

---

# El turisme des de la perspectiva de les mobilitats

---

PID\_00243253

Fiammetta Brandajs

---

Temps mínim de dedicació recomanat: 4 hores

---





# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>1. Aproximació analítica a la formació disciplinària de la mobilitat</b> .....	7
1.1. Gènesi de les mobilitats contemporànies .....	7
1.2. La mobilitat vinculada a la utilització del temps lliure: turisme i oci 2.0 .....	9
<b>2. Les mobilitats com a expressió de la societat postmoderna...</b>	15
2.1. L'aparició de nous paradigmes .....	15
2.2. Les <i>tourism mobilities</i> .....	21
2.3. Mobilitats i turisme sostenible .....	24
<b>3. La mutació del panorama urbà segons les dinàmiques de mobilitat</b> .....	29
3.1. Les mobilitats que co-construeixen la ciutat .....	29
3.2. La dimensió espacial del desenvolupament turístic .....	32
3.3. Com estudiar les pràctiques socials del desplaçament amb les noves tecnologies .....	37
<b>Bibliografia</b> .....	43



## Introducció

Tradicionalment, l'estudi del turisme s'ha centrat en les perspectives econòmiques, de gestió i, en menor mesura, culturals per a la seva comprensió, i la recerca es basa en les taxonomies dels turistes i les seves destinacions, les motivacions dels viatgers, la qualitat i el grau de satisfacció del consumidor, i en general, la comprensió de les destinacions des de la perspectiva del cicle del producte. En aquests estudis, moltes vegades, la població turista es veu reduïda a un agent racional, *Homo economicus*, i la destinació, a un producte. Així, la mobilitat es redueix a fixar-se en l'eficiència econòmica o ambiental, és a dir, a moure un grup de turistes d'un lloc a un altre, i en el seu impacte en les destinacions.

Òbviament, el turisme sempre implica desplaçar gent des d'habitatges o treball cap a llocs de turisme. El lloc ha de ser diferent del de la residència i sempre hi ha la intenció de tornar a casa. No obstant això, la mobilitat del turisme és molt més complexa. Per exemple, la destinació turística no té gairebé mai una relació directa amb el treball o amb la vida quotidiana; fins i tot mentalment en tenim la idea d'una altra experiència. I mai ho fem sols, sinó amb persones, objectes (maletes), dades (fotografies digitals), records, etc.

Així, doncs, en els últims anys ha emergit un nou paradigma de la mobilitat com a mitjà per a entendre la societat actual (vegeu Larsen, Urry i Axhausen, 2007; Cols, Duval i Hall 2005a). Aquests autors constaten que en la societat actual el moviment de persones, objectes, mercaderies, capitals, idees, etc., s'ha accelerat tant quantitativament com qualitativament. Per tant, les diverses formes de mobilitat dibuixen una societat diferent, i el seu estudi és un indicador de com es transforma la societat; en el nostre cas, de com canvia i ha canviat el turisme i la mobilitat turística com a activitat social.

Però a què ens referim per mobilitat turística? Claudia Troncoso, Diego Kuper i Analía Almirón (2011) ho resumeixen de la manera següent: "mobilitat turística [s'utilitza amb] una doble accepció: per a fer referència al turisme com una forma de mobilitat territorial, però també per a parlar de les transformacions que experimenten les destinacions a partir del turisme, que les fa sempre variables, en continu canvi". Això es vincula amb les propostes d'abandonar la idea de turisme com alguna cosa externa a les destinacions, l'arribada a les quals genera impactes de diferent tipus (Bertoncello, 2002; Hiernaux, 2006). Més que alguna cosa externa, el turisme, com qualsevol altra pràctica associada a un conjunt d'activitats econòmiques, és una part constitutiva dels llocs on es desenvolupa. Aquesta proposta també suggereix canvis en les formes de pensar la relació entre turisme, mobilitat i territori, ja que trenca amb la dualitat turisme-mobilitat enfront de lloc de destinació - immobilitat, que es mostra com una idea predominant a l'hora de tractar el turisme. A més, la idea

de “mobilitat turística” és útil perquè permet fer referència a la relació entre llocs (relacionada amb el desplaçament espacial i el canvi de localització implícit en la pràctica del turisme). La comprensió de les destinacions turístiques com a llocs articulats en altres llocs abona l’aproximació crítica (en oposició a les formes habituals d’entendre les destinacions turístiques com a àmbits simples, tancats i coherents) que procura “obrir” els llocs de destinació turística i proposa entendre’ls com un entramat de pràctiques, accions i relacions socials no solament internes sinó també externes.”

En aquest mòdul, explorarem el concepte de mobilitat turística des d’aquesta perspectiva i què és el que ens aporta el coneixement del destí turístic i la gestió de fluxos de persones cap a aquest destí i a dins, i les seves implicacions per a la sostenibilitat ambiental.

# 1. Aproximació analítica a la formació disciplinària de la mobilitat

## 1.1. Gènesi de les mobilitats contemporànies

El fenomen del turisme té poc més de cent anys, però tal com el coneixem té poques dècades. A partir de la fi de la reconstrucció de la Segona Guerra Mundial, va patir una expansió contínua a Occident fins a configurar-se en el que normalment es diu “turisme de masses”.

La progressiva extensió del fenomen i de les seves implicacions socials, econòmiques i, fins i tot, psicològiques i polítiques, ha obligat el món de la cultura a aproximar-se a aquesta emergència construint eines conceptuals i metodològiques capaces, abans de res, de representar-la i després d'utilitzar el nou coneixement, tal com s'esdevé en totes les ciències.

El paral·lelisme amb altres ciències es manifesta problemàtic de seguida; per exemple, sembla difícil distingir la ciència “pura” de l’“aplicada”, distinció que té els seus fonaments en la cadena que porta des de les troballes i teories de base fins a allò útil socialment i econòmicament.

Però l'aspecte més problemàtic en un enfocament científic del fenomen és saber situar-lo en el marc de les ciències inevitablement involucrades, com ara la sociologia, geografia, economia, etc. Alguns autors que més recentment s'han ocupat de l'organització formal de la matèria han descrit els vincles de les disciplines acadèmiques diferenciades com gàbies conceptuals que limiten la naturalesa eminentment empírica del tema restringint les potencialitats de les exploracions sobre el camp (Coles *et al.*, 2005; Gregson, 2003; Bainbridge 2003, Massey i Sayer 1999).

Aquests autors, en les seves recerques sobre la formalització disciplinària de la matèria “turisme”, opinen que fins i tot el marc interdisciplinari en el qual sembla situar-se “naturalment” l'ambient de la matèria examinada arrossega rigideses pròpies de les disciplines tangents. En aquest sentit forgen la definició de “postdisciplinarietat” com a actitud mental adequada per a superar la “gàbia” disciplinària i formal de cada aportació.

En primer lloc, cal fer, en el camp dels desplaçaments humans, una distinció important entre “turistes”, “migrants” i “viatgers”.

La migració està profundament arrelada en la naturalesa de l'ésser humà (podríem dir en el seu ADN); tal com ho explica l'antropologia, el desplaçament humà és precedent a l'*Homo sapiens* i fins a l'*Homo erectus*, i és comunament

admès com un dels factors crucials del naixement i desenvolupament de l'ésser humà modern. Les raons d'aquesta mobilitat són vàlides fins avui en dia; es tracta essencialment de la recerca perenne de la millora de l'economia de la supervivència.

Una forma de mobilitat que podríem anomenar turística apareix al segle XVI amb l'empenta de la gran revolució intel·lectual propulsada per l'humanisme. Erasme de Rotterdam o Goethe van ser més pròpiament viatgers però, aquests i d'altres, amb la seva fama i encant intel·lectual, van donar origen a costums que, amb el progrés de la seguretat de les rutes, van impulsar un entorn que va anar interessant-se gradualment per "les altres persones" i el "més enllà".

Al segle XIX el ferrocarril, proporcionant seguretat, rapidesa i predicibilitat de temps i destinacions, va obrir (sobretot per a les classes adinerades) espais de "loisir" inimaginables. Va ser el començament del turisme ritual o de rutina. Es van construir hotels i habitatges particulars en localitats idíl·liques d'acord amb els costums socials de la "Belle Epoque".

Els costums de la classe intel·lectual són certament l'origen del desenvolupament de la mobilitat turística, tot i que també trobem aquest origen en esdeveniments humanament tràgics com les guerres i les migracions. Aquests fenòmens, reviscuts per les generacions successives de les persones que els van patir, han influït molt en les interrelacions personals i formen un ambient psicològic intensament emocional; els teatres de guerra o d'origen en migracions més o menys forçades alimenten narracions i records persistents que són, de fet, una part de l'experiència d'aquells que en van ser protagonistes, de manera que el món de relacions d'aquests s'associa amb el contingut emocional. Si entrevistéssim una persona turista nord-americana a Itàlia o a França trobaríem quasi segur que té un traçat històric personal que ens reconduiria a familiars o amics implicats en aquells esdeveniments.

Tots els elements que estan a l'origen del turisme romanen presents. El turisme "residencial", abans destinat a les classes econòmiques privilegiades, és avui dia molt més generalitzat. La "segona residència" és un bé difús i, en molts casos, té origen en la història personal (la segona residència en el lloc de procedència de la família).

És el que s'anomena "turisme de rutina", que fuig de la lògica de la descoberta i de l'interès "exòtic" però que és una part important del flux dels desplaçaments temporanis. Si més no, la globalització i els moviments de grans fluxos migratoris ha multiplicat les motivacions de proximitat familiar.

L'avió, com a mitjà fiable de desplaçament, té escassament cent anys. En la segona postguerra es va imposar com a mitjà pràcticament únic per a desenvolupar els comerços transoceànics, no tant per la seva capacitat de transpor-



tar béns (tradicionalment “els càrrecs” porten la davantera) sinó perquè estava al servei dels operadors per als quals la velocitat apropiava les decisions en “temps real”.

En les dècades de la primera postguerra, el cost dels viatges aeris exclouïa el seu ús com a mitjà comú destinat al turisme (un viatge transoceànic Europa-Amèrica costava, als anys seixanta, l'equivalent d'un o dos sous mensuals d'un empleat o empleada). La competència entre les companyies aèries i la nacionalització del servei van reduir dràsticament els preus del bitllet fins a la capacitat de despesa de la gran massa de la població.

Es podia suposar per fi que l'immens desenvolupament de la informàtica podria satisfer almenys una part de la curiositat de la gent. Però va ocórrer exactament al contrari: l'augment exponencial d'interrelacions produïdes per Internet i per les xarxes socials va comportar una expansió dels interessos generals i del desig d'ampliar els contactes “reals”, impulsats poderosament pels “virtuals”.

El desenvolupament del turisme és, per dir-ho com la gent informàtica, “viral” i, d'alguna manera, ingovernable; els límits actuals del turisme són indesitjats, i els esdeveniments dramàtics que afecten els llocs de destinació turística consolidada, les guerres i el terrorisme, són els que han fet col·lapsar metes turístiques sobre les quals s'havia fonamentat un gran sector de les economies (a Egipte, per exemple, el turisme representava el 40% del PNB).

El sentit que donem al terme *ingovernable* no inclou la recerca d'una millor comprensió científica del fenomen, ni la possibilitat d'emprendre mesures locals i nacionals per a modernitzar-lo, actualitzar-lo i corregir els efectes negatius d'un creixement desproporcionat a les localitats afectades (l'impacte sobre la població resident); el que volem dir és que no és governable el conjunt de raons que impulsen la gent cap al turisme, que ha de ser considerat una constant del món actual, com la globalització, la tecnologia o la xarxa informàtica.

## **1.2. La mobilitat vinculada a la utilització del temps lliure: turisme i oci 2.0**

La creixent demanda de la mobilitat imposada per la globalització crea una realitat social nova i nòmada, que no pot ser classificada segons els criteris de residència, ciutadania, pertinença i identitat local del passat. L'impacte de les noves tecnologies ha transformat completament la nostra manera de viure i la nostra percepció de la relació espai-temps, de manera que ha creat una nova dimensió les repercussions de la qual sobre la manera com vivim, interactuem i ens relacionem amb la realitat quotidiana dibuixen uns nous paisatges, tant socials com físics.

J. Larsen, K. W. Axhausen i J. Urry indiquen cinc grups de mobilitats interdependents que formen les geografies de les xarxes socials en el món contemporani. La segona categoria classifica els diferents tipus de mobilitats referides a les migracions estacionals, entre les quals s'inclouen els viatges que impliquen una tornada i no tenen una llarga durada. Entre aquestes destaca el turisme, d'una banda perquè, tal com indiquen molts autors, representa l'emblema de la societat mòbil, i de d'altra perquè és el sector que produeix el major nombre de desplaçaments, que equival al voltant de mil milions cada any.

La societat postmoderna i el fenomen turístic que es desprèn de la seva transformació tenen característiques peculiars que han de ser analitzades amb noves eines i amb l'examen del fenomen turístic contemporani tant pels estudis de turisme com per les diferents disciplines tangents perquè el turisme pot representar una eina indispensable per comprendre la societat actual. Concretament, la sociologia del turisme adquireix importància per a les ciències socials; és, de fet, a partir de les recerques sobre el turisme i sobre les migracions que madura una proposta de reformulació de la disciplina sociològica, dels seus mètodes i dels seus objectes d'estudi. Amb el *New Mobilities Paradigm* (Sheller i Urry, 2006), que troba la seva definició en el treball del sociòleg britànic John Urry, es proporciona el concepte de mobilitat com a clau de lectura de la societat contemporània.

Des d'aquesta perspectiva, la mobilitat s'observa en la seva multidimensionalitat, i s'estén la seva definició tant al moviment de persones a escala global (migració i turisme) com als béns de consum, els diners, la informació, la comunicació i les imatges; el paradigma considera els desplaçaments diaris a escala local, el moviment d'objectes materials i les comunicacions de la vida quotidiana. Es torna rellevant, per tant, també la mobilitat relacionada amb els mitjans de comunicació, mobilitat que Urry (2000) anomena imaginativa i virtual, amb referència a la capacitat dels mitjans per a fer-nos "viatjar" o proporcionar-nos experiències relacionades amb llocs i persones llunyanes (viatge imaginari) o permetre una comunicació en temps real amb altres persones properes o llunyanes (viatge virtual). La mobilitat, des de la perspectiva del conjunt de mobilitats físiques i simbòliques, sembla complementar altres paraules clau amb les quals el pensament sociològic recent ha tractat de captar els canvis socials actuals: fluxos, xarxes, paisatges i liquiditat.

El turisme contemporani incorpora les característiques essencials del canvi cap a una societat mòbil, de manera que es converteix en un potent símbol de la mobilitat contemporània. La sociologia del turisme, per tant, pot contribuir a la comprensió de les temàtiques al centre de les ciències socials. El conjunt dels components que formen part dels models actuals de vida com els viatges, les comunicacions i els prototips de llaços socials són un exemple de diàleg fructífer entre diferents camps d'estudi. Així, el paper de la sociologia del turisme està posant èmfasi en la mobilitat es distancia dels arguments de la sociologia general, tradicionalment *a-mobile* (Urry, 2000).

La lògica del moviment ens porta a assumir que les percepcions i els estímuls oferts pel context es desenrotllen en una contínua tasca de conceptualització i de desenvolupament de noves categories, mitjançant les quals els individus prenen consciència de la seva relació cognitiva i la renoven contínuament. Estudiar el turisme des de la més àmplia perspectiva de les mobilitats pot enriquir la disciplina amb noves oportunitats per a comprendre'n els equilibris.

El *New Mobilities Paradigm* va néixer, com veurem d'una de manera més extensa en el segon apartat, com a expressió de la societat postmoderna i com una crítica de la visió sedentària i estàtica del concepte de mobilitat. El sociòleg britànic John Urry es va situar a l'avantguarda del moviment de les *mobilities* amb el manifest *Sociology beyond societies* (2000), en què s'argüia que "la sociologia sempre ha considerat la mobilitat com la seva *core business*". Urry va processar les transformacions materials que estan reconfigurant el context social, i especialment les diferents mobilitats que, amb els múltiples sentits, els viatges imaginaris, el moviment de les imatges i de la informació, el moviment virtual i físic, estan reconstruint materialment allò *social as society* dins d'allò *social as mobility* (Urry, 2000).

El *New Mobilities Paradigm* examina el viatge en els àmbits físic, imaginatiu i virtual, i amplia així el concepte de mobilitat que tenia tradicionalment l'accepció de mobilitat social, és a dir, el moviment dels individus al llarg de les jerarquies socials. El paradigma abraça una àmplia gamma d'aspectes des de les diferents modalitats de transport fins a les diverses implicacions de les mobilitats, per exemple, la desigualtat social, les xarxes, la governabilitat, el control, la naturalesa dels llocs i els escenaris futurs.

Per a Urry, l'escenari de la mobilitat s'alimenta d'una multitud de disciplines i emprava diverses teories, mètodes, preguntes i solucions. El paradigma no es presenta en forma de teoria totalitzadora, ni tracta d'incorporar els diferents tipus de viatgers, dispositius de mobilitat, cultures que viatgen i turisme en una de sola; d'aquí l'ús del plural tant en el nom del paradigma com en els seus objectius de recerca.

En aquesta nova interpretació del concepte de mobilitat, les innovacions tecnològiques de la *mobiletic revolution* adquireixen un major interès pel que fa a la sociologia del turisme. L'entusiasme entorn de les mobilitats i les tecnologies està relacionat amb la influència que aquestes tenen en la generació de noves relacions socials, nous estils de vida, nous vincles amb l'espai, nous llocs i noves formes de consum i oci.

Fent una comparació entre la figura del turista de l'edat moderna i la de l'època postmoderna s'aprecia com els imponents avenços en les tècniques digitals i informàtiques del segle XXI han anat generant patrons de comportament cada vegada més mòbils i tecnològics.

La recerca més recent suggereix que les TIC, especialment en les seves formes més recents (Web 2.0, xarxes socials, etc.), han tingut una funció tan important en la determinació de la vida d'una destinació que no ens permet confiar un paper purament instrumental a aquests mitjans. Fonamentalment, la tecnologia s'ha convertit en un component totalment integrat també estructuralment en la xarxa d'actors i relacions que formen una destinació turística, i això explica la idea d'ecosistema totalment digital que avui dia sembla ser un bon model per a comprendre els fenòmens actuals (Baggio; Del Chiappa, 2013).

En els últims anys, els turismes d'oci i de negocis han patit canvis profunds tant en termes d'oferta com de demanda. Des del principi dels anys noranta, de fet, diversos fenòmens innovadors han afectat la indústria turística modificant substancialment la naturalesa i l'abast dels fluxos turístics cap a les destinacions i el comportament dels turistes en els seus àmbits, i també, en alguns casos, l'estructura de l'oferta dels serveis bàsics, entre els quals hi ha els relacionats amb la intermediació.

Tal com expliquen Simon Milne, David Mason, i Julia Hasse en l'article "Tourism, information technology, and development: revolution or reinforcement?", la literatura ha proporcionat un cert nombre de modalitats en què l'estructura, la *performance* i els impactes de la indústria del turisme estan essent influenciats per l'adopció i el desenvolupament de les TIC, i en particular d'Internet (Buhalis i Schertler, 1999):

- **Gestió de la informació i fluxos.** A més de reduir els costos de les comunicacions i transaccions, Internet està canviant la naturalesa dels canals de distribució del turisme (Buhalis, 2001). La inclusió en aquests canals és vital per a la supervivència del negoci (Milne i Gill, 1998).
- **Perfil del comportament del consumidor o consumidora.** Tot i que és difícil de quantificar la capacitat d'Internet per a donar forma a les percepcions del consumidor o consumidora i als processos de presa de decisions, és evident que Internet ja és una força a tenir en compte (Beirne i Curry, 1999).
- **Desenvolupament de nous productes.** Les TIC ofereixen a la indústria corregir les possibilitats de diferenciar preus i també permeten crear més xarxes entre els diferents elements d'aquesta. Les TIC poden millorar la capacitat de la indústria del turisme per a proporcionar una gamma flexible d'elecció de productes (Poon, 1993; Buhalis i Cooper, 1998).
- **Petites i mitjanes empreses turístiques (SMTE).** Molts sostenen que les TIC poden "anivellar el terreny de joc" per a les petites empreses que tenen dificultats per a accedir de manera tradicional als canals turístics de distri-

bució, però només si hi ha habilitats, recursos i infraestructures correctes (Hull i Milne, 2001; Braun, 2002).

- **Desintermediació.** Hi ha un interès creixent per l'impacte d'Internet en els elements de la indústria del turisme que prèviament actuaven com a intermediaris (especialment les agències de viatges). La pèrdua d'ocupació i la reestructuració que s'està produint poden tenir impactes importants en el mercat laboral urbà (Garkavenko, Bremner, i Milne, 2003).
- **Seguretat laboral, formació i habilitats.** Estan essent modelats i alterats per les noves tecnologies. Estudis recents han posat en relleu els problemes relacionats amb la qualitat i la formació dels serveis i el paper de la classe treballadora com a participant activa en la conformació dels resultats del desenvolupament turístic (Tufts, 2000; Milne i Ateljević, 2001).
- **Planificació i participació.** Les TIC poden crear oportunitats per a noves i més adequades formes de participació pública en el procés de planificació del desenvolupament, inclosa la planificació del turisme (Hasse, 2002; vegeu també Kenny, 2002).

El perfil del comportament del consumidor o consumidora es fa amb els mitjans de màrqueting directe, que es caracteritzen per la seva dimensió relacional que facilita la segmentació del mercat per part de les empreses que es poden centrar només en determinats perfils gestionant eficaçment els seus recursos i poden invertir en relacions a llarg termini.

A propòsit de la desintermediació, s'argumenta la caracterització de la web 2.0 com a fenomen que interessa no solament per la tecnologia de la informació, sinó per la seva naturalesa social. En cert sentit, coadjuva la necessitat de socialització de l'ésser humà proporcionant eines i recursos que la web 1.0 només oferia als professionals i afavorint un intercanvi unidireccional. La xarxa de segona generació, no obstant això, va proporcionar universalitat en l'intercanvi de continguts i va contribuir a la instauració de grans xarxes de contactes dins de les anomenades xarxes socials. La creixent independència dels usuaris, juntament amb la capacitat de generar continguts sense haver de tenir coneixements tècnics, ha donat com a resultat la democratització de la web.

En l'últim punt, no obstant això, es posa l'accent en la importància de reconstruir la naturalesa complexa i fragmentada del sector turístic amb l'objectiu de construir xarxes col·laboratives i cooperatives que es troben en diferents contextos. La col·laboració entre les diferents categories de subjectes implicats en el desenvolupament del sector turístic s'ha convertit en una prioritat de les polítiques públiques, que cada vegada més tenen com a objectiu donar suport, i fomentar mitjançant mecanismes de suport financer (Nash, Koyabe i Stansbie, 2006), a la formació de grups o xarxes que puguin superar les diferents fragmentacions i ineficiències mitjançant la formació d'associacions, consorcis i la posada en marxa de les eines de gestió existents, com ara plans, progra-

mes o projectes elaborats entorn del turisme. Aquestes propostes, en la majoria dels casos, són promogudes i implementades per les autoritats locals competents en matèria de turisme, i se n'hi poden afegir d'altres que tenen com a objectiu reforçar les eines operatives específiques utilitzades generalment pels operadors del sector turístic i que tenen la propietat de facilitar, directament o indirectament, la formació de xarxes de col·laboració.

És clar que tots els processos analitzats en aquest apartat, causats pel desenvolupament dels sistemes globals de transport, la difusió de les tecnologies de la informació i la comunicació i l'augment de la propensió a viatjar de grans segments de la població, a més d'augmentar la pressió competitiva exercida per les noves destinacions emergents, han augmentat, en termes de mobilitat, la penetració dels territoris a causa d'un major coneixement dels aspectes de l'espai humà.

## 2. Les mobilitats com a expressió de la societat postmoderna

### 2.1. L'aparició de nous paradigmes

La societat postmoderna, construïda per connexions múltiples i extenses, està imbuïda de pràctiques de mobilitat i és un fenomen que afecta la societat en el seu conjunt.

Les observacions i teories científiques mostren com la societat actual, travessada per tot tipus de pràctiques, ha assumit noves característiques que han de ser investigades per la sociologia. Tenint en compte els canvis provocats per les noves categories socials i pel paper fonamental dels fluxos, de les xarxes i de la mobilitat, les estructures socials, camp d'estudi tradicional del discurs sociològic segons alguns autors, apareixen transmutades significativament.

L'antic paradigma del transport, *transportation planning paradigm*, implicava que el concepte de transport equivalia al de la mobilitat, és a dir, als simples desplaçaments, i que el rendiment del sistema de transport es basava principalment en la velocitat de desplaçament. Recents marcs conceptuals de la planificació reconeixen que l'objectiu últim del transport és l'accessibilitat (capacitat de la gent per arribar als serveis i activitats desitjades), i consideren una gamma més àmplia d'impactes, objectius i opcions (Litman, 2013).

Les dues fases en el paradigma del pensament sobre el transport, des del rendiment dels mitjans fins a l'accessibilitat, es transformen radicalment passant del concepte de transport al de mobilitat.

El que es descriu com a *mobilities turn*, postulat per John Urry i els seus col·laboradors, és un nou paradigma en les ciències socials que permet estudiar la mobilitat de les persones i de les coses en un marc extens de construcció social del destí. Des d'aquest punt de vista, es pot entendre que les mobilitats "produeixin" noves relacions i desequilibris a l'espai urbà, en particular les mobilitats associades al desenvolupament de noves vocacions productives a la ciutat postindustrial, com el turisme.

El *mobilities turn* es defineix, per tant, com un marc teòric i metodològic en què s'analitza la societat no en el seu caràcter estàtic, sinó amb la comprensió dels processos que travessen l'espai i el temps, processos híbrids que només existeixen dins de xarxes complexes formades per objectes, tecnologies i persones.

El concepte de mobilitat no és unívoc. És una idea relliscosa i intangible que descriu una varietat d'accions, pràctiques, objectes i discursos (Cresswell, 2006). Els significats del terme *mobilitat*, de fet, poden ser múltiples segons el punt de vista que adquireixi. El significat de sentit comú és el que veu en la mobilitat el simple desplaçament físic d'un punt a un altre i que, seguint el raonament proposat per Cresswell (2006), s'interpreta com el resultat dels factors de *push* i *pull* que existeixen entre el punt de partida i la destinació. Les anàlisis d'aquest tipus de mobilitat, que Cresswell (2006) defineix com a *movement*, se centren en les dinàmiques socials, econòmiques i polítiques pertanyents als territoris sense ocupar-se del que ocorre entre aquests llocs.

Cresswell proposa, per tant, una distinció analítica entre *movement* i *mobility*, és a dir, la distinció entre ubicacions físiques, d'una banda, i llocs sensorials, espais viscuts, coneguts i representats, de l'altra.

La mobilitat, segons Cresswell (2006), és un concepte espacial central en la vida de les persones, com ho són les destinacions. L'autor defineix el concepte amb tres moments relacionals:

- En un primer moment el concepte de mobilitat es refereix a una realitat empírica, mesurable i tangible; en aquest cas, el significat de mobilitat és proper al de *movement*.
- El segon es compon de les representacions de mobilitat produïdes per la cultura popular, és a dir, amb el cinema, la literatura, la fotografia, la filosofia, la televisió, etc. Aquestes representacions donen sentit al concepte de mobilitat i el connecten a una multitud de significats que reflecteixen sovint ideologies: "Thus the brute fact of getting from A to B becomes synonymous with freedom, with transgression, with creativity, with life itself".
- Finalment, el concepte de mobilitat és practicat, experimentat i incorporat. La forma amb la qual caminem o conduïm, per exemple, reflecteix el nostre estat d'ànim i la nostra experiència emocional del moment específic, però no solament això. La mobilitat com una pràctica integrada és inseparable dels valors i de la forma en què les persones es connecten a la idea del moviment, a la materialitat dels llocs que travessen i a les representacions de l'espai i del paisatge que tenen.

En general, es pot dir que el nou paradigma de la mobilitat suggereix una sèrie de preguntes, teories i metodologies en lloc d'una descripció global o reductora del món contemporani (Sheller i Urry, 2006).



Figura 1. *Vita (Supersuperfície)*, Superstudio, 1971

Ja al principi dels anys setanta, el grup d'arquitectes Superstudio, actiu a Florència fins a l'any 1978, amb els seus projectes originals reconduïbles al corrent de l'arquitectura radical, anticipaven la idea d'una "ciutat on les persones eren lliures de moure's a través d'una xarxa invisible d'informacions i energies vitals." La supersuperfície era una reixeta que s'estenia a terra i al cel i que representava el *network* energètic d'una ciutat global. Com citaven els seus principals exponents, "el viatge entre A i B podrà ser llarg o curt, però de qualsevol manera serà una migració constant" (Superstudio, 1971).

No obstant això, es posa l'accent en l'ambivalència inherent a les formes contemporànies de la mobilitat. Efectivament, si d'una banda assistim a processos de pèrdua del territori "desterritorialització" derivades de les dinàmiques territorials i dels conflictes de poder entre els diferents agents territorials, de l'altra estem davant d'altres formes de "reterritorialització" de diversos tipus.

En la postmetròpoli d'Edward Soja (2000) convergeixen processos simultanis de desterritorialització i reterritorialització, és a dir, de desmuntatge de realitats urbanes preexistents i de recolonització de la ciutat amb altres de noves. Els primers es caracteritzen pel debilitament de la idea del lloc, de les comunitats socials definides territorialment; els segons, per l'aparició d'una nova espacialitat en què allò urbà és inseparable d'allò no urbà, en què els límits entre allò interior i allò exterior s'han difuminat, en què conceptes com ara ciutat, suburbi, camp i àrea metropolitana són difícilment deslimitables.

Referent a això, Zygmunt Bauman, rebutjant el terme *postmodern*, va encunyar el terme *modernitat líquida* per a indicar la feblesa de les construccions conceptuals d'aquesta època, i la desterritorialització de l'àmbit social.

De fet, la primera fase de la modernitat, és a dir, la fase "sòlida", pertanyia a l'intent de circumscriure la posició de l'individu dins de les lleis que defineixen la racionalitat humana i, en conseqüència, incorporar-les al cos de l'estat. Contràriament, el sociòleg polonès descriu la societat actual sobre la base de la idea de la liquiditat, assenyalant que cadascuna de les dimensions socials està travessada per una forta inestabilitat que es pot descriure com una espècie de fluïdesa.

L'esfera temporal presenta noves característiques: augmentant la velocitat de les comunicacions i dels viatges, la modernitat líquida ha permès que moltes experiències siguin accessibles amb immediatesa i hagin causat aquesta desterritorialització (Bauman, 2006).

Tot i això, el nou paradigma de la mobilitat intenta sintetitzar les formes de desterritorialització i de reterritorialització a causa de les complexes modalitats en què interactuen allò global i local produint connexió i desconexió, *empowerment* i al mateix temps exclusió social. A més, com subratllen Sheller i Urry (2006), els sistemes de mobilitat són alhora mòbils i localitzats dins d'estructures materials. Els fluxos de persones, coses i informació, d'una banda, pressuposen instal·lacions immòbils (estacions, magatzems, servidors, etc.) que organitzen els moviments dels fluxos i, d'altra banda, constitueixen fronteres i bloquejos amb l'objectiu de controlar i vigilar aquests fluxos.

Per tant, el nou paradigma de la mobilitat o *Critical Mobilities Studies* (Jensen, 2009) es proposa com una tercera via que rebutja la naturalesa estàtica de la metafísica sedentària i actua com un enfocament crític de la perspectiva nòmada.

La recerca d'un acostament crític a la dimensió teòrica per a entendre la dicotomia de la metafísica sedentària/nòmada està en el desenvolupament de la condició expressada pel concepte.

Segons Jensen, la metafísica sedentària més coneguda de totes les posicions se situa en la *Chicago School of Urban Analysis* (Park i Burgess, 1925). El manifest fundacional escrit per aquests autors exposa una comprensió ambivalent de la mobilitat, ja que, d'una banda, veuen la mobilitat com la limfa vital del “metabolisme urbà” (*ibid.*). D'altra banda, consideren la mobilitat com un factor clau de la decadència moral; “la mobilitat de vida de la ciutat, amb el seu augment en quantitat i intensitat dels estímuls, tendeix inevitablement a confondre i desmoralitzar les persones” (*ibid.*).

Un altre exemple de pensament sedentari és l'anàlisi de la mobilitat urbana duta a terme per Richard Sennett (1994) en el seu llibre *Flesh and stone*. Sennett argumenta que la preocupació moderna pels *circulating bodies* ha portat a una situació d'alienació de les relacions més autèntiques amb l'entorn o ambient físic. “L'individu modern mòbil ha sofert una espècie de crisi tàctil: el moviment ha coadjuvat la desensibilització del cos.”

Pel que es refereix al concepte de la metafísica nòmada, Jansen cita, a més, autors clau de l'ontologia nòmada (Natter i Jones, 1997) i uns altres de la geografia “fluïda” (Fuller, 1963). Segons Deleuze i Guattari (teòrics postmoderns i nòmades per excel·lència), la característica clau de la metafísica nòmada és exactament la importància de *l'in-between*, la ruta i *l'intermezzo*: *The life of the nomad is the intermezzo* (Deleuze, 1987; Guattari, 2003).

En definitiva, el pensament del nou paradigma de la mobilitat implica que, per a poder capturar les pràctiques de mobilitat de la vida contemporània de la ciutat postmoderna, necessitem superar la dualitat conceptual entre la teoria de la sedentarietat i la de la metafísica del nomadisme. “Entre l'espai nòmada i l'espai sedentari, no podem triar i prou; no es tracta d'una qüestió de millor o pitjor, solament de diferència” (Casey, 1997, pàg. 308).

Com proposa Doreen Massey, l'intent de reflectir la teoria de les mobilitats més enllà de la dicotomia sedentarietat-nomadisme es correlaciona amb les idees de la teoria relacional geogràfica (Massey, 1994, pàg. 154).

Aquest és, per exemple, el cas en què la trajectòria i la ruta passen en un primer pla en la conceptualització de la forma que prenen les pràctiques espaciotemporals; en realitat, es presenten com a llocs en una complexa xarxa de fluxos: “*You are, on that train, travelling not across space-as-surface; you are travelling across trajectories*” (Massey, 2005, pàg. 118–119).

#### ***Theoretical resources for mobilities research (M. Sheller i J.Urry, 2006).***

Com hem debatut àmpliament en aquest apartat, el *New Mobilities Paradigm* supera les meres conceptualitzacions de la metafísica sedentària i nòmada del lloc i el moviment. Per tant, per a desenvolupar aquestes nocions és necessari incorporar els corpus teòrics a la base de la recerca sobre les mobilitats.

1) Simmel (1997) argumenta l'interès de la noció de tempo per a comprendre l'urbanisme; aquest principi representa el pols vital de la ciutat que dirigeix no sola-

ment les seves formacions socials, econòmiques i infraestructurals, sinó també el perfil psíquic de les persones residents. Simmel sosté que “les relacions i les qüestions típiques de la realitat metropolitana en general són tan variades i complexes que, sense la més estricta puntualitat en les trobades i els serveis, tota l’estructura s’enfonsaria en un caos ‘inextricable’ [...] aquesta necessitat es produeix per l’agregació de moltes persones amb interessos tan diferenciats que han d’integrar les seves relacions i activitats en un organisme molt complex”. No obstant això, l’excés de mobilitat en les metròpolis causa “brevetat i escassetat de contactes entre humans”. Sosté, a més, que les persones s’atreuen les unes a les altres simplement segons una *free-playing sociability*, és a dir, segons formes d’interacció social alliberades de contingut, substància i ulteriors finalitats.

2) El segon corpus de teoria és un intent més recent de reescriure les condicions en la base de la sociabilitat contemporània. Els estudis científics i tecnològics mostren com “el que anomenem social és materialment heterogeni: xerrades, cossos, textos, màquines, arquitectures, entre d’altres, estan implicats en la construcció social” (Law, 1994).

*“Mobilities involve complex ‘hybrid geographies’ (Whatmore, 2002) of humans and non-humans that contingently enable people and materials to move and to hold their shape as they move across various regions, such as the spread of the car system (Normark, this issue)”.*

3) El tercer corpus de la teoria constitueix la mobilització de l’*spatial turn* en les ciències socials. Tot i que l’espacialitat va començar a ser reconeguda com a element bàsic en l’àmbit social en la dècada dels anys vuitanta (Soia, 1989), ara hi ha un creixent interès per les formes en què els aspectes materials participen en la conformació del lloc i per com aquests aspectes que estant sempre en moviment són assemblats en configuracions de canvi permanent [*assemblages that require various kinds of labour, as Law (this issue), Büscher (this issue), and Tolia-Kelly (this issue) show*].

4) La quarta influència teòrica està relacionada amb el fet de tornar a posar el focus en el cos físic com a vehicle afectiu amb el qual adquirim la sensació de lloc i de moviment, i de la construcció de les geografies emocionals en general. Diverses anàlisis mostren com no solament els mitjans de transport auxiliien el viatge més ràpid entre dos punts sinó que cada mitjà proporciona diferents experiències, *performances* i prestacions.

*“The car too is increasingly revealed through studies as a place of ‘dwelling’ or corporeal inhabitation. It is experienced through a combination of senses and sensed through multiple registers of motion and emotion” (Featherstone et al., 2004).*

*“There is a complex sensuous relationality between the means of travel and the traveller. Such sensuous geographies are not only located within individual bodies, but extend to familial spaces, neighbourhoods, regions, national cultures, and leisure spaces with particular kinaesthetic dispositions” (Edensor, 2002; Sheller, 2004).*

5) El cinquè corpus de recerca examina les diverses tipologies de xarxes socials i, especialment, els patrons de feblesa dels seus vincles que poden generar “petits mons” aparentment inconnexos entre ells (Buchanan, 2002; Granovetter, 1983; Urry, 2004; Watts, 1999).

*“The natures of extensive weak ties stretching across time and space are important for examining putative global connections, as social life appears to move to a more networked model and where there is less likelihood of chance meetings” (Axhausen, 2002).*

*“Sometimes, though, the analysis of mobilities suggests that we need to move beyond network topologies, to consider also topologies that may be more fluid, gel-like or even flickering like fire” (Law, 2004; Mol i Law, 1994; Sheller, 2004).*

6) En fi, les mobilitats semblen implicar l’anàlisi de sistemes complexos que es troben en un punt mig entre l’ordre perfecte i l’anarquia (Capra, 2002; Urry, 2003). Hi ha un “desordre ordenat” dins dels sistemes adaptatius complexos i dinàmics, tal com s’ha analitzat abans (Abbott, 2001; Byrne, 1998; Hayles, 1999; Prigogine, 1997; Urry, 2003).

*“Dynamic systems possess emergent properties. They develop over time so that national economies, corporations, and households are locked into stable ‘path-dependent’ practices (such as the steel-and-petroleum car)” (Urry, 2004).*

## 2.2. Les *tourism mobilities*

La sociologia del turisme en l'actualitat es basa en la redefinició dels conceptes de lloc i cultura desenvolupats pels estudis més dedicats al tema de la mobilitat. Els llocs, des d'aquesta perspectiva, són concebuts com a punts de trobada de relacions presencials i a distància (Massey, 2001), és a dir, nodes en la intersecció d'una heterogeneïtat de fluxos materials i simbòlics i també d'entitats permeables, híbrides i "mobles".

En paral·lel, les cultures es desxifren com a sistemes de significats oberts, en constant canvi, punts de contacte entre els diferents paisatges (Hall, 2001). Coleman i Crang (2002) escriuen, respecte a això: "Al contrari de veure els llocs com una entitat relativament estable, juxtaposats analíticament als fluxos més dinàmics de turistes, cal considerar-los com a fluids creats a través d'activitats *performatives*". El turista, tal com suggereix la interpretació postmoderna, ja no és un mer espectador, sinó un veritable actor que interactua amb els llocs visitats mitjançant la seva corporeïtat.

A la connexió de la perspectiva de les *Touring Cultures* de Rojek, Urry (1997), i la teorització del concepte de "la mobilitat", es troba l'origen d'una línia d'interpretació del turisme que es basa en els conceptes de flux, paisatge i mobilitat, i que iniciat per Rojek i Urry, és posteriorment perseguit per altres autors (Coleman i Crang 2002, Sheller i Urry 2004). El nucli d'aquest enfocament és una nova conceptualització del turisme que supera el que s'identifica com un simple moviment de persones cap a una destinació llunyana. En comptes d'una simple circulació d'individus, el turisme és representat com un moviment pluridiversificat, construït en primer lloc per la mobilitat de les persones però també pel moviment d'objectes materials i imatges (Rojek i Urry, 1997).

Igual que altres fluxos que es mouen i creuen els paisatges globals, el turisme està format per l'entrellaçament de la mobilitat física, imaginativa i virtual. D'altra banda, el turisme és un complex "sistema de mobilitats" (Hannam *et al.*, 2006), és a dir, un sistema sociotècnic que viu de la dialèctica humà - no humà i mobilitat-immobilitat. Com a màxima expressió dels processos de mobilització actuals, el turisme com a pràctica cultural és "un símptoma d'una societat cada vegada més mòbil que està ocupant un paper central en comptes de ser una activitat marginal i perifèrica" (Rojek i Urry, 1997). La mobilitat intrínseca al concepte de turisme representa un vehicle de fluxos culturals i és un factor útil per a comprendre les dinàmiques espaciotemporals.

D'altra banda, la nova definició de turisme posa en qüestió un altre element sobre el qual recolzava la teoria moderna: la idea del turisme com a moviment d'individus i grups cap a un lloc que implicava, de fet, la interpretació de "persones" i "llocs" com a entitats clarament diferents i distingibles (Hannam *et al.*, 2006.). En altres paraules, la sociologia del turisme es basava en la suposi-

ció implícita no solament de la unitat del binomi lloc i cultura, sinó també de la immobilitat de tots dos en relació amb un espai fix i definit per coordenades cartogràfiques (Lury, 1997).

El concepte de lloc com a posició aïllada i de cultura com a entitat localitzada implicava la interpretació del turisme com una força homogeneïtzadora capaç de contaminar la identitat original de les localitats mitjançant la construcció de “bombolles turístiques” caracteritzades per la *placelessness* i la pèrdua del valor intrínsec del lloc (Relph, 1976).

No obstant això, segons la perspectiva de les noves mobilitats, els llocs no solament es predisposen per a l'arribada del turista, sinó també són recreats per la mobilitat i les pràctiques turístiques i per aquells que operen en un determinat territori. Així, els llocs, d'una banda, són protagonitzats per la presència de les activitats i, de l'altra, es construeixen i viuen en la intersecció de les múltiples mobilitats que els creuen.

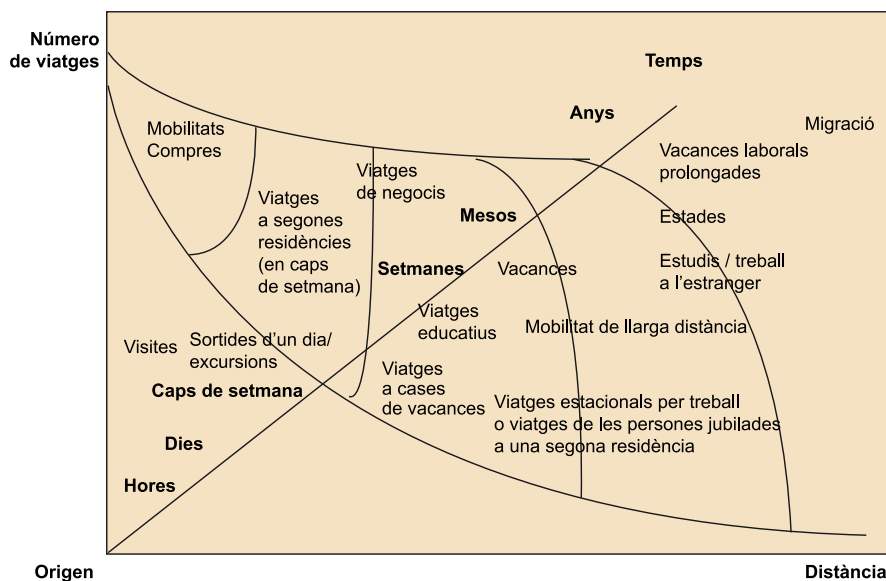
La naturalesa intersticial de les noves espacialitats fluïdes definida pel turisme es desenvolupa, llavors, en una acció de *fading* de les fronteres: els viatges i el turisme són un altre factor d'hibridació i de permeabilització dels espais socials, un altre mecanisme de desdiferenciació típic de la modernitat radical. La interconnexió dels sistemes de mobilitat sembla generar cada vegada més una major similitud entre el comportament típic del viatge i els comportaments de la vida quotidiana (Sheller i Urry, 2004). Parlar de *tourism mobilities* significa afirmar la consciència de la conclusió del turisme en el context d'una “economia dels signes” general (*ibid*). En lloc del turisme, tradicionalment concebut i viscut, existeixen més aviat mobilitats ininterrompudes, físiques, imaginatives i virtuals, voluntàries i forçades” (Urry, 2002).

Turisme i mobilitat no són, per tant, dues entitats diferents, sinó que formen un conjunt de sistemes interconnectats en què cada un en produeix un altre: el viatge físic, virtual o imaginari, reflecteix la tipicitat de la societat contemporània. Segons Urry, el turista representa la metàfora més explícita de les mobilitats globals.

L'elecció d'un enfocament que es basa en l'anàlisi de les *performances* i en la relació que tenen les persones amb el temps i els llocs, ajuda a entendre el turisme com una pràctica de mobilitat que es diferencia de les altres (negocis, migració, etc.) i com el resultat d'una tria autònoma. “Això posa en relleu la necessitat que els interessats en les pràctiques del turisme abordin el tema dels límits arbitraris entre *tourism* i *leisure*, i entre *tourism* i *migration*, ja que el turisme constitueix només una de les formes de la *leisure-oriented temporary mobility* i, essent una part d'aquesta mobilitat, d'una banda ve modelat per aquesta i de l'altra li dóna forma.” (Hall, 2004a).

Hall (2003, 2004a, 2004b) ha postulat un macromodel de *temporary mobility* que busca integrar les mobilitats turístiques amb altres formes de mobilitat amb la representació del nombre total de viatges respecte a les variables de temps i espai (vegeu la figura 2). En el model, el turisme és vist com un component *leisure-oriented* en el contínuum de mobilitats que s'estenen des dels desplaçaments de tipus *commuting* fins a les pràctiques de *shopping*, que també Hall classifica com a migració. Aquesta representació del turisme no solament busca clarament connectar explícitament el turisme amb altres discussions sobre la mobilitat en les ciències socials, sinó també integrar la comprensió de la mobilitat a macroescala i microescala.

Figura 2. Abast de la mobilitat temporal en l'espai i temps



Fuente: Hall (2004a; 2004b).

Pel que es refereix al turisme com una forma de mobilitat temporal, això suggereix que el turisme, o el consum turístic de l'espai i el lloc, incorpora períodes de moviment bastant limitats (en oposició a la migració permanent). Al mateix temps, no obstant això, la mobilitat temporal en forma de turisme pot embeure's de significats socials que són inherentment similars a la designació del procés social que ha arribat a dominar les metateories de la migració, i una nova comprensió de la rutinització de les extenses trajectòries espaciotemporals per a aquelles persones que tenen un estil de vida *mobile* i *leisured* (Hall, 2004).

A més, els avanços en el transport i en la tecnologia de la comunicació i també la seva disponibilitat per a un major segment de la població global han facilitat que els viatges a gran distància formin part del comportament voluntari davant la mobilitat (el que normalment descriuríem com a turisme). En altres paraules, el que ha canviat és el patró i l'estructura rutinària en què es produeixen els episodis de turisme que ara formen part de la rutina de l'individu (Cols, Duval i Hall, 2005). En aquest sentit, les relacions socials tenen un paper decisiu en el comportament del desplaçament de les persones, i les dife-

rents modalitats de transport avui dia estan cada vegada més vinculades als models de societat i a les formes d'experiències possibles gràcies a les noves tecnologies.

### 2.3. Mobilitats i turisme sostenible

La transformació turística en la direcció de la sostenibilitat ambiental s'ha d'entendre com una invitació a planificar el desenvolupament del sector amb la finalitat de reduir al mínim els efectes negatius sobre el medi ambient i aconseguir un desenvolupament durador de si mateix. No obstant això, l'anàlisi de la relació entre el turisme i el medi ambient resulta complex a causa de la influència mútua entre els dos factors segons una dinàmica de connexió amb aspectes socials, històrics i culturals.

Les activitats relacionades amb el turisme tenen repercussions importants sobre el sistema econòmic i socioambiental d'una destinació. D'una banda, el turisme pot convertir-se en un incentiu per a recuperar el patrimoni històric i cultural i protegir els recursos naturals, i ajudar a generar recursos financers per a assolir aquests objectius. D'altra banda, el turisme pot amplificar problemàtiques específiques relacionades amb la sostenibilitat dels llocs.

El turisme impacta sobre el medi ambient en tots els seus moments distintius: les destinacions turístiques pateixen efectes negatius per la sobreocupació, la possible pèrdua d'identitat social i cultural de l'àrea (capacitat de càrrega), l'especulació del sòl (fenomen de segones residències) i la contaminació. A aquests aspectes rellevants a escala local, cal afegir la contribució del turisme als problemes mediambientals a escala global, com la pèrdua de la biodiversitat, l'esgotament de la capa d'ozó i el canvi climàtic, que sorgeix en part de les necessitats de transport i mobilitat que la circulació del turisme determina.

Pel que fa als impactes socioculturals, és evident que el turisme tendeix a no deixar sense canvis les comunitats amb les quals entra en contacte, i sovint provoca, directament o indirecta, canvis en els valors, en el comportament, en les estructures comunitàries, en les relacions interpersonals i, en general, en les formes tradicionals de vida de les poblacions influenciades pel fenomen del turisme.

Els canvis, com ara la pèrdua d'identitat de valors i de la identitat local per processos induïts per la fruïció turística, poden ocórrer per la *commodification*, és a dir, la transformació dels rituals religiosos, cerimònies, festes i ritus ètnics en "productes turístics" que responen a les expectatives dels visitants.

Arran dels profunds canvis de la postmodernitat, es requereix un nou paper en resposta a les necessitats i expectatives culturals i socials cada vegada més específiques. Per tant, és important asseverar el coneixement i l'intercanvi d'un nou paradigma del turisme sostenible, és a dir, un model interpretatiu que expressi processaments i accions efectives que es basin en valors compartits.



Amb aquesta nova visió, el turisme es considera que està, en el seu aspecte global i local, fortament orientat a l'equitat social, tant en els llocs de generació de la demanda turística com en els de les comunitats locals. En essència, el turisme sostenible persegueix el principi *think globally, act locally* de David Brower (1969) i l'adapta com a *think locally, act globally*, i evidencia el concepte de global i la constitució d'una oportunitat per a revalorar la dimensió local.

En l'àmbit de la gestió, un nou enfocament sostenible significa equilibrar els interessos dels turistes i de la indústria turística amb els de les comunitats locals, la qual cosa requereix una combinació de polítiques, planificació, disseny, activitats de màrqueting i comunicacions orientades a millorar les experiències dels turistes i de la seva gestió. L'assoliment d'aquest equilibri és fonamental per a l'èxit dels negocis dins de la destinació, i requereix comprendre com els turistes es mouen a través de l'espai i de les relacions entre aquests dos components.

Karl-Georg Hoyer (2000) va ser el primer autor a transmetre la necessitat d'incloure les mobilitats en les discussions sobre turisme i sostenibilitat. Hoyer argumenta que "*focus on stationary activities and local, intensive environmental issues is too limited both in relation to the concept of tourism and the concept of sustainable development*". En efecte, el debat sobre el turisme sostenible no té sentit sense abordar els reptes de la mobilitat sostenible.

El que Banister (2008) va anomenar *sustainable mobilities paradigm* es basa en una crítica més explícita de les conseqüències del transport contemporani per al medi ambient que es remunta a la dècada dels anys setanta. La crisi del petroli que va començar el 1973 va donar peu a una crítica ecològica sobre el tema del transport. Aquesta crítica va ser de naturalesa mediambiental i moral i anava contra els efectes de la motorització massiva sobre les cultures i les comunitats. Les obres d'aquest període es van emmarcar en els àmbits de la sociologia, la filosofia i la geografia i eren d'autors com André Gorz (1979), Ivan Illich (1974) i Henri Lefebvre (2008).

Banister (2008) resumeix el seu enfocament en l'article "The Sustainable Mobilities Paradigm", on qüestiona dos dels principis bàsics de la planificació del transport convencional: 1) que el viatge és una demanda derivada, i 2) que el viatge és una minimització dels costos. Banister suggereix, en canvi, que l'activitat de viatjar pot ser valorada per si mateixa i que la fiabilitat és més important que la minimització del temps de viatge. No obstant això, argumenta que els enfocaments actuals per a planificar el transport deixen d'incorporar aquests aspectes. És important destacar que l'enfocament sostenible segueix paradigmes polítics prominents per a centrar-se en la mobilitat local i en l'àmbit de ciutat, i posa l'accent en allò local per davant de la gran escala.

Amb el treball "Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships?", es proposarà una anàlisi sobre el concepte de les trajectòries turístiques i la necessitat de comprendre el tema de la sostenibilitat des de la perspectiva de les mobilitats turístiques.

### **Mobilities and sustainable tourism (A. M. Williams, 2013).**

El treball "Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships?" es basa en el concepte que el turisme, i especialment les trajectòries turístiques, necessiten ser enteses en el context del concepte més ampli de les mobilitats. El viatge és un concepte alternatiu que tendeix a separar el moviment corporal del seu context social més ampli i l'entrellaçament amb altres formes de mobilitat (tal com ho va definir Urry, 2007). Atesa la complexitat del concepte de *mobility*, el document es basa principalment en una de les formes que Urry defineix en termes de mobilitat física, que és la migració. La intenció del treball és conceptualitzar i estimular el debat sobre com les relacions entre la mobilitat i el turisme sostenible poden ser enteses en termes de *path dependency*.

#### **Les determinants del gir de la mobilitat**

El gir de la mobilitat, en termes del *New Mobilities Paradigm*, ha estat impulsat per diversos canvis de desplaçaments interrelacionats amb el turisme o amb altres moviments que tenen el seu origen en els canvis socials en termes globals. El document es focalitza sobre quatre factors principals que han donat forma a les trajectòries de la mobilitat corporal: la tecnologia, les relacions comercials, les cultures de la mobilitat i les institucions estatals.

#### **Mobilitat i dependència: implicacions en la comprensió del turisme sostenible.**

Les teories *path dependency* o trajectòries dependents van ser utilitzades per economistes, especialment pels que treballaven en l'àmbit de l'economia evolutiva. En aquesta branca es plantejava com les decisions tecnològiques del passat podien influir en els desenvolupaments futurs. Els Sistemes "podrien obstruir-se en trajectòries de desenvolupament donades, exclosa una sèrie d'altres possibilitats, tal vegada més eficients o desitjables [...] descartant ajustos més o menys marginals per a aconseguir resultats que podrien ser òptims" (Hodgson, 1996). Les teories *path dependence* no s'equiparen amb teories deterministes. Com argumenta North (1990), "no és una història d'inevitabilitat en què el passat prediu perfectament el futur." Es tracta més aviat d'una història en què alguns resultats són més probables que uns altres.

Per contra, les teories *path creation* posen l'accent en la importància dels canvis discontinus en les trajectòries. Nielsen, Jessop, i Hausner (1995) consideren que la *path creation* significa que "dins de certs límits, les forces socials poden redissenar el 'tauler' en què s'estan movent i reformular les regles del joc" (Nielsen *et al.*, 1995).

En realitat, hi ha un contínuum entre *path dependence* i *path creation* en què l'equilibri relatiu entre les limitacions (restriccions) i les modificacions de "les regles del joc" canvia a mesura que avança aquest contínuum. Per tant, Nielsen *et al.* (1995) reconeixen una perspectiva de tipus *path-dependent path-creating* en què els actors individuals poden crear nous camins, encara que aquests es vegin influenciats per camins anteriors.

#### **Enfolded and substitutable mobilities**

La teoria *path dependency* explica en termes molt abstractes perquè els sistemes de vegades queden tancats en el seu *path-dependency* (Ostrom, 1999); per tant, el repte és el d'explicar els fonaments microeconòmics dels processos *path-dependent* (Kay, 2003). Per a comprendre millor aquesta teoria, resulta útil explicar els conceptes intermedis d'*enfolded* i *substitutable mobilities*.

*Enfolded* representa la idea que el comportament individual és socialment integrat i no pot ser entès com a resultat de la presa de decisions individuals. Les pràctiques de mobilitat individuals estan encerclades dins dels arrelaments socials i en el conjunt de les mobilitats individuals del curs de la vida (Williams, 2009). En aquest sentit, hi ha dos determinants principals interrelacionats amb aquestes mobilitats: el *knowledge* (Williams, 2006) i els *search spaces*, ambdós utilitzats per a ser entesos en relació amb el concepte de risc. Williams i Baaz (2013) demostren que la percepció de la competència per a gestionar els riscos relacionats amb la mobilitat i les experiències

respecte a les mobilitats anteriors influeixen de manera significativa en el comportament dels turistes; l'experiència lligada al cicle de vida de la mobilitat dona forma a la naturalesa *enfolded* de les mobilitats.

La noció de *search spaces* ens permet passar d'un reconeixement general de la importància de la mobilitat *enfolded* al mecanisme clau amb el qual aquesta es porta a terme. La noció de *search spaces* (Brown i Moore, 1970) va ser desenvolupada per primera vegada per explicar com la mobilitat residencial està conformada pel coneixement selectiu de determinats llocs dels individus. King *et al.* (2000) van utilitzar aquest concepte per a explicar com les destinacions de la vida posterior dels migrants han estat formades per processos *search spaces*, que s'han definit, en part, per les seves experiències turístiques anteriors; en altres paraules, van demostrar com les mobilitats turístiques i les migratòries estan influenciades per tot el curs de la vida.

En contrast amb el concepte d'*enfoldment*, el de *substitutability* se centra en la manera que tenen els individus d'enfrontar-se a la presa de decisions entre les diferents possibilitats de mobilitat amb un cert grau de capacitat d'elecció i capacitat d'adaptació per a respondre en aquestes decisions. Hi ha una sèrie de substitucions clau que són crítiques per al turisme sostenible, incloses les que hi ha entre la mobilitat i el sedentarisme, l'espacialitat o l'elecció de destinació (tipificat per una durada curta enfront del llarg termini però no solament per aquesta) i el mitjà de transport.

### **Scapes**

Els *scapes* o entorns i els *flows* o fluxos són també conceptes útils per a relacionar la *path dependency* i la *path creation* amb la mobilitat i el turisme sostenible. Hannam, Sheller i Urry (2006) afirmaven que "les mobilitats no es poden descriure sense parlar dels sistemes espacials, infraestructurals i institucionals que configuren i permeten les mobilitats, és a dir, la creació del que Harvey (1989) va anomenar *spatial fix*. Els *scapes* són creats per les inversions financeres i per les institucions en allò material i en allò immaterial. Els aspectes materials inclouen inversions en aeroports, carreteres, ferrocarrils, l'existència d'allotjament i atraccions turístiques que donen forma als sistemes institucionals, com ara les estructures de les empreses, reglaments i rutines que influeixen en la presa de decisions i en el comportament. Com més profunds són els *scapes*, més probable és que les trajectòries siguin *path-dependent*, i que els entorns més lleugers i més mal-leables siguin *path-creating*.

### **Path dependency i mobilitat sostenible del turisme**

En la perspectiva *path dependency*, es pot suggerir que existeix una forta coalescència de les forces motrius de la mobilitat davant de trajectòries anteriors que s'oposen significativament a les transformacions de la societat en un comportament del turisme més sostenible. Això es fa evident perquè hi ha més continuïtat de canvi en les mobilitats quotidianes. Schafer (2000), per exemple, ho ha demostrat pel que fa als pressupostos financers i de temps assignats per a viatjar.

La visió *path dependent* observa les mobilitats tancades en una herència de trajectòries. És l'equivalent al que Scott *et al.* (2010) van anomenar *business-asusual pathway*, que veien que el turisme es convertia "en una font important d'emissions de gasos d'efecte hivernacle" en un món que tracta de descarbonitzar tots els altres sectors de l'economia malgrat la presència de discontinuïtats ocasionals, com ara l'habilitació del creixement de les aerolínies de baix cost per la regulació del transport aeri, les tecnologies, les cultures, els mercats, les polítiques d'estat, els paisatges materials i institucionals, les xarxes socials, etc. Les mobilitats *enfolded* bloquegen les trajectòries de mobilitat en un escenari repetitiu en termes de creixement i comportament, fins i tot si s'està canviant radicalment la distribució regional macroglobal de la mobilitat.

El resultat és la perpetuació de patrons de mobilitat no òptims, fins i tot en termes d'utilitat individual, sense parlar de la mobilitat sostenible del turisme.

### **Path creation i mobilitat sostenible del turisme**

Parafrasejant Nielsen *et al.* (1995), una perspectiva *path-creating* preