinculados al alojamiento, centros de turismo comunitario y empresas de operación e intermediación turística. Es por tanto un reto de trabajo conjunto el levantar el turismo en el país, para lo cual los autores ven como única posibilidad un pacto de los actores para diseñar e implementar un plan urgente para salvar empleos, empresas y la cadena de valor del turismo en el país.

**PALABRAS CLAVE:** turismo, Ecuador, COVID 19, impactos, reactivación.



**RESUM:** L'objectiu d'aquesta investigació va ser realitzar una avaluació de l'impacte que va tindre el Covid-19 en els diversos sectors del turisme equatorià, fent èmfasi en la caracterització d'aqueix impacte en el turisme urbà. Per a això s'han sistematitzat diverses investigacions que els autors van realitzar durant el 2020, tant en l'àmbit de l'empresa, el talent humà i la demanda turística nacional. Entre els principals resultats es va trobar que un 13% dels establiments turístics van tancar definitivament la seua operació; i de manera sorprenent es va registrar en 2020 un increment en l'obertura d'establiments vinculats a l'allotjament, centres de turisme comunitari i empreses d'operació i intermediació turística. És, per tant, un repte de treball conjunt l'alçar el turisme al país, per a assolir-ho els autors veuen com a única possibilitat un pacte dels actors per a dissenyar i implementar un pla urgent per a salvar ocupacions, empreses i la cadena de valor del turisme al país.

**PARAULES CLAU:** turisme, l'Equador, COVID-19, impactes, reactivació.

**ABSTRACT:** This article evaluates the impact of COVID on urban tourism in Ecuador through a systematic analysis of several studies carried out by the authors during 2020 into companies, human talent and the demand for domestic tourism. The problems facing the tourism sector in Ecuador are very serious and complex, not only in terms of the economy and job losses, but also due to the absence of any public reactivation plan that goes beyond good intentions. 2021 is a year of presidential elections, which will also impact on the possible reactivation of the sector. The authors argue that the challenge of stimulating recovery in the country's tourism sector can only be met by reaching an agreement among all stakeholders to design and implement an urgent plan to save jobs, companies and the tourism value chain in the country.

**KEYWORDS:** tourism, Ecuador, COVID 19, impacts, reactivation





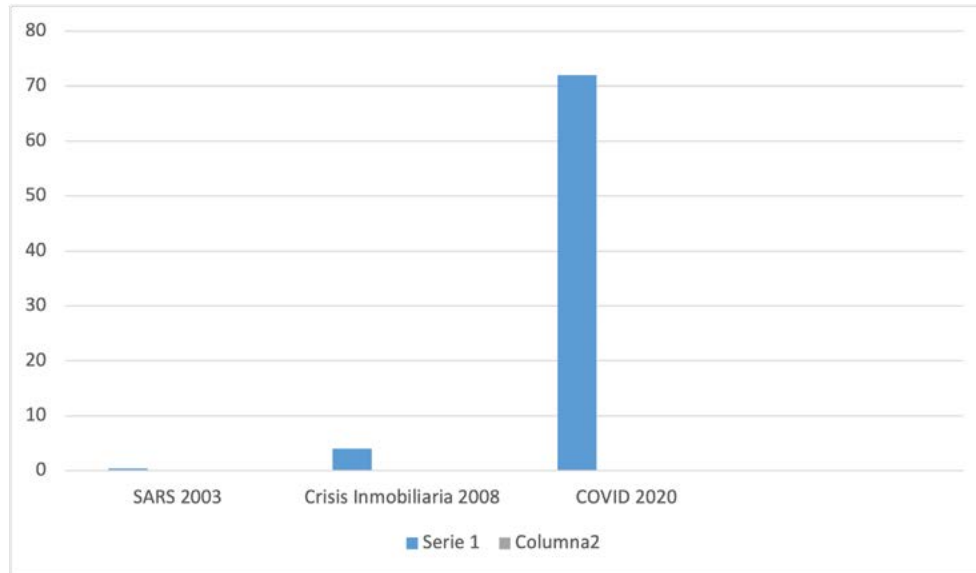
## 1. Introducción y estado de la cuestión

### 1.1. Impacto del COVID 19 en el turismo mundial

En los últimos veinte años, el sector turístico a nivel global logró un crecimiento inédito pasando a ser el primer sector en generación de empleo y divisas. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), para el año 2019 el turismo aportaba algo más del 10% del PIB mundial, con cerca 1.7 billones de dólares generados por cerca de mil quinientos millones de turistas para el mismo año (OMT, 2019) siendo su décimo año consecutivo de crecimiento sostenido y convirtiéndose en la primera actividad económica en el mundo, además de ser considerado un sector clave en países emergentes.

Este crecimiento sostenido tuvo muchas razones: el mejoramiento en la economía de los principales países emisores, el incremento en el número de turistas chinos, así como una mayor apertura por parte del gigante asiático al turismo receptivo, mejores condiciones de seguridad en los países receptores, un importante crecimiento en inversiones en varios sectores del turismo —especialmente el de alojamiento— sumado a una mejora en el transporte aéreo entre otras. Esto sumado a la difusión global de más destinos en redes sociales, logró sostener en las dos últimas décadas records anuales de crecimiento en desplazamiento de personas con fines turísticos. Sin embargo, el turismo es una actividad extremadamente sensible a fenómenos internos y externos: fenómenos climáticos, inestabilidad política y social y en este caso pandemias son agentes de inmediato efecto negativo en este sector.

Si bien esta no ha sido la primera crisis que ha sufrido el turismo en su historia reciente, si ha sido la más estrepitosa. Eventos pasados como la presencia del SARS en Asia y Medio Oriente en 2003 y la burbuja inmobiliaria en 2008 y 2009 incidieron en una reducción del turismo a nivel global, la crisis causada por el COVID-19 no tiene ningún nivel de comparación previa como lo demuestra la figura 1.

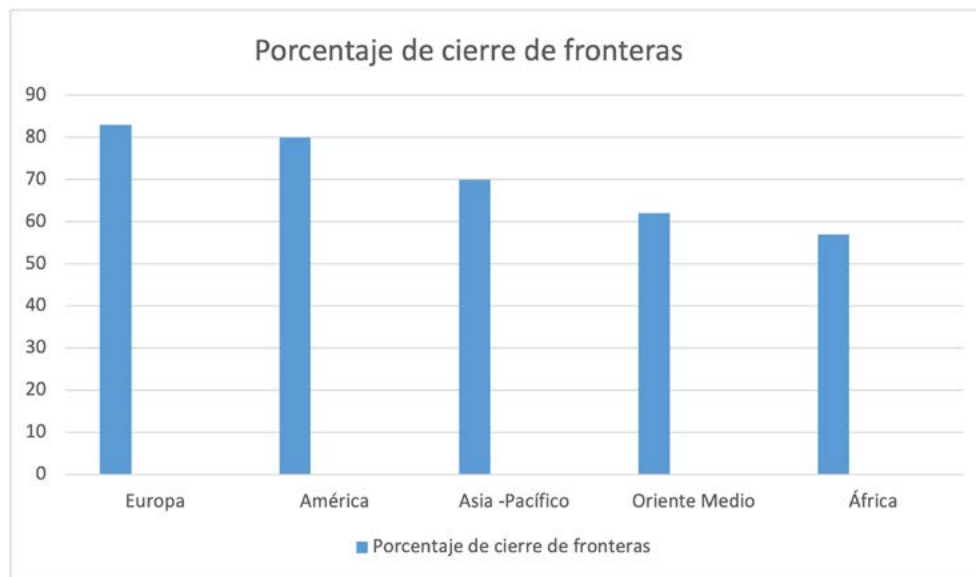
**Figura 1: Reducción comparativa de turistas con crisis previas**

**Fuente: OMT (2020b). Elaboración: Autores.**

Para octubre de 2019, los noticieros informaban sobre la crisis sanitaria que soportaba la ciudad de Wuhan en China y el confinamiento al que se había sometido a su población, la noticia sonaba tan lejana e imposible de pensar que eso podría suceder en el resto de países. Apenas seis meses después, buena parte de los países occidentales y sus habitantes iniciaban una nueva forma de vida que hasta la fecha implica una serie de restricciones de movilidad y medidas de bioseguridad por doquier. Sin embargo, la acción del virus sobre los países ha sido distinta, siendo los de clima templado los más afectados, así como los de Europa Central y Mediterránea más que los del área Nórdica y con una baja incidencia aún en países africanos (Olcina 2020).

A partir de la diseminación del virus SARS-CoV-2 generado según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en China, los diferentes gobiernos a nivel global implementaron acciones de restricción de movilidad y desplazamiento tanto de manera interna en sus países como a nivel internacional: la base innata del turismo: la movilidad para el mes de marzo había desaparecido y se extendería hasta el mes de julio, dejando al sector frente a una de sus peores crisis y la primera del siglo XXI como lo indica la figura 2.

**Figura 2: Porcentaje de cierre de fronteras a nivel mundial**



**Fuente: OMT (2020a). Elaboración: Autores.**

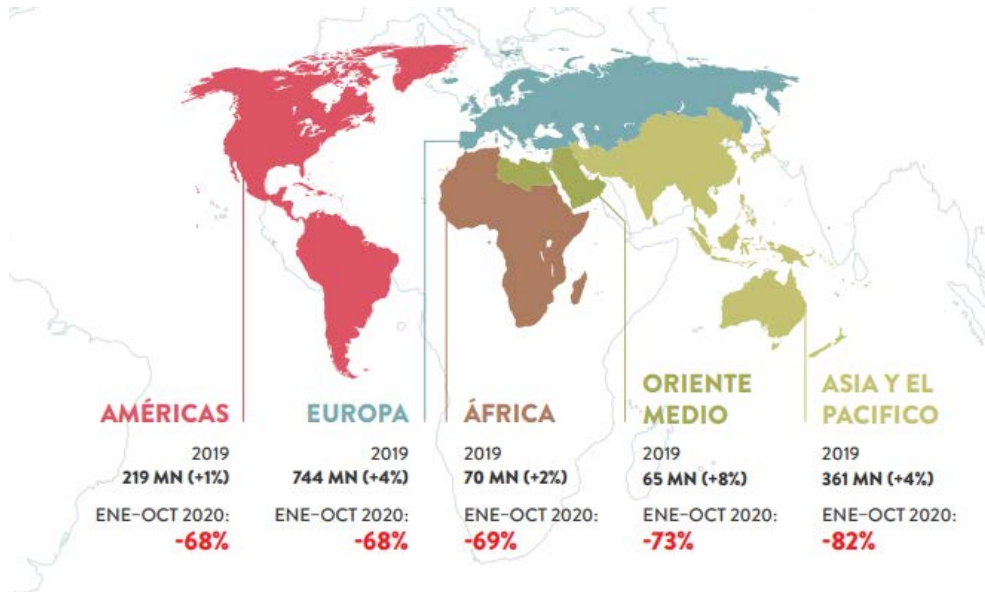
A partir del mes de agosto, algunos países iniciaron una lenta y condicionada apertura de sus fronteras, imponiendo fuertes restricciones y requisitos para el ingreso a sus territorios, siendo la más común la presentación de certificados de seguridad sanitaria como la prueba médica de Reacción en Cadena de Polimerasa (PCR por sus siglas en inglés) con un máximo de vigencia de 72 horas. Esto sumado al miedo de contraer el virus no reactivó los desplazamientos ni a nivel local ni a nivel internacional.

Si bien el confinamiento supuso un impacto a muchos sectores económicos ecuatorianos, el turismo fue el más afectado de todos estos, debido a que el principio de esta actividad es el desplazamiento de turistas y excursionistas, el cual fue restringido de manera nacional e internacional por cuatro meses. Este impacto fue mayor en países o lugares que dependen en buena parte del turismo, donde desde el inicio del confinamiento los sectores directamente vinculados al turismo debieron cerrar sus puertas por alrededor de un año afectando con esto a millones de empleados y rompiendo una de las cadenas de valor más dinámicas e importantes del mundo.

Los datos así lo reflejan, donde según la OMT a partir de marzo de 2020 se evidencia una caída en picado en la llegada de turistas a nivel global y en incremento inédito en el cierre de negocios vinculados a actividades turís-

ticas. Así lo reflejan las llegadas internacionales que en los primeros diez meses del 2020 cayeron en más del setenta por ciento, como se muestra en la figura 3.

**Figura 3: Llegada de turistas internacionales en 2020**



Tomado de OMT, 2020b, p. 5.

Quizás el problema más serio que enfrenta el turismo después del cierre de fronteras en 2020 es la incertidumbre, ya que el confinamiento en buena parte de los países europeos ha sido impuesto debido a una segunda ola y quizás ya a una tercera. Si bien para cuando se escriben estas líneas la distribución de las vacunas lleva aproximadamente dos meses, muchos países europeos han vuelto al confinamiento por algunas semanas. Las proyecciones de reapertura de sitios turísticos han sufrido un vaivén que no le ha permitido al sector tener una idea clara de proyecciones de recuperación ni siquiera para 2021.

Y las consecuencias en el ámbito económico han sido las peores de la historia del turismo en los últimos cien años: según la OMT, se estima que hasta octubre de 2020 el sector perdió un aproximado de 935 mil millones de dólares a nivel global, una cifra que ha hecho retroceder al sector treinta años, ya que las cifras son similares en número de llegadas de turistas internacionales e ingresos a las de 1990. Las previsiones de la OMT tampoco pueden ser claras, ya que aún existen países en confinamiento en el continente

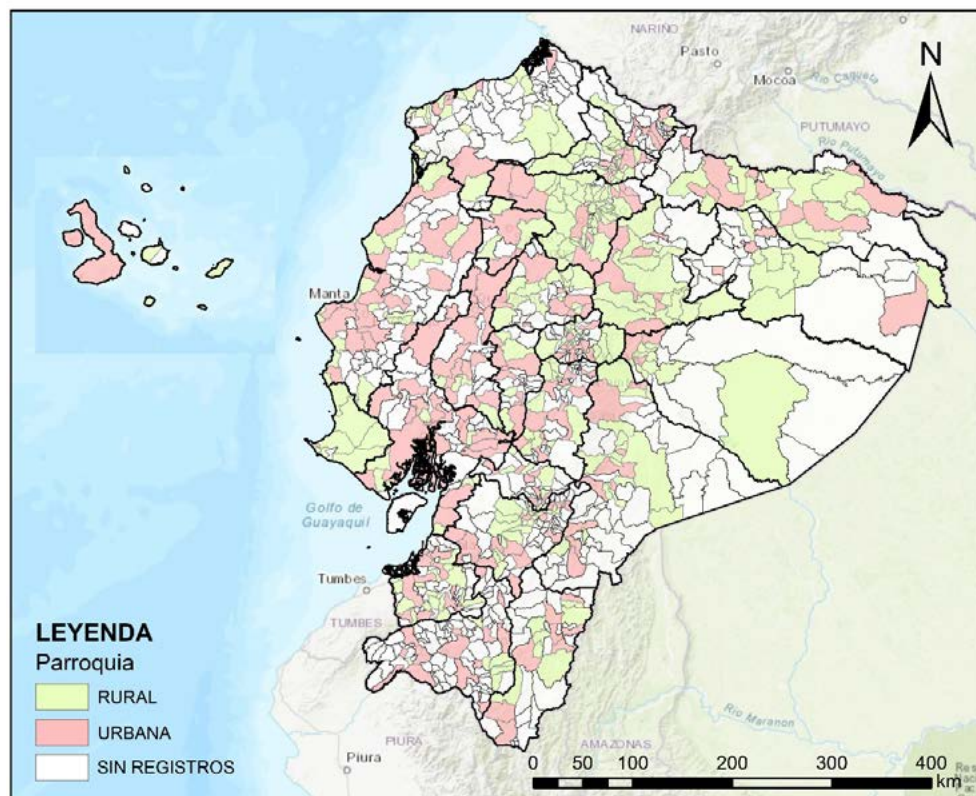
europeo a pesar de la vacunación masiva que están llevando a cabo los países desarrollados; no se conocen los efectos finales de la pandemia en el ámbito de los establecimientos turísticos que podrán sobrevivir y durante este 2021; y menos aún se conoce cuáles serán los efectos en los turistas, el principal componente de esta actividad, la cual deberá poner a prueba su capacidad de resiliencia como nunca antes.

### 1.2. Composición turística Urbano Rural en el Ecuador

El Ecuador tuvo registrados 22393 prestaciones de servicios turísticos para el año 2020, concentrados en 655 parroquias urbanas y rurales a nivel nacional, que equivale al 44% de representación nacional (figura 4). El 96% de prestadores de servicios se encuentran en la parte urbana, considerando a las cabeceras cantonales y apenas el 4% en el entorno rural.

**Figura 4. Prestadores de servicio registrados en parroquias urbano rurales del Ecuador 2020**

ECUADOR - ESCALA 1:5.000.000



Elaborado por: Villagrán P.

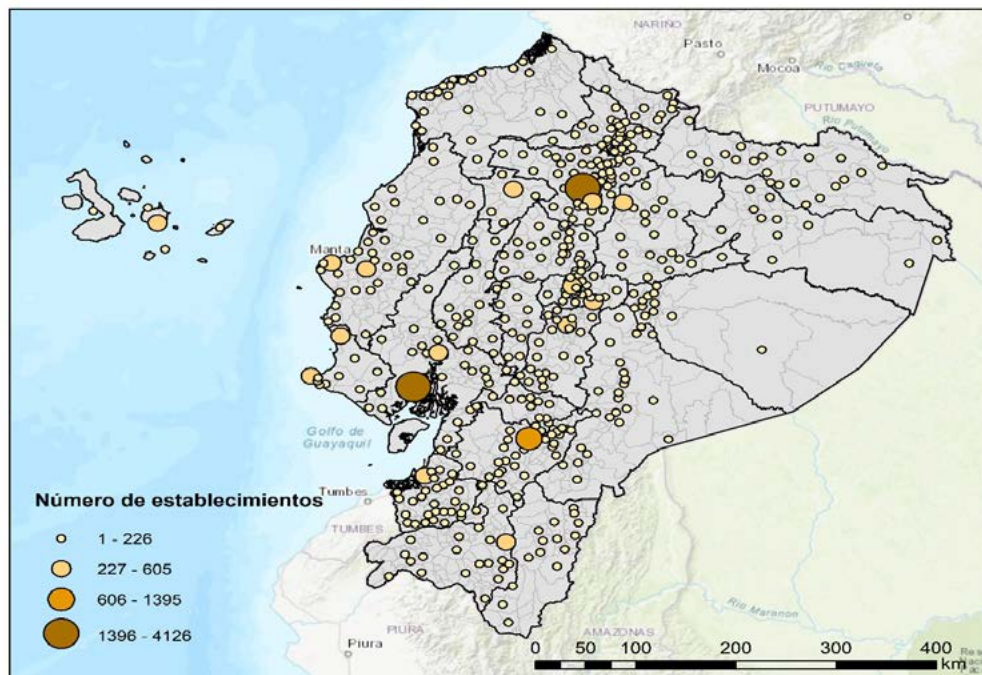


Si se analiza la presencia de los prestadores de servicios en el territorio ecuatoriano, es evidente observar en la figura 5 que, 9 de cada 10 empresas turísticas se encuentran ubicados en la parte urbana. Se destacan las ciudades de Guayaquil y Quito como las urbes de mayor número de empresas registradas. En un segundo grupo se encuentran las ciudades de Cuenca, Manta, Machala, Ambato, Baños y Riobamba. En el caso de los emprendimientos en el espacio rural es muy limitada; a pesar de que allí se encuentran áreas protegidas, comunidades vivas y una vasta diversidad de recursos naturales.

