
Turismo sostenible

versus depredación turística.
Islas Baleares, España

Sustainable tourism versus tourism depredation.
Balearic Islands, Spain

Abraham Nuevo López¹

Ginesa Martínez del Vas²

¹ Universidad de Málaga, Facultad de Filosofía y Letras
Departamento de Geografía. Málaga, España

² Universidad Católica San Antonio de Murcia. España
abraham@uma.es; gmvas@ucam.edu

Nuevo López: <https://0000-0002-2522-1091>

Martínez del VAS: <https://0000-0002-2713-0636>

Resumen

El presente trabajo trata de dar cuenta acerca de la realidad del doble modelo de turismo existente en las islas Baleares (España): por un lado, el turismo sostenible, el ecoturismo, el turismo cultural e histórico; por otro lado, el turismo hipermasificado, el turismo basado en el ocio nocturno que genera una gran cantidad de problemas y externalidades negativas, teniendo su epicentro en la localidad mallorquina de Calvià. Teniendo en cuenta que el sector turístico balear enfrenta un periodo de gran incertidumbre y crisis como consecuencia de los efectos de la pandemia de la COVID-19 y del confinamiento decretado por el Gobierno español durante aproximadamente tres meses, los desafíos, problemas y retos de la actividad en la actualidad sitúan al sector en un verdadero punto de inflexión.

PALABRAS CLAVE: turistificación; colapso; ocio nocturno; ecoturismo; modelos turísticos; masificación.

Abstract

The present research tries to explain the reality of the double model of tourism existing in the Islas Baleares (Spain): on the one hand, sustainable tourism, ecotourism, cultural and historical tourism; on the other, massified tourism, tourism based on nightlife that generates a large number of problems and negative side effects, having Mallorca town of Calvià as epicenter. Bearing in mind that the Islas Baleares tourism sector is facing a period of great uncertainty and crisis as a result of the effects of the COVID-19 pandemic and the confinement decreed by the Spanish government for approximately three months, the challenges, problems, and issues of the activity at present place the sector at a true turning point.

KEYWORDS: touristification; collapse; nightlife; ecotourism; tourism models; massification.

1. Turismo sostenible versus turistificación y turismo hipermasificado. Una necesaria aclaración previa

Antes de adentrarnos en la problemática de las distintas formas y vertientes de turismo sostenible versus las expresiones de turismo más depredadoras y disfuncionales, tanto a nivel socioeconómico como medioambiental, en general y en las islas Baleares (archipiélago conformado por dos grupos de islas e islotes principales: Mallorca, Menorca, Cabrera, Dragonera y Conejera, que constituyen las islas Gimnesias, e Ibiza, Formentera, Espalmador y Espardell, englobadas dentro de las denominadas islas Pitiusas), en particular, conviene precisar, definir y puntualizar cuestiones o conceptos básicos como los de turismo sostenible y turistificación.

En este artículo, cuando se habla de turismo sostenible se hace alusión a la definición de la Organización Mundial del Turismo (en adelante, OMT), según la cual el turismo (o desarrollo) sostenible sería aquel *“que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”* (OMT, 2020: 1).

En otros términos, el desarrollo turístico sostenible comporta una gestión de los recursos que tenga en cuenta no solamente los intereses inmediatos y legítimos del sector turístico, sino su papel social vertebrador y la necesaria protección del medio ambiente, de los procesos ecológicos básicos, de la diversidad biológica y, en suma, de todos los sistemas que permiten sostener y reproducir la vida en el planeta. Esta es la concepción que se asume y comparte en este artículo, y será la que se contraponga, para el caso balear, con otras formas radicalmente distintas de turismo que no respetan al medio ambiente ni se basan en patrones de crecimiento sostenibles.

Asimismo, es imprescindible decir unas palabras respecto a la evolución contemporánea del turismo y, en particular, de la fase actual de desarrollo turístico en que nos encontramos, a mediados de 2020 y con una de las pandemias en curso más graves de la historia reciente, pues ello servirá para situar el punto de partida del análisis, para encuadrarlo en unas coordenadas espacio-temporales que no se pueden obviar. Se suscribe, respecto a la evolución del turismo, la tesis defendida por Del Río (2018: 34) según el cual el turismo *“es un fenómeno evolutivo, una industria cambiante que muta y no un ciclo vital cerrado”*.

De manera muy sintética, cabe diferenciar cuatro grandes etapas en la historia del turismo:

- **Prefordista:** desde mediados del siglo XVIII hasta principios del siglo XX, cuando la actividad estuvo restringida a una minoría de la sociedad.
- **Fordista:** que se prolonga desde la mitad del siglo XX hasta los años 90, momento en que se generaliza, masifica y universaliza el turismo.
- **Posfordista:** desde finales del siglo XX hasta el primer tercio del siglo XXI, cuando la masificación y universalización del estadio fordista origina la saturación de la actividad turística, así como la segmentación del mercado turístico y su ajuste a las nuevas demandas y motivaciones del turista.
- **Posmoderna o de turismo líquido:** en la que nos encontramos en la actualidad, y cuyo rasgo más prominente es la profundización de las dinámicas fordistas y particularmente posfordistas, que se traduce en una internacionalización sin precedentes del turismo y en una utilización sistemática e inédita también de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Santana, 2000; Hernández Noguera, 2016; Rodríguez Cáceres, 2016).

Lo más interesante para la cuestión que se discute en este trabajo es constatar cómo tanto en la etapa

posfordista como en la posmoderna se despliegan las tendencias histórico-turísticas que abren una doble vía contradictoria:

- **Por una parte:** dado que es en el periodo posfordista cuando se inician las primeras formas más desarrolladas de turismo sostenible (turismo ecológico o ecoturismo, enoturismo, agroturismo, etc.), es desde este momento cuando se abre la puerta para un modelo de turismo diferente.
- **Por otra parte:** la expansión casi ilimitada, desde el punto de vista cuantitativo cualitativo, de la actividad turística, la colonización hacia toda la sociedad y el hecho de que todo recurso puede ser en un momento dado transformado en producto turístico, etc., es una tendencia que apunta precisamente hacia el turismo más invasivo y depredador, menos sostenible; hacia la turistificación, en suma, que es lo que se definirá de modo conciso ahora.

