
Introducció a l'espai turístic

PID_00239850

Alfonso Fernández Tabales
Salvador Anton Clavé
Francesc González Reverté

Material docent de la UOC



Alfonso Fernández Tabales

Professor titular d'Anàlisi geogràfica regional de la Universitat de Sevilla. Ha orientat la seva carrera professional i acadèmica a les relacions entre l'activitat turística i els processos de desenvolupament a escala regional i local. Membre de l'equip redactor del Pla general de turisme d'Andalusia 2003-2006. Codirector del pla SENDA (Pla d'ordenació del turisme a l'espai rural andalús). Membre de l'equip redactor del Pla general de turisme sostenible d'Andalusia 2007-2010.

Salvador Anton Clavé

Doctor en Geografia. Actualment és professor titular d'Anàlisi geogràfica regional a la Universitat Rovira i Virgili, on exerceix com a director de l'Escola Universitària de Turisme i Oci. També és director general del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci impulsat per la mateixa universitat. Autor de nombroses publicacions científiques, el seu últim llibre ha estat *The global theme park industry* (CABI, 2007).

Francesc González Reverté

Llicenciat en Geografia i Història per la Universitat Rovira i Virgili i doctor en Geografia per la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualment, és professor dels Estudis d'Economia i Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya. Ha publicat diferents llibres i articles en revistes especialitzades sobre turisme i geografia. Les seves línies d'investigació actuals se centren en el turisme litoral i cultural.

La revisió d'aquest material docent ha estat coordinada pel professor: Francesc González Reverté (2016)

Primera edició: setembre 2016

© Alfonso Fernández Tabales, Francesc González Reverté, Salvador Anton Clavé

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2016

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Dipòsit legal: B-15.983-2016

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Introducció

L'aparició de la figura del turista és un fet relativament recent en la història de la humanitat. Si bé la curiositat és una característica innata en l'ésser humà, no fa més d'uns quants segles que la satisfacció d'aquesta necessitat ha adquirit un caràcter turístic gràcies al desenvolupament tecnològic dels mitjans de transport i de la terciarització de la societat. I tan sols des de fa unes quantes dècades, la **democratització del lleure i el turisme** ha permès que aquesta pràctica aflori entre les classes mitjanes de les societats occidentals i dels països en vies de desenvolupament. D'acord amb els progressos tecnològics, els progressos socials han fet possible estendre el turisme a una part significativa de la població mundial. Dit d'una altra manera, els 800 milions de viatges turístics internacionals existents el 2006 són una mostra que la població del món opta pel turisme.

D'altra banda, els agents socials i econòmics associen el turisme al seu territori i patrimoni com a estratègia de desenvolupament. Encara que aquesta activitat no sempre és necessària en tots els contextos, ni disposa sempre de tot el suport social local, no seria menys cert afirmar que nombrosos territoris de destinació veuen sempre en el turisme llampecs de desenvolupament i perceben en l'afluència de turistes una garantia d'èxit. Atesa aquesta situació, resulta si més no paradoxal que els esforços per trobar mecanismes de promoció eficaços per a la crida al turista vagin en paral·lel amb discursos caricaturitzadors, i fins i tot oposats a aquesta figura, a les mateixes destinacions. Tenir en consideració el turista no és defensar a ultrança el turisme ni girar els ulls cap a una altra banda davant els seus efectes negatius, però sí que és un primer pas per a conèixer "des de dins" el turisme, les seves lògiques simbòliques, socials, econòmiques i territorials específiques i contribuir a una anàlisi menys ideològica.

Més d'un segle després que Thomas Cook establís el primer paquet de turisme organitzat del món, potser hem de recordar encara que sense turistes no hi ha turisme, ni desenvolupament turístic, ni destinacions turístiques.

Aquesta assignatura ofereix una lectura en clau positiva del paper del turisme en la societat contemporània des de diferents àmbits. Partint d'un enfocament territorial, una primera dimensió de l'anàlisi es basa en el reconeixement d'una activitat que demostra la seva raó de ser fonamental en la democratització i accés al lleure del qual gaudeixen milions de persones, com a senyal de benestar econòmic, social i mental. D'altra banda, s'analitzen les principals temàtiques i conflictes socioeconòmics, ambientals i culturals que comporta intrínsecament l'accés a les pràctiques turístiques: la globalització, la mobilitat, l'autenticitat, la identitat, la sostenibilitat de les destinacions, etc. A partir

d'aquest plantejament, el guió expositiu de l'obra gira entorn de dos elements clau: la figura del turista, autèntic protagonista de la pràctica turística i, al mateix temps, un desconegut per a la ciència social més enllà de les anàlisis de mercat; i els llocs turístics, espais on es desenvolupa aquesta pràctica i que es construeixen i reconstrueixen sota la seva influència. Es pretén aportar un discurs nou sobre la **dimensió antropològica i sociològica del turista**, i també analitzar, des d'una perspectiva geogràfica, l'anatomia, aparença, metabolisme i invenció de llocs turístics.

Objectius

- Aprofundir en les relacions espacials del turisme.
- Conèixer els aspectes psicosociològics bàsics del comportament de la demanda.
- Entendre la destinació turística des d'un punt de vista sistèmic.
- Analitzar els principals conflictes i impactes de les pràctiques turístiques sobre les destinacions.
- Conèixer els mecanismes de construcció i reconstrucció dels espais turístics.

Continguts

Mòdul didàctic 1

Els turistes

Francesc González Reverté i Salvador Anton Clavé

1. El turista que viatja. Desplaçaments i la condició de mobilitat del turista
2. Elements per a la mesura i caracterització dels fluxos turístics
3. L'ofici de turista. El significat de fer turisme

Mòdul didàctic 2

Els llocs turístics

Francesc González Reverté, Alfonso Fernández Tabales i Salvador Anton Clavé

1. L'anatomia dels llocs turístics. Com esdevenen turístics els llocs?
2. L'aparença dels llocs turístics
3. El metabolisme dels llocs turístics
4. La invenció de nous llocs turístics

Mòdul didàctic 3

Conclusions generals

Francesc González Reverté, Alfonso Fernández Tabales i Salvador Anton Clavé

1. Conclusions generals

Glossari

agroturisme *m* Forma d'allotjament turístic ofert per empreses agràries o particulars dedicats al treball agrícola en granges, masies, cases pairals, etc.

al·lòcton -a *adj* Tipus de desenvolupament turístic caracteritzat per ser dirigit bàsicament per agents externs a la destinació. Segons aquest model, la major part dels ingressos i beneficis derivats de l'activitat turística queda al marge de la població local.

alteritat *f* El MIT la defineix com l'expressió de totes les facetes que corresponen a l'altre (diversitat, diferència, heterogeneïtat, estrangeria...). S'aplica tant als llocs com a les persones.

autenticitat *f* Procés de construcció social i cultural mitjançant el qual cada individu percep la seva relació amb els objectes, persones i elements materials i immaterials de l'entorn visitat com una gradació que va des d'una experiència real fins a una experiència totalment artificialitzada o banal. Per tant, la valoració de l'autenticitat depèn del punt de partida de l'observador i de les seves expectatives, i resulta un indicador clau per a la satisfacció de la seva experiència turística.

autòcton -a *adj* Dit del tipus de desenvolupament turístic caracteritzat per la intervenció de la població local, de diferents maneres: com a promotors, inversors, treballadors i fins i tot usuaris. Aquest tipus de desenvolupament permet redistribuir part dels ingressos turístics entre la població local.

balneoteràpia *f* Modalitat turística terapèutica basada a prendre banys de mar i que, posteriorment, donarà origen a l'actual turisme de sol i platja.

capacitat de càrrega *f* Límit màxim que pot suportar un entorn ambiental per a continuar essent sostenible. En turisme, generalment es parla del concepte entenent que, si es volen implementar polítiques per a un turisme sostenible, s'han de procurar tots els mitjans per a no sobrepassar la capacitat de càrrega de la destinació estudiada.

centre mixt *m* Forma de desenvolupament turístic en una ciutat, en la qual el centre –on es troben els residents habituals (generalment, el centre històric)– també és visitat pels turistes. La població resideix també a la resta de la ciutat, que no és visitada pels turistes.

centre turístic *m* Forma de desenvolupament turístic en una ciutat en la qual el centre (generalment, el centre històric) és visitat pels turistes, però no té residents habituals. La població resideix a la resta de la ciutat, lloc que els turistes no visiten.

cicle de vida *m* Procés de canvi experimentat per un individu, producte o destinació turística al llarg de tota la seva vida. Es tracta d'una seqüència que es repeteix en totes les destinacions i que comença amb una etapa de descobriment (joventut), segueix amb una de creixement (etapa de desenvolupament,

adulta) i acaba amb una etapa de maduresa. A les destinacions turístiques, cada fase es caracteritza per un comportament diferent del producte turístic, de la demanda i de l'impacte de l'activitat turística.

companyia de baix cost *f* Companyia aèria que es diferencia de les tradicionals per partir de plantejaments de més flexibilitat orientada a reduir els costos a tota la cadena de valor i per preveure la política de preus des d'una perspectiva dinàmica, amb oscil·lacions depenent de la situació de demanda.

desenvolupament sostenible *m* Postulat ambientalista que defensa la reducció del consum i, per tant, de la producció en el marc d'una nova forma de viure. Es parteix de la base que no és possible créixer per sobre de la capacitat de càrrega del planeta i, per tant, l'objectiu de les societats no hauria de ser el creixement econòmic, sinó la redefinició dels estàndards materials de vida a fi d'adaptar les necessitats de la població als límits de la Terra. S'entén com una pràctica que asseguri la satisfacció de les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les futures generacions de satisfer les seves.

destinació turística *f* Lloc que disposa d'infraestructura i d'equipament turístic i que és freqüentat per turistes o visitants, ja sigui per compte propi o de manera organitzada.

districte turístic *m* Concentració o clúster d'empreses turístiques amb estrets vincles entre elles. Totes elles se situen en una zona geogràfica limitada i es relacionen amb criteris de cooperació i competència.

ecoturisme *m* Modalitat turística l'objectiu principal de la qual és la visita d'espais naturals i protegits amb finalitat científica, de contemplació de la naturalesa i contacte amb els grups humans nadius, que minimitza l'impacte ambiental i socioeconòmic i que reverteix directament en la conservació dels llocs visitats.

enclavament turístic *m* Nucli turístic desenvolupat sense referències a l'entorn territorial que l'envolta, aïllat econòmicament i socioculturalment de la societat d'acollida, i on els ingressos derivats de l'activitat turística tendeixen a fugir de l'espai de recepció.

empresa global *f* L'empresa mundial o global considera el mercat internacional com un destinatari de la seva activitat de negoci i, per tant, ofereix la mateixa gamma de productes, amb la mateixa política comercial, establint una divisió de les diferents tasques productives entre les filials, cosa que estimula els intercanvis, tant de mercaderies com d'informacions, a l'interior del mateix grup. De fet, s'ha dit que en l'economia actual la internacionalització i la globalització de la producció ens porta de les firmes multinacionals a les firmes mundials o globals.

espai complementari *m* Àrea de l'espai receptor on se situen els equipaments turístics, tant els de l'oferta d'allotjament com els de l'oferta recreativa.

espai d'atracció *m* Àrea de l'espai receptor on es troba l'element o elements que expliquen el desplaçament turístic.

espai emissor *m* Regió geogràfica des d'on es desplacen els visitants, el seu espai habitual.

espai receptor *m* Regió geogràfica a la qual es desplacen els visitants. És integrat per l'espai d'atracció, l'espai complementari i l'espai residencial.

espai residencial *m* Àrea de l'espai receptor que és, al seu torn, el lloc de residència dels habitants permanents que proveeixen de mà d'obra els serveis turístics.

estació turística *f* Segons el MIT, lloc creat i concebut per i per al turisme. És un espai urbà on l'activitat turística és la predominant i que té unes funcions urbanes i turístiques poc diversificades en comparació de la resta de ciutats.

excursionista *m i f* Visitant d'una destinació turística que no pernocta a cap allotjament, ni col·lectiu ni privat. Es diferencia així del turista, el qual passa almenys una nit allotjat al lloc de vacances.

experiència turística *f* Autorecreació del viatge que el seu protagonista fa abans (buscant informació, etc.), durant (activitats i visites, etc.) i després (passi de diapositives, etc.) d'aquest.

factor pull *m* Factor d'atracció que presenta una destinació turística amb relació a la motivació de la visita per part de la demanda. Elements com la imatge de la destinació, els seus recursos turístics, les campanyes de promoció desenvolupades, etc. formen part d'aquest tipus de factors.

factor push *m* Factor d'impuls al turisme des de la perspectiva dels llocs emissors, com, per exemple, la voluntat d'escapar temporalment de la vida quotidiana, l'estrès laboral, l'afany per descobrir, etc.

grand tour *m* Itinerari turístic que es va posar de moda entre l'aristocràcia anglesa a partir de la Revolució Industrial. El viatge, de diversos mesos de durada, era considerat una experiència imprescindible perquè els joves nobles es tornessin autèntics *gentlemen*. El *grand tour* va posar de moda determinades àrees de la Mediterrània (ciutats italianes, la Costa Brava) i d'Europa, i va contribuir a l'inici o la consolidació de diferents modalitats i productes turístics (balnearis, turisme de muntanya, litoral, urbà).

helioteràpia *f* Modalitat turística terapèutica i de salut basada en les preses de sol controlades.

hiperrealitat *f* Valoració de la còpia, la rèplica per sobre de l'original. En turisme, designa la creació de destinacions turístiques que són rèpliques d'altres espais, com els parcs temàtics o els espais tematitzats.

empremta ecològica *f* Conjunt d'indicadors que tracten d'avaluar la superfície del sòl i d'aigua que fa falta per a produir la quantitat de recursos o serveis utilitzats per una població determinada i per a allotjar els residus produïts.

imatge accidental *f* Imatge turística d'una destinació que aconsegueix certa notorietat com a conseqüència d'un fet puntual (una notícia, una pel·lícula, un esdeveniment). Sol tenir una vida molt curta, encara que en alguns casos aquesta imatge s'incorpora a l'imaginari col·lectiu.

imatge induïda *f* Imatge turística d'una destinació creada per la indústria turística per a afavorir els fluxos turístics cap a aquesta destinació.

imatge universal *f* Imatge turística d'una destinació que és identificada per la majoria dels consumidors. Es caracteritza per un elevat grau de simplicitat, una evolució escassa (fins i tot si ha canviat la pròpia realitat) i uns orígens que en la major part dels casos es remunten al segle XIX (període romàntic).

model *m* Representació idealitzada del món real construïda de manera ordenada a fi de demostrar algunes de les seves propietats.

motivació *f* Factors psicosocials que incideixen en la voluntat d'iniciar una pràctica turística determinada. La motivació es pot explicar des del punt de vista de pertinença a un grup social determinat, però també com a desig o impuls de consum d'un individu, tenint en compte el cicle de vida en el qual es troba, les seves preferències i necessitats de lleure, i també les característiques del seu entorn personal i social.

museïtzació *f* Tendència d'algunes ciutats turístiques de rehabilitar l'espai urbà amb criteris estilístics molt uniformes, mentre que els elevats preus del terra fan que es buidi d'habitants. La museïtzació crea "ciutats decorat", destinades al consum turístic.

Organització Mundial del Turisme (OMT) *f* Organisme integrat per estats, regions i ciutats i empreses, designat per les Nacions Unides com a ens per a la promoció i el desenvolupament del turisme al món.

paquet turístic *m* Vacances venudes en un sol bloc que comprèn transport i allotjament i, freqüentment, àpats, entreteniment i visites. Es poden distingir dos tipus de vacances "tot inclòs": 1) el circuit tradicional, que proposa com a activitat principal un itinerari amb múltiples parades per a veure els principals llocs turístics, i 2) la modalitat que inclou el viatge en un únic centre, normalment associat a una activitat recreativa a la muntanya (estacions d'esquí) o al litoral.

perifèria turística *f* Espais especialitzats en la recepció de turistes procedents d'un espai central emissor o més. Sovint, encara que no sempre, es tracta d'espais que tenen un balanç turístic favorable a les entrades i nivells de renda inferiors als dels països emissors. La distància entre espais emissors i receptors explica que algunes destinacions perifèriques s'especialitzin en determinades

zones centrals (la Mediterrània respecte a Europa, el Carib respecte a Amèrica del Nord; el sud-est asiàtic respecte al Japó i Austràlia).

postfordisme *m* Transformació social i econòmica que es manifesta en la societat occidental al final de la dècada de 1970 i, especialment, a la dècada de 1980 i que comporta una nova forma de producció industrial, una demanda de productes singulars més gran, una redistribució de les activitats productives i també un canvi social i cultural.

postmodernisme *m* Reflexió teòrica que replanteja el turisme contemporani des d'una dimensió cultural i social interpretable com una experiència, un comportament o un hàbit, més que com una activitat.

pràctica turística *f* Segons el MIT, allò que fa un turista durant el seu desplaçament; una combinació de la posada en escena de les seves intencions i de les respostes que dóna davant dels suggeriments que li aporta el mateix lloc turístic.

producte turístic *m* Conjunt d'elements que configuren l'oferta turística substancial d'una destinació. Es tracta de recursos turístics posats en valor i adaptats a les funcions i usos turístics mitjançant la seva presentació i comercialització. L'experiència turística dels diferents segments de mercat es nodreix, en bona mesura, del consum de productes turístics, per la qual cosa aquests tenen especial incidència en la percepció del turista de la destinació i en la seva valoració de la satisfacció de l'estada.

recurs turístic *m* Elements físics, tangibles o intangibles que configuren els atractius d'una destinació i que poden ser aprofitats per a la seva conversió en producte turístic. Els recursos turístics poden tenir o no tenir un ús turístic sense que per això en canviï la naturalesa. Al contrari, quan es decideix convertir-los en producte turístic es transforma, moltes vegades, la seva forma, presentació, continguts o interpretació amb la finalitat d'adaptar-los i fer-los atractius a la visita turística.

reestructuració *f* Etapa, especialment de maduresa, d'un lloc turístic caracteritzada per la renovació de les infraestructures, de l'equip turístic, la fàbrica urbana o la creació de nous productes turístics amb l'objectiu d'afrontar una pèrdua de competitivitat.

resort *m* Nucli urbà on el turisme exerceix una de les principals funcions. L'estudi històric del desenvolupament dels *resorts* a l'Europa occidental mostra que, des del segle XIX, han emergit diferents tipus: *spas*, per a la salut i l'entreteniment, com Baden-Baden, *resorts* de muntanya (Chamonix) o de litoral vinculats a la balneoteràpia (Brighton).

spa *m* Terme usat generalment per a referir-se a les deus d'aigües minerals i balnearis, que deriva de les termes de Spa, a prop de Lieja, a Bèlgica, molt popular a causa de les seves aigües minerals amb propietats curatives. Durant els segles XVIII i XIX, la creença en les propietats medicinals dels banys i la beguda d'aigües minerals va estimular el turisme de salut i van proliferar les termes

i balnearis. Progressivament, a mesura que es van desenvolupar equipaments recreatius i vinculats a la diversió i el temps de lleure, de centres de salut, els *spas* es van convertir en *resorts* socials.

tematització *f* Segons Antón (2007), organització d'una proposta recreativa complexa entorn d'una sola resolució conceptual. El tema s'ha de remetre a una història, un argument que el visitant assumirà durant la seva visita en un procés progressiu d'identificació. Les característiques físiques, paisatgístiques i estètiques de l'entorn proporcionen els significants.

tipologia *f* Mètode de classificació, taxonomia.

tipologia estructural *f* Tipologia que intenta oferir una visió sistematitzada dels espais turístics, especialment sobre la base de la seva forma, la seva funció i l'impacte que generen.

tipologia morfològica *f* Tipologia basada en la forma o caràcter físic dels espais turístics com a únic criteri de classificació.

tipologia multicriteri *f* Tipologia que utilitza més d'un criteri (morfològic, evolutiu, social, d'escala, etc.) per a classificar els espais turístics.

tropisme *m* Grau de connexió i integració que una destinació turística manté amb el seu entorn territorial.

turisme de masses *m* Tipus de turisme propi de l'etapa fordista. Es caracteritza pel predomini de la gran escala i l'oferta de productes estandarditzats, la qual cosa permet abaratir el cost per unitat (per llit turístic).

turisme de muntanya *m* Modalitat turística que es desenvolupa en àrees de muntanya. Encara que pot presentar paral·lelismes i coincidències amb el turisme de naturalesa i fins i tot el turisme rural, la podem diferenciar en funció del paper actiu que l'element muntanya representa en el desenvolupament de l'activitat turística (no solament com un teló de fons, sinó també com a recurs turístic), per les seves especificitats de producte (per exemple, el turisme de neu) i les seves ofertes singulars (escalada, muntanyisme, alpinisme, etc.), que difícilment són assimilables a altres contextos territorials.

turisme de naturalesa (també turisme verd) *m* Modalitat turística la principal finalitat de la qual és la visita a espais naturals poc o gens humanitzats, amb diferents activitats possibles en aquest medi, ja siguin desitjables o no des del punt de vista de la sostenibilitat.

turisme de sol i platja *m* Modalitat turística desenvolupada als *resorts* litorals caracteritzada per la seva activitat balneotròpica i heliotròpica. La invenció turística de la platja amb finalitats terapèutiques data del segle XVIII. Es caracteritza pel seu elitisme social i apareix representada pels centres balnearis d'arquitectura neoclàssica amb hotels i equipaments luxosos o simbòlicament diferencials (casinos, *piers*, salons de ball, etc.). A partir del segle XIX, es posen de moda els centres balnearis, i s'estenen entre la burgesia com a llocs per a

passar-hi el temps de lleure i com a punts de trobada. A partir de la segona meitat del segle XX, es popularitzen les àrees costaneres turístiques, i adopten el turisme de masses com a forma productiva predominant, amb el sol i la platja com a recursos fonamentals. En l'actualitat, els temes de fons que es plantegen estan relacionats amb la reestructuració dels àmbits costaners saturats, el problema ambiental vinculat al litoral com a espai fràgil i l'aparició de formes específiques de turisme litoral més d'acord amb les noves pautes de la demanda (postfordisme).

turisme dur *m* Forma d'implantació turística que produeix forts impactes socioeconòmics i ambientals, inserida sense considerar el territori, que només li serveix de suport. Aquesta modalitat sol marginalitzar la població local de l'activitat turística.

turisme fordista *m* Model de producció turística de caràcter massiu, basat en l'oferta de vacances estandarditzades. Els turistes són relativament poc exigents i inexperts. Hi ha un interès més gran pel costat del productor que del consumidor. El factor preu és decisiu i les economies d'escala són el factor determinant de l'oferta. La flexibilitat laboral és escassa i els nivells salarials baixos. La mà d'obra destaca per la seva formació escassa. En aquest tipus de turisme predominen els processos de concentració empresarial horitzontals.

turisme rural *m* Modalitat turística que es desenvolupa sobre un medi rural i que pren aquest àmbit territorial, el seu patrimoni històric, natural i cultural, els allotjaments específics i la forma de vida dels seus habitants com a principal objectiu de les vacances.

turisme suau (també turisme sostenible) *m* Forma d'implantació turística caracteritzada pel seu escàs impacte social, ambiental i econòmic, integrada a l'entorn territorial de referència i on la població local n'és un agent actiu.

turisme urbà *m* Modalitat turística que es desenvolupa en el marc d'una ciutat, ja sigui per l'atracció que exerceix el seu patrimoni històric i artístic, la seva atmosfera urbana, per la seva capacitat d'allotjament o l'equipament recreatiu existent, o bé per l'organització de fires, mercats, congressos i reunions.

Bibliografia

Agarwal, S. (2002). "Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle". *Annals of Tourism Research* (vol. 1, núm. 29, pàg. 25-55).

Aguiló, E. i altres (2002). *La fase de post-estancamiento de un destino turístico maduro*. Madrid: Fitur.

Aguiló, E.; Alegre, J. (2004). "La madurez de los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Baleares". *Papeles de Economía Española* (núm. 102).

Aguiló, E.; Alegre, J.; Sard, M. (2005). "The persistence of the sun and sand tourism model". *Tourism Management* (núm. 26, pàg. 219-231).

Alfino, M.; Caputo, J. S.; Wynyard, R. (ed.) (1998). *McDonaldization revisited. Critical essays on consumer culture*. Westport: Praeger Publishers.

Antón, S. (2000). "Actividades y espacios turísticos: hacia la sociedad postindustrial". A: F. López Palomeque (coord.). *Geografía de Europa* (pàg. 357-377). Barcelona: Ariel.

Antón, S. (coord.) (2003). *Recursos Territorials Turístics I*. Barcelona: Ed. UOC.

Antón, S. (2004). "De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral". *Papeles de Economía Española* (núm. 102, pàg. 316-333).

Antón, S. (2005). *Parques temáticos. Más allá del ocio*. Barcelona: Ariel.

Antón, S. (2007). *The global theme park industry*. Wallingford/Cambridge: CAB International.

Antón, S.; González Reverté, F. (coord.) (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: Ed. UOC.

Archambault, M.; Barry, C; Lefebvre, P. (2003). *Les retombées économiques de la Route verte*. Mont-real: UQAM-Chaire de Tourisme [disponible en línia]<http://www.routeverte.com/rv/projet/RetEconRV2003.pdf>

Archer, B. H. (1982). "The Value of Multipliers and Their Policy Implications". *Tourism Management* (vol. 3, núm. 2, pàg. 236-241).

Ateljevic, I.; Pritchard, A.; Morgan, N. (ed.) (2007). *The critical turn in tourism studies. Innovative research methodologies*. Londres: Elsevier.

Baerenholt, J. O. i altres (2004). *Performing tourist places*. Aldershot: Ashgate.

Barba, R.; Pié, R. (1995). "Segunda residencia versus productos turísticos". A: *Mercado Inmobiliario y Desarrollo Turístico. XLV Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos de Turismo (AIEST)* (pàg. 135-147). Saint Gall (Suïssa): Ed. AIEST.

Barrado, D. A.; Calabuig, J. (2001). *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Síntesis.

Bauman, Z. (2001). *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Ed. UOC

Bayón, F.; García, I. (1997). *Gestión de Recursos Humanos. Manual para técnicos en empresas turísticas*. Madrid: Síntesis.

Becken, S.; Patterson, M. (2006). "Measuring national carbon dioxide emissions from tourism as a key step towards achieving sustainable tourism". *Journal of Sustainable Tourism* (vol. 4, núm. 14, pàg. 323-338).

Bonham, C.; Edmonds, Ch.; Mak, J. (2006). "The impact of 9/11 and other terrible global events on tourism in the United States and Hawaii". *Journal of Travel Research* (núm 45, pàg. 99-110).

Boniface, B.; Cooper, C. (1987). *The Geography of Travel and Tourism*. Londres: Heinemann.

Boniface, B.; Cooper, Ch. (2004). *Worldwide destinations casebook. The geography of travel and tourism*. Oxford: Elsevier.

Borg, J. van der (1991). *Turismo y desarrollo urbano*. Amsterdam: Thesis Publishers.

Bote, V. (1994). "Turismo y desarrollo económico en España: del insuficiente reconocimiento a la revalorización de su función estratégica". *Papers de Turisme* (núm. 14-15, pàg. 47-61).

Briassoulis, H. (1991). "Methodological Issues. Tourism Input-Output Analysis". *Annals of Tourism Research* (núm. 18, pàg. 485-495).

Brunet, I.; Belzunegui, A. (2003). "Sociología del trabajo turístico". A: A. Rubio Gil (coord.). *Sociología del turismo* (pàg. 159-190). Barcelona: Ariel.

Bryman, A. (1999). "The Disneyization of society". *The Sociological Review* (vol. 47, núm. 1, pàg. 25-44).

Butler, B. W. (1980). "The Concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources". *Canadian Geographers* (núm. 24, pàg. 5-12).

Butler, R. (2004). "The Tourist Area Life Cycle in the Twenty-First Century". A: Lew i altres (ed.). *A Companion to Tourism* (pàg. 159-169). Oxford: Blackwell.

Callizo, J. (1991). *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Madrid: Síntesis.

Callot, Ph. (2006). "New tourism frontiers or new barriers for global tourism?". *Tourism Review* (vol. 2, núm. 61, pàg. 17-23).

Candela, G.; Figini, P. (2012). *The Economics of Tourism Destinations*. Heidelberg: Springer.

Cazes, G. (1992). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. París: Breal.

Chhabra, D. (2005). "Defining authenticity and its determinants: toward an authenticity flow model". *Journal of Travel Research* (núm. 44, pàg. 64-73).

Clawson, M.; Knestch, J. L. (1974). *Economics of outdoor recreation*. Maryland: The John Hopkins Press.

Cohen, E. (1988). "Authenticity and commodification in tourism". *Annals of Tourism Research* (núm. 15, pàg. 371-386).

Crang, M. (2004). "Cultural Geographies of Tourism". A: Lew i altres (ed.). *A Companion to Tourism* (pàg. 74-84). Oxford: Blackwell.

Crompton, J. (1979). "Motivations for pleasure vacations". *Annals of Tourism Research* (núm. 6, pàg. 408-424).

Cuadrado, J. R.; Arranz, A. (1996). "Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output". A: A. Pedreño (coord.). *Introducción a la economía del turismo en España* (pàg. 181-216). Madrid: Civitas.

Cuenca, M. (2001). "Fiesta y juego en el desarrollo humano." A: Diversos autors. *Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano* (pàg. 55-103). Bilbao: Universidad de Deusto.

Cuvelier, P. (2000). "La fin du tourisme fordiste". *Espaces* (núm. 177, pàg. 32-37).

Davis, S. G. (1997). *Spectacular Nature. Corporate Culture and the Sea World Experience*. Berkeley: University of California Press.

Dewailly, J. M. (1989). *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*. París: Masson.

Díaz Álvarez, J. R. (1989). *Geografía del turismo*. Madrid: Síntesis.

Donaire, J. A. (1996). *El turismo a los ojos del postmodernismo. Costa Brava, Tunicia y los malls*. Tesi doctoral. Girona: Universitat de Girona.

Donaire, J. A. (1998). "La participació de la societat civil en el turisme sostenible". *Congreso Internacinal Turismo Sostenible en el Mediterráneo*. Sant Feliu de Guíxols.

Donaire, J. A.; Mundet, L. (2001). "Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes". *Papers de Turisme* (núm. 29, pàg. 51-65).

Donaire, J. A.; González, F.; Puertas, J. (2005). "Diseño de planes turísticos del territorio." A: S. Antón; F. González (coords.). *Planificación territorial del turismo* (pàg. 145-191). Barcelona: Ed. UOC.

Équipe MIT (2002). *Tourismes 1. Lieux communs*. París: Équipe MIT (Mobilités, Itinéraires, Territoires) / Ed. Belin ("Mappemonde").

Équipe MIT (2005). *Tourismes 2. Moments de lieux*. París: Équipe MIT (Mobilités, Itinéraires, Territoires) / Ed. Belin ("Mappemonde").

Esteve Secall, R. (1983). *Turismo, ¿democratización o imperialismo?* Màlaga: Universidad de Màlaga ("Meridiano").

Exceltur (2003). *Acción social en la empresa turística*. Madrid: Exceltur ("Alianza para la Excelencia Turística") [disponible en línea] http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/ACCION_SOCIAL_SECTOR_TURISTICOWEB.pdf

Exceltur (2003). *Plan Renove de destinos turísticos españoles. Documento de Bases. Hacia un nuevo paradigma en el modelo de gestión de los destinos del litoral mediterráneo y las islas: los Proyectos de Reconversión Industrial de Destinos Turísticos (PRIDET)*. Madrid: Exceltur ("Alianza para la Excelencia Turística").

Exceltur (2005). *Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias*. Madrid: Exceltur ("Alianza para la Excelencia Turística").

Exceltur (2006). *Libro Blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas*. Madrid: Exceltur ("Alianza para la Excelencia Turística").

Fernández Tabales, A. (2003). "Actividades y espacios turísticos". A: A. López Ontiveros (coord.). *Geografía de Andalucía* (pàg. 723-749). Barcelona: Ariel ("Ariel Geografía").

Fernández Tabales, A. (2005). "Turismo". A: *Andalucía. Segundo Informe de Desarrollo Territorial* (pàg. 205-221). Sevilla: Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía / Fundación Sevillana Endesa / Universidad de Sevilla.

Figuerola Palomo, M. (1985). *Teoría Económica del Turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos.

Figuerola Palomo, M. (1999). "La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)". A: C. Pellejero (dir.). *Historia de la economía del turismo en España* (pàg. 77-99). Madrid: Civitas.

Fletcher, J. E. (1989). "Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies". *Annals of Tourism Research* (núm. 16, pàg. 514-529).

Fletcher, J. E.; Archer, B. H. (1991). "The Development and Application of Multiplier Analysis". A: E. Cooper (ed.). *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, (vol. 3, pàg. 28-47). Londres: Belhaven Press.

Fraguell i Sansbelló, R. M. (coord.) (1998). *Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local*. Fundació Eco Mediterrània. Girona: Brau Edicions.

Frändberg, L. (2006). "International Mobility Biographies: A Means to Capture the Institutionalisation of Long-distance travel?". *Current Issues in Tourism* (vol. 9, núm. 4-5, pàg. 320-334).

Freitag Tilman, G. (1994). "Enclave tourism development. For whom the benefits roll." *Annals of Tourism Research* (vol. 3, núm. 21, pàg. 538-554).

Fullana, S.; Ayuso, P. (2002). *Turismo Sostenible*. Barcelona: Rubes.

Galindo, P. (2002). *Historias del turismo español. Los pioneros*. Madrid: EPESA.

González, F. (2002). *El Vendrell. De poble a ciutat*. Valls: Cossetània.

Gössling, S. i altres (2002). "Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability". *Ecological Economics* (núm. 43, pàg. 199-211).

Gormsen, E. (1981). "The spatio-temporal development of international tourism: attempt a centre-periphery model". A: *La consommation d'espace par le tourisme et sa preservation* (pàg. 150-170). Ais de Provença: CHET.

Gormsen, E. (1997). "The impact of tourism on coastal areas". *GeoJournal* (vol. 1, núm. 42, pàg. 39-54).

Gottdiener, M. (1997). *The theming of America. Dreams, visions and commercial spaces*. Boulder: Westview Press.

Graburn, N. (1989). "Turismo: el viaje sagrado". A: V. L. Smith (ed.). *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion.

Hall, M. (2005). "Reconsidering the Geography of Tourism and Contemporary Mobility". *Geographical Research* (vol. 2, núm. 43, pàg. 125-139).

Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity*. Cambridge: Blackwell.

Hernández Martín, R. (2004). "El impacto del turismo sobre las importaciones: aspectos metodológicos y empíricos". A: *Economía del Turismo. Actas de las Primeras Jornadas de Economía del Turismo* (pàg. 151-176). Palma de Mallorca: Associació Espanyola d'Experts Científics en Turisme / Universitat de les Illes Balears.

Hollinshead, K. (2004). "Tourism and third space populations: the restless motion of diaspora peoples". A: T. E. Coles; D. J. Timothy (ed.). *Tourism, diaspora and space* (pàg. 33-49). Londres: Routledge.

Horner, S.; Swarbrooke, J. (2004). *International cases in tourism management*. Londres: Elsevier.

Huéscar Martínez, A.; Huéscar Lerena, A. (2005). "Cuenta Satélite del Turismo: instrumento de medición y análisis". *Economía Exterior* (núm. 33, pàg. 37-48).

Iso Ahola, S. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque (Iowa): Wm C. Brown Company Publishers.

Ivars, J. A. (2003). "Regional development policies: an assessment of their evolution and effects on the Spanish tourist model". *Tourism Management* (núm. 24, pàg. 655-663).

Jennings, S. (2004). "Coastal Tourism and Shoreline Management". *Annals of Tourism Research* (vol. 4, núm. 31, pàg. 899-922).

Judd, D. R.; Fainstein, S. (1999). *The tourist city*. New Haven / Londres: Yale University Press.

Junta de Andalucía (1993). *Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía. Plan DIA*. Sevilla: Dirección General de Turismo de la Junta de Andalucía.

Junta de Andalucía (2000). *Avance del Plan de Ordenación del Territorio del Litoral Occidental de Huelva. Informe específico sobre turismo*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía.

Junta de Andalucía (2007). *Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2007-2010*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía (en premsa).

Kellner, D. (1999). "Theorizing/Resisting McDonaldization. A multiperspective approach". A: B. Smart (ed.). *Resisting McDonaldization* (pàg. 186-206). Londres: Sage.

Knafou, R. (2006). "El turismo, factor de cambio territorial: evolución de los lugares, actores y prácticas a lo largo del tiempo (del siglo XVIII al s. XXI)". A: A. Lacosta (ed.). *IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación* (pàg. 19-30). Saragossa: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Knowles, T.; Curtis, S. (1999). "The market viability of European mass tourist destinations, a post-stagnation life-cycle analysis". *International Journal of Tourism Research* (núm. 1, pàg. 87-96).

Krippendorf, J. (1982). "Towards new tourism policies. The importance of environmental and sociocultural factors". *Tourism Management* (vol. 3, núm. 3, pàg. 135-148).

Lanquar, R. (1991). *La economía del turismo*. Barcelona: Oikos Tau.

Lew, A.; Hall, M.; Williams, A. (2004). *A Companion to Tourism*. Oxford: Blackwell.

Littrell, M. A.; Anderson, L. F.; Brown, P. J. (1993). "What makes a craft souvenir authentic?". *Annals of Tourism Research* (núm. 20, pàg. 197-215).

López Olivares, E.; Antón Clavé, S. i altres (2005). "Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España". *Annals of Tourism Research en Español* (vol. 2, núm. 7, pàg. 423-446).

López Palomeque, F. (1999). "Diez hipótesis sobre el turismo en España". A: *Homenaje al profesor Joan Vilà Valentí* (pàg. 1061-1076). Barcelona: Universitat de Barcelona.

Lozato-Giotart, J. P. (1991). *Geografía del Turismo*. Barcelona: Masson.

Mansfeld, Y. (1999). "Cycles of war, terror and peace: determinants and management of crisis and recovery of the israeli tourism industry". *Journal of Travel Research* (núm. 38, pàg. 30-36).

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Nova York: Harper & Row.

Matthieson, A.; Wall, G. (1982). *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Mèxic: Trillas.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist. A new theory of the leisure class*. Nova York: Schocken.

McKercher, B.; Lew, A. (2004). "Tourist Flows and the Spatial Distribution of Tourists". A: A. Lew i altres (ed.). *A Companion to Tourism* (pàg. 36-48). Oxford: Blackwell.

Medina, D.; McLaren, B. (ed.) (2006). *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*. Barcelona: Gustavo Gili.

Merlin, P. (2001). *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables?* París: La Documentation Française.

Muñoz, A.; Grande, F.; Núñez-Cacho, P. (1994). "Modelos de gravitación en el contexto turístico". IV Congreso de Economía Regional de Castilla y León. Burgos: UdB (pàg. 1549-1562).

Novelli, M. (ed.) (2005). *Niche Tourism. Contemporary issues, trends and cases*. Oxford / Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann.

Organización Mundial del Turismo (1997). *Tendencias de los mercados turísticos en el mundo, 1985-1996*. Madrid: OMT.

Organització Mundial del Turisme (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.

Organització Mundial del Turisme (1999). *Sustainable Tourism Development. Guide for Local Planners*. Madrid: OMT.

Organització Mundial del Turisme (2000). *Sustainable development of tourism. A compilation of good practices*. WTO. Madrid: 2000.

Organització Mundial del Turisme (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid: OMT [disponible en línia] http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/turismo_y_pobreza.pdf

Organització Mundial del Turisme (2005). *Tourism Market Trends. Edition-Annex*.

Organització Mundial del Turisme (2006, juny). *Barómetro OMT del Turismo Mundial* (vol. 4, núm. 2, pàg. 4-25).

Papatheodorou, A. (2004). "Exploring the Evolution of Tourism Resorts". *Annals of Tourism Research* (vol. 1, núm. 31, pàg. 219-237).

Papatheodorou, A.; Lei, Z. (2006). "Leisure travel in Europe and airline business models: A study of regional airports in Great Britain". *Journal of Air Transport Management* (núm. 12, pàg. 47-52).

Pearce, D. (1988). *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. Mèxic: Trillas.

Pearce, P. L. (1987). "Psychological studies of tourist behaviour and experience". *Australian Journal of Psychology* (núm. 39, pàg. 173-182).

Pedreño, A. (1996). "El turismo en el análisis económico". A: A. Pedreño (coord.). *Introducción a la economía del turismo en España* (pàg. 19-44). Madrid: Cívitas.

Plog, S. C. (1974). "Why destination areas rise and fall in popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (pàg. 55-58).

Plog, S. C. (2001, juny). "Why destination areas rise and fall in popularity. An update of a Cornell Quarterly classic". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (pàg. 13-24).

Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CAB Internacional.

Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.

Pujadas, R.; Font, J. (1998). *Ordenación y planificación territorial*. Madrid: Síntesis.

Requejo, J. (2001). "La segunda residencia lanza una OPA sobre el litoral andaluz. Una grave amenaza sobre el modelo de ordenación territorial para el

litoral". A: *III Congreso Internacional de Ordenación del Territorio* (Gijón, 3-6 de juliol).

Requejo, J. (2005, 20 de desembre). "El tsunami de los climáticos". *El País*.

Responsible Tourism Handbook (2003). Sud-àfrica: Department of Environmental Affairs and Tourism [disponible en línia] <http://www.icrtourism.org/sa/tourismhandbook.pdf>

Revilla, G.; Dodd, T. (2003). "Authenticity perceptions of Talavera pottery". *Journal of Travel Research* (núm. 42, pàg. 94-99).

Rico Amorós, A. (2002). "Insuficiencia de recursos hídricos y competencia de usos en la Comunidad Valenciana". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (núm. 33, pàg. 23-50).

Richards, G. (2001). "The experience industry and the creation of attractions". A: G. Richards (ed.). *Cultural attractions and european tourism* (pàg. 55-69). Wallingford / Cambridge: CAB International.

Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

Riter, G. (1999). *Enchanting a disenchanted world. Revolutionizing the means of consumption*. Thousands Oaks: Pine Forge Press.

Ritzer, G.; Liska, A. (1997). "«McDisneyzation» and «Post-tourism». Complementary perspectives on contemporary tourism". A: C. Rojek; J. Urry (ed.). *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory* (pàg. 96-109). Londres: Routledge.

Rodríguez, V. i altres (1998). *Los inmigrantes europeos jubilados en Andalucía*. Madrid: Instituto de Economía y Geografía.

Rodríguez, V. (1999). "Turismo y migración de jubilados: una relación necesaria". A: *El Territorio y su Imagen. Actas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles* (pàg. 667-678). Màlaga: AGE / Universidad de Màlaga.

Rubio Gil, A. (coord.) (2003). *Sociología del turismo*. Barcelona: Ariel.

Sastre A.; Duhamel, P. (1996). "Les résidents étrangers à Majorque". *Méditerranée* (núm. 3, pàg. 13-16).

Savelli, A. (1998). *Sociologia del Turismo*. Milà: Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo.

Secretaria General de Turisme (1992). *Plan Marco de Competitividad. Plan Futures 1992-1995*. Madrid: Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Secretaria General de Turisme (2007). *Estudio sobre la oferta y la política turística de desarrollo y promoción turística en siete destinos competidores de España*.

Madrid: Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Secrétariat d'État et du Tourisme (2002). *Les chiffres clés du tourisme de montagne en France* (3a. ed.). París: Ministère de l'Équipement des Transports et du Logement.

Seguí, M. (coord.) (2002). *Geografía y Territorio. El papel del geógrafo en la escala local* (pàg. 255-268). Palma: Universitat de les Illes Balears.

Shaw, S.; Thomas, C. (2006). "Discusión note. Social and Cultural Dimensions of Air Travel Demand: Hyper-Mobility in the UK?". *Journal of Sustainable Tourism* (vol.2, núm. 14, pàg. 209-215).

Shaw, G.; Williams, A. (2004). *Tourism and tourism spaces*. Londres: Sage.

Shaw, G.; Williams, A. (2002). *Critical issues in tourism. A geographical perspective*. Londres: Blackwell.

SINAC. *Turismo Sostenible* [disponible en línia, data de consulta: 10 de febrer del 2006] <<http://www.sinac.go.cr/turisostenible.php>>.

Sönmez, S. F.; Apostolopoulos, Y.; Tarlow, P. (1999). "Tourism in crisis. Managing the effects of terrorism". *Journal of Travel Research* (núm. 38, pàg. 13-18).

Stock, M. (coord.) (2003). *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. París: Belin.

Swarbrooke, J. *Sustainable Tourism Management*. Londres: CABI Publishing.

The Future of Air Transport White Paper (2003). Regne Unit: DfT (Department for Transport).

Todd, G. (2003). *WTO Background paper on climate change and tourism*. Madrid: OMT.

Tourisme, environnement, territoires: les indicateurs (2000). Orleans: Institut Français de l'Environnement (IFEN).

Turner, L.; Ash, J. (1976). *Golden hordes. International tourism and the leisure periphery*. Londres: Constable.

UGT (2005). *Estacionalidad y empleo en el sector turístico de Andalucía. Informe de resultados*. Jaén: Unión General de Trabajadores de Andalucía.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres: Sage.

Uso del tiempo libre. Análisis de la Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (2005). Madrid: INE / IERMB.

Valls, J. F. (1999). "Innovar en turismo y ocio: públicos cambiantes, nuevas satisfacciones, nuevos productos, nuevos métodos de gestión de las empresas". A: *VIII Simposio Internacional de Turismo*. Barcelona: ESADE.

Vera, F.; López Palomeque, F. i altres (coord.) (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.

Vera, F. (2006). "Agua y modelos de desarrollo turístico: la necesidad de nuevos criterios para la gestión de los recursos". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (núm. 42, pàg. 155-178).

Vera, F. (2006). "El auge de la función residencial en destinos turísticos del litoral mediterráneo: entre el crecimiento y la renovación". *Papers de Turismo* (núm. 37-38, pàg. 95-114).

Wagner, J. E. (1997). "Estimating the Economic Impacts of Tourism". *Annals of Tourism Research* (vol. 24, núm. 3, pàg. 592-606).

Wang, N. (1999). "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism Research* (vol. 2, núm. 26, pàg. 349-370).

Wilder-Smith, A. (2005). "The severe acute respiratory syndrome: impact on travel and tourism". *Travel Medicine and Infectious Disease* (núm. 4, pàg. 53-60).

Wilson, D. (1994). "Probable as close as you can get to paradise: tourism and the changing image of Seychelles". A: A. V. Seaton (ed.). *Tourism. The state of the Art* (pàg. 765-774). Chichester: John Wiley & Sons.

Zhou, D. i altres (1997). "Estimating Economic Impacts from Tourism". *Annals of Tourism Research* (vol. 1, núm. 24, pàg. 76-89).

Zoido, F.; Caravaca, I. (coord.) (2005). *Andalucía. Segundo Informe de Desarrollo Territorial*. Sevilla: Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía / Fundación Sevillana Endesa / Universidad de Sevilla.