**Figura 5. Concentración de prestadores de servicio urbano rural en el Ecuador**

**PRESTADORES DE SERVICIO REGISTRADOS EN PARROQUIAS URBANO RURALES DEL ECUADOR 2020**

ECUADOR - ESCALA 1:5.000.000

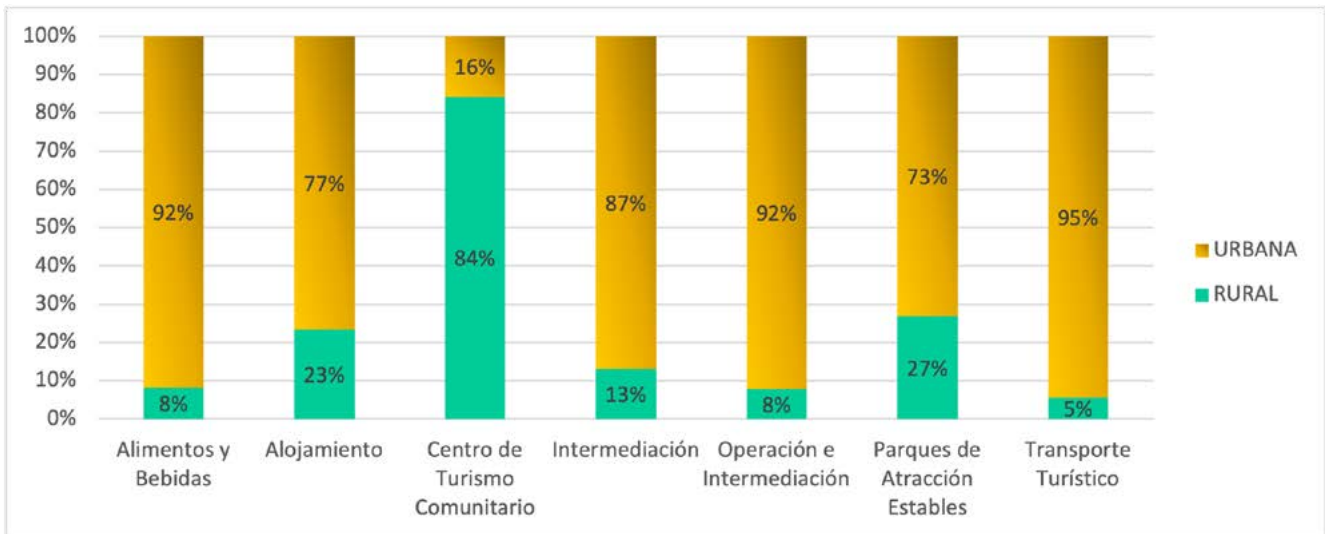


Elaborado por: Villagrán P.

En la figura 6 se observa que la única actividad turística con mayor predominio en el ámbito rural es el registro de los Centros de Turismo Comunitario (CTC) destacándose las comunidades orientales organizadas, siendo así que 5 de cada 10 CTC, están en la región amazónica; sin embargo, es contun-

dente la presencia en la zona urbana de 6 de cada 7 actividades turísticas (alimentos y bebidas, alojamiento, intermediación, operación e intermediación, parques de atracción estables y transporte turístico).

**Figura 6. Actividades turísticas concentradas en parroquias urbanas y rurales**



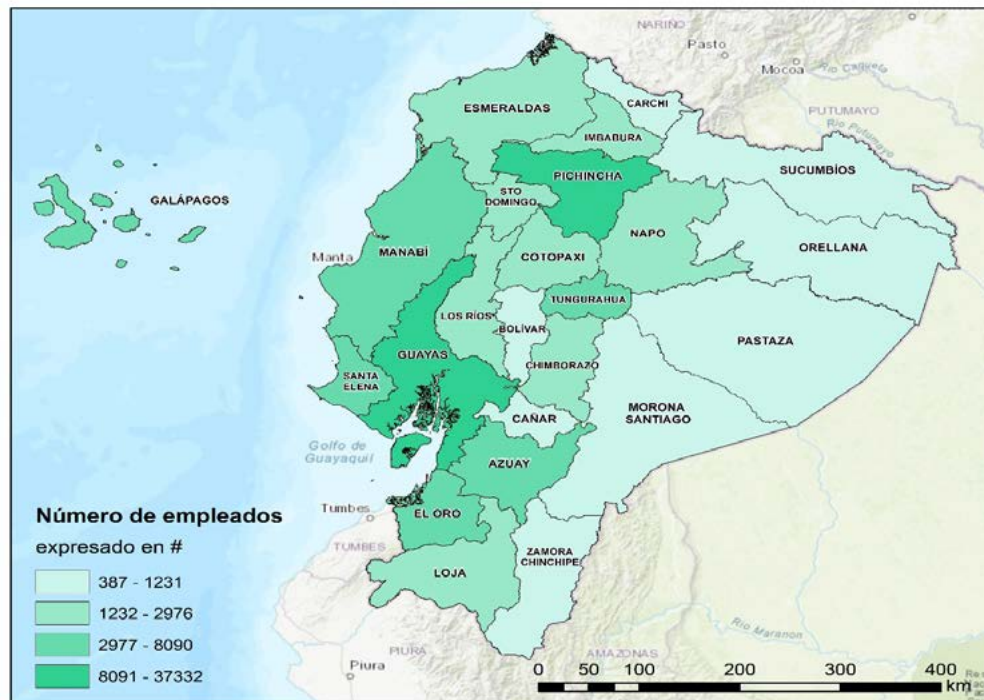
Tomado de: Garrido *et al*, 2021. Consolidado Nacional 2020. P.76

La generación de empleos en el turismo es muy significativa para el país, antes de la crisis Covid-19 el Ecuador, según el consolidado nacional registró a 120569 empleos (Ministerio de Turismo del Ecuador [Mintur] 2020). En la figura 7 se observa que las principales provincias con importante concentración de empleos son Pichincha y Guayas, luego aparecen las provincias con vocación turística como son Manabí y Azuay; mientras que, las provincias con menor concentración de empleo turístico son Carchi, Bolívar y Zamora Chinchipe.

**Figura 7. Concentración de empleados en las actividades turísticas del Ecuador Nacional**

### CONCENTRACIÓN DE EMPLEADOS EN LA ACTIVIDADES TURÍSTICAS DEL ECUADOR

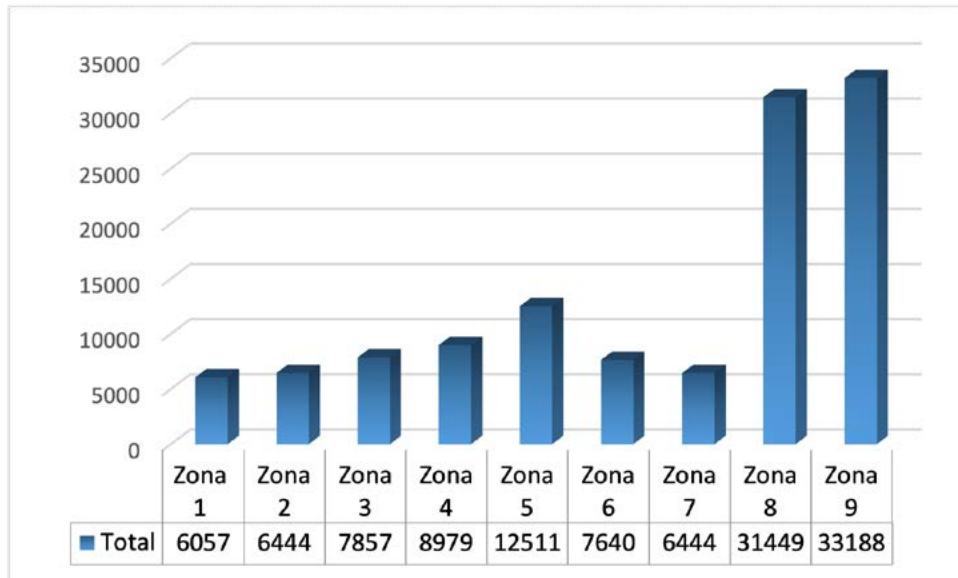
ECUADOR - ESCALA 1:5.000.000



Elaborado por: Villagrán P.

En la figura 8 se evidencia la relación entre los empleos turísticos y las zonas de planificación nacional. 6 de cada 10 empleos se identifican en la zona 9 (Quito) y zona 8 (Guayaquil), lo cual indica el centralismo existente en el país, tomando en cuenta que los aeropuertos internacionales de alto tráfico aéreo se localizan en las dos zonas de planificación.



**Figura 8. Relación empleos vs zona de planificación nacional**

Tomado de: Garrido *et al* 2021. p. 88.

### 1.3. Principales elementos del plan de reactivación turístico nacional

A partir de esta crisis el Ministerio de Turismo del Ecuador estableció un Plan de Reactivación Turística, cuyo principal objetivo es:

Generar una reapertura ordenada y segura de actividades en el sector turístico en todo el territorio nacional, estableciendo medidas, protocolos de prevención que ayuden a un óptimo funcionamiento de la cadena de valor del sector turístico evitando riesgos de contagio del virus COVID 19 a trabajadores, empleados, clientes y ciudadanía en general, con una gestión de control eficiente que aseguren la práctica de tales medidas y protocolos como un estándar nacional. (MINTUR, 2020c. p. 7)

Para ello se fundamentó en tres temas claves: evitar un impacto de gran escala en el empleo, liquidez y soporte al tejido empresarial y estudio con la demanda para conocer su nuevo comportamiento. Para lograr esto se definieron varios lineamientos, los cuales se han dado en diversa magnitud, escala e intensidad, que son:



1. Una campaña masiva para la demanda y el nuevo comportamiento esperado.
2. Desarrollo de estrategias interinstitucionales que permitan sostener y plasmar el objetivo planteado.
3. Implementar un sistema de control en las empresas catastradas a nivel nacional para que cumplan los protocolos de bioseguridad.
4. Incremento en uso de plataformas digitales para llegar a la demanda y a la oferta con mensajes de importancia sectorial.
5. Finalmente, lograr posicionar la importancia de sellos de certificación como el *Safe Travel* del *World Tourism Council*, como un estándar de operación durante y en la post pandemia.

Cada actividad registrada en el ministerio tuvo un plan de reapertura individualizado, con una semaforización acorde a lo que se adoptó a nivel país. Aunque la mayoría de cantones llegó a finales del 2020 como amarillo, en el primer trimestre del 2020 algunos han regresado a rojo y esto ha incidido en un retroceso de las liberalizaciones de operación que venía adoptando el sector.

A inicios de la pandemia y por cuatro meses se trabajó en 5 mesas de trabajo habilitadas para reactivación del sector. En ellas se invitaron a representantes de las 5 actividades turísticas participando de manera activa (alojamiento, alimentos y bebidas, tour operadores, agencias de viajes, transporte turístico), personas en la academia, 15 universidades y 3 institutos, 126 participantes del sector turístico, quienes se juntaron en 34 reuniones alrededor de y temas trascendentales:

1. Mesa de cuantificación del impacto que tuvo como meta el tratar de configurar el alcance de la crisis.
2. Mesa laboral, tributaria, financiera, donde se discutieron temas laborales y los requisitos de liquidez de las empresas en pos de mantener lo máximo posible del empleo.
3. Mesa de competitividad donde se discutieron medidas que podrían implementarse para recuperar la golpeada imagen del país.



4. Mesa de promoción y cooperación donde se definieron lineamientos para resetear la demanda y proyectar un inicio con el mercado doméstico.
5. Mesa territorial donde se priorizó el trabajo con las provincias y municipios, tratando de satisfacer las necesidades y expectativas que tienen hasta el momento estos lugares.

Como un producto de este trabajo, se sintetiza a continuación los principales lineamientos y demandas que se plantearon con base en este trabajo colaborativo:

1. Demandar la priorización del sector turístico dentro del plan de reactivación del Estado ecuatoriano.
2. Cuantificación del impacto y estimación de pérdidas de la industria como base para obtener beneficios y programas económicos que sostengan la empresa y el empleo.
3. Facilidad para la suspensión de jornada laboral y pago de remuneración a los trabajadores conforme posibilidades de la empresa, con base en acuerdo entre las partes.
4. Eliminación o diferimiento en pago de tributos causados en el 2020 y 2021 al Estado central y gobiernos locales.
5. Necesidad urgente de financiamiento para que los prestadores de servicios turísticos puedan tener liquidez para sobrevivir a la emergencia sanitaria.
6. Desarrollar una regulación para el pago de reembolsos o devoluciones a los usuarios que se vean afectados por esta pandemia y no puedan recibir los servicios adquiridos.
7. Desarrollo e implementación de estrategias para combatir la informalidad.
8. Generar protocolos preventivos para los diferentes prestadores de servicios turísticos ante eventos suscitados por la emergencia sanitaria presentada en el país.
9. Revisión y adaptación de la Normativa vigente, para que se adecue y esté alineada al nuevo escenario de funcionamiento.



10. Generación de una campaña promocional interna y externa para no perder posicionamiento y dar a conocer que el país está tomando medidas de protección a los visitantes.
11. Establecer incentivos específicos para el turista ecuatoriano y extranjero a fin de motivar el desplazamiento y generación de divisas.
12. Establecer acciones para la capacitación en protocolos de bioseguridad a los establecimientos en los diferentes territorios del país.
13. Mejora y adecuación de los espacios de visita en los diversos territorios.

Lastimosamente las mesas no lograron tener continuidad y el agravamiento de la crisis repercutió en una ruptura del trabajo conjunto de los actores sectoriales. Por otro lado, el Estado no se mostró capaz de lograr los lineamientos o acuerdos establecidos en el tiempo y forma solicitada por los actores sectoriales, a lo cual se sumó la finalización del gobierno nacional a mayo del 2021, por lo que los puentes de trabajo conjunto se han dilatado para quien asuma la presidencia y conducción del estado a partir de junio de este año.

Pese a esto, lo más rescatable fue el anhelo conjunto de reactivarse luego de la crisis y a palabras del Viceministro de Turismo, Msc. Ricardo Zambrano, desarrollar un “trabajo colaborativo y articulado entre el sector público, privado, académico que es fundamental para la reapertura y reactivación del turismo en el Ecuador (Mintur 2020, p. 31).

## 2. Metodología

El tipo de investigación fue descriptiva, se caracterizó varios aspectos del impacto del COVID-19 en el sector turístico urbano del país. Se utilizó una metodología mixta, cualitativa en cuanto se establecen características descriptivas del impacto en el turismo urbano. Mientras que en lo cuantitativo se exponen varias encuestas realizadas por los investigadores durante el 2020.

Los autores han participado en varios grupos de investigación desde marzo del 2020, por lo que este capítulo recoge varios de los resultados obtenidos, en torno al turismo urbano:



- El primero fue una encuesta nacional a empresas turísticas, realizadas a 391 PYMES de 23 de las 24 provincias del Ecuador, que pudo realizarse en conjunto con la Federación Nacional de Cámaras de Turismo y la Cámara de Turismo de Pichincha. El grado de confiabilidad fue del 95%, con un margen de error de +/-5 y una varianza del 50%. Las encuestas se aplicaron contactando directamente a los responsables de las empresas turísticas del país, a través de una plataforma virtual con contacto directo a los encuestados. Dicha medición se realizó entre mayo y julio del 2020.
- Una siguiente encuesta fue realizada junto con la Red de Profesionales de Turismo (REDPROTUR) núcleo Pichincha, en donde se caracterizó el impacto en el empleo. Dicho estudio, alcanzó un número de 129 respuestas, que representan a un grado de confiabilidad del 95%, un margen de error de +/-8 y una varianza del 50%. Si bien se observó, que hubo una concentración de encuestas en la ciudad de Quito, se destaca que el sondeo pudo recoger información de al menos 15 provincias, de las 24 del país. Además, se recabaron datos de profesionales de las principales ciudades y de otras que son los principales destinos turísticos del país.
- De igual forma, una tercera encuesta que se realizó con el Ministerio de Turismo y un grupo de 14 universidades, que para finales del 2020 caracterizó la demanda post COVID, en un nuevo escenario de consumo que tiene mucha afectación al tema urbano. “El total de encuestas receptadas en el periodo de levantamiento de información fue de 10039, de las cuales a nivel nacional fueron recolectadas 1595 observaciones y las receptadas por las universidades participantes fueron 8444. Dentro del estudio se encontraron 1152 registros duplicados, los cuales previo análisis fueron suprimidos, dejando un total de 8887 observaciones. A su vez, dado que la población objetivo dentro de esta encuesta está definida por las personas que acceden a dar su consentimiento a responder las preguntas de la encuesta y las personas que tienen una edad mayor a 16 años, con estas consideraciones se procedió a identificar los registros que cumplen con las dos premisas requeridas, filtrando además los datos perdidos, dejando un total de 8329 ob-



servaciones para el análisis final de los resultados” (MINTUR 2020b, p.8). Estas encuestas se hicieron a nivel nacional, con ayuda de las instituciones académicas y representan un grado de confiabilidad del 99%, un margen de error de +/- 1,5 y una varianza del 50%.

- Finalmente, se obtuvo varia información de un capítulo de libro que se trabajó para un documento de la FLACSO. A ello hay que agregar, un trabajo en edición sobre el Impacto del COVID en el turismo, a nivel nacional, de los autores, que al momento está también en edición en la Universidad Internacional del Ecuador. Dichos documentos están en proceso de edición, pero son complicaciones e interpretaciones de diversas variables estudiadas del impacto del COVID 19 en el Ecuador.

### 3. Análisis y resultados

#### 3.1. Impacto en la estructura empresarial

Tal como ya se ha manifestado, 9 de cada 10 empresas del Ecuador están en parroquias urbanas, por lo que los temas que se exponen a continuación, pese a que son una muestra a nivel nacional, mayormente caracterizan lo acontecido en este espacio. El primer hallazgo significativo fue que 8 de cada 10 empresas estuvieron en el 2020, ya sea cerradas o en pausa operativa a la espera de nuevos acontecimientos (autores). Para mediados de año se estimó que aproximadamente un 13% del catastro nacional eran empresas que habían optado por desaparecer, si se contrasta estos números con los catastros nacionales a febrero del 2020 y 2021, se observa lo siguiente:

**Tabla N°1. Comparativo de decrecimiento por sector**

<b>AÑO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Var.</b>
Alimentos y Bebidas	14747	11659	-20,94
Alojamiento	4205	4326	2,88
Centros de Turismo Comunitario	38	39	2,63
Intermediación	374	353	-5,61
Operación e Intermediación Turística	2308	2323	0,65
Parques de Atracciones Estables	239	233	-2,51
Transporte Turístico	582	557	-4,30
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>22493</b>	<b>19490</b>	<b>-13,35</b>

Adaptado de Ministerio de Turismo 2020a.



Para finales de año se observó cierta recuperación, especialmente en ventanas de tiempo donde se flexibilizó la movilidad interna. Aunque también hay que mencionar que estas ventanas de tiempo tuvieron que afrontar medidas sorpresivas, como el cierre y confinamiento impuesto a 2 días de las vacaciones de fin de año.

Del estudio que se realizó para mediados del 2020, se obtuvo un valor de pérdida promedio mensual de 336 millones de dólares. Extrapolando este dato con el reporte publicado por el Ministerio de Turismo, donde se observa una caída en ventas en el año 2020, respecto al 2019, de 2.811 millones de dólares (Ministerio de Turismo 2021), se obtiene que hubo una pérdida promedio entre marzo y diciembre del 2020 de 312 millones por mes, dato relativamente similar al expresado por las empresas que fueron encuestadas.

Esta caída no solo impactó fuertemente en el tejido urbano, sino que tuvo alcances regionales y nacionales, puesto que agricultores, pescadores, artesanos y otros proveedores directo de la cadena de valor del turismo, manifestaron que sus ingresos habrían reducido drásticamente.

El capital humano del sector fue sin duda uno de los más afectados. Tal como se detallará a profundidad en este mismo artículo han sido gran cantidad de personas las que sufrieron reducción de carga laboral y sueldo, que fueron cesadas temporalmente o que fueron separadas definitivamente, hechos ocurridos a la luz a una reforma al Código de Trabajo que flexibilizó estos escenarios. En un estudio publicado por la organización Internacional del Trabajo y el ministerio de turismo para finales del 2019, se estimó que el empleo directo e indirecto del turismo rondaba de entre los 540 mil a 810 mil empleos. De este monto, en el estudio realizado a mediados del 2020, se observó separación definitiva a cerca de 170 mil empleados, cifra que seguramente habrá incrementado en los últimos meses. No existe un dato oficial sobre la caída del empleo, pero se puede estimar por lo visto que 1 de cada 3 empleos se perdieron en el 2020, más aún al no existir un programa de apoyo laboral por parte del Estado; la empresa privada mayormente ha desvinculado a su personal, aunque no se hayan reportado oficialmente estas separaciones.

Las empresas encuestadas manifestaron que su necesidad principal ha sido crédito para sostener una nómina básica y pagos de impuestos y otros haberes de servicios básicos. A grandes rasgos el préstamo promedio es de alrededor



de 60 mil dólares, con una tasa nominal de un 5% (frente al 9% promedio que se encuentra en el país a marzo del 2021). Demandan un plazo de al menos 5 años y un colchón de 12 meses de gracia. Sin embargo, aunque el gobierno creó el programa Reactívatelo Ecuador, que se expuso en la introducción de esta investigación, no se ha logrado que la banca pública o la privada confíe en el sector y desarrolle un producto financiero de estas medidas. Pese a que las tasas de apalancamiento son buenas y que los activos son una garantía de peso, no hay sintonía con el sector y en el primer trimestre del 2021 solo se observó un desencanto total, puesto que la mayoría de solicitudes crediticias fueron negadas, aduciendo que no cumplen con flujos necesarios y suficientes, sin tomar en cuenta que casi todo el 2020 las operaciones no superaron más del 30% en sus mejores momentos.

Un tema que complicó más la situación empresarial fue que el 2021 es un año electoral en el país, a lo que se suma una caja fiscal ajustada por varios asuntos de emergencia que ha tenido que irse superando por la pandemia. Los dos finalistas a la presidencia, Lasso y Arauz, coinciden en algunos factores para el sector turístico:

- Moratoria de pagos de obligaciones tributarias.
- Implementación de Impuesto al Valor Agregado de cero por al menos 2 años.
- Facilitar el acceso a crédito para la reactivación de las empresas.
- Alentar el consumo interno.

Sin embargo, estas son sólo ideas que de plasmarse podrían ayudar, pero que dentro de la dificultad de tener una vacunación rápida y efectiva en el país son paliativos que son esperados por los empresarios del sector. Lo que sí es muy real es la precariedad en la que han quedado varias empresas y su difícil recuperación en el corto plazo.





### 3.2. Impacto en el talento humano

Ecuador es uno de los países latinoamericanos donde la formación del talento humano vinculado a los distintos ámbitos de la hospitalidad forma parte de alrededor del setenta por ciento de las universidades y del sesenta por ciento en los institutos técnicos, por lo que la formación y capacitación del recurso humano vinculado al turismo es importante. Buena parte de estos profesionales del turismo se emplean en el sector privado, el cual justamente requiere una amplia diversidad para poder mantener sus servicios.

Así, con la llegada del confinamiento los efectos para ese recurso humano dentro del ámbito turístico fueron devastadores, un sector que ha retrocedido cerca de treinta años en apenas doce meses y que ha dejado una crisis económica sin precedentes en el turismo mundial. Y quizás a más a de las pérdidas económicas de los inversionistas privados que son el verdadero motor del turismo, ha sido el empleo formal<sup>1</sup> el más golpeado con esta crisis.

Si bien el turismo en el Ecuador para 2019 aportaba con el 2% del PIB, su impacto sobre el empleo directo e indirecto era importante. Así:

En el Ecuador, el estudio del mercado laboral del sector turístico de Ecuador marca dos escenarios, que van desde las 522508 a las 810246 personas con empleo adecuado y subempleo (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019). El empleo adecuado va entre 181794 a 305807 personas en los dos escenarios, lo cual representa el 10,2% del empleo adecuado a nivel país, luego de los subsectores agrícolas (29,7%) y comercio (18,5%). A nivel general, el sector reportó un promedio de 11,5 empleos por empresa, a febrero del 2020. En un estudio de rangos de empleo, se observa una mayor concentración (91,72%) de empresas turísticas que tienen un rango de hasta 25 empleos. (Garrido *et al.* p.80)

Si bien desde el inicio del confinamiento en Ecuador el 16 de marzo de 2020 el sector turístico tuvo un fuerte impacto, los dos primeros sectores que no pudieron seguir operando de manera inmediata y de ninguna forma fueron: operación turística y transporte turístico. A los pocos días el sector de aloja-

---

1. En Ecuador, se considera a un empleo formal cuando existe un contrato de trabajo entre el empleado y el empleador donde este último recibe todas las compensaciones y beneficios de ley.



miento comenzaba a perder sus pocos huéspedes que de a poco iban dejando estos lugares para recluirse por los siguientes meses en sus casas. Así también después de algunas semanas las aerolíneas terminaban sus vuelos humanitarios y detenían la actividad aeronáutica. Si bien una gran cantidad de restaurantes tuvo que cerrar sus puertas, aquellos que contaban con el servicio de entrega a domicilio lograron mantenerse operativos durante los meses de confinamiento.

Junto con los operadores y el transporte turístico, los guías de turismo quizás llevaron la peor parte, ya que, al no mantener un empleo formal con las agencias de viajes, no gozaban de los beneficios como seguridad social, la cual en este caso activó un modelo de seguro de desempleo que benefició a miles de ecuatorianos. Miles de guías nacionales, especializados, locales y comunitarios vieron reducir sus ingresos a cero con el cierre de los aeropuertos y el inicio del confinamiento. Con ellos, operadores y empresarios de transporte turístico (terrestre, aéreo, marítimo y fluvial) debieron despedir a buena parte de su personal en los primeros tres meses de inactividad. Para el mes de septiembre, la crisis ya no solo implicaba el despido de empleados, sino el cierre definitivo de muchas agencias de viajes operadoras, mayoristas y empresas de transporte turístico.

El sector de alojamiento también presentó serios problemas. A las pocas semanas del confinamiento, al igual que el sector de operación turística despidieron a buena parte de su personal; sin embargo, a los pocos meses ya se registraban los primeros cierres de hoteles medianos y pequeños junto con hostales y pensiones. Para finales de 2020, ya las grandes cadenas también eran víctimas de la crisis, hoteles como el Marriot Quito cerraron sus puertas. Sin embargo, en algunas ciudades algunos sitios de alojamiento sirvieron como lugares autorizados para realizar las cuarentenas obligatorias establecidas por el Gobierno, lo cual logró mantenerlos activos hasta la reapertura parcial de las actividades en el mes de julio.

Así, a los tres meses del inicio del confinamiento un estudio de la Red de Profesionales del Turismo (REDPROTUR) realizado justamente a los profesionales en este sector dentro de 24 ciudades del Ecuador, determinó que “9 de cada diez profesionales manifestaron que la crisis le llegó manteniendo una relación laboral, ya sea como libre ejercicio (4 de 10), empleo privado (3 de

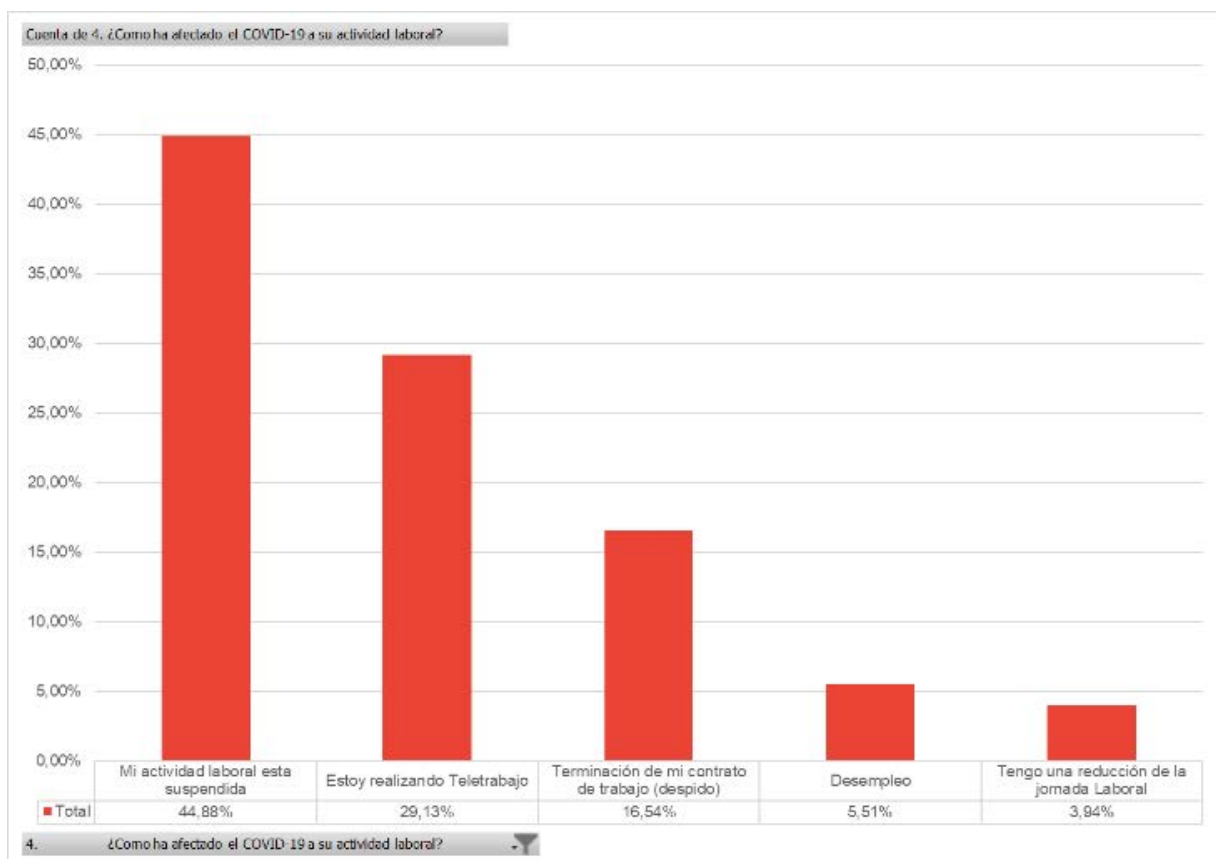


10) o en el sector público o academia (1 de cada diez)” (REDPROTUR 2020, p. 4). Sin embargo, apenas se inició el confinamiento, las empresas tomaron acciones de acuerdo a algunas variables, entre las que podemos anotar las siguientes:

- Tiempo de trabajo del empleado en la empresa.
- Rendimiento previo.
- Facilidad del empleado para funcionar de manera polifuncional.
- Cálculo de valores a cancelar en caso de despido intempestivo.

De acuerdo a estos parámetros las primeras acciones de las empresas fueron suspender temporalmente la actividad laboral de los empleados, aplicar el teletrabajo, reducir la jornada laboral junto con una reducción del salario o en último caso despedir a sus empleados. En este contexto, dentro del mismo estudio los datos de REDPROTUR arrojaban el siguiente escenario:

**Figura 9. Acciones tomadas por las empresas en relación a la empleabilidad urbana**

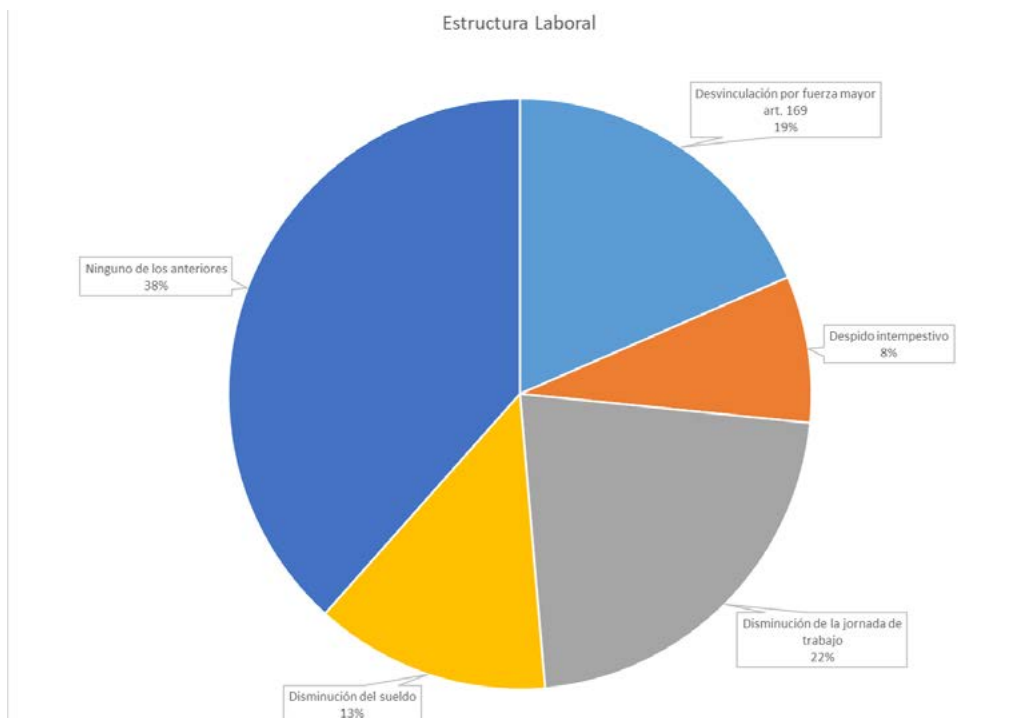


Fuente: Tomado de REDPROTUR, 2020, p. 4.

Debido a que buena del recurso humano que laboraba en el sector turístico había tenido una formación previa, esto les daba la posibilidad de medir los tiempos de recuperación de la actividad, en lo cual según la misma encuesta más del 60% aseguraban que el turismo tardaría más de seis meses en iniciar una recuperación, previsión que al final terminó siendo válida para el caso ecuatoriano.

Para mediados del 2020, la Asamblea Nacional, analizando todos los escenarios que las empresas venían adoptando de acuerdo a su actividad, aprobó la denominada “Ley Orgánica de Apoyo Humanitario”, la cual legalizaba de cierta manera la reducción de la jornada laboral junto con una reducción salarial a los empleados privados y además que en caso de cierre definitivo de las empresas, los trabajadores perdían el derecho a las indemnizaciones de ley. Con esta nueva normativa gran parte de las empresas turísticas se acogieron a estas medidas con el fin de mantenerse a flote, dando como resultado los siguientes datos:

**Figura 10. Adopción de los escenarios establecidos en la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario en las empresas turísticas de carácter urbano**



Fuente: Tomado de Garrido et al 2021 p. 82.



La desvinculación de miles de trabajadores pertenecientes a los diferentes sectores del turismo ha sido evidente, ante lo cual la autoridad competente (Ministerio de Turismo) aún no ha realizado un estudio sobre el real impacto de la pandemia en este sentido. Sin embargo, gracias a estudios realizados como el de REDPROTUR entre otros, se estima una pérdida de cerca del 65% de los empleos formales del sector, siendo las más afectadas las empresas vinculadas a la operación turística.

### **3.3. Análisis de la nueva demanda post Covid-19**

La demanda turística ha condicionado sus desplazamientos por las medidas adoptadas por los gobiernos a toda escala nacional. Se observa hoy una preocupación inminente por la elección a donde viajar. Las ciudades principales del país como Quito y Guayaquil, han contenido los flujos turísticos de ingreso y salida; no obstante, los residentes buscan alternativas para recrearse en espacios configurados para el ocio en zonas adyacentes a la metrópoli. El turismo de proximidad aparece como una oportunidad para buscar evasión y volver al lugar de residencia en periodos de corto tiempo, “los viajes de corta distancia favorecen las empresas y destinos del propio territorio, pero lastran los resultados de agencias de viajes o empresas de transporte” (Canalis 2009). El aspecto geográfico es vinculante en la movilidad humana y aún más en la actualidad de Covid-19, si bien se van generando expectativas de recuperar un pleno disfrute de las actividades turísticas, por el momento las pernoctaciones han disminuido considerablemente. El concepto de turismo de proximidad crea polémicas, “este concepto genera controversia, ya que cuestiona las bases mismas del turismo: la ruptura con la esfera cotidiana y la necesidad de pernoctación” (Díaz-Soria 2014).

En el caso del Ecuador, la nueva demanda presenta características particulares, según el Mintur (2020), “antes y bajo la nueva normalidad, la compañía de preferencia para viajes es la familia íntima, la familia un poco más extendida y los amigos. La seguridad y la menor exposición al virus siguen siendo factores importantes a considerar al momento de viajar”. El 71% de la muestra tomada del estudio determinó que viajará en compañía de familiares y amigos. Es imprescindible mencionar que, cuando se vaya normalizando la movilidad humana, los destinos turísticos preferidos serán los ubicados en la



región costa; sin embargo, los recorridos que se han realizado en tiempos de pandemia, han sido a zonas rurales cercanas a las principales ciudades. Este último hábito se podrá mantener; debido a la oportunidad que tuvieron los visitantes de consumir servicios turísticos en zonas naturales y el crecimiento de nuevas tendencias mundiales post pandemia.

“El turismo interno es el que más recursos económicos genera dentro del país, que se refleja en una masiva movilización de turistas por todo el Ecuador, permite con esto redistribuir los recursos económicos en todos los sectores turísticos. Son los fines de semana y especialmente los feriados, los utilizados por los ecuatorianos para poder viajar por el país” (Garrido et al. 2021). A más de estas condiciones, los viajeros están cambiando la manera de planificar sus viajes, lo esencial ahora es el aprendizaje de las medidas de bioseguridad, el aumento de las reservas turísticas y las prácticas turísticas de proximidad. Los grandes flujos de viajeros al exterior tardarán todavía un tiempo y para ello los grupos jóvenes tomarán la iniciativa (Smart Travel 2020).

La nueva demanda nacional tiene una predilección por viajar hacia la costa ecuatoriana, 4 de cada 10 prefieren la visita hacia las playas, 3 de cada 10 eligen recorridos por parajes rurales de la sierra, a 1 de cada 10 le gusta las prácticas turísticas en la Amazonía y a 2 de cada 10 les es indiferente el lugar de visita, mientras sean destinos bioseguros. El 40% de los turistas tendrían estancias de al menos una noche; el 33% pernoctaría entre 2 y 3 noches; el 9% tomaría una estancia más larga de más de 4 noches; y el 18% viajaría de ida por vuelta (excursión) a sitios cercanos del radio de su residencia (Mintur 2020).

El turista ha incrementado la búsqueda de servicios por internet, en especial el que reside en el área urbana. La crisis de la pandemia ha convertido a las personas en más indagadoras, y en muchos casos genera contenidos o comparte información de sus gustos y preferencias por los amplios canales de las redes sociales, según la Organización Panamericana de la Salud [OPS] (2020), que considera que “si antes de las medidas de aislamiento social era común observar a las personas en cualquier momento con su atención enfocada en la pantalla de sus *smartphones*, desde el inicio del aislamiento este hábito aumentó considerablemente”. El nuevo turista es un gran inter-



nauta, o al menos maneja de mejor manera la tecnología en segmentos de edades más avanzadas, eso hace que la toma de decisiones para su movilidad sea motivada por comentarios y por la visualización de contenidos creados para los diferentes targets de mercado.

#### 4. *Discusión y conclusiones*

Los subsectores del turismo ecuatoriano han presentado diversos comportamientos: mientras alimentos y bebidas es el de mayor impacto negativo, sorprende que el número de empresas registradas en alojamiento, centros de turismo comunitario y operación e intermediación turística se hayan incrementado. Pese a que el sector alimentos y bebidas fue el que primero que obtuvo protocolos de bioseguridad y se adaptó a un nuevo modelo de servicio, es indudable que la baja en la demanda ocasionó muchas pérdidas y cierres de las empresas urbanas registradas en este rubro.

El turismo urbano en Ecuador atraviesa una crisis sin precedentes, no sólo por la pandemia, sino por la falta de efectividad de las medidas y políticas de reactivación. A esto se suma un año electoral, que aumenta la incertidumbre sobre su futuro pese a que los candidatos han coincidido en anunciar medidas de ayuda. Un gran porcentaje de empresas han cerrado o están en la duda de reactivarse, especialmente el segmento urbano de bares, discotecas, eventos, agencias operadoras y alojamientos. Los repuntes han sido escasos y muy puntuales, especialmente alrededor de feriados nacionales, pero las adversidades en la gestión de los temas de salud han retrocedido todos los permisos operacionales alcanzados. Todo esto pese a que el sector cuenta con protocolos de bioseguridad y el país (junto con varias ciudades) tiene el sello de *Safe Travel* de la *World Travel and Tourism Council*. La incertidumbre continúa como el único factor que podría definir el futuro de las empresas turísticas del país en el entorno urbano.

En lo que se refiere al empleo, el turismo definitivamente fue uno de los sectores más golpeados en Ecuador, los índices para el mes de diciembre retrocedieron al turismo treinta años. Dentro de los sectores que componen esta actividad en Ecuador, la operación y el transporte turístico fueron los más golpeados, debido a que desde el inicio del confinamiento no tuvieron la oportunidad ni las condiciones para siquiera adaptarse como los restaurantes, por



ejemplo, a un nuevo modelo de oferta. Esta experiencia así mismo desnudó claramente las debilidades del estado en materia turística: un Ministerio del ramo que no fue parte de la ayuda a los establecimientos turísticos, que no gestionó créditos blandos para los prestadores de servicios y que además evidenció una nula capacidad de respuesta ante este tipo de emergencias ha dejado serias dudas en su accionar dentro de la superestructura del turismo ecuatoriano.

La nueva demanda del turismo estará más preparada para la planificación del viaje; es por ello, que los actores clave del territorio receptor deben fortalecer a las prestaciones funcionales y simbólicas, aún más en el escenario de Covid-19. Las concentraciones en los principales atractivos turísticos de las ciudades dependerán de la evolución de la pandemia y de las restricciones locales. La tendencia del turismo de proximidad se ha incrementado, así que las zonas periféricas de las metrópolis y áreas rurales tendrán mayores oportunidades de recibir flujos turísticos. Ecuador ha incrementado los viajes internos, siendo las ciudades las emisoras de flujos turísticos; mientras tanto que la ruralidad va incrementando la llegada de visitantes. La decisión de viaje en la nueva demanda, está dada también por los protocolos de bioseguridad, si bien las pernoctaciones han disminuido, se observa el aumento de las preferencias hacia parajes rurales principalmente en compañía de grupos familiares y amigos; pero aún se mantiene el pensamiento de viajar hacia las zonas costeras del país, que habitualmente es uno de los escenarios masificadores del turismo.

Esta investigación ha sido la primera en obtener datos reales acerca del impacto del Covid-19 en el sector privado del turismo ecuatoriano, con base en herramientas metodológicas validadas para Ecuador y en especial para las áreas urbanas. Además, este estudio se apoya fuertemente en trabajos que los autores realizaron desde el segundo mes de confinamiento en Ecuador, con un seguimiento mensual hasta el mes de diciembre, por lo que los datos han tenido un tratamiento detallado y minucioso. Así mismo, el documento puede ser un aporte para el mismo sector privado, que a través de los gremios turísticos puede tener información más detallada de los sectores que necesitan un especial tratamiento de acuerdo al impacto que tuvieron durante el 2020.





Sin embargo, la investigación también encontró limitaciones, especialmente en la recolección de datos de áreas urbanas localizadas en la Amazonía ecuatoriana. El trabajo abre nuevas posibilidades de profundizar y complementar este estudio con una investigación en las zonas rurales, consideradas satélites de las zonas urbanas y que dependen en buena parte de los flujos de estas últimas, lo que permitiría tener una visión más clara sobre un impacto regional.

## Referencias

- Canalis, X. (06 de mayo de 2009). Turismo de proximidad, una tendencia coyuntural que plantea un conflicto de intereses. Hosteltur. [https://www.hosteltur.com/60622\\_turismo-proximidad-tendencia-coyuntural-plantea-conflicto-intereses.html](https://www.hosteltur.com/60622_turismo-proximidad-tendencia-coyuntural-plantea-conflicto-intereses.html)
- Díaz-Soria, I. (noviembre, 2014). El turismo de proximidad: una nueva perspectiva de la movilidad turística. [Presentación de paper]. XIII Congreso ACEDIT, Benidorm, España. <https://aecit.org/el-turismo-de-proximidad-una-nueva-perspectiva-de-la-movilidad-turis/congress-papers/26/>
- Garrido, C. Cabanilla, E. Molina, E. Villagrán, P. (2021). Impacto del COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano. Antecedentes, efectos, reflexiones y propuestas de recuperación. Universidad Internacional del Ecuador. Quito.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020). Consolidado turístico nacional. Quito. MINTUR
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020b). Estudio del comportamiento del turismo nacional en el escenario COVID 19. Quito. MINTUR
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020c). Plan de Reactivación Turística. Quito. MINTUR.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2020d). Políticas de Reactivación del Turismo en el Ecuador. Quito. MINTUR.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). (2021). Revista Panorama Turístico. Cuarta Edición, Feb. 2021. Quito. MINTUR
- Olcina J. (2020). Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y lo próximo; en Simancas Cruz M., Hernández Martín M. y Padrón Fumero N. (Coord.) Turismo pos – COVID – 19. Reflexiones, Retos y Oportunidades.



- Organización Mundial del Turismo (2019). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2019. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Organización Mundial del Turismo (2020a). El turismo mundial sigue paralizado mientras el 100% de los países imponen restricciones a los viajes. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-turismo-mundial-sigue-paralizado-mientras-el-100-de-los-paises-imponen-restricciones-a-los-viajes>
- Organización Mundial del Turismo (2020b). Covid – 19 y Turismo. 2020: análisis del año. OMT.
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2020). Las redes sociales y COVID-19: la contribución de BIREME. OPS. [https://www.paho.org/bireme/index.php?option=com\\_content&view=article&id=479:redes-sociais-e-covid-19-a-contribuicao-da-bireme&Itemid=183&lang=es](https://www.paho.org/bireme/index.php?option=com_content&view=article&id=479:redes-sociais-e-covid-19-a-contribuicao-da-bireme&Itemid=183&lang=es)
- Smart Travel. (2020). Observatur: 10 grandes tendencias en el escenario post COVID-19. Smart Travel. <https://www.smarttravel.news/observatur-10-grandes-tendencias-escenario-post-covid-19/>

**extramurs**





Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Recio Saucedo, S. R. (2021). La práctica del *paste up* en la resignificación de la identidad de las mujeres de Ciudad Juárez. *Kult-ur*, 8(15). <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.6>

## LA PRÁCTICA DEL *PASTE UP* EN LA RESIGNIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LAS MUJERES DE CIUDAD JUÁREZ

*The practice of paste up in the redefinition of the identity of the women of  
Ciudad Juárez*

**Sergio Raúl Recio Saucedo**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

[sergio.recio@uacj.mx](mailto:sergio.recio@uacj.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-3959-1392>

**RESUMEN:** En el artículo se aborda a tres colectivas del *street art* de Ciudad Juárez ubicadas temporalmente en momentos distintos, pero involucradas en la resignificación de la identidad de las mujeres fronterizas. Las agrupaciones intervinieron la infraestructura urbana para cuestionar gráficamente las ideas de feminidad impuestas por las instituciones políticas. Ello fue posible debido a los contenidos discursivos de las piezas de esténcil o *paste up* que colocaron en las calles donde se observan composiciones que transfiguran a las mujeres en personas fuertes e indignadas del contexto social.

**PALABRAS CLAVE:** *paste up*, resignificación, mujeres, street art, frontera.

**RESUM:** En l'article s'aborda a tres col·lectives del *street art* de Ciutat Juárez situades temporalment en moments diferents, però involucrades en la resignificació de la identitat de les dones frontereres. Les agrupacions van intervindre la infraestructura urbana per a qüestionar gràficament les idees de feminitat imposades per les institucions polítiques. Això va ser possible a causa dels continguts discursius de les peces d'estergit o *paste up* que van col·locar als carrers on s'observen composicions que transfiguren a les dones en persones fortes i indignades del context social.

**PARAULES CLAU:** *paste up*, resignificació, dones, *street art*, frontera.



**ABSTRACT:** The article addresses three street art collectives from Ciudad Juárez temporarily located at different times, but, involved in the redefinition of the identity of border women. The groups intervened in the urban infrastructure to graphically question the ideas of femininity imposed by political institutions. This was possible due to the discursive contents of the stencil or paste-up pieces that were placed in the streets where compositions that transfigure women into strong and outraged people from the social context are observed.

**KEYWORDS:** paste up, resignification, women, street art, border.

El concepto de mujer posee una serie de ideas de carácter histórico, cultural y social que explican de manera empírica, arbitraria y ambigua las características que describen física y psicológicamente a la figura femenina dentro de las sociedades. Ello es resultado del sistema patriarcal que se ha encargado de la creación de diferentes modelos de feminidad con el propósito de representar homogéneamente a las mujeres y negar las singularidades que las diferencian y las identifican. La imposición terminológica ha ocasionado formas de interacción peyorativas entre los géneros que obligan al ámbito femenino al cumplimiento de designios socioculturales. Sin embargo, existen grupos de mujeres que cuestionan de distintas maneras los roles tradicionales con la finalidad de *superarlos* y proponer nuevas concepciones del término *mujeres*.

Bajo este contexto, en el artículo se analiza la práctica del *street art* de las mujeres de Ciudad Juárez dentro de los procesos gráficos que buscan la resignificación de la identidad de las mujeres fronterizas. Para ello, el texto se divide en cuatro subtemas; el primero, consiste en la explicación de los modelos de feminidad que han sido impuestos a las mujeres por los sistemas políticos de la localidad. En los apartados restantes se aborda tres momentos de la historia del *street art* de la urbe en los que se evidencian esfuerzos de las *street artists* para cambiar la concepción de las mujeres mediante la realización de piezas de estencils, *stickers* y *paste up*.



## La construcción cultural del género

La identidad de las mujeres se encuentra restringida por parámetros de tipo cultural e histórico, los cuales han sido analizados por diferentes perspectivas teóricas como el feminismo y los estudios de género para la desmitificación de las ideas androcéntricas. Además, la normalización ha sido *cuestionada* por grupos sociales que no concuerdan con los rasgos físicos y simbólicos de identificación que se les han impuesto. Por lo que las mujeres han enfrentado firmemente el arraigo estructural que domina la concepción femenina en las sociedades. *De ello se desprende un interrogante: cuál ha sido el modelo de identidad femenina al interior de Ciudad Juárez que han aprobado y promovido las distintas administraciones políticas.* Para dar respuesta a la pregunta se explican los feminicidios a partir de las ideas de Judith Butler (2007) para *rebatir* las bases tradicionales que promulgan un orden natural entre los géneros y posibilitan la subversión *identitaria* en la localidad.

En este sentido, Judith Butler (2007) en el libro *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, explica que la categoría *mujeres* es una construcción de los sistemas políticos para la regulación de sus comportamientos y sus interacciones sociales en las sociedades. Ello implica la definición jurídica de las diferentes cualidades físicas y culturales que caracterizan la identidad de las mujeres para el otorgamiento de un estatus de persona ante las leyes, lo cual se materializa en el género. Además, señala que las estructuras jurídicas son las que les conceden una representatividad a las mujeres, pero únicamente si el sujeto cumple con el modelo femenino propuesto para ellas. Esto las coloca en una posición de desventaja respecto a los hombres porque las obliga al sostenimiento de relaciones basadas en el poder que derivan en la subordinación de sus personas.

Asimismo, Butler (2007) plantea la continuación de dinámicas asimétricas dentro de las sociedades a pesar de las leyes que han otorgado igualdad jurídica a los hombres y a las mujeres. La desigualdad se refleja principalmente en el plano civil dado que es el lugar donde se personifican y se reproducen los estereotipos de género que ocasionan interacciones irregulares en detrimento de las mujeres. Ello es arropado por el ámbito legislativo porque se desentiende y al mismo tiempo ampara los comportamientos machistas de la figura masculina que apelan a una superioridad. Es decir, la inequidad de



género se desarrolla por la existencia de un desfase entre los planos jurídicos y civiles en los que se sitúan las personas para la convivencia cotidiana.

En Ciudad Juárez el desfase se materializa con la penetración del sistema patriarcal y capitalista en los procesos de configuración de la identidad de las mujeres al decidir sobre los elementos identitarios que definen socialmente la personalidad de las mujeres en la frontera. Ello significa que las estructuras políticas han sido las encargadas de la construcción conceptual de los comportamientos, sentimientos e ideales que poseen la figura femenina en la localidad debido a los intereses y desintereses que tienen los actores falocéntricos respecto a la situación de las mujeres en la sociedad. Es decir, los «sujetos regulados por esas estructuras, en virtud de que están sujetos a ellas, se constituyen, se definen y se reproducen de acuerdo con las imposiciones de dichas estructuras» (Butler, 2007).

La identidad de las mujeres en Ciudad Juárez se ha configurado por la problemática de los feminicidios que las afecta desde 1993, año en el que se *comenzaron* a registrar oficialmente los asesinatos. Las acciones feminicidas se han realizado con la permisividad de las autoridades al amparar a los delincuentes, ya sea por la ineficiencia o por la adulteración de los sistemas políticos que gobiernan a la urbe fronteriza. Ello las transfigura en las *muertas* y *las sobrevivientes* porque se vulneraron las garantías individuales de la figura femenina convirtiéndolas «en mujeres invisibles, sustituibles, indiscernibles, genéricas, condición que permite que desaparezcan o sean asesinadas frente a la indiferencia institucional. Son mujeres colocadas en categorías residuales, excedentes, indeseables o superfluas» (Valenzuela, 2013).

Por lo tanto, el sistema político de Ciudad Juárez ha creado dos opciones de identificación femenina en *las cuales* deben encajar las mujeres: por un lado, están las *muertas*; por otro, se encuentran las *sobrevivientes*. Los modelos de feminidad fronteriza son resultado de una serie de prejuicios de género que han pretendido definir los comportamientos de la figura femenina. Por ejemplo, las administraciones han señalado a las mujeres como las culpables de los feminicidios, ya que respondieron con «actitudes machistas, justificando sistemáticamente los hechos con una batería de falsos argumentos en cuyas raíces se asientan estereotipos misóginos» (Juárez, 2015). Es decir, indicaron que la vestimenta provocativa, el tránsito nocturno, la asis-





tencia a bares y la actividad laboral las convertía en prostitutas y por eso las asesinaban. Entonces, se deduce que las autoridades buscan la reproducción tradicional de la identidad de la mujer al quererlas obedientes, sumisas y dedicadas al hogar.

Sin embargo, las mujeres que cumplen con los roles tradicionales de género también son víctimas de la misoginia social al sufrir un ambiente hostil y violento que las discrimina al carecer de estrategias adecuadas que brinden diversos apoyos. Por ejemplo, padecen de violencia intrafamiliar, laboral, sexual, escolar, así como violencia de pareja y acoso callejero. Ello se materializa en datos sobre la violencia contra las mujeres presentados por «la regidora María del Rosario Valadez, quien también forma parte de la Comisión, informó que Seguridad Pública recibió 7 mil 281 denuncias por violencia familiar, mientras que en 2019 fueron cerca de 6 mil 745 casos, de enero a marzo» (Sánchez, 2020). Además, se contabilizaron un total de 124 asesinatos de mujeres en la urbe fronteriza entre los meses de enero a agosto del año 2020 (Villalpando y Manzo, 2020).

Por lo tanto, las opciones de feminidad en Ciudad Juárez se han configurado para el reconocimiento de las acciones jurídicas que supuestamente protegen a las mujeres en casos de violencia, pero la excluyen de los procesos políticos al no cumplir cabalmente con los rasgos identitarios que se les asignaron para su actuación dentro de la sociedad. En palabras de Butler (2007), «la construcción política del sujeto se realiza con algunos objetivos legitimadores y excluyentes, y estas operaciones políticas se esconden y naturalizan mediante un análisis político en el que se basan las estructuras jurídicas» (Butler, 2007). Es decir, las administraciones niegan la representatividad a las muertas porque no asumieron los atributos que les asignaron. Mientras que a las sobrevivientes se les representa de manera parcial al permitir el uso de violencia en contra de sus cuerpos.

Los sistemas políticos de Ciudad Juárez han participado en la prolongación de los paradigmas naturales de la identidad femenina con el propósito de controlar los cuerpos y mentes de las mujeres al despojarlas de las capacidades intelectuales y centrarlas en los roles tradicionales. Bajo esta idea, el ámbito jurídico busca el reforzamiento de lo natural para conseguir la aceptación incondicional de los designios que la naturaleza ha señalado como



propio, exclusivo y perteneciente a las mujeres. Es decir, se desarrolla un proceso de regulación jurídica de los comportamientos y las acciones de los sujetos femeninos para legitimar las formas de discriminación social que convierten al hombre en un ente dominante.

Sin embargo, el orden natural es cuestionado por Butler (2007) al plantear la desnaturalización de los géneros como estrategia para la terminación de las dinámicas falocéntricas que han permeado en las sociedades. Para ello propone la deconstrucción de las estructuras binarias de los sexos mediante «una coalición abierta que creará identidades que alternadamente se instauren y se abandonen en función de los objetivos del momento; se tratará de un conjunto abierto que permita múltiples coincidencias y discrepancias sin obediencia a un *telos* normativo de definición cerrada» (Butler, 2007). Es decir, busca acabar con los significados culturales que marcan a los cuerpos, ya que no son ideas lógicas que describan las identidades de las *personas*; más bien, son modelos sociales basados en nociones reglamentarias que pretenden la continuación de dinámicas diferenciales entre los géneros.

Asimismo, Judith Butler (2007) contradice la concepción natural de los géneros al mencionar que la «ley produce y posteriormente esconde la noción de “un sujeto anterior a la ley” para apelar a esa formación discursiva como una premisa fundacional naturalizada que posteriormente legitima la hegemonía reguladora de esa misma ley» (Butler, 2007). Ello implica que no existe nada natural, *ya que* los objetos o los individuos han sido intervenidos física o simbólicamente por fuerzas de poder, las cuales terminan otorgando versiones impositivas de los entes según sus intereses. Por ejemplo, la categoría *mujer* es resultado de las necesidades patriarcales debido a que se le confirieron una serie de significados que sirven para la identificación de las personas y la creación de lazos paternales y proteccionistas desde el ámbito masculino al femenino.

Por lo tanto, las concepciones de *muertas* y *sobrevivientes* no son identidades naturales para las mujeres en la frontera al ser resultado de las prácticas políticas ineficientes que encubren a los agresores dentro de Ciudad Juárez. Son opciones falocéntricas que no representan la diversidad de paradigmas de mujeres que existen en la sociedad juarense porque la categoría *mujer* no se limita a las mujeres asesinadas y las supervivientes que cumplieron o no con



los roles de género. Por lo que han surgido diferentes grupos activistas femeninos pertenecientes al *street art* y muralismo urbano que han desarrollado distintas acciones contestatarias y gráficas para la subversión de la identidad femenina de la urbe fronteriza.

### **Coral Simón en el *street art*: el comienzo de la subversión identitaria femenina**

Las concepciones sobre las mujeres que existen dentro de Ciudad Juárez se relacionan directamente con la problemática de los feminicidios dado que las ha transfigurado mediática y políticamente como *las muertas y las sobrevivientes* de Juárez despojándolas de su individualidad. Ello permite el planteamiento de *un interrogante: de qué manera las street artist han cuestionado dentro de sus propuestas gráficas los modelos tradicionales de la identidad femenina de Ciudad Juárez*. Un primer acercamiento a la respuesta se encuentra en la figura de Coral Simón, integrante del Colectivo RESIZTE, quien participó activamente en el movimiento del *street art* durante los años del 2003 al 2007 mediante su activismo gráfico en la localidad.

En el año 2003 Coral Simón estudiaba la licenciatura de Diseño Gráfico dentro de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez cuando conoció una convocatoria para la conformación de un colectivo destinado a la creación y la publicación de piezas gráficas de *street art*. Ello le interesó por dos motivos, el primero, se asoció con la posibilidad de difundir sus trabajos artísticos en un fanzine impreso elaborado de manera grupal. El segundo, se vinculó con la representación y la reproducción callejera de iconos de la imaginería popular mexicana como *Don Ramón, Tin Tan, Loco Valdez, Chabelo, Chavo del 8, El Santo*, entre otros.

La idea del colectivo se concretó en la cuarta reunión, la cual se realizó el miércoles 29 de octubre de 2003 en el taller de Jorge Pérez ubicado entre las calles Morelos y Michoacán de la colonia Salvarcar. Ahí se configuró el grupo Maskara 656, pero renombrado como RESIZTE por los jóvenes. La agrupación se conformó por Coral Simón, Lizet Monclova, Jorge Pérez —Yorch—, Víctor Gallardo García —Mitín—, Gustavo Amado —Tavo—, Jonathan Hernández, Baltasar —Balta—, José Luis Alvarado —Seck—,



Ricardo Hernández Cisneros —Zeklos— y David Flores Rivera —Mamboska.

Coral Simón menciona que el colectivo comenzó comprometido con el contexto social de Ciudad Juárez, específicamente cuestionaban la problemática de los feminicidios, ya que en 2003 *sumaron* 280 asesinatos de mujeres. Dicho compromiso se reflejó en la elaboración de diferentes acciones gráficas como la campaña de «**Alto al Mujercidio**», en la que se intervinieron los señalamientos de ALTO con esténciles. Asimismo, emplearon plantillas para pintar distintos diseños en contra de la violencia *hacia* la mujer. Además, crearon carteles y *stickers* con el propósito de apoyar manifestaciones a favor como la relacionada con el Día Internacional de la Mujer, a la que asistieron por invitación de Christian Cárdenas, estudiante de Artes Visuales.

Coral Simón comenta que la manifestación a favor del 8 de marzo del año 2004 fue resultado de experiencias de abuso, la búsqueda de igualdad entre los géneros y el cuestionamiento de los feminicidios. La marcha comenzó en el Puente Al Revés y concluyó en la Plaza de Armas del centro histórico de la localidad. La participación le supuso convertirse en una figura de lideresa al ofrecer el discurso de clausura sobre la situación de las mujeres en la sociedad, discurso con el que pretendía concientizarlas respecto a las violencias y a procesos de resistencia y empoderamiento social. Con su *mensaje* aspiraba a contribuir en el desarrollo de consciencias críticas entre hombres y mujeres para la configuración de una sociedad justa donde se favorezcan las dinámicas equitativas y se eliminen los actos violentos hacia la figura femenina.

La pertenencia al colectivo y el apoyo a la manifestación reforzaron la conciencia crítica de Coral Simón al visualizar las desigualdades sociales que sufren las mujeres en la sociedad. Desigualdades que observó en la problemática de los feminicidios, que ha vulnerado la integridad física de las mujeres y ha condicionado su movilidad, lo cual obligó a las integrantes del colectivo al desarrollo de estrategias de protección femenina como dinámicas de acompañamiento que servían para que ellas salieran a las calles para la elaboración de esténciles. Además, le permitió la identificación de diferentes experiencias de acoso escolar, laboral y callejero que dificultaron la permanencia y la realización de actividades dentro de espacios cerrados y abiertos.



Esto creó una actitud de resguardo que buscaba defenderse de los ataques físicos o verbales que llegaron a recibir de hombres en el espacio público.

Las experiencias ocasionaron en Coral Simón una doble concepción sobre el significado de *mujer* en Ciudad Juárez en los primeros años del nuevo milenio. Por un lado, se encuentra la imagen mediática que proyecta cierta capacidad emancipatoria para la toma de decisiones que posibilitan una actuación desinhibida de las mujeres en la sociedad, lo cual se materializa en la independencia económica al ser trabajadora, estudiante o profesionista. Por otro lado, está la noción realista que se vincula con las violencias que afectan a las mujeres de manera cotidiana en la frontera convirtiéndolas en estadísticas debido a la falta de esclarecimiento de los casos violentos. Este anonimato estadístico las despoja de sus identidades para transformarlas en carpetas archivadas y en personas expuestas a las dinámicas misóginas al no existir estrategias de seguridad pública que consoliden los derechos humanos de las mujeres.

Bueno, pues hay una dualidad en el significado, puede ser un concepto muy dulce ¿verdad? Ser mujer, muy romántico ser mujer en Ciudad Juárez, la mujer obrera, la mujer trabajadora, por ser una ciudad pues urbana la mayoría de las mujeres salen adelante, cumplen varios roles, son liberales, en aquel entonces. O sea, si te vas a otro lugar no es la misma situación de la mujer, aquí hay más apertura, más confianza en ellas mismas. Ese sería un concepto dulzón, romántico. Pero, está el otro lado, en esa época 90, 91, ya se empezaba a descubrir las osamentas y 93 ya estaba todo destapado, entonces ser mujer en esa época es sinónimo de miedo, de injusticia y como de invisibilidad, así me sentía en esa época, invisible. (C. Simón en conversación con el autor, 26 de septiembre de 2020)

Las concepciones identitarias implican una regulación social de los cuerpos de las mujeres en la sociedad al simular la libertad que poseen en la elección de los atributos de identificación cultural, puesto que son imposiciones que niegan la autonomía para sobreponer los ideales femeninos de carácter patriarcal. A fin de cuentas, «la “coherencia” y la “continuidad” de “la persona” no son rasgos lógicos o analíticos de la calidad de persona sino, más bien, normas de inteligibilidad socialmente instauradas y mantenidas» (Butler, 2007, 74) para el sostenimiento de los discursos unilaterales de lo



masculino que buscan construir formas de reconocimiento femenino en beneficio de los hombres.

Sin embargo, Coral Simón no aceptó las formas de identificación tradicional al reconocerse como una mujer sorora que apoyaba a las demás mujeres que se encontraban en situaciones de acoso sexual, lo cual le supuso enfrentarse a los agresores para la terminación de los actos violentos. Además, se transformó en una persona propositiva al interior del colectivo debido al planteamiento de ideas que servían para la resolución de problemas de representación gráfica. La actitud subversiva se reflejó en su quehacer artístico donde cuestionaba la uniformación identitaria de las mujeres dentro de la industria maquiladora, ya que creaba en serie a personas, lo cual funcionaba para la invisibilización de la diversidad de identidades de mujeres en la frontera. Es decir, no posibilitaba la diferencia de personalidades en la localidad.

En la figura 1, se observan elementos gráficos sobre la estructura de una consola comercial de *videojuegos*, los cuales sirven para evidenciar la actitud crítica de Coral Simón respecto al papel homogeneizador que posee la industria maquiladora en las habitantes de Ciudad Juárez. Ello fue materializado con tres ideas, la primera se refiere a la palabra «MAQUINITA» a la cual le sobrepusieron la letra L *encima* de la N. El segundo, se asocia con el código de barras que se pintó en la pantalla, y, el tercero, se vincula con la imagen de la mujer en el costado del aparato. El significado que se desprende de la pieza artística se relaciona con el aspecto lúdico en el que se convierten las personas para la industria porque la consola representa *la repetición y la seriación de acciones y de individuos* en la sociedad afectando la existencia de la diversidad identitaria entre las mujeres.



**Figura 1. Autora Coral Simón. Intervención de consola de videojuego con estencils que cuestiona a la industria maquiladora. Fotografía proporcionada por Coral Simón.**

Por lo tanto, Coral Simón pensaba que la identidad de las mujeres debía «ser real como se pueda, tan natural como se quiera» (C. Simón en conversación con el autor, 22 de octubre de 2020) sin condicionamientos históricos que las limitan socialmente. Se interpreta que Coral concebía a las mujeres a partir de la desinhibición de la personalidad acercándola a lo natural, pero despojándola de las cargas culturales que envuelven al cuerpo con significados que sirven para clasificar a las personas dentro de los géneros. Esto es «destruir la categoría de sexo sería destruir un atributo, el sexo, que a través de un gesto misógino de sinécdoque ha ocupado el lugar de la persona, el cogito autodeterminante» (Butler, 2007).





## El Colectivo Morada en la resignificación de la identidad de la mujer

La identidad de las mujeres es una temática que ha preocupado a distintas agrupaciones del ámbito femenino dentro de Ciudad Juárez debido a la existencia de concepciones marginales que les niegan el acceso equitativo a las garantías individuales, lo cual ha **crystalizado** en procesos de exclusión social. La inquietud las ha llevado al cuestionamiento de las nociones que apelan por principios identitarios homogéneos y permanentes en el tiempo que no permiten la diversidad. Es el caso del colectivo Morada quien se interesó por la situación desigual de la figura femenina en la sociedad fronteriza durante los años del 2009 al 2012.

El contexto social de Ciudad Juárez durante el año 2009 se caracterizó, en primer lugar, por la problemática de los feminicidios al alcanzar la cifra de 792 asesinatos de mujeres. En segundo lugar, se distinguió por la violencia extrema que afectó a la sociedad en general porque la ciudadanía fue víctima de secuestros, extorsiones, homicidios, *carjacking*, *housejacking*, etc. Este conjunto de acciones delictivas violentas incidió en la pérdida de los espacios públicos, de fuentes de empleos, de la vida nocturna y en la creación de medidas de seguridad creadas por los habitantes de la frontera, como cerrar calles y cercar fraccionamientos.

Bajo ese contexto, Taycet Pang y Meilen Pang configuraron al colectivo Morada en el mes de marzo de 2009, al cual paulatinamente se incorporaron nuevas integrantes como Amanda Magallanes, Belén González, Pilar Olvera, Érica Carrillo, Marlene Acosta y Mariana Cruz —la Panter—. Todas ellas eran estudiantes o profesionistas de los programas de Diseño Gráfico, Trabajo Social y Psicología de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y de la Universidad de Texas en El Paso. La formación académica las condujo al movimiento del *street art* al poseer vínculos sociales que las llevaron a la práctica callejera mediante la creación de estencils, grafiti y muralismo.

El conocimiento de la escena callejera posibilitó el establecimiento de los objetivos de actuación, los cuales se asociaron con la búsqueda del mejoramiento gráfico de la imagen identitaria de las mujeres de la localidad para despojarlas de las representaciones negativas que las vinculaban con la pro-



blemática de los feminicidios. Además, tenían la necesidad de sobresalir en el movimiento del *street art* de Ciudad Juárez debido al dominio masculino que existía sobre la actividad callejera e *invisibilizaba* la participación de la figura femenina al otorgarles roles secundarios en los procesos de creación de piezas en las calles.

Los objetivos permitieron la realización de estencils sobre figuras de electrodomésticos, los *stencils* fueron acompañados con frases asociadas a la figura femenina como: «mujeres en lucha», «batallones femeninos», etc. Estos *mensajes buscaban* contradecir las identidades tradicionales de feminidad en la localidad mediante el establecimiento de una paradoja visual que otorgaba diferentes usos sociales y significados contrarios a los aparatos del hogar con el fin de convertirlos en herramientas simbólicas para los procesos de empoderamiento de las mujeres en la frontera.



**Figura 2.** Colectivo *Morada*. Ciudad Juárez, 2009. Fotografía proporcionada por Taycet Pang.

Las integrantes de *Morada* continuaron con la creación de piezas gráficas que buscaban subvertir las percepciones mediáticas sobre las mujeres

al representarlas como trabajadoras, estudiantes, artistas, profesionistas y activistas con el propósito de despojarlas paulatinamente de los estereotipos asociados con *las muertas* y *las desaparecidas* de Ciudad Juárez. Por lo tanto, las estructuras discursivas y figurativas de los estencils funcionaban como opciones identitarias que estuvieron destinadas a la creación de nuevas formas de identificación entre las mujeres. Es decir, la aparición callejera de piezas gráficas pretendía poner en duda las nociones reguladoras de la identidad mediante la presentación «cultural de esos seres con género “incoherente” o “discontinuo” que aparentemente son personas, pero que no se corresponden con las normas de género culturalmente inteligibles mediante las cuales se definen las personas» (Butler, 2007).



**Figura 3. Obra gráfica que realizó Morada para el evento *Baby Twens*. 2009.  
Fotografía proporcionada por Taycet Pang.**

La acción colectiva de Morada apelaba a la configuración de una nueva subjetividad que se construía a partir del desprendimiento del estereotipo de *muertas* y *desaparecidas*, para que se diera paso a la constitución de un nuevo actor que demandaba a las instituciones gubernamentales y a la sociedad en general que se le reconociera como mujeres y su derecho a la vida, así como «ser humano» y no como «objeto». Esto es que la constitución de la nueva subjetividad se materializa como un sujeto gráfico-político que asume una postura frente al problema que concierne al contexto en el que se desenvuelve.

Las integrantes de Morada plantearon con su producción gráfica la idea de revalorar a las mujeres al demandarle a los sistemas políticos y a la sociedad patriarcal una visibilidad de la heterogeneidad de identidades físicas y sim-



bólicas que configuran la identidad de las mujeres con la finalidad de que se reconociera las capacidades intelectuales que poseen. Los estencils otorgaron «grandes oportunidades para mostrar los límites y los propósitos reguladores de ese campo de inteligibilidad y, por tanto, para revelar —dentro de los límites mismos de esa matriz de inteligibilidad— otras matrices diferentes y subversivas de desorden de género» (Butler, 2007).

El colectivo Morada bosquejó nuevos imaginarios de equidad dirigidos a hombres y mujeres que partían del otorgamiento de herramientas defensivas y constructivas que le otorgaba poder, lo cual servía paralelamente para el planteamiento de *nuevos* interrogantes sobre el papel de la figura femenina dentro de la sociedad. Esta actividad significó una forma de sobreponer la cotidianidad y la diferencia en la imagen tradicional de la mujer, lo cual sirvió como estrategia destinada a la construcción de sentidos subversivos de la identidad. En palabras de Amanda Magallanes —integrante del grupo— «interesa romper con el esquema de la figura femenina que se encuentra situada sólo en la casa y crear un grupo de mujeres que se convierta en un punto de interés por su forma de actuar dentro del contexto social» (Amanda Magallanes, en conversación con el autor, 31 de julio de 2011).

### **Bravas en la reconstrucción de la identidad de las mujeres**

La violencia contra las mujeres en Ciudad Juárez se observa de diferentes maneras, por ejemplo, en los actos violentos dentro del hogar, el acoso callejero, laboral, sexual, así como violaciones, secuestros y asesinatos. Estas acciones, según Paola Gamboa (2019) han aumentado en las últimas décadas al sumar más de 1700 feminicidios desde 1993, lo cual se refleja en las denuncias de agresiones dirigidas a las mujeres. Parafraseando a Gamboa (2019) entre los años 2014 al 2016 se registraron alrededor de 200 denuncias, pero, para el año 2018 se contabilizaron 816 agresiones. Asimismo, en los primeros cinco meses del 2019 se han «denunciado ante la Fiscalía Especializada en Delitos de la Mujer 94 casos de violación y 64 de abuso sexual. [...] Durante este 2019 se han cometido 55 asesinatos contra mujeres, además que tanto violaciones, violencia física y feminicidios» (Gamboa, 2019).



Las violencias contra las mujeres en Ciudad Juárez se convirtieron en uno de los intereses que permitieron la configuración de la colectiva Bravas. Ello originó que el cuatro de diciembre del año 2018 comenzaran informalmente con sus actividades. Es decir, realizaron un taller de *paste up* exclusivo para mujeres, el cual fue impartido por Lovely dentro de la Casa Centro X 16, ubicada en el Centro Histórico de Ciudad Juárez. El taller supuso la conformación de un espacio destinado al aprendizaje de conocimientos artísticos, ya que se instruyó a las participantes en la creación en papel de ilustraciones, carteles y dibujos asociados a los intereses femeninos, los que posteriormente fueron pegados con engrudos sobre *el mobiliario urbano*. Además, implicó la puesta de los cimientos para la construcción de un entorno complementario orientado a la búsqueda de la adición femenina en los procesos contestatarios acerca de la situación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida social como en lo laboral, lo familiar, lo público y lo político.

El taller fue el primero de seis eventos que han realizado dentro de un periodo aproximado de dos años, empezando en diciembre de 2018 para cerrar con tres talleres efectuados los días 27 de septiembre, 4, 11 y 18 de octubre de 2020 sobre *paste up*, grafiti y muralismo respectivamente. En las actividades han participado diferentes mujeres como Amairani, Alicia, Majo, Nema, Andy, Kytzia, Verónica, Dulcinea, Vianey, Flak, Nayeli, Marcia, Marisol, Génesis, Mala, Poli, Lovely, entre otras. Sin embargo, la mayoría solamente asistió a las actividades gráficas, en las que aprendieron nuevos conocimientos, desarrollaron dinámicas de convivencia y crearon lazos sociales, los que funcionaron para convertirse en colaboradoras que apoyan al colectivo en proyectos muralísticos dentro de la ciudad.

La colectiva Bravas se configuró como agrupación el 18 de agosto de 2020 y se encuentra conformada por siete integrantes que tienen por nombre Nayeli, Marcia, Marisol, Génesis, Mala, Poli y Lovely. Ellas se distinguen por ser mujeres jóvenes que van desde los 23 hasta los 30 años de edad. Además, son estudiantes universitarias de los programas de Artes Visuales, Sociología y posgrado dentro de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Asimismo, son licenciadas en Psicología y en Diseño Gráfico, además, trabajan en estudios de tatuaje, hacen serigrafía e ilustraciones. Igualmente, algunas de las miembros son grafiteras, *street artist* y muralistas donde tienen alrededor



de seis años de experiencia. Por último, se identifican con diferentes formas de pensamiento como el feminismo, los estudios de género, el anarquismo.

Por lo tanto, la colectiva Bravas se asume como un grupo de arte callejero que posee una postura de carácter feminista y activista *al concordar* con las ideas de la igualdad social y jurídica entre los géneros, lo cual les implica adentrarse en procesos de búsqueda del reconocimiento de las capacidades y los derechos de las mujeres en la sociedad. Además, se erigieron con el propósito de desarrollar procesos de sororidad que terminen con el individualismo y centrarse en promover dinámicas de compañerismo para trabajar en el crecimiento intelectual y en el empoderamiento de la figura femenina de la ciudad fronteriza.

En el medio me ha tocado ver que existe mucha competitividad, entonces, nosotras estamos tratando de generar otro ambiente de desarrollo colectivo, más que nada eliminar ese rollo de la competitividad entre nosotras y explotar lo más que se pueda las capacidades de cada persona, sin hacer sentir menos y respetando sus ideas, no queriendo corregir, no sentirnos más ni menos, simplemente entre nosotras retroalimentamos lo que yo sé, se lo paso a ella y ella se lo pasa a ella y lo que ella sabe me lo pasa a mí y en lo que podamos apoyarnos más que nada para hacer un ambiente un poquito menos hostil para las mujeres más que nada. (Mala en conversación con el autor, 31 de julio del 2019)

En la dinámica de sororidad se observa el involucramiento de Bravas en los procesos de resignificación de la identidad de las mujeres al plantear diferentes formas de interacción basadas en la unidad y la diferencia cultural para el fortalecimiento de las capacidades intelectuales. Proponen la existencia de una figura femenina comprometida con las propias mujeres con el fin de instruir las, pero sobre todo orientarlas en la superación de los caminos laberínticos que obstaculizan la diversidad identitaria en beneficio de los sistemas patriarcales. Es decir, buscan mostrar distintas opciones de actuación y de ser en la sociedad fronteriza.

La idea de la diversidad le ha implicado a Bravas desprenderse de los modelos tradicionales que poseen las mujeres en Ciudad Juárez para convertirse en una figura *acorazada* con conocimientos y herramientas destinadas



a la terminación de las dinámicas violentas que las cosifican y permiten la perpetuación de la problemática de los feminicidios. Por tal motivo, actúan simultáneamente como personas libres y alertas a los peligros urbanos, con el fin de reflejar actitudes de confianza orientadas a la disminución de los riesgos de carácter social. Esto significa que sobreponen conductas enérgicas a los temores durante su andar cotidiano por la urbe y en el desarrollo de sus prácticas gráficas en las calles de la localidad.

La actitud enérgica es resultado de las experiencias que han vivido las integrantes de Bravas en torno al acoso callejero durante su estancia en los espacios públicos *donde* han sido víctimas de manera cotidiana de vituperios sobre sus cuerpos y sus vestimentas. Dicha *condición de acosadas* las ha llevado a armarse con objetos destinados a la defensa personal como táser, gas pimienta e instrumentos punzocortantes. Además, se debe a los ataques que reciben de los participantes de los movimientos del grafiti al desvalorar las acciones de enseñanza que realizan para la integración de mujeres al ámbito de la intervención gráfica de la infraestructura. Por lo tanto, son mujeres que hacen frente a las expresiones surgidas desde los sistemas patriarcales con el fin de luchar con las tradiciones machistas que se mantienen en la sociedad.

Andar bien trucha siempre, bien alerta y en guardia porque en lo personal yo sufro de acoso todos los días, cada vez que salgo a la calle es estar cuidándome de los carros, de los batos que me gritan cosas, de los batos que se me acercan, que me siguen, hombres todos, eh, y lo aclaro, porque creo necesario aclarar que el acoso viene por esa parte, pues sí, a cualquier hora del día, ni siquiera en plena luz del día una se siente segura de andar caminando en la calle, sin pensar que un carro la vaya a levantar, en realidad el andar cotidiano para mí no es placentero ni lo disfruto, es un estado de alerta constante. (Mala en conversación con el autor, 31 de julio de 2019)

Las ideas de Bravas también se reflejan en las propuestas de *paste up*, dado que emplean el *street art* para participar en la resignificación de la identidad de las mujeres de Ciudad Juárez mediante la colocación de mensajes gráficos en el mobiliario urbano. El *paste up* se ha convertido en una herramienta de carácter contestatario para la colectiva al funcionar como un



mecanismo de ruptura visual y contextual que muestra opiniones que buscan subvertir la normalización de la violencia feminicida en la urbe. Así pues, los carteles irrumpen en las estructuras ideológicas del sistema patriarcal para alterar el orden cultural con reclamos que exigen el acceso de las mujeres a los derechos que las posibilitan a poseer y a decidir sobre sus propios cuerpos y pensamientos. Por lo tanto, permiten la exhibición de las inconformidades de la figura femenina respecto a la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran dentro de la frontera.



Figura 4. Piezas realizadas por las integrantes de Bravas. Av. 16 de septiembre. Ciudad Juárez. Año 2020. Fotografía del autor.

Los *paste up* han sido elaborados con estilos gráficos que muestran el posicionamiento social de las integrantes de la colectiva al no continuar con los cánones tradicionales del arte y centrarse en el desarrollo de acabados

estéticos surgidos de la propia experimentación artística. Por ejemplo, en las piezas priorizan los mensajes sobre las técnicas de representación, ya que es una manera de construir conceptual y figurativamente obras distintivas de la figura femenina que las diferencian de las pintas elaboradas por los hombres. Es decir, no importan los acabados ni la representación realista de los objetos o personas, más bien, les interesa expresar ideas claras destinadas a la conclusión del sistema patriarcal, por lo que se observan carteles e ilustraciones compuestos por pinceladas agresivas que connotan la inconformidad acerca de la desigualdad de género.

Los *paste up* son estructurados por temáticas que hacen alusión a la figura femenina al ser el elemento discursivo y conceptual que posibilita la mostración tanto de diferentes aspectos de la vida de las mujeres como de las identidades dentro de la sociedad. Por lo que representan a mujeres fronterizas, indígenas, activistas, contestatarias, estudiantes, peatonas, cholas, migrantes. Además, pintan los rasgos físicos, pero, alejados de los estereotipos de belleza eurocentrista que excluyen a las mujeres que no cumplen con los cánones estéticos. La integración de la figura de las mujeres va acompañada de una crítica social que evidencia una actitud sobre la permanencia de actitudes retrógradas que incitan a la segregación social dentro de Ciudad Juárez.



**Figura 5.** *Paste up* de Bravas. Año 2020. Parque Borunda. Ciudad Juárez. Fotografía del autor.





En este sentido, Bravas propone con sus piezas de *paste up* nuevos modelos de identificación entre las mujeres basados en la diferencia **porque** apelan a la aceptación de la diversidad identitaria para terminar la concepción homogénea que ha impuesto el patriarcado a las mujeres. Las propuestas gráficas permiten la existencia de las identidades anuladas por el falocentrismo, ya que «plantean la posibilidad de una experiencia de género que no puede percibirse a través de la gramática sustancializadora y jerarquizadora de los sustantivos (res extensa) y los adjetivos (atributos, tanto esenciales como accidentales)» (Butler, 2007).

Las propuestas de *paste up* fueron configuradas como campos discursivos destinados a disociar las concepciones tradicionales de feminidad de los cuerpos de las mujeres con el fin de evidenciar la pluralidad de figuras, pensamientos y comportamientos que las conforman. Las piezas gráficas son objetos comunicacionales de saber y poder porque son instrumentos visuales contruidos desde el ámbito femenino y feminista. El carácter feminista *auxilia* en la instauración de sistemas políticos que permitan la presencia en la sociedad de sus capacidades y habilidades intelectuales en la constitución de nuevas formas de relacionarse socialmente.

En los *paste up* se observan diferentes representaciones de mujeres alejadas de la identidad tradicional. En primer lugar, se encuentra la figura femenina gallarda que refleja atributos de valor y determinación para comunicar el hartazgo que les provocan los sistemas políticos falocéntricos que gobiernan la vida en sociedad. Para ello han empleado elementos figurativos asociados con las mujeres, el fuego, los pasamontañas y animales, los cuales van acompañados de distintas frases como: **¡El caos es inevitable!**, ¡Va a arder! **¡Déjame kbrón!**, ¡Ni perdón ni olvido!... Las composiciones evidencian a una mujer aguerrida que tiene la necesidad de justicia mediante el quebrantamiento de las tradiciones legislativas y culturales para el establecimiento de nuevos cimientos que den oportunidad a la aparición de mujeres combativas.



**Figura 6.** Pieza de *paste up* resultado de un taller impartido por Bravas. Plaza Cervantina. Ciudad Juárez. Agosto de 2020. Fotografía del autor.

En segundo lugar, en los *paste up* se observa a mujeres orgullosas de sus cuerpos y sus capacidades intelectuales al representarlas individual y diversamente, ya que de cierta manera son *autoretratos* que exponen los procesos de auto-realización y aceptación, los cuales les permitieron alejarse de los estereotipos de género que las cosifican y sirven para el disfrute masculino. Las piezas se configuran de forma monosémica mediante la mezcla de elementos figurativos y textuales que buscan reclamar la corporalidad femenina como propia, puesto que colocaron frases como: ¡Mi cuerpo es mía!, ¡No soy para tu consumo Kbron! y ¡Bravas!...



**Figura 7.** *Paste up* de Mala, integrante de Bravas. Parque Extremo. Ciudad Juárez. Año 2020. Fotografía del autor.

En tercer lugar, las piezas gráficas evidencian la configuración de mujeres indignadas por el entorno de violencia que las afecta de manera cotidiana al representarlas en actitudes de cólera y tristeza, *actitudes* que connotan el mecanismo destinado a la actuación social, dado que expresan la inconformidad que les genera la problemática de los feminicidios. Por ejemplo, definen a Ciudad Juárez como una entidad feminicida que no permite vivir en su territorio por los asesinatos femeninos. Además, muestran el levantamiento de la voz para protestar activamente por la violencia contra las mujeres, lo que se ve reflejado en frases como: ¡Nunca más tendrán la comodidad de nuestro silencio!, ¡Nos sembraron miedo, nos crecieron alas!...



**Figura 8.** *Paste up* de Mala integrante de Bravas. Zona Centro de Ciudad Juárez. Año 2020. Fotografía del autor.

## Conclusiones

La presencia de Coral Simón, Morada y Bravas en las calles de Ciudad Juárez ha supuesto un esfuerzo no sólo simbólico, sino también gráfico y contestatario para *superar* las dinámicas patriarcales que están afectando a las mujeres desde el año 1993 debido a la problemática de los feminicidios. Ellas han representado figuras combativas que se niegan a aceptar la normalización de los procesos violentos que limitan a la figura femenina en la sociedad. Por lo tanto, se han apropiado de los espacios con el propósito de expresar su indignación en torno a los sistemas de representatividad que no permiten la auto-realización de las mujeres dado que implica personas autónomas.

Por lo tanto, se concluye que Coral Simón, Morada y Bravas no se han identificado con los modelos tradicionales que homogeneizan y convierten a las mujeres en objetos sexuales y domésticos presentando gráficamente





*en su lugar* diferentes opciones de ser mujer en la sociedad. Por ejemplo, promueven la diferencia identitaria, lo que posibilita la existencia de una diversidad de mujeres basadas en los contextos sociales a los que pertenecen. Es decir, hablan de figuras femeninas empoderadas, valientes, indignadas, pero sobre todo capaces y en busca de revertir los sistemas políticos que las oprimen.

## Referencias

- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós. [http://www.lauragonzalez.com/TC/El\\_genero\\_en\\_disputa\\_Butler.pdf](http://www.lauragonzalez.com/TC/El_genero_en_disputa_Butler.pdf)
- Gamboa, P. (29 de Mayo de 2019). Se disparan violaciones y abuso sexual contra mujeres y niños. *El Mexicano*. <https://www.elheraldodejuarez.com.mx/policiaca/se-disparan-violaciones-y-abuso-sexual-contra-mujeres-y-ninos-3688177.html>
- Juárez, R. J. (2015). *Estrategias y campañas de desinformación gubernamental y manipulación informativa en relación a los feminicidios y secuestros de mujeres y niñas en Ciudad Juárez entre 1993 y 2013*. Madrid : Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez, B. M. (27 de abril de 2020). Denunciaron 7 mil casos de violencia familiar en lo que va de 2020. *Puente libre*, pág. [http://puentelibre.mx/noticia/preocupacion\\_casos\\_violencia\\_domestica\\_ciudad\\_juarez\\_regidoras\\_reunion/](http://puentelibre.mx/noticia/preocupacion_casos_violencia_domestica_ciudad_juarez_regidoras_reunion/).
- Valenzuela, A. J. M. (2013). ¡Ni una más! ¿Traiciona al feminismo la lucha contra el feminicidio? En S. S. Cruz, *Vida, muerte y resistencia en Ciudad Juárez. Una aproximación desde la violencia, el género y la cultura* (págs. 221-250). México: El Colegio de la Frontera Norte, Juan Pablos Editor. [https://www.jstor.org/stable/j.ctv1gm02x8.7?seq=1#-metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/j.ctv1gm02x8.7?seq=1#-metadata_info_tab_contents)
- Villalpando, S. C. R. y Manzo, D. (6 de septiembre de 2020). Chihuahua: suman 212 feminicidios este año; la mayoría en Ciudad Juárez. *La Jornada*, pág. <https://www.jornada.com.mx/2020/09/06/estados/019n3est>.

## Entrevistas

Coral Simón, entrevistada el 26 de septiembre de 2020.

Mala, entrevistada el 31 de julio de 2019.



**stoa**







## EN PROFUNDITAT



1. La tercera edició de Rural Experimenta va començar amb la visita a Vilafranca. Imatge: Àngel Portolés.

### UNA MIRADA AL TALLER RURAL EXPERIMENTA 3 DES DE LA MEDIACIÓ

VICENT QUEROL, [vquerol@uji.es](mailto:vquerol@uji.es)  
ANABEL EJARQUE, [anabelejarque@gmail.com](mailto:anabelejarque@gmail.com)  
ÀNGEL PORTOLÉS, [aportole@uji.es](mailto:aportole@uji.es)

**R**ural Experimenta és una iniciativa en col·laboració entre el Ministeri de Cultura i Esport i Medialab Prado i consisteix en un taller per al disseny col·laboratiu de projectes d'experimentació i innovació en el medi rural.

Rural Experimenta recull l'essència dels laboratoris ciutadans de Medialab Prado i trasllada el focus al medi rural com a espai d'intercanvi i de creació compartida basada en la col·laboració i l'aprenentatge mutu. En la seua tercera edició, a les dos institucions organitzadores es van sumar, en la coordinació del taller, el Programa d'Extensió Universitària - PEU de la Universitat Jaume I juntament amb la Diputació de Castelló i la Fundació Carulla - Museu de la Vida Rural. Les seus que van allotjar el taller van ser Vilafranca (seu principal) i l'Espluga de Francolí (seu ampliada). L'experiència, connexions i coneixements del territori de l'equip de mediació compost per Vicent Querol i Anabel Ejarque van ser claus per connectar les persones que van constituir la comunitat Rural Experimenta 3.



## I. Rural Experimenta (Programa Cultura i Ruralidades)

“El repte de Rural Experimenta és seguir construint una comunitat d’experimentació i aprenentatge al voltant d’allò rural que es va iniciar a La Ponte i ha continuat de forma excel·lent a La Ortiga”<sup>1</sup>.

Rural Experimenta és una col·laboració entre el Ministeri de Cultura i Esports i Medialab Prado que compta, en cadascuna de les seues tres edicions realitzades fins a la data, amb el suport i coordinació temporal d’institucions i projectes vinculats amb el territori que allotja el taller.

La primera edició de Rural Experimenta va tenir lloc el 2019 a Villanueva de Santo Adrianu (Astúries) amb el suport de LaPonte - Eco-museu. En 2020, la segona edició es va traslladar a la Vall de Campoo (Cantàbria) i va comptar amb la col·laboració del govern autonòmic i el suport i coordinació de l’associació “La Ortiga Col·lectiva”. En aquesta edició, la situació de pandèmia com a conseqüència de la COVID-19 va fer que es plantegés un model virtual de treball de prototipatge.

En 2021, Rural Experimenta es va desplaçar a l’est peninsular i es va situar en dues localitzacions: Vilafranca com a seu principal (Castelló) i l’Espluga de Francolí com a seu ampliada (Tarragona). En aquesta tercera edició, el Programa d’Extensió Universitària - PEU de la Universitat Jaume I i la Fundació Carulla - Museu de la Vida Rural van assumir el repte de participar en la coordinació d’aquest procés juntament amb les institucions organitzadores principals i la col·laboració de l’Ajuntament de Vilafranca, la Diputació de Castelló i la Generalitat Valenciana.

Vilafranca, situada a la comarca dels Ports, a l’interior de Castelló i limitant amb Terol, compta amb un paisatge humanitzat caracteritzat per les construccions de pedra en sec, la tècnica és Patrimoni de la Humanitat. Vilafranca és un espai de trobada de frontera, amb una especial connexió a l’àmbit tècnic, associatiu i cultural amb la resta de la comarca i província. A més a més, ha estat Capital Cultural Valenciana durant 2019-2020. Per la seua banda, l’Espluga de Francolí està

1. García, M. (2021). “Infraestructuras que permiten la experimentación y la colaboración local y la cooperación a distancia” en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* nº132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Incera, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.18 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-medialab-prado-infraestructuras-experimentacion-colaboracion-rural-experimenta.pdf>

situada a la comarca de la Conca de Barberà, una comarca de l'interior de Tarragona exemple de mosaic mediterrani de cultiu del cereal, l'oli i el vi, de gran riquesa paisatgística i cultural que perd pes demogràfic i busca en la innovació en clau de sostenibilitat seu eix de futur. El Museu de la Vida Rural és un eix territorial sobre el qual pivota aquesta innovació pensada en clau de dinamització i desenvolupament.

Els principals reptes que es van plantejar en aquesta tercera edició de Rural Experimenta van ser la importància d'establir un bon sistema de comunicació interna entre les diferents institucions implicades i les persones que representen a cadascuna d'elles, la determinació dels rols i competències de cadascuna de les parts, la implicació dels col·lectius locals de les dues seus (Vilafranca i l'Espluga de Francolí i els seus territoris de referència), la documentació del procés, el model de taller a causa de les possibles restriccions d'espai, horaris, distàncies... a conseqüència de la COVID-19 i la continuïtat de l'acompanyament a mitjà i llarg termini de les idees seleccionades per ser prototipades en grup durant el taller<sup>2</sup>.

## 2. Els laboratoris ciutadans

Rural Experimenta proposa "habilitar un laboratori d'experimentació i innovació ciutadana amb l'objectiu d'explorar maneres en què des de

2. Declaracions d'algunes de les persones que han participat en l'impuls de la tercera edició de Rural Experimenta: Benito Burgos (Cultura i Ciutadania) i Patricia Domínguez (Medialab Prado) via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1407373054876000261> Ángel Portolés (PEU UJI) i Gemma Carbó (Museu de la Vida Rural) via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1407607729515122689>



2. La inauguració institucional de Rural Experimenta va estar emmarcada en la instal·lació de José Antonio Portillo "Biblioteca de cordes i nusos".  
Imatge: Àngel Portolés.



3. La inauguració institucional de Rural Experimenta va estar emmarcada en la instal·lació de José Antonio Portillo "Biblioteca de cordes i nusos".  
Imatge: Àngel Portolés.



la cultura es pot potenciar la innovació social i econòmica a les zones rurals, així com promoure la col·laboració entre les diferents regions”<sup>3</sup>.

En paraules de Ramón del Castillo, mentor de la segona edició de Rural Experimenta, els laboratoris ciutadans “són petits models de convivència, ells mateixos són prototips de formes de vida, però justament perquè requereixen instruments i arts per a la negociació, el conflicte i la gestió de la diferència”<sup>4</sup>. Un espai en el qual “es barregen nivells diferents d’acció, i diferents interessos, i diferents experiències, i cal trobar una manera de fer funcionar tot en poc temps”<sup>5</sup>.

Per la seua banda, Eva Martínez, medidora en la segona edició de Rural Experimenta, apunta el compromís que els laboratoris ciutadans en l’àmbit rural haurien d’assumir més enllà de la cooperació i desenvolupament de projectes i de la creació de comunitats d’aprenentatge. Martínez es refereix al “llenguatge del rural”, l’escolta atenta i la creació de “llaços reals entre l’urbà i el rural, escoltar les veus que van desapareixent i sentir-se profundament interpel·lats per elles”. En definitiva, “ser reflex de les comunitats rurals que acompanyen”<sup>6</sup>.

Benito Burgos i Rafael Sanz, coordinadors del programa Cultura i Ciutadania del Ministeri de Cultura i Esport, assenyalen tres elements claus en el disseny de Rural Experimenta com a laboratori d’innovació social en el medi rural: la mediació, l’obertura i les cures.

Pel que fa a la mediació, la importància de comptar amb agents del territori que situen i posen en context el projecte “recollint les particularitats i adaptant-se als temps que regeixen el territori, activant el teixit local,

3. Rural Experimenta 3: <https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/cultura-medio-rural/rural-experimenta-3.html>
4. Del Castillo, R. (2021). “(Re) inventar lo rural” en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* n°132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Incera, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.27 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-reinventar-lo-rural-mentor-ia-rural-experimenta.pdf>
5. Ibídem.
6. Martínez, E. (2021). “Desmemoria rural” en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* n°132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Incera, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.31 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-desmemoria-rural-mentor-ia-rural-experimenta.pdf>



establint fluxos d'anada i tornada amb el mateix i propiciant connexions i encreuament amb agents i iniciatives ja existents i/o per sorgir<sup>77</sup>.

L'apertura com a clau ha d'anar més enllà del mateix disseny i participar en la consideració de les temàtiques abordades, els perfils implicats i la diversitat i complementarietat de sabers convocats. Des d'aquesta apertura es fomentarà l'experimentació, encoratjant l'aparició de processos “que mantinguen la porta oberta a connexions inesperades, a l'especulatiu, i possiblement també, en algun cas, a allò imprecís o allò inacabat”<sup>8</sup>.

7. Burgos, B. i Sanz, R. (2021). “Cultura y Ruralidades” en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* nº132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Ince-  
ra, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.10 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-cultura-y-ciudadania-cultura-ruralidades-rural-experimenta.pdf>
8. Ibídem.



4. La mediació i mentoria acompanya els grups en el desenvolupament i ampliació dels marges i costures de les idees. Dinàmica amb el grup “APP de gestió de l'aigua”. Imatge: Àngel Portolés.



5. Reunió de treball del grup “Mi cole rural”. Imatge: Àngel Portolés.



Les cures es conceben des d'aquesta òptica de taller col·laboratiu ciutadà com un element integral que està present i intervé en tot el procés (abans, durant, posteriorment) perquè els laboratoris siguin "espais de convivència hospitalaris, inclusivament, amables, afavorint així la creació de llaços entre tots els participants". Aquest caràcter transversal de les cures estarà molt present a l'hora d'acompanyar els processos que s'hagen generat al taller: reprendre i reforçar les complicitats creades, "alimentar" les xarxes de col·laboració, impulsar els possibles nivells i formes de materialització dels projectes<sup>9</sup>.

Per a Marcos García, director de Medialab Prado entre 2014 i 2021, els laboratoris ciutadans "ofereixen llocs per col·laborar, experimentar i crear de manera col·lectiva projectes que busquen millorar la vida en comú"<sup>10</sup>. Parteixen de la necessitat d'experimentar i provar en espais on l'error és possible. En paral·lel al mateix procés, dona lloc a una "comunitat de pràctica i aprenentatge formada per gent de diferents perfils que no es coneixien prèviament", contribuint a la millora de la cohesió social<sup>11</sup>.

### 3. Les convocatòries de Rural Experimenta 3

Rural Experimenta va comptar amb dues convocatòries obertes: la convocatòria d'idees i la convocatòria de col·laboradors i col·laboradores<sup>12</sup>.

L'objecte de la convocatòria d'idees va ser la selecció d'un màxim de 6 projectes per al seu disseny col·laboratiu. Els projectes seleccionats es van dissenyar i prototipar en comú amb un grup de col·laboradors/es (seleccionats en la convocatòria de col·laboració) que van participar en el desenvolupament de les propostes, a més comptant amb l'ajuda d'assessoria i assistència dels equips de mentoria —encarregats d'as-

9. Ibídem.

10. García, M. (2021). "Infraestructuras que permiten la experimentación y la colaboración local y la cooperación a distancia" en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* n°132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Incera, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.16 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-medialab-prado-infraestructuras-experimentacion-colaboracion-rural-experimenta.pdf>

11. Ibídem.

12. Enllaç al document de la convocatòria de projectes Rural Experimenta 3: <https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:cda32145-2505-4b65-b7d1-6b-f81b7f3071/rural-experimenta-3--convocatoria-proyectos-.pdf> Enllaç a la convocatòria de col·laboració: <https://www.medialab-prado.es/convocatorias/rural-experimenta-iii-convocatoria-colaboracion>

sensorar, donar suport i fer el seguiment dels projectes- i mediació— ocupats de connectar els projectes amb el territori i les seues comunitats.

Les convocatòries es van dirigir a projectes i persones procedents d'àmbits culturals diversos. Pel que fa a les característiques dels projectes, es van buscar projectes oberts, col·laboratius i de creació i cura de nous béns comuns.

Les temàtiques principals de Rural Experimenta 3 van ser la cultura, la creació contemporània i la ciència rural enfront de la crisi climàtica i ecològica, l'economia verda i l'economia circular, els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), l'educació i la cultura per a la sostenibilitat, el repte demogràfic i la joventut, el patrimoni material i immaterial, els béns i arxius del comú i la vida post-COVID-19.

La valoració dels projectes va ser realitzada per un comitè compost per una representació de les entitats organitzadores. Els criteris de valoració van ser la claredat i precisió dels objectius, l'adequació als objectius de la convocatòria, l'interés i impacte del projecte, l'originalitat i grau d'innovació de la proposta, la viabilitat tècnica i claredat, la concurrència de diversos camps de coneixement i obertura a la col·laboració, la utilització d'eines de codi obert i de llicències que faciliten el lliure accés als processos i els resultats, l'interés educatiu, els beneficis per a la comunitat, la diversitat d'aproximacions i procedències, i la seua integració en el conjunt de les propostes a seleccionar i la capacitat de reproductibilitat i adaptació.

Amb el propòsit de poder conèixer i valorar millor les propostes presentades a la convocatòria, el comitè de selecció va realitzar una primera preselecció de 15 projectes. La selecció dels 6 projectes finals va ser rea-

6. Les presentacions diàries dels avanços dels grups van ser peça fonamental per compartir i fer possible la capillaritat entre prototips en disseny. Grup "El centre I + D rural com a espai catalitzador d'innovacions en el sistema alimentari local per al desenvolupament territorial sostenible". Imatge: Àngel Portolés.



7. "El carrer de les pors" a càrrec del "Grup d'animació La Xalera" de Vilafranca. Imatge: Àngel Portolés.



litzada mitjançant una ronda de videoentrevistes amb els seus promotors. Els sis projectes seleccionats per a la tercera edició de Rural Experimenta van ser:<sup>13</sup>

***Espai Jove 3.0. Promotora: Ana Belén Agustí Sánchez<sup>14</sup>***

Aquest projecte pretén la creació d'un espai socioeducatiu híbrid, amb sessions presencials i secundat per un entorn virtual que permet connectar els joves i les educadores més enllà de l'aula i que pugui ser reproduït territorialment. Es basa en l'experiència de PenyaLab a l'Espai Jove de Vistabella del Maestrat, on es duen a terme activitats tecnològiques amb intencionalitat educativa a través d'una metodologia activa col·laborativa. Un espai de dinamització i formació per a joves que busca donar resposta a alguns dels problemes que afecten el despoblament que pateix la Mancomunitat de Penyagolosa, a més d'oferir oportunitats educatives allà on no hi ha cap recurs educatiu destinat a la joventut.

***Mi cole rural. Promotor: Luis Martínez Martínez<sup>15</sup>***

Aquest projecte té com a objectiu crear un programa de convivència i educació en l'àmbit rural, un programa integrat dins el curs lectiu en el qual els alumnes de diferents llocs puguin assistir a classe durant un temps determinat en una aula rural i experimentar el que és viure en un poble després de les classes. Prenent com a punt de partida l'experiència concreta de la vila de Guadalaviar, el projecte busca ampliar l'escala i el rang d'aplicació, estudiant la possibilitat de crear una plataforma o eina que congregue als pobles que vulguen ser amfitrions i a les famílies participants i atorgue una certificació, seguiment, assessoria, etc.

13. Informació obtinguda de la web de Cultura i Ciutadania (Ministeri de Cultura i Esports): <https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/cultura-medio-rural/rural-experimenta-3.html>

14. Vídeo de presentació del projecte "Espai Jove 3.0." via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1393250292381200386>

15. Vídeo de presentació del projecte "Mi cole rural" via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1393498911881445379>



**Parabla! Promotora: Neus Lozano-Sanfèlix<sup>16</sup>**

Wittgenstein deia que en els límits del nostre llenguatge es troben els límits del món. El projecte ‘Parabla!’ és un exercici d’imaginació que pretén repensar i construir, en comú, un nou imaginari entorn del rural. Es tracta d’un taller performatiu per a la construcció de paraules, de significats i significants, que ens permeten atendre tant les necessitats com els desitjos d’aquest territori tan complex de definir. Mentre l’urbà és un territori cada vegada més homogeni en el qual el llenguatge s’estandarditza i la llengua s’unifica, el rural es caracteritza per ser un escenari complex que atén les especificitats d’una naturalesa i geografia diverses que fan mosca en la forma d’expressar-se a través del llenguatge dels seus habitants. L’objectiu serà la reflexió sobre aquesta realitat i la construcció d’un primer prototip de glossari de possibles de paraules-conceptes al voltant del rural i el no-rural.

**Rurals / Som Xipella. Promotora: Silvia Iturria March<sup>17</sup>**

Aquest projecte pretén obrir a la participació, redimensionar i transformar la iniciativa Rurals / Som Xipella, que ja s’està desenvolupant en la localitat de Solivella (Tarragona), i que té com a objectiu la visibi-

16. Vídeo de presentació “Parabla!” via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1392587104325079044>
17. Vídeo de presentació del projecte “Rurals / Som Xipella” via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1393503795552952320>



8. “Gallo Rojo Gallo Negro” a càrrec del “Grup d’animació La Xalera” de Vilafranca. Imatge: Àngel Portolés.



lització de la dona del món rural a través de la costura, així com la recuperació del llenguatge en desús i en procés de desaparició (en aquest cas el subdialecte del Xipella), i les expressions populars associades les tasques de camp i a la mateixa tècnica de costura.

***El centre I+D rural com a espai catalitzador d'innovacions en el sistema alimentari local per al desenvolupament territorial sostenible. Promotora: Clara Pallarés Ciurana<sup>18</sup>***

El desenvolupament d'un territori per mitjà de la gastronomia només pot generar-se trobant la confluència entre la comunitat, la sostenibilitat i el coneixement. El propòsit d'aquest projecte és impulsar una xarxa d'actors amb el centre I+D rural com a espai catalitzador d'innovacions en el sistema alimentari local, amb processos participatius per al desenvolupament de projectes d'investigació gastronòmica alineats amb els ODS. El projecte parteix d'un espai ja existent: Can Felicià, una casa de turisme rural sostenible a Beuda, comarca de la Garrotxa (Girona), i a partir d'aquí busca articular un centre I+D rural com a espai d'educació, experimentació, formació, valorització de la producció local i desenvolupament de nous productes i iniciatives orientats a reduir el malbaratament alimentari.

18. Vídeo de presentació del projecte "El centre I + D rural com a espai catalitzador d'innovacions en el sistema alimentari local per al desenvolupament territorial sostenible" via @cultuciudadania: <https://twitter.com/i/status/1392222920072699914>



9. Una de les dinàmiques va consistir en la reflexió del que significa la ruralitat per nosaltres. L'aportació de Luis Martínez va ser aquesta escultura realitzada pel seu avi. Imatge Àngel Portolés.

### APP de gestió de l'Aigua. Promotor: Toni Collado Izquierdo<sup>19</sup>

En el futur, a les zones rurals serà necessari trobar solucions d'aprofitament de les pluges i de rehidratació de terra i de les bosses d'aigua al subsol, a més de l'estudi dels processos de reutilització o d'administració de l'aigua destinada a l'agricultura i ramaderia. Aquest projecte busca crear una APP d'informació i gestió dels recursos hídrics al territori rural, el pilot tindria lloc al terme municipal de Vilafranca, però la utilització posterior és aplicable a qualsevol altre municipi o territori. Es farà un treball de camp amb els veïns de Vilafranca per al registre de l'estat dels recursos hídrics relacionats amb la utilització de l'aigua, visualitzant i georeferenciant aquestes dades per tipologies: aljubs, pous, séquies, basses, abeuradors, corrents, torrents, barrancs, etc. i complementant-se amb fitxers podcast que recullen història oral d'aquests recursos, usos, costums, etc.

#### 4. Una mirada RE3 des de la mediació

En paraules de García, “la mediació són totes les pràctiques d'hospitalitat que permeten que ningú se senta fora de lloc per presentar una idea o per col·laborar en algun dels projectes seleccionats. Difonen les convocatòries i tracten de fer-les accessibles a qualsevol”<sup>20</sup>.

19. Vídeo de presentació del projecte “APP de gestió de l'aigua” via @cultuciudadania <https://twitter.com/i/status/1392957421891592192>
20. García, M. (2021). “Infraestructuras que permiten la experimentación y la colaboración local y la cooperación a distancia” en *La Ortiga, revista de arte, literatura y pensamiento* n°132 coord. per Montesino, M., de la Iglesia, T. i Incera, M.. Edita Asociación Cultural LA ORTIGA. p.18 <https://laortigacolectiva.net/wp-content/uploads/2021/03/revista-la-ortiga-132-medialab-prado-infraestructuras-experimentacion-colaboracion-rural-experimenta.pdf>



10. La presentació dels prototipus va ser a la plaça de l'església. Grup “APP de gestió de l'aigua”. Imatge Àngel Portolés.



Els treballs de mediació a l'esdeveniment de Rural Experimenta 3 constitueixen un posicionament privilegiat per conèixer i aprendre amb la riquesa d'idees mobilitzada, alhora que una càrrega de responsabilitat sobre el procés de prototipat de projectes.

Per començar, la relació amb els potencials del territori esdevenia un dels eixos centrals de la tasca de mediació. O, de forma més concreta, calia preguntar-se amb quines persones, institucions, grups d'interès es podien relacionar les diverses propostes en cadascuna de les fases per les quals travessa el prototipatge. De quina manera podia ser factible o adaptable cada proposta als territoris de Vilafranca o de l'Espluga de Francolí?

### **La mirada sobre els objectes dels grups**

D'una banda, tenim un ventall de projectes per acompanyar. Aquesta visió sobre les línies particulars obliga a un acompanyament *ad hoc*, a un esforç continuat d'adaptació individualitzat. És així que l'objecte de treball de cada proposta implica ja d'entrada major o menor grau d'aprofundiment però també una varietat de graus de tancament del projecte amb només 5 dies de termini per presentar el prototipat. Ser-ne conscients del punt de partida és important per tal de cercar els horitzons possibles, tot i que sempre oberts a un laboratori ciutadà d'aquesta naturalesa.

D'altra banda, la visió del conjunt de propostes comprén la capacitat de connexions i retroalimentacions entre projectes. Si bé no serien, en moltes ocasions, d'una forma directa; sí que fan saltar connexions a la mediació sobre possibilitats diverses. O, dit d'altra manera, fórmules o solucions emprades per un equip de treball poden servir d'inspiració



11. Resentació del grup "Parabla!". Imatge Àngel Portolés.

a altres grups. La mediació obliga, doncs, a una observació altament engrescadora sobre la creació compartida en un vessant de transvasament d'idees i solucions entre grups, sempre en una apertura constant i amb voluntat de compartir tant avanços com *culs-de-sac* que cal fugir o tenir en compte.

### **La cura dels membres dels equips**

Tal com es mostrava a les descripcions del model de laboratori ciutadà, una constant significativa en el treball del RE3 ha estat la cura sobre un procés d'enriquiment individual, compartit, democràtic i horitzontal dels equips. No podem deixar de banda que gran part de les persones que han acudit com a promotors/es o col·laboradors/es són en si mateixa capaces de generar propostes i d'encapçalar lideratges. Les tasques de dinamització del procés amb el guiatge de l'equip de tutorització han estat una component vital de l'èxit i singularitat d'aquesta iniciativa. En conseqüència, l'escolta activa i continuada al que ocorre als grups conté un seguit d'accions i decisions que poden ser crucials per al desenvolupament dels projectes i el benestar de cada grup. I això amb un grau de sensibilitat conduït amb equilibri i amb determinació per l'equip de tutors/es. El fruit extret de les formes de cura d'equips i persones sota el model emprat a Vilafranca i l'Espluga suposa, a més a més, una garantia en la continuïtat de la interacció dels equips una volta conclòs l'esdeveniment. Les energies mobilitzades amb una setmana d'alta intensitat creativa han de poder ser canalitzades en el temps i la salubritat de les relacions ara encetades i establertes són una de les claus de volta per al seu manteniment posterior.



12. Presentació de "Rurals / Som Xipella". Imatge Àngel Portolés.

### ***De la incertesa a la concreció del prototip***

La posició de privilegi, que indicàvem més amunt, en el desenvolupament dels projectes permet observar les sendes de treball dels equips, l'encaix d'idees i també de personalitats, però sobretot les tasques del camí cap a un prototipat.

Durant els dies de celebració de RE3 el grau de concreció o la idea a desenvolupar junt amb les formes de treball de cada individu i la seua relació amb el grup, entre d'altres, eren factors que s'anaven imbricant sobre un horitzó difús a vegades, més clar en altres però sempre incert.

Les mediacions amb les persones i recursos de l'espai on s'ha celebrat RE3 havien de permetre nous coneixements sobre la idea primigènia i la seua concreció al territori, tant des de la connexió amb sabers populars com amb aquells més especialitzats. Aquesta retroalimentació



13. Els vincles dels prototipus amb el territori es materialitzen en creacions úniques. "Rurals / Som Xipella". Imatge Àngel Portolés.



continuada, anava incloent nous ingredients, generava debats i contradiccions abans inexplorades i posava a cada grup al davant múltiples reptes.

Alguns equips havien trobat ben prompte el camí, però els matisos o les formes de treball grupal els feien reflexionar de nou sobre el seu procés. I d'altres feien eclosió als darrers moments, en el moment de maduració necessari perquè el prototipat prengués la forma oportuna.

Tot plegat, la sensació des de la mediació resulta màgica. En un sentit de la màgia on esdevé la confluència del saber fer des del *lab* del model MediaLab Prado, de la selecció de projectes ja incorporada, de les energies individuals i col·lectives engegades i, per sota, una organització i acolliment acurats.

Mediar en aquest procés ha estat un goig i pensar la mediació, a través d'aquest text, una recuperació i anàlisi que permet recollir nous aspectes potser abans no detectats pels qui escrivim. En definitiva, un aprenentatge impactant fet de forma col·laborativa i amb la intenció de fomentar cultura i desenvolupament al territori.

### ***La relació amb el territori***

Darrerament, un dels objectius de RE3 és la visibilització dels espais rurals com a escenaris d'avantguarda sobre els quals es poden bastir i també desenvolupar propostes altament innovadores. Aquesta visió del rural es recull clarament amb la figura de la mediació. No debades, les persones mediadores tenen un vincle estret amb el territori escollit per celebrar RE3. Aquestes mirades transversals i amb certa exhaustivitat d'allò que és el territori i quins són els seus agents havia de



14. Ronda d'aportacions personals al concepte i idea d'allò que entenem com a rural. Imatge Àngel Portolés.



connectar-se durant els dies de celebració. Aquesta tasca continuada era, alhora, compartida amb les persones de l'organització local en un treball col·lectiu amb el qual es van traçar connexions diverses entre prototipats en procés i persones del territori. A més a més, donada la més que probable interacció efímera entre projectes i habitants, calia vetllar per uns mínims de devolució. Aquestes devolucions es van fer, en primer lloc, durant els moments d'interacció i requeriment d'informació per part dels grups. És així que la posada en valor de la paraula, dels sabers, de les memòries o dels espais ja suposà una devolució. No obstant això, en segon lloc, els mateixos treballs de prototipat emfatitzaven, durant l'elaboració o en la seua presentació final, una fixació del valor de les interaccions realitzades i de la seua aportació sobre el producte final. Però també, en tercer lloc, van quedar contactes per mantenir informades les persones sobre l'evolució dels projectes o per seguir amb intercanvis de coneixements o interessos compartits entre persones de Vilafranca i l'Espluga i les persones participants al RE3.

En altre ordre de coses, el pas de RE3 per un municipi genera una visió complexa i deixa una empremta paradoxal. No resulta fàcil comunicar el sentit de RE3 a mitjans no especialitzats i a la població general. No obstant això, l'impacte que genera ser escollit per una institució estatal com Ministeri de Cultura conté un simbolisme positiu que queda en el territori. D'altra banda, la cura en la relació des de totes les bandes implicades en l'organització de l'esdeveniment fructifica en una imatge de bon treball de cooperació entre organitzacions.

Finalment, el territori ha estat testimoni de l'obertura d'un grapat d'iniciatives susceptibles de ser desenvolupades allí mateixa. Aquest és un element a subratllar: la construcció de l'espai rural com un lloc on es desenvolupen artefactes i propostes culturals de primer nivell. I també així queda la paradoxa, amb una llavor de prototipat, en un embrió que hom espera que pugui créixer i desenvolupar-se, de forma generosa, a Vilafranca, a l'Espluga o a tants d'altres espais rurals capacitats per a la innovació i la cultura.<sup>21</sup>

21. Vídeo Rural Experimenta 3 amb aportacions de les institucions representades i promotores dels projectes de prototipat via Ministeri de Cultura i Esports (Canal Youtube): <https://youtu.be/5N3NWWzJWRk>



**biblos**



## ¿QUÉ LES FALTA A NUESTRAS CIUDADES? ¿QUÉ NOS FALTA EN NUESTRAS SOCIEDADES?

**Ábalos, Iñaki.** *Palacios comunales atemporales. Genealogía y anatomía.*

**Puente Editores, Barcelona (2020).**

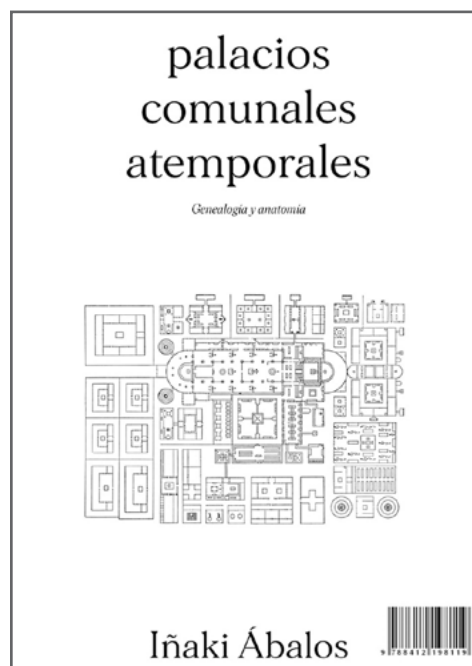
**128 páginas**

**ISBN: 978-607-711-545-5**

La propuesta temática central para la 17a Bienal de Arquitectura de Venecia 2020 se titulaba “How will we live together?”, y la pandemia obligó a cancelarla y posponerla a 2021. La pertinencia y justificación de su necesidad se vinculaba a “la intensificación de la crisis climática, los desplazamientos masivos de poblaciones, la inestabilidad política generalizada, y las crecientes desigualdades raciales, sociales y económicas en el mundo, entre otras, nos han conducido a esta pandemia, y han vuelto la propuesta todavía más relevante” (Hashim Sarkis, comisario de la muestra).

La convocatoria se concretaba en cinco ámbitos de aplicación de juntos:

- *Juntos*, como seres humanos que, a pesar del incremento de la individualidad, buscan conectar unos con otros y con otras especies tanto en el espacio digital
- *Juntos*, como nuevas viviendas que demandan espacios para vivir más diversos y dignos;
- *Juntos*, como comunidades emergentes que reclaman igualdad, inclusión e identidad espacial;
- *Juntos*, superando las fronteras políticas para imaginar nuevas geografías de vinculación;



como en el real;



- *Juntos*, como un planeta enfrentado a crisis que requieren una actuación global para que todos nosotros podamos continuar vivos.

Le acompañaban unas breves indicaciones para entender el título que no hemos traducido, para no alterar la peculiaridad de su literalidad en inglés:

- *How*: Speaks to practical approaches and concrete solutions, highlighting the primacy of problem-solving in architectural thinking.
- *Will*: Signals looking toward the future but also seeking vision and determination, drawing from the power of the architectural imaginary.
- *We*: Is first person plural and thus inclusive of other peoples, of other species, appealing to a more empathetic understanding of architecture.
- *Live*: Means not simply to exist but to thrive, to flourish, to inhabit, and to express life, tapping into architecture's inherent optimism.
- *Together*: Implies collectives, commons, universal values, highlighting architecture as a collective form and a form of collective expression.
- *?*: Indicates an open question, not a rhetorical one, looking for (many) answers, celebrating the plurality of values in and through architecture.

En este contexto, *Palacios comunales atemporales. Genealogía y anatomía* recoge los materiales de arranque del taller “Cómo vivir juntos” desarrollado por el autor en la Harvard Graduate School of Design.

Para trabajar, propone a los participantes, siguiendo al linaje Nietzsche-

che-Deleuze-Barthes (deberíamos incluir también a Benjamin) una *Cultura/Paideia* como alternativa a un *Método*. Cultura como proceso abierto enfatizado por la atención y retención de la mirada que posibilita un “endurecimiento de la memoria contra la banalidad de la mirada instantánea” (pág. 10). Método como prefiguración en su misma estructura de un límite conclusivo de cualquier trabajo.

Para presentar las diferencias entre una y otro, recoge extractos de Barthes, Roland, *Cómo vivir juntos: simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2003 de entre los que traemos aquí uno ilustrativo de la propuesta de Barthes:

Método: “una voluntad de pensador”, una “decisión premeditada”, medio recto, deliberadamente elegido, para obtener un resultado querido. Método: fetichizar la meta como lugar privilegiado, en detrimento de otros lugares posibles. ≠ paideia: trazado excéntrico de posibilidades, titubear entre bloques de saber... Esto quiere decir que se cambia el psiquismo, se opta por una psique frente a otra. Método = psiquis fálico de ataque y de protección (“voluntad”, “decisión”, “premeditación”, “ir derecho”, etc.) ≠ no método: psiquis del viaje, de la mutación extrema (mariposeo, libación). No se persigue un camino, se expone este a medida que se va descubriendo. Estructura “histórica”, a cada instante: ¿qué es lo que valgo? Entonces, no método, sino protocolo de exposición (del botín). (Pág. 14)



Ábalos propone a los participantes en el curso la apertura de dosieres como gesto (que no acto) enciclopédico multidisciplinar, omnicomprensivo, pluridimensional, que permita entender el carácter grandioso y exclusivo de los palacios históricos; de la peculiaridad de la comuna como “forma de organización social y económica basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares.” (RAE); y en la universalidad que implica su carácter atemporal o intemporal. Dosieres permanentemente abiertos y en construcción, validados transitoriamente y de nuevo cuestionados y necesitados de refundación. Se trata de definir las maneras óptimas de desarrollar las actividades desglosadas y específicas de toda la actividad humana, y buscar estructurar los espacios que faciliten las condiciones óptimas para su ejecución. Entiende que tal vez ya ha llegado el momento de que personas autónomas puedan concretar un programa de vida desde las “afinidades electivas” de un grupo humano más allá de la familia, el clan y la tribu, y que la ciudad y la habitación lo posibiliten a partir de una arquitectura repensada, sensible a la *idiորritmia*.

“Palacios de la insurgencia, palacios de una vida más próxima a los deseos de comunión y soledad para cuerpos y espíritus en plenitud.” (Ábalos)

Iñaki Ábalos, Sofía Blanco Santos, Armida Fernández y José de Andrés Moncayo presentan en el Arsenale de la Bienal de arquitectura de Venecia —bajo el mismo título de *Palacios comunales atemporales*— los resultados del taller desarrollado en la Harvard Graduate School of Design y la ETSAM de la Universidad Politécnica de Madrid. La Bienal permanecerá abierta hasta el 21 de noviembre de este año.

**Paco Marco**





## FUTURS NÚMEROS DE *kult-ur*

FUTUROS NÚMEROS DE *kult-ur*

NEXT ISSUES OF *kult-ur*

PROCHAINS NUMÉROS DE *kult-ur*

Els autors interessats poden presentar propostes de participació per a les diferents **seccions** de *kult-ur*, *Revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat* seguint les pautes especificades en <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/about/submissions>.

Procediment de presentació d'originals: mitjançant la plataforma OJS de publicació de la revista (previ registre d'usuari): <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/login>.

Instruccions per a autors disponibles en <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/authorguidelines>.

Los autores interesados pueden presentar propuestas de participación para las diferentes **secciones** de *kult-ur*, *Revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat* siguiendo las pautas especificadas en <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/about/submissions>.

Procedimiento de presentación de originales a través de la plataforma OJS de publicación de la revista (previo registro de usuario): <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/login>.

Instrucciones para autores disponibles en <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/authorguidelines>.

Authors wishing to contribute can send their proposals for the various **sections** of *kult-ur*, *Revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat* following the guidelines specified in <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/about/submissions>.

Procedure for submitting original manuscripts: via the OJS platform (authors must first register): <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/login>.

Authors guidelines are available at <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/authorguidelines>.

Les auteurs qui souhaitent contribuer peuvent envoyer leurs propositions pour les différentes sections de *kult-ur*, *Revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat* en suivant les directives spécifiées dans <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/about/submissions>.

Procédure de soumission des manuscrits originaux: via la plate-forme OJS (les auteurs doivent d'abord s'enregistrer): <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/login>.

Les directives pour les auteurs sont disponibles à l'adresse <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/authorguidelines>.





## 17

**CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Núm. 17**

CAT

Data límit de presentació d'originals per a totes les seccions: **1 de desembre de 2021**

Data de publicació: **segon trimestre de 2022**

*Àgora* (secció monogràfica de la revista) dedicada a:

***Llegint ciutat. Comunicació, cultura i negoci de l'urbe***

Coord. Pepe Reig-Cruañes (jose.reig@uclm.es, Universidad de Castilla La Mancha) i Fran Sanz-Sánchez (OCOVAL, Oficina de Coordinación de las Obras de Valencia, Ayuntamiento de Valencia, sanzfra@gmail.com)

**Objectiu general:**

La ciutat és un contenidor de xarxes socials i una trama d'interessos que competeixen i cooperen i, en fer-ho, redefeixen contínuament els marcs, les identitats i fins els noms de la ciutat. Les ciutats es realitzen a si mateixes en tensió entre les regles del bon govern i les exigències de vida de la gent. La governança de la ciutat, l'ocupació del sòl i el disseny dels espais, determinen la qualitat de l'ecosistema resultant, la visibilitat de les persones, els col·lectius, les classes socials. La gestió simbòlica de la ciutat, l'administració del seu patrimoni, la disposició de les seues infraestructures culturals, obrin o tanquen el camp per a l'activisme cultural dels seus habitants, per a la circulació i el contagi cultural, per a la inclusió o la segregació de les diversitats. La pràctica comunicativa dels poders urbans determina com es comuniquen els ciutadans i com es difonen els béns i valors que la ciutat genera. Finalment, l'administració de les persones, les polítiques socials de l'urbs determinen la dinàmica de les inevitables tensions socials, l'esdevenir dels moviments de protesta o resistència ciutadana enfront dels designis del poder econòmic, que voldria emancipar-se de la ciutat i els seus habitants. En tots aqueixos sentits, la ciutat és un entramat de comunicacions, un guirigall de discursos que versen sobre el que es vol fer de la ciutat i el que la ciutat decideix ser sense preguntar a ningú. Si només es lliguen els textos normatius, les ordres i plans executius, si no s'interpreta el subtext del que les persones fan, l'esmena que la gent



infringeix amb els seus peus al pgu, l'ús i abús que el veïnat fa de la norma, pro domo sua, no s'entendrà la ciutat, d'on ve ni a on va.

**Línies temàtiques:**

Els temes que es pretén incloure en el monogràfic tindrien aquests epígrafs, no necessàriament aquests títols:

- Memòria i relat de la ciutat.
- Literatures i imatges de la ciutat.
- Territori, població, governança.
- Integració i segregació, models.
- Trames i xarxes de la ciutat.
- Mercat i veïnat.
- Apropiacions simbòliques de la ciutat: comunicació, incomunicació, marca-ciutat.
- Identitats i convivències.
- La Cultura i les cultures de la ciutat.
- Art i espai urbà.
- Comunicar les arts.



# 17

## CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Núm. 17

ES

Fecha límite de presentación de originales para todas las secciones:

**1 de diciembre de 2021**

Fecha de publicación: **segundo trimestre de 2022**

*Àgora* (sección monográfica de la revista) dedicada a:

***Leyendo ciudad. Comunicación, cultura y negocio de la urbe***

Coord. Pepe Reig-Cruañes (jose.reig@uclm.es, Universidad de Castilla La Mancha) y Fran Sanz-Sánchez (OCOVAL, Oficina de Coordinació de les Obres de València, Ajuntament de València, sanzfra@gmail.com)

### **Objetivo general:**

La ciudad es un contenedor de redes sociales y una trama de intereses que compiten y cooperan y, al hacerlo, redefinen continuamente los marcos, las identidades y hasta los nombres de la ciudad. Las ciudades se realizan a sí mismas en tensión entre las reglas del buen gobierno y las exigencias de vida de la gente. La gobernanza de la ciudad, la ocupación del suelo y el diseño de los espacios, determinan la calidad del ecosistema resultante, la visibilidad de las personas, los colectivos, las clases sociales. La gestión simbólica de la ciudad, la administración de su patrimonio, la disposición de sus infraestructuras culturales, abren o cierran el campo para el activismo cultural de sus habitantes, para la circulación y el contagio cultural, para la inclusión o la segregación de las diversidades. La práctica comunicativa de los poderes urbanos determina cómo se comunican los ciudadanos y cómo se difunden los bienes y valores que la ciudad genera. Por último, la administración de las personas, las políticas sociales de la urbe determinan la dinámica de las inevitables tensiones sociales, el devenir de los movimientos de protesta o resistencia ciudadana frente a los designios del poder económico, que querría emanciparse de la ciudad y sus habitantes.

En todos esos sentidos, la ciudad es un entramado de comunicaciones, un guirigay de discursos que versan sobre lo que se quiere hacer de la ciu-



dad y lo que la ciudad decide ser sin preguntar a nadie.

Si sólo se leen los textos normativos, las órdenes y planes ejecutivos, si no se interpreta el subtexto de lo que las personas hacen, la enmienda que la gente infringe con sus pies al pgu, el uso y abuso que el vecindario hace de la norma, pro domo sua, no se entenderá la ciudad, de dónde viene ni a dónde va.

### **Líneas temáticas:**

Los temas que se pretende incluir en el monográfico tendrían estos epígrafes, no necesariamente estos títulos:

- Memoria y relato de la ciudad. Literaturas e imágenes de la ciudad.
- Territorio, población, gobernanza. Integración y segregación, modelos.
- Tramas y redes de la ciudad. Mercado y vecindario.
- Apropiaciones simbólicas de la ciudad: comunicación, incomunicación, marca-ciudad.
- Identidades y convivencias. La Cultura y las culturas de la ciudad.
- Arte y espacio urbano. Comunicar las artes.



# 17

## CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Iss. 17

EN

Deadline for submission of original manuscripts for all sections:

**December 1, 2021**

Publication date: **second quarter, 2022**

*Àgora* (monographic section of the journal) devoted to:

***Reading the city. Urban communication, culture and business***

Coord. Pepe Reig-Cruaños (jose.reig@uclm.es, Universidad de Castilla La Mancha) y Fran Sanz-Sánchez (OCOVAL, Oficina de Coordinación de las Obras de Valencia, Ayuntamiento de Valencia, sanzfra@gmail.com)

### Overall objective:

The city is a repository of social networks and a web of interests that compete and cooperate and, by doing so, constantly redefine the frameworks, the identities and even the names of the city. Cities create themselves in the tension between the rules of good governance and the demands of people's lives. City governance, land use and the design of spaces all determine the quality of the resulting ecosystem, the visibility of people, groups and social classes. The symbolic management of the city, the administration of its heritage and the arrangement of its cultural infrastructures open up or close down the field for cultural activism among its inhabitants, for the circulation and contagion of culture, and for the inclusion or segregation of diversity. How urban powers communicate determines how citizens communicate with each other and the distribution of the assets and value generated in the city. Finally, how people are managed and the city's social policies determine the dynamics of the inevitable social tension, the development of protest movements or citizens' resistance to the designs of economic power, a power which aspires to free itself from the city and its inhabitants.

In all these ways, the city is a network of communications, a hubbub of discourses debating what is to be done with the city and what the city decides to be, without asking anyone.



If we only read the regulations, the executive orders and plans, if we fail to interpret the subtext of what people do, the amendment to the city development plan that people trample on, the way local communities use and abuse the regulations, *pro domo sua*, we will not understand the city, where it came from or where it is headed.

**Topic lines:**

The topics we aim to cover in this monograph will fall within these categories, though not necessarily with these titles:

- Memory and accounts of the city. Literature and images of the city.
- Territory, population, governance. Integration and segregation, models.
- City networks and interconnections. Market and residents.
- Symbolic appropriations of the city: communication, lack of communication, city brand.
- Identities and living together. Culture and the city's cultures.
- Art and urban space. Communicating the arts.



## 18

## CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Núm. 18

CAT

Data límit de presentació d'originals per a totes les seccions: **1 de juny de 2022**

Data de publicació: **quart trimestre de 2022**

*Àgora* (secció monogràfica de la revista) dedicada a:

***Universitat i ciutadania activa: expandir la institució***

Coord. Àngel Portolés Górriz (aportole@uji.es, gestor cultural, Programa d'Extensió Universitària de la Universitat Jaume I) i Roberto Ramos de León (robertoramos@multilateral.info, Multilateral – Asociación Aragonesa para la Cooperación Cultural).

La Llei orgànica 6/2001, de 21 de desembre, d'Universitats tracta de l'extensió de la cultura com a funció ineludible d'aquestes institucions, comproment-les en el seu article 93 "a connectar a l'universitari amb el sistema d'idees vives del seu temps. A tal fi, les universitats arbitraran els mitjans necessaris per a potenciar el seu compromís amb la reflexió intel·lectual, la creació i la difusió de la cultura [...] i promouran l'acostament de les cultures humanística i científica i s'esforçaran per transmetre el coneixement a la societat mitjançant la divulgació de la ciència".

La mateixa vocació de la Universitat per a generar coneixement científic porta implícita la transferència dels seus resultats a projectes tangibles, amb impacte en el territori. Els serveis culturals de la Universitat no són aliens a aquest principi i han convertit la Cultura en el principi actiu per a emulsionar la investigació científica amb la pròpia realitat social.

Sota aquest prisma, cada universitat ha dirigit els seus programes culturals a la comunitat amb la vista posada en el lloc que ha d'ocupar respecte al seu àmbit d'actuació. Cada vegada amb més força, la institució acadèmica assumeix una vocació territorial que permet a la ciutadania apropiarse d'aquella en matèria cultural. Un treball que construeix un model basat en una xarxa sostenible, híbrida, inclusiva i permeable, que col·loca a l'ens universitari com a node tractor d'aquestes comunitats.



**Objectiu general:**

Des de *kult-ur* convidem als investigadors, als professionals de la gestió cultural universitària, als promotors de projectes artístics i culturals relacionats amb ella, als diversos agents socials i territorials a aportar el seu coneixement, a través dels seus articles (investigacions, assajos, experiències) sobre les següents qüestions:

**Línies temàtiques:**

- Models culturals per a una ciutadania activa, des de la Universitat.
- La transferència dels resultats de la investigació. Aportacions i prototipats des dels projectes culturals que sorgeixen de la relació universitat-territori i el seu impacte en la ciutadania.
- La transferència de la realitat social. La governança ciutadana com a germen en els processos d'educació i mediació cultural dins i fora de la universitat.
- Campus expandits: iniciatives culturals en el territori i el seu impacte social.
- Aula, societat, cultura. Com l'art ajuda a comprendre millor el món actual (ODS, ruralitat, justícia climàtica, etc.).
- Visions internacionals de la Universitat en matèria de cultura.

Així mateix, poden incloure's altres matèries relacionades amb l'eix Universitat-Cultura-Ciutadania.



## 18

## CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Núm. 18

ES

Fecha límite de presentación de originales para todas las secciones:

**1 de junio de 2022**

Fecha de publicación: **cuarto trimestre de 2022**

*Àgora* (sección monográfica de la revista) dedicada a:

***Universidad y ciudadanía activa: expandir la institución***

Coord. Ángel Portolés Górriz (aportole@uji.es, gestor cultural, Programa d'Extensió Universitària de la Universitat Jaume I) i Roberto Ramos de León (robertoramos@multilateral.info, Multilateral – Asociación Aragonesa para la Cooperación Cultural).

La Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades trata de la extensión de la cultura como función ineludible de estas instituciones, comprometiéndolas en su artículo 93 “a conectar al universitario con el sistema de ideas vivas de su tiempo. A tal fin, las universidades arbitrarán los medios necesarios para potenciar su compromiso con la reflexión intelectual, la creación y la difusión de la cultura [...] y promoverán el acercamiento de las culturas humanística y científica y se esforzarán por transmitir el conocimiento a la sociedad mediante la divulgación de la ciencia”.

La misma vocación de la Universidad para generar conocimiento científico lleva implícita la transferencia de sus resultados a proyectos tangibles, con impacto en el territorio. Los servicios culturales de la Universidad no son ajenos a este principio y han convertido la Cultura en el principio activo para emulsionar la investigación científica con la propia realidad social.

Bajo este prisma, cada universidad ha dirigido sus programas culturales a la comunidad con la vista puesta en el lugar que debe ocupar respecto a su ámbito de actuación. Cada vez con más fuerza, la institución académica asume una vocación territorial que permite a la ciudadanía apropiarse de aquella en materia cultural. Un trabajo que construye un modelo basado en una red sostenible, híbrida, inclusiva y permeable, que coloca al ente universitario como nodo tractor de estas comunidades.

**Objetivo general:**

Desde la revista *Kult-ur* invitamos a los investigadores, a los profesionales de la gestión cultural universitaria, a los promotores de proyectos artísticos y culturales relacionados con ella, a los diversos agentes sociales y territoriales a aportar su conocimiento, a través de sus artículos (investigaciones, ensayos, experiencias) sobre las siguientes cuestiones:

**Líneas temáticas:**

- Modelos culturales para una ciudadanía activa, desde la Universidad.
- La transferencia de los resultados de la investigación. Aportaciones y prototipados desde los proyectos culturales que surgen de la relación universidad-territorio y su impacto en la ciudadanía.
- La transferencia de la realidad social. La gobernanza ciudadana como germen en los procesos de educación y mediación cultural dentro y fuera de la universidad.
- Campus expandidos: iniciativas culturales en el territorio y su impacto social.
- Aula, sociedad, cultura. Cómo el arte ayuda a comprender mejor el mundo actual (ODS, ruralidad, justicia climática, etc.).
- Visiones internacionales de la Universidad en materia de cultura.

Asimismo, pueden incluirse otras materias relacionadas con el eje Universidad-Cultura-Ciudadanía.



## 18

## CALL FOR PAPERS: Vol. 9. Iss. 18

EN

Deadline for submission of original manuscripts for all sections:

**June 1, 2022**

Publication date: **fourth quarter, 2022**

*Àgora* (monographic section of the journal) devoted to:

***University and active citizenship: expanding the institution***

Coord. Àngel Portolés Górriz (aportole@uji.es, cultural manager, Programa d'Extensió Universitària de la Universitat Jaume I) i Roberto Ramos de León (robertoramos@multilateral.info, Multilateral – Asociación Aragonesa para la Cooperación Cultural).

Spain's Organic Law 6/2001 on universities enshrines cultural extension as a binding function of these institutions, obliging them, in Article 93 "to connect the university with the current system of ideas. To this end, universities will provide the necessary means to strengthen their commitment to intellectual reflection, and the creation and dissemination of culture [...] and will promote connections between humanistic and scientific cultures and strive to transmit knowledge to society through the dissemination of science" (our translation).

The university's mission to generate scientific knowledge implicitly entails transferring its results to tangible projects that have an impact in its community. This principle is also integral to universities' cultural services, which have made culture the main asset for incorporating scientific research into social reality.

Through this lens, each university has addressed its cultural programmes to the community with a view to the position it should occupy in respect to its sphere of action. Universities' increasingly vigorous outreach work is enabling citizens to own the culture of their communities, thereby constructing a model based on a sustainable, hybrid, inclusive and permeable network, with the university as a central driving hub for these communities.

**Overall objective:**

The journal *Kult-ur* invites researchers, university cultural management professionals, promoters of artistic and cultural projects associated with universities, and social and community agents to share their knowledge through their articles (research papers, essays, experiences) on the following topics:

**Topic lines:**

- Cultural models in universities for an active citizenship.
- Transfer of research results. Contributions and prototypes from cultural projects arising from the university-community relationship and its impact on citizens.
- Transfer of social reality. Citizen governance as a source in education and cultural mediation processes both in and outside the university.
- The expanded campus: cultural initiatives in the community and their social impact.
- Classroom, society, culture. How art furthers understanding of today's world (sustainable development goals, rurality, climate justice, etc.).
- International visions of the university in terms of culture.

Other topics related to the university-culture-citizenship nexus are also welcome.



## PROPER NÚMERO

Quart trimestre de 2021

**Vol. 8. Núm. 16**

**Cultura a la intempèrie: nous trànsits territorials dels museus, centres d'art i institucions culturals i patrimonials**

Coord. *Àgora*: Gloria Jové (Universitat de Lleida, [gjove@pip.udl.cat](mailto:gjove@pip.udl.cat))

## PRÓXIMO NÚMERO

Cuarto trimestre de 2021

**Vol. 8. Núm. 16**

**Cultura a la intemperie: nuevos tránsitos territoriales de los museos, centros de arte e instituciones culturales y patrimoniales**

Coord. *Àgora*: Gloria Jové (Universitat de Lleida, [gjove@pip.udl.cat](mailto:gjove@pip.udl.cat))

## NEXT ISSUE

Fourth quarter, 2021

**Vol. 8. Iss. 16**

**Culture: No port in a storm? New territorial transitions in museums, art centres, and cultural and heritage institutions**

Coord. *Àgora*: Gloria Jové (Universitat de Lleida, [gjove@pip.udl.cat](mailto:gjove@pip.udl.cat))

## acròpoli

Editorial..... 9

## àgora

Vol. 8. N° 15. Introducció a «La pandèmia de COVID-19 i el seu impacte en el turisme en espais urbans», coords. Ernest Cañada Mullor & Enrique Navarro Jurado ..... 19

Metamorfosis del turismo y transformaciones urbanas: hacia el desarrollo de un modelo de turismo sostenible, Marina Haro Aragú & Josefa García Mestanza..... 35

Los conflictos en los destinos turísticos durante la pandemia de la COVID-19 desde la perspectiva de los movimientos sociales. El caso de Málaga, Fátima Santos-Izquierdo Bueno, Marina Montiel Cesares & Yolanda Romero Padilla..... 67

De casal a hotel boutique al Centre Històric de Palma (2012-2020), Francesc Casañas Vilamala & Macià Blázquez-Salom ..... 99

El turismo recreativo en la Ciudad de México: perspectivas post-Covid-19, Cristina Oehmichen ..... 123

Impacto del COVID 19 en el turismo urbano del Ecuador, Enrique Cabanilla, Carlos Garrido & Edison Molina ..... 143

## extramurs

La práctica del *paste up* en la resignificación de la identidad de las mujeres de Ciudad Juárez, Sergio Raúl Recio Saucedo..... 173

## stoa

Una mirada al taller Rural Experimenta 3 des de la mediació, Vicent Querol, Anabel Ejarque & Àngel Portolés ..... 201

## biblos

¿Qué les falta a nuestras ciudades? ¿Qué nos falta en nuestras sociedades?, Paco Marco..... 217

## call for papers

Futurs números de kult-ur..... 223



**kultur** revista interdisciplinària sobre la cultura de la ciutat