Cuando se habla de turistificación en este trabajo, se sigue la línea de argumentación defendida por autores en trabajos muy recientes sobre la cuestión, como por ejemplo De la Calle (2019) o Mansilla (2019), como aquel proceso de transformación del espacio (urbano y rural) en función de las necesidades de reproducción de un tipo de turismo en particular, el turismo líquido, vinculado a la colonización de todos los ámbitos de lo social por el negocio turístico, así como a lógicas gentrificadoras, privatizadoras y mercantilizadoras del espacio público. Para un estudio minucioso, riguroso y profundo acerca del fenómeno de la turismofobia y su reflejo en los medios de comunicación de la isla de Mallorca, cabe citar el trabajo de Puértolas (2018), que contiene una gran cantidad de fuentes y aporta una visión problematizadora y desde diversas aristas de un fenómeno sumamente complejo.

En cualquier caso, no se está de acuerdo con la tesis de que la turistificación sea un fenómeno

inevitable o consustancial al turismo, *per se*, sino que se entiende que se trata de un sector que puede tomar dos vías de desarrollo muy distinta. Por ello se habla de una realidad conflictiva para el caso balear. Veamos por qué.

2. La realidad conflictiva del (doble) modelo turístico de las islas Baleares

No existe, aunque de manera superficial se pueda colegir tal cosa, un solo modelo de turismo en las islas Baleares. Se puede discutir cuál de los dos paradigmas de turismo es el hegemónico en las islas, sin duda.

La realidad es siempre compleja, y la del fenómeno del turismo en las islas mediterráneas españolas no podía ser menos. A lo largo de este epígrafe central del artículo se va a exponer, desarrollar y tratar de demostrar tres ideas fuerza:

- Existen dos modelos de turismo balear claramente antagónicos, aunque no siempre sean conscientes de ello sus protagonistas.
- El modelo de turismo sostenible es el único que puede garantizar a largo plazo un desarrollo lo más armónico y equilibrado posible de la región, considerando no solo la variable ecológico-ambiental, sino también la social, económica o cultural.
- Lo anterior no significa que la economía balear pueda, al menos a medio plazo, prescindir del *pattern* turístico más o menos masivo, del llamado turismo de sol y playa. Sí, en todo caso, es determinante el peso que ocupe en la estructura del sector turístico.

La historia del turismo balear está indisolublemente unida a la del turismo en toda España, pero ha tenido y tiene una serie de particularidades. Desde que en los años 60 del siglo XX comenzó a desarrollarse el gran turismo de masas, el sector de la construcción español y balear comenzó a

expandirse de forma considerable. Durante la fase inicial del turismo balear (1955-1960), siguiendo a Colom (2015), el crecimiento de turistas llegados a las islas creció en un 14,2%. Ya en los años 60 se produjo el primer *boom* turístico, la expansión del turismo de masas, subiendo el ritmo de crecimiento hasta el 19,1% durante el periodo de 1960-1970, que se estancó parcialmente con la gran crisis del petróleo de 1973.

La formidable expansión del sector turístico que protagonizó Baleares en concreto se tradujo en la creación de una gran cantidad de operadores turísticos que empezaron ofreciendo precios muy competitivos y destinos atractivos en las islas, región, pionera con la inauguración del Aeropuerto Internacional de Son Sant Joan en 1960 (Palma de Mallorca), que ya contaba en ese momento con un conjunto de ventajas comparativas significativas en lo que a potencialidad turística se refiere, como por ejemplo la existencia previa de infraestructuras imprescindibles para la actividad turística, una tradición turística también pionera, una gran diversidad de enclaves paisajístico-naturales y una ubicación difícilmente mejorables respecto a grandes emisores del turismo europeo como Berlín, Londres, París o Ámsterdam.

Como muestra del vertiginoso crecimiento del sector que registró la región, notemos que, si en 1961 llegaron a las islas unos 400.000 visitantes, a principios del siglo XXI, en 2002, la cifra se multiplicó por más de 20, llegando a los 9.000.000 de turistas. Un punto de inflexión se produjo en la década de los 80, cuando el perfil del turista británico se modificó de manera significativa (hasta la actualidad): de un turista de estancias largas y poder adquisitivo medio-alto se pasó a un turista que pernoctaba menos noches en las islas y que, en términos generales, consumía menos.

En todo caso, el número de turistas siguió creciendo a lo largo de los años 90, si bien a partir de la primera década del presente siglo empeoraron las

perspectivas del sector, fundamentalmente debido a los efectos en parte traumáticos de la entrada en vigor del euro, a la existencia de destinos turísticos directamente competidores, ubicados en el Mediterráneo (principalmente, Turquía, Croacia, Egipto, Túnez o Chipre); al auge del terrorismo islamista y la inestabilidad política subsecuente o a la debilidad de las economías alemana y británica, los dos países más importantes en lo relativo a la emisión de turistas hacia las islas Baleares (García y Martorell, 2007).

Desde inicios de la presente década, los dos grandes perfiles de turistas en las islas se han ido asentando. Desde hace más de una década, los turistas tienden a demandar cada vez más los productos turísticos culturales, urbanos y deportivos, los cuales comportan una gran oportunidad de negocio, pues Baleares cuenta con una importante diversidad cultural y geográfica. Un ejemplo nítido de turismo cultural, en plena isla de Mallorca, se tiene en la experiencia de la Ruta del Emperador, que ha sido examinada con suma atención por Roig (2018). Se trata de clientes fundamentalmente procedentes del norte de Europa, con un mayor poder adquisitivo que el turista británico de sol y playa, lo cual hace posible adaptar los productos a las necesidades particulares de cada turista. No obstante, lo anterior, como muestra el estudio de Ribas (2019), el perfil mayoritario de turista en las Baleares sigue siendo el tradicional, el del turismo de sol y playa. Sin embargo, ello no significa que deba ser así siempre, o al menos que haya de ser el mismo tipo específico de turista de sol y playa.

El turista promedio que visitaba las islas hace una década tenía entre 25 y 44 años (39,2% del total), prefiriendo el hotel como modalidad de alojamiento (82%), siendo menos demandados los alojamientos en alquiler y en propiedad. Asimismo, ya en ese momento eran los turistas nacionales los que menos paquetes turísticos contrataban,

estando muy por encima de ellos los visitantes británicos y alemanes, por este orden. En todo caso, la tendencia general, parece clara, ha sido la de contratar cada vez menos paquetes turísticos.

Otro dato importante tiene que ver con el hecho de que el principal motivo por el que se escogían las islas Baleares como destino turístico era el ocio, las vacaciones, el clima (si bien destacaban también la calidad del entorno y la facilidad de traslado). Asimismo, la estancia media era ya mayor durante la temporada (10,2 días); durante la temporada media y baja, las vacaciones eran más cortas (9,5 días); se acentuaba la tendencia a la baja de los días en que los turistas internacionales y españoles permanecían en las islas Baleares.

Por último, respecto al gasto, los turistas gastaron 105 € de media per cápita; más de la mitad del gasto realizado por los turistas extranjeros que llegaron a las islas fue efectuado en el origen; asimismo, el mayor gasto turístico tuvo lugar durante los meses de julio, agosto y septiembre; es decir, gran dependencia respecto al modelo de turismo de sol y playa; por nacionalidades, fueron los alemanes y los británicos los visitantes que más dinero gastaron en las islas (Barceló, 2010).

Hecho el breve repaso de la historia reciente del turismo en Baleares, interesa, antes de presentar a grandes rasgos los dos modelos de turismo en estas islas que se quiere confrontar y comparar, unos datos sobre la actualidad del turismo en la región, mostrando para ello las cifras respecto al mes más representativo del turismo en las islas: agosto (Agencia Estratégica Turística de Las Illes Balears, 2019), que se acompañan del gráfico elaborado por la propia AETIB:

- De enero a agosto de 2019 llegaron 12.211.701 turistas a las islas, un 0,4% más que en enero-agosto de 2018.
- Los turistas internacionales representaron un 83% del total de turistas en Baleares, llegando a la cifra de 10.141.366 visitantes; esto es,

una baja ligera respecto al mismo periodo del ejercicio anterior (-0,2%).

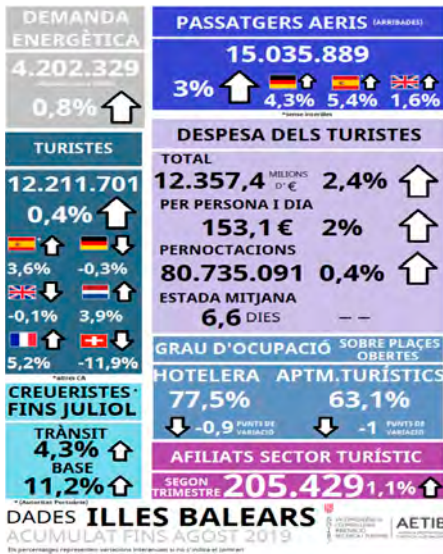
- Por su parte, las entradas de turistas nacionales, que han supuesto un 17% del total de los visitantes, han aumentado un 3,6% en enero-agosto de 2019 (siempre respecto al periodo idéntico del año anterior).
- Por países, el principal emisor de turistas en las islas Baleares sigue siendo Alemania, que concentra un 26,6% del total (3.252.459 turistas), habiendo disminuido un 0,3%.
- En cuanto al número de turistas acogido por cada isla, continúa siendo Mallorca la principal receptora, con un 71,5% de las vistas, seguida de las islas Pitiusas (Ibiza y Formentera), (19,3%) y de Menorca (9,3%).
- Respecto al gasto de los turistas que han llegado a las islas, el gasto total ha sido de 12.357,4 millones de euros, esto es, un aumento del 2,4% respecto a 2018. A propósito del gasto de los turistas españoles, ha ascendido hasta los 1.245,1 millones de euros, escalando hasta el 7,6%, mientras que el de los turistas internacionales ha llegado a los 11.112,3 millones de euros, lo que ha implicado una subida del 1,8%.
- Baleares ha sido durante agosto de 2019 la primera comunidad autónoma en lo tocante al nivel de ocupación por plazas en establecimientos hoteleros, con un 89,9% (en todo caso, 0,1% menos de variación respecto a 2019), seguida de País Vasco (82,1%) y Canarias (80,9%).
- Por último, Mallorca presenta un nivel de ocupación hotelera del 89,7%, Menorca un 88,03% y las Pitiusas un 91,6%; es decir, 0,4% menos, 1,3% más y 0,6% más que en 2018, respectivamente.

La AETIB ha condensado en la siguiente **FIGURA 1** las variables más importantes que afectan a la actividad turísticas en las Baleares.

Es de todo punto innegable que, en primer lugar, la economía balear es altamente dependiente del

FIGURA 1. Principales variables sobre el comportamiento del sector turístico balear (enero-agosto de 2019).

FUENTE: AETIB (2019)



el turismo de sol y playa es el más importante en el archipiélago, convive -o pugna, según se analice- con otros modelos de turismo mucho más sostenibles, más volcados hacia la satisfacción de intereses más a largo plazo, más respetuosos con el medio ambiente y menos depredadores a nivel social y económico. Es lo que se discute en el siguiente epígrafe.

2.1 El modelo de turismo sostenible de las islas Baleares

Antes de proceder a analizar el mapa del turismo sostenible balear, conviene tener presente que, cuando se habla de turistificación, gentrificación, turismo hipermasificado o depredador, no se puede -o no se debería- perder de vista que el caso balear es un claro exponente de otra forma de hacer turismo.

Una de las expresiones más claras de turismo sostenible o ecoturismo de las islas Baleares es el enoturismo. La reciente investigación de Batle (2016) ha explorado el asunto, demostrando la potencialidad que tiene este sector (o subsector) dentro del turismo balear, en particular en la isla de Mallorca. Además de las capacidades de la isla para albergar diversas formas de turismo deportivo, o de congresos y convenciones, Mallorca destaca cada vez más a nivel internacional y nacional como un gran exponente de turismo gastronómico y enológico.

Partiendo del análisis del perfil medio del turista que visita las islas (en su mayor parte son turistas jóvenes, de entre 25 y 44 años, si bien hay un 30% de turistas que tienen entre 45 y 64 años; mayoritariamente de temporada alta, entre abril y octubre, siendo el hotel la modalidad de alojamiento más demandada, con altas tasas de repetición por parte del turista, que elige las islas, sobre todo, por ocio y vacaciones), Batle (2016) clasifica en tres partes las que componen el sector en las islas:

turismo. Según datos de la Consejería de Modelo Económico, Turismo y Trabajo del Gobierno balear (2014), el turismo representa un 34,8% del PIB. Y, en segundo lugar, tampoco cabe ninguna duda de que dentro del sector turístico el peso específico del turismo de sol y playa es muy elevado. Sin embargo, no se concuerda con la idea de que el turismo balear sea el de sol y playa, tal y como apuntan investigaciones como las de Cabrera (2020); aun cuando el propio autor admite que, por ejemplo, al haberse desarrollado más tardíamente y en otras condiciones, el turismo imperante en Menorca es muy diferente del mallorquín o ibicenco, por ejemplo. A este respecto, para un estudio reciente acerca del turismo menorquín (en gran medida más sostenible que el turismo hipermasificado de otros entornos de las islas Baleares), se recomienda en especial el estudio de Roig-Munar (2018), publicado por el Institut d'Estudis Menorquins y por el Consell Insular de Menorca. El propósito fue demostrar que, si bien

- **Primero**, el tradicional turismo de sol y playa, que, si bien seguramente nunca va a poder dejar de ser hegemónico en el entramado turístico balear, se encuentra, desde nuestro punto de vista, en un punto crítico de inflexión y que debe forzosamente renovarse para que tenga más peso un turismo más sostenible a largo plazo, y no menos rentable que el formato de turismo de sol y playa.
- **Segundo**, los sectores que las islas Baleares deben potenciar a juicio del autor, como el turismo deportivo en general y el náutico y de golf en particular, el turismo rural, el turismo cultural, etc.
- **Tercero**, los sectores turísticos a desarrollar primeramente, como el gastroturismo, el llamado turismo del bienestar (*wellness*) o, por supuesto, el enoturismo.

Si los pilares del enoturismo son la cultura del vino, el producto turístico y el territorio, y los valores estratégicos la autenticidad, la competitividad y la sostenibilidad, Baleares es y puede ser un destino turístico de primer nivel para un perfil de turista caracterizado por rasgos tales como viajes en grupos reducidos y periodos cortos, gastos per cápita situados por encima de la media, índice satisfacción alto, organización personal del viaje y residencia en núcleos de población medio-grande.

En su análisis DAFO, Batle (2016) destaca lo siguiente respecto a la potencialidad y la solidez actual del enoturismo balear:

- **Debilidades:** escasa conciencia turística de los productores; carencia de servicios enoturísticos; promoción turística insuficiente; ausencia de planes de desarrollo de enoturismo; carencia de oferta hotelera temática; relaciones escasas entre bodegas, agencias de viaje y establecimientos hoteleros.
- **Amenazas:** aumento de la competencia (sobre todo, de otros países mediterráneos que también cuentan con una importante tradición vitivi-

nícola), los problemas para la coordinación público-privada y la confusión con el terreno del turismo hipermasificado, 'de borrachera'.

- **Fortalezas:** la gran trayectoria de la historia del vino en la isla, unida a la notable variedad y riqueza desde el punto de vista vitivinícola; la existencia de vinos de alta calidad, reconocidos a escala internacional; las diversas iniciativas existentes para fomentar el vino mallorquín; los atractivos turísticos significativos para desarrollar el enoturismo; la amplia oferta a nivel gastronómico; la gran belleza paisajística a lo largo de todo el año.
- **Oportunidades:** la curiosidad por parte de los turistas más inquietos intelectualmente hacia los productos de la tierra mallorquina; la obtención de una marca o identidad de los vinos de Mallorca; la recuperación y conservación colateral de la tradición y del patrimonio de la isla.

La isla de Formentera constituye otra forma de hacer turismo, distinto del turismo hipermasificado, tradicional, de una isla como Ibiza o de ciertos enclaves mallorquines. Así, tal y como expone Cardona (2017), dentro de las islas Pitiusas, mientras que la isla ibicenca priorizó un modelo de turismo basado sobre todo en el ocio nocturno (el cual se analizará más detenidamente en el siguiente epígrafe), Formentera se centró mucho más en el turismo de sol y playa, sí, pero de un formato bien distinto al gran turismo masificado y depredador, acogiendo sobre todo a turistas italianos a partir de los años 90 del pasado siglo y disponiendo de una gran cantidad de pequeños establecimientos familiares para abastecer la demanda turística, no surgiendo por tanto grandes cadenas hoteleras-empresariales. No en vano, Formentera se ha convertido para muchos turistas en un lugar de descanso y de alejamiento de islas masificadas como la mallorquina o la ibicenca, si bien es cierto que las muy reducidas dimensiones de la isla han provocado igualmente cierta masificación, para lo

cual se han tenido que establecer controles o restricciones de acceso. En todo caso, como reconoce Cardona (2017), el hecho de que el turismo de la isla sea más selectivo y de que estuviera también en su momento muy influenciado por la cultura *hippy* ha provocado que su turismo se base más en la naturaleza, por lo que es un claro referente de otra forma de hacer turismo.

En todo caso, tampoco en la isla de Mallorca todo el turismo existente se puede reducir al masificado turismo de sol y playa, o de ocio nocturno, como el que impera en Calvià o Magaluf (un enclave turístico situado en el término municipal de Calvià). Existen distintas zonas turísticas de la isla que en mayor o menor medida se corresponden a distintos paradigmas de turismo. En este punto solo nos interesa analizar el turismo sostenible y menos masificado de Mallorca, así que solo nos detendremos, muy brevemente, en los lugares más emblemáticos de la isla donde la actividad turística se plantea de esta forma.

Coll (2017) ha sido uno de los autores que ha estudiado la fisonomía del otro turismo mallorquín, en concreto el municipio de Selva, ubicado en la Sierra de Tramontana y con una población de menos de 5.000 habitantes. Además de estar muy volcado al turismo natural, la población se ha destacado como un exponente de recuperación de propiedades reconvertidas en actividades agroturísticas, así como en cicloturismo y deportes de montaña, que atrae a una gran cantidad de turistas españoles y de gran parte de Europa. Pese a que Selva aún debe dotarse de mayores infraestructuras, es un claro ejemplo de alternativa turística frente al patrón dominante de turismo hipermasificado.

No cabe duda de que el conjunto de las islas Baleares dispone de un entorno privilegiado, de unas ventajas comparativas naturales que no deberían ser desaprovechadas; al contrario, que habrían de ser mejor explotadas para desarrollar un modelo de turismo diferente. A este respecto,

el turismo de senderismo es -y puede ser aún más- una oportunidad de negocio turístico sostenible y a largo plazo para las islas.

Tal y como destaca Font (2017: 5), este tipo de turismo comporta efectos muy positivos sobre el tejido económico y social del territorio, pues “*ayuda a que se restauren, aprovechen y se revaloricen los recursos territoriales infrutilizados o directamente abandonados del medio rural (restauración de caminos, etc.)*.” Enlazándolo con la investigación de Coll (2017), el entorno que ofrece la sierra de Tramontana es un marco muy propicio para la expansión de la actividad turística senderista. Primero, por su belleza y atractivo desde el punto de vista paisajístico, natural; segundo, por la posibilidad de conectar el turismo de senderismo con el turismo gastronómico; tercero, por hacer viable igualmente el ensamblaje de los dos tipos de turismo sostenible anteriormente mencionados con el turismo histórico-cultural, pues la zona cuenta también con un rico patrimonio arquitectónico e histórico-artístico. Si a ello se le suma la modalidad del cicloturismo, el turismo de senderismo puede ser un potente acicate para hacer realidad un mayor peso del turismo sostenible en el conjunto del sector para todas las islas, en especial para la más importante desde el punto de vista cuantitativo: Mallorca. El turismo de senderismo tiene cuatro grandes ventajas respecto al tradicional turismo de sol y playa hipermasificado:

- Es considerablemente más sostenible, desde el punto de vista medioambiental, a corto, medio y largo plazo.
- Permite engarzar mucho mejor, y de manera más armónica, las distintas modalidades de turismo que existen.
- Atrae y recibe a perfiles de turistas mejor situados económicamente, con mayor estabilidad de ingresos que el turismo depredador y de *low cost*.

- Permite desestacionalizar la actividad, uno de los grandes problemas y retos del sector turístico balear, haciendo posible que el territorio pueda recibir todo el año turistas nacionales e internacionales.

Enclavada en la sierra de Tramontana, la montaña sagrada de Randa es otro enclave que demuestra que existen otras maneras de gestionar el turismo. Novo y Forteza (2019; 403) han mostrado en este sentido, examinando tres modelos de gestión distintos, cómo pueden crearse santuarios que permitan hacer realidad un turismo más sostenible, adaptado a la nueva demanda de lo que ambos denominan “*turistas espirituales y/o culturales*”. En definitiva, numerosos ejemplos confirman que, frente al turismo hipermasificado, de borrachera y depredador del entorno natural, es posible planificar e implementar una clase de actividad turística radicalmente diferente. Dado que la sierra de Tramontana está viviendo un proceso importante de revitalización turística desde hace varios años, también se debería estar muy vigilante respecto a no repetir los mismos errores que en otros parajes similares. Para ello, según constatan Sánchez *et al.* (2016), proyectos como el de Custodia del Territorio, desarrollado por la Fundación Vida Silvestre, residentes de la *Serra de Tramuntana*, consistorios y administraciones públicas, la Federación Balear de Montañismo y Escalada, etc., permiten fomentar el turismo sostenible y, a la vez, conservar la biodiversidad y el rico patrimonio cultural y etnológico de la zona.

2.2 ‘Turismo de borrachera’, ocio nocturno, turistificación y masificación en las islas Baleares

Si toda parte tiene -o puede tener- su contraparte, no cabe duda de que el sector turístico de las islas Baleares también cuenta con un sector turístico que difícilmente puede considerarse sostenible a largo plazo. En efecto, hay lugares de las islas que

enfrentan un proceso de turistificación que, entre otros efectos, es responsable de los procesos de gentrificación, esto es, de la expulsión de capas sociales menos acomodadas para su sustitución por residentes de clases acomodadas y para la remodelación económica del lugar en beneficio de determinados intereses empresariales, en ocasiones puramente especulativos.

Hay que decir que tanto la turistificación como la gentrificación se han fortalecido a resultados de determinadas políticas de estímulo al turismo más depredador, así como a las nuevas formas de transporte, la expansión de las plataformas de alquiler vacacional y el estímulo a los inversores extranjeros que fuerzan al alza los precios de las viviendas ubicadas en zonas muy turísticas (Zaar, 2019). La investigación de Illanes (2019) hace especial hincapié en este último aspecto, mostrando cómo se ha ido encareciendo el precio medio de la vivienda para los residentes mallorquines. Respecto al particular, cabe recordar que el Gobierno balear aprobó en 2017 un proyecto de ley que regula el alquiler de los pisos turísticos, transfiriendo a los consistorios locales la potestad para la restricción del arrendamiento de viviendas por zonas dentro de cada municipio (Marín Cots, 2017). Pese a ello, el problema de la turistificación persiste, como lo hace patente el reportaje de Martín Rodríguez (2018: 5): “*El turismo pues, va colonizando los espacios hasta entrar en las propias casas con el alquiler vacacional. Todo ello, fruto de la no planificación que ha prevalecido durante años en la gestión del Gobierno balear, Lluís Apesteguia, actual jefe de gabinete de Vicepresidencia, Innovació, Noves Tecnologies i Turisme, lo corrobora*”.

Dos de los grandes exponentes del llamado turismo de borrachera en las *illes Balears* son los Calvià y Magaluf (este último forma administrativamente parte del primero). Son múltiples los estudios que han analizado la cuestión del problema del turismo que impera en Calvià y Magaluf.

Por centrarnos solo en uno muy reciente, el de Dimitrova (2020), es claro que el patrón de turismo implantado en ambos enclaves adolece de una serie de problemas graves tales como convivencia conflictiva, frecuentes trifulcas entre turistas que han consumido grandes cantidades de drogas, falta de seguridad, prostitución, etc. También podría aludirse a las condiciones de trabajo de los trabajadores del sector o a la contaminación acústica que soportan los residentes y trabajadores del lugar. Hechos que se han traducido en protestas vecinales que han exigido un mejor equilibrio territorial, social y económico respecto al modelo de turismo hegemónico en lugares como Mallorca (Marín Cots, 2017).

Es evidente, en este sentido, que Mallorca necesita un cambio profundo del *pattern* turístico. Aquí se enmarca la propuesta de reconversión del sector que cita Dimitrova (2020). Un proyecto que comenzó a mediados de esta década y que busca, fundamentalmente, atraer a otro tipo de turistas y dejar de recibir a aquellos visitantes que generan tantos problemas de convivencia y que, además, ni siquiera son turistas que proporcionen ingresos medio-altos. El mayor inconveniente a la necesaria reconversión turística tiene que ver con los intereses implicados por parte de un sector de los empresarios de la zona (sobre todo de los relacionados con el ocio nocturno), que difícilmente se puede pensar que vayan a aceptar una modificación sustancial de las condiciones y del perfil del turista medio que frecuenta las zonas de Magaluf o Calvià a determinadas horas del día.

En cualquier caso, en lo relativo al ocio nocturno más depredador y problemático, el papel de las corporaciones locales es fundamental para poder prevenir y reducir todos los riesgos asociados a tal clase de turismo. Duch *et al.* (2016: 131) consideran que las administraciones públicas deben trabajar en la dirección de armonizar lo máximo posible la actividad turística nocturna (y diurna, pues el

problema del turismo de borrachera no afecta solo a esa franja horaria del día). Y es que

“(...) las corporaciones locales cuentan con un enorme potencial en prevención estructural (regulación de los horarios de venta de alcohol, prohibición de su consumo en ciertos lugares y determinados momentos, reorganización y fortalecimiento de la policía, respeto a la legalidad vigente, perímetros de seguridad y de tranquilidad...) y conductual (programas en el medio escolar para estudiantes y familias, actividades de sensibilización con educadores de calle y trabajadores sociales...) que pueden desarrollar los profesionales y técnicos de las distintas áreas que los componen”.

A este respecto, se constata el fracaso del modelo de turismo que impera en enclaves como Magaluf o Calvià. Por ello, se debería hacer más hincapié aún en la reorganización del sector, tal y como se intenta acometer desde hace años en Magaluf, donde ya se pueden percibir algunos aspectos positivos de la reestructuración tales como la mejora de las infraestructuras hoteleras, de la imagen del destino y de las tasas de empleo, aunque no se ha conseguido hasta ahora sin provocar ciertas dinámicas gentrificadoras (Requena, 2018).

De cualquier manera, lo que parece innegable es que este modelo de turismo está condenado a desaparecer o cuando menos a reinventarse de forma radical para que pueda dar paso a modalidades turísticas realmente sostenibles a largo plazo. Sin embargo, no se debe perder de vista, como bien expone el trabajo de Todaro (2018), que el problema del llamado ‘turismo de borrachera’ hunde sus raíces en un complejo entramado social, cultural, económico, antropológico e histórico, el cual difícilmente puede ser abordado o respondido desde un solo prisma o perspectiva. Además, es un fenómeno también internacional, puesto que muchos de los turistas que provocan este tipo de disfuncionalidades en el territorio provienen de países como Reino Unido o Alemania.

3. Prospectiva y conclusiones acerca del futuro del negocio turístico balear: dos modelos y paradigmas de turismo enfrentados

A tenor de lo analizado en este artículo, son varias las conclusiones que podemos extraer acerca de la realidad del turismo en las islas Baleares:

- **En primer lugar:** parece evidente que el actual modelo turístico hegemónico en las islas está en crisis.
- **En segundo lugar:** son numerosos los exponentes de otra forma de hacer turismo. Se trata, así, de ponerlos más en valor, de potenciarlos.
- **Por último:** para llevar a cabo tal remodelación del turismo en las islas Baleares es indispensable que la planificación y la implementación de todas las medidas pertinentes se consensúen, implicando a todos los agentes sociales, económicos y políticos involucrados en el tejido turístico.

Otro asunto crucial que se ha podido discutir en este artículo es el conjunto de respuestas que desde el turismo sostenible se pueden articular para lograr que las formas de desarrollo turístico más respetuoso con el entorno y con el bienestar social se potencien. Por supuesto, como se decía, no se trata de que las islas Baleares renuncien a su posición privilegiada como receptor de turismo de sol y playa, sino más bien que, sin renunciar a esta forma de turismo (aunque sí a la más depredadora, y en el fondo menos rentable a largo plazo), se equilibre la balanza y pase a tener más peso el turismo sostenible.

En este sentido, sobre todo en las zonas rurales de las islas, el turismo comunitario puede erigirse igualmente en un modelo de desarrollo sostenible. Hay que tener en cuenta que el crecimiento del turismo comunitario sostenible va inexorablemente unido al análisis crítico del impacto que la actividad turística puede tener no solo en el propio

sector, sino en el conjunto de los sectores sociales y económicos (y del medioambiente); en definitiva, en toda la sociedad, tanto a corto como a medio y largo plazo. En suma, la actividad turística comunitaria tampoco está exenta de desafíos, retos e incluso peligros, pero se defiende que puede llegar a convertirse en un medio que garantice un desarrollo sostenible y lo más armónico posible para con las comunidades locales, siempre que estas se encuentren realmente empoderadas y tengan plena conciencia de lo que implica el turismo en nuestras sociedades, en todas las esferas sociales, económicas o culturales.

A este respecto, los enfoques de Blackstock (2005) y de García-Andreu y Ullán (2019) proporcionan muchas pistas sobre la potencialidad del turismo comunitario en distintos territorios del mundo. Una futura línea de investigación podría ser la de ahondar en esta modalidad de turismo en el caso de las islas Baleares, pues se es de la opinión que tiene potencialidad para ello en determinadas zonas menos masificadas y más tendentes a absorber formas de turismo más sostenibles e incluso, como venimos insistiendo, rentables a largo plazo.

En general, se ha comprobado cómo el sector turístico balear tiene grandes fortalezas y oportunidades, pero también algunas debilidades y amenazas potenciales. De cara a poder aprovechar y potenciar las primeras, y a eliminar o al menos minimizar los efectos negativos de las segundas, se considera que la sociedad balear, siempre en colaboración estrecha con los principales implicados en la cuestión (el sector turístico), debería acometer un proceso profundo de cambio de paradigma de desarrollo, aprovechando lo que ya tiene y generando nuevas oportunidades para que en las islas impere un paradigma de turismo verdaderamente sostenible a largo plazo.

Para ello, se entiende que las siguientes dos propuestas globales podrían ir en dicha dirección:

- Implementar una política unitaria, para todas las islas, de fomento de un turismo sostenible, responsable, buscando armonizar la actividad turística con el desarrollo social y el respeto medioambiental. Semejante política, parte de un plan integral con participación de todas las administraciones y agentes económicos y sociales, debería incluir una fiscalidad disuasoria para con el turismo de baja calidad, cuyos fondos podrían invertirse en la recuperación de lugares deteriorados y en la diversificación del tejido social, económico y productivo. También debería dejar de subvencionarse toda forma de turismo hipermasificado que alimente dinámicas turistificadoras, gentrificadoras y destructoras de hábitats naturales, así como habría de limitarse la actividad de determinadas plataformas de alquiler vacacional, cuya actividad redunde en un incremento considerable de los precios de la vivienda para el residente medio de las islas Baleares.
- El mayor aprovechamiento de las distintas formas de turismo sostenible para que se conviertan en verdaderos referentes turísticos, sobre todo en las zonas costeras con mayores problemas de masificación y degradación (Megaluf o Calvià en Mallorca, por ejemplo). Se trata, en el fondo, de lograr una mayor diversificación de la oferta turística, potenciando el turismo cultural, gastronómico, de naturaleza, de congresos y convenciones, deportivo, etc. Además, los avances en materia de oferta inducirán progresos en el lado de la demanda, y viceversa, puesto que recuperar la demanda más sostenible, mediante la mejora de la calidad del producto y los servicios turísticos, aumentará y optimizará la oferta y su calidad. Asimismo, aunque pueda resultar aparentemente lo contrario, el turismo sostenible termina siendo también más rentable a largo plazo para los actores económicos y sociales.

De alguna manera se puede decir que las propuestas aquí presentadas ya fueron incluidas en el conocido *Plan Integral de Turismo 2015-2025*, aprobado por el Govern de les Illes Balears, concretamente por la Conselleria de Turisme i Esports (2016), que formula los siguientes principios:

El Plan Integral de Turismo de las Illes Balears 2012-2015 ha conseguido abrir una serie de oportunidades que son fruto del esfuerzo y del nuevo marco legislativo impulsado desde 2011 por el Govern de les Illes Balears, a través de la Conselleria de Turismo y de la Agencia de Turismo, y fruto también del esfuerzo de actuaciones coordinadas articuladas a través de las Comisiones Ejecutivas Insulares tendentes a reforzar la estrategia de imagen y marca de los destinos de las islas Baleares.

Así pues, las oportunidades y el nuevo escenario que ha abierto el PITIB 2012-2015 se resumen en:

- La apuesta por la **calidad integral del destino**.
- La **mejor separación e identificación de los roles privado-público**, de las funciones de cada uno y de la misión y competencias distintivas que cada uno debe desempeñar para crear una cadena de valor competitiva.
- El **refuerzo del branding de destino** conseguido a través del diseño y la puesta en marcha de acciones promocionales concretas, coordinadas y segmentadas (por mercado, tipo acción y producto) pero también a través del potente sistema de gestión del destino que es el proyecto 'Escaparate Turístico Inteligente'.
- El gran paso que se ha dado gracias al Plan Integral de Turismo 2012-2015 que ha sentado las bases para lograr una comunicación eficaz de las cuatro marcas que conforman el destino Baleares (Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera y de Palma de Mallorca como capital del *city break*) y avanzando en **transmitir los valores diferenciales de cada una de ellas** y en su posicionamiento dentro del mercado (2016:

37-38). [Las negritas son del texto original. N. de la R.]

Un plan integral que, en suma, defiende unas líneas de actuación similares a lo planteado en nuestro artículo, que inciden fundamentalmente en la necesidad de mejorar la calidad de la oferta turística, de potenciar una demanda más sostenible (y rentable y solvente a largo plazo), así como de luchar contra el problema de la estacionalidad, de la excesiva dependencia que presentan las islas Baleares respecto al patrón turístico de sol y playa en su expresión de peor calidad. Tal es la orientación de medidas como la creación de la ecotasa, o igualmente el plan de protección, modernización y recuperación del medio, rural, agrario y marino de las islas, armonizado con el turismo, que se considera, y así seguirá siendo, un puntal fundamental de la economía balear (Serra, 2017).

En otro sentido, se puede plantear igualmente que las islas, así como el conjunto de España, necesitan llevar a cabo un proceso de reordenación del turismo, en la línea de lo apuntado por Figuerola (2018): se trata de reducir al mínimo los desajustes producido por la turistificación, de reordenar el sector para eliminar el problema de la masificación, la cual responde en última instancia a una inadecuada distribución de los recursos turísticos y de los activos y equipamientos de la oferta en el

espacio urbano, más que al volumen o densidad de turistas que reciben las islas Baleares. Optimizar el rendimiento del sector y dar prioridad a las formas de turismo más eficientes y sostenibles deberían ser objetivos por lograr en el medio y largo plazo.

La cuestión es, en cualquier caso, si las reformas que habría que llevar a cabo podrán ser asumidas por todo el sector. Sea como fuere, desajustes del tipo de masificación, alta estacionalidad, densificación, aumento de problemas de convivencia, contaminación medioambiental o acústica, precariedad laboral y un largo etcétera únicamente podrán ser enfrentados y superados cambiando el paradigma de turismo imperante. A propósito de la precariedad, estudios recientes como el de Illanes (2019) sitúan a este factor, junto al impacto medioambiental y el encarecimiento de la vivienda, como una de las principales preocupaciones de los residentes de la isla de Mallorca. El plan de acción formulado por Figuerola (2018) y otros autores se basa en tres tipos de actuaciones distintas pero coordinadas: formativas, jurídicas y de mejora de las infraestructuras. Esa es la clave de bóveda del futuro del turismo en las islas Baleares (y en el conjunto del territorio español): ser capaces de utilizar el poderoso recurso turístico para que deje de ser, en cierta medida, creador de desequilibrios sociales y medioambientales, y devenga un mecanismo restaurador o de reajuste de equilibrios.

4. Referencias citadas

- AGENCIA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA DE LAS ILLES BALEARS (AETIB). 2019. *Estadísticas del turismo. Principales datos mensuales, Islas Baleares*. Disponible en: https://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/es/nota_coyuntura_turistica-36521/. [Consulta: octubre, 2020].
- BATLE MUNAR, E. 2016. *Plan estratégico de promoción de enoturismo en Mallorca*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/1971>. [Consulta: octubre, 2020].
- BARCELÓ HORRACH, C. 2010. *Estudio sobre productos turísticos emergentes en las Illes Balears*. Servicio de Estudios y Publicaciones, Cámara de Comercio de Mallorca. Mallorca, España.
- BLACKSTOCK, K. 2005. "A critical look at community based tourism". *Community Development Journal*, 40(1): 39-49.

- CABRERA PINO, C. G. 2020. *Misma comunidad, ¿distinto turismo?* Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Cabrera_Pino_CarlaGimena.pdf (uib.es). [Consulta: octubre, 2020].
- CARDONA, J. R. 2017. "Peculiaridades del turismo de Formentera". *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(3):555-578. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975092>. [Consulta: septiembre, 2020].
- COLL SAMPOL, J. M. 2017. *Turisme a l'interior de Mallorca: un altre model? Municipi de Selva, portal de la Serra de Tramuntana. Estudi de cas.* Universitat de les Illes Balears, Facultad de Turismo. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Coll_Sampol_Joana_Maria.pdf (uib.es). [Consulta: octubre, 2020].
- COLOM MONTERO, F. 2015. *Las primeras fases del turismo de masas: el caso de Baleares 1955-1975.* Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Microsoft Word - TFG.docx (uib.es). [Consulta: septiembre, 2020].
- CONSEJERÍA DE MODELO ECONÓMICO, TURISMO Y TRABAJO. 2014. *Marco input-output de las Illes Balears 2014.* Disponible en: https://www.caib.es/ibfiles/content/files/Metodologies/Metodologia%20MIOIB14_cast.pdf. [Consulta: septiembre, 2020].
- CONSELLERIA DE TURISME I ESPORTS, GOVERN DE LES ILLES BALEARS. 2016. *Plan integral de turismo de las islas Baleares. 2015-2025.* España.
- DE LA CALLE VAQUERO, M. 2019. "Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83:1-40. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7181135>. [Consulta: agosto, 2020].
- DEL RÍO FERRER, L. 2018. *El evolucionismo en el turismo. Una visión de Mallorca.* Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148147/del_Rio_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [Consulta: septiembre, 2020].
- DIMITROVA STEFANOVA, Y. 2020. *Transformación turística del municipio de Calvià. Gestión del enfrentamiento entre lo nuevo y lo viejo.* Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Dimitrova_Stefanova_Yoana.pdf (uib.es). [Consulta: octubre, 2020].
- DUCH, M.; CALAFATA, A. y M. JUAN. 2016. "Prevención y reducción de riesgos en el ocio nocturno: el papel de las corporaciones locales". *Revista Española de Drogodependencias*, 41(2): 120-134. Disponible en: https://www.aesed.com/upload/files/vol-41/n-2/v41n2_ocionocturno.pdf. [Consulta: octubre, 2020].
- FIGUEROLA, M. 2018. *Futuro del turismo, ordenación o masificación.* Universidad de Nebrija. Mesa del turismo. Disponible en: Microsoft Word - Turismo urbano (mesadelturismo.org). [Consulta: septiembre, 2020].
- FONT MORRO, C. F. 2017. *El turismo de senderismo en las Baleares.* Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Font_Morro_Catalina_Francisca.pdf (uib.es). [Consulta: septiembre, 2020].
- GARCÍA-ANDREU, H. y F. J. ULLÁN. 2019. "¿Todavía existe la comunidad?: Turismo comunitario y nuevas formas de organización social a caballo entre la tradición y la modernidad". *OBETS*, 14(1): 119-143.
- GARCÍA SASTRE, M. A. y O. MARTORELL CUNILL. 2007. Una reflexión sobre el modelo turístico de las Illes Balears. *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM*, 1. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2487711>. [Consulta: julio, 2020].
- HERNÁNDEZ NOGUEDA, V. C. 2016. "Prefordismo, fordismo y postfordismo en el turismo: modelos para el análisis del turismo". *TURyDES. Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 21(9). Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/turydes/21/fordismo.html>. [Consulta: septiembre, 2020].
- ILLANES GODOY, I. E. 2019. *¿Cuáles son las preocupaciones de los ciudadanos mallorquines respecto al turismo?* Facultad de turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: Illanes_Godoy_InesEstela.pdf (uib.es). [Consulta: agosto, 2020].

- MANSILLA, J. 2019. "Gentrificación, turistificación y clases sociales en las ciudades del Mediterráneo". En: E. CAÑADA (ed.), *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*. pp. 62-65. Alba Sud Editorial. Serie Informes en Contraste, N° 9. Barcelona, España.
- MARÍN COTS, P. 2017. *Sostenibilidad urbana en la ciudad turística, simbología, simulación y masificación*. Departamento de Geografía, Universidad de Málaga. Tesis doctoral. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/16435>. [Consulta: julio, 2020].
- MARTÍN RODRÍGUEZ, J. 2018. *Mallorca, al borde del colapso turístico (reportaje)*. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Grado en Periodismo. Disponible en: [Judith Martín Rodríguez.pdf \(us.es\)](#). [Consulta: octubre, 2020].
- NOVO MALVÁREZ, M. y M. FORTEZA OLIVER. 2019. "Tres santuarios y tres modelos de gestión turística en la montaña sagrada de Randa (Mallorca)". *Cuadernos de Turismo*, 43: 381-406. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/374831>. [Consulta: septiembre, 2020].
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2020. *Desarrollo sostenible*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>. [Consulta: octubre, 2020].
- PUÉRTOLAS COOPER, L. 2018. *La turismofobia en Mallorca y su reflejo en la prensa local (2007-2017). Una aproximación*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11201/148105>. [Consulta: octubre, 2020].
- REQUENA VEGA, S. 2018. *Magaluf o Calvià Beach. Destinos maduros en reestructuración*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11201/148164>. [Consulta: noviembre, 2020].
- RIBAS LLABRES, M. 2019. *Evolución del perfil del turista en Illes Balears*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: [tfg final \(uib.es\)](#). [Consulta: octubre, 2020].
- RODRÍGUEZ CÁCERES, X. 2016. *Cambio social y nuevas formas de consumo turístico: el sector de cruceros*. Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Información, Universidad de La Laguna. Trabajo de Fin de Grado en Sociología. Disponible en: <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/3798>. [Consulta: septiembre, 2020].
- ROIG GÓMEZ-CASTRO, M. 2018. *Proyecto de ruta turístico-cultural. Ruta del emperador Carlos V en Mallorca*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: [Roig_Gomez_Casero_Marta.pdf \(uib.es\)](#). [Consulta: noviembre, 2020].
- ROIG-MUNAR, F. X. 2018. *En busca del paraíso. Historia del turismo en Menorca. Alfonso Méndez Vidal (2017)*. Ed. Institut d'Estudis Menorquins i Consell Insular de Menorca. ISBN: 978-84-15291-37-7. Menorca, España. *Investigaciones Turísticas*, 16: 196-199.
- SÁNCHEZ, J. J.; FÉRRIZ, I. y J. M. TAPIA 2016. Custodia del territorio, turismo y conservación de la naturaleza en la serra de Tramuntana de Mallorca. Una contribución a la conservación de la Serra de Tramuntana. En: M. BLÁZQUEZ-SALOM; M. MIL GUAL; I. MURRAY MAS y G. X. PONS BUADES (Coords.), *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo*. (XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE), pp. 430-431.
- SANTANA, M. A. 2000. *Turismo fordista y postfordista. Una primera aproximación a la operativización de conceptos*. Proyecto Sur de Ediciones. Granada, España.
- SERRA LLAMBIAS, A. 2017. *Saturación turística en Mallorca*. Facultad de Turismo, Universitat de les Illes Balears. Trabajo de Fin de Grado. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11201/4613>. [Consulta: noviembre, 2020].
- TODARO, G. 2018. *Il turismo de borrachera in Spagna: origine, evoluzione e problemi aperti di un modello turístico insostenibile*. Università Ca'Foscari Venezia. Tesis doctoral. Disponible en: [847195-1222841.pdf](#). [Consulta: octubre, 2020].
- ZAAR, M. 2019. "Gentrificación y turismo urbano. ¿Cómo se articulan?". *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, 1-32. Disponible en: <http://www.ub.edu/geo-crit/aracone/aracone-230.pdf>. [Consulta: agosto, 2020].

Lugar y fecha de finalización del artículo:
Málaga, España; julio, 2020. Revisado en Málaga
(España), el 27 de noviembre de 2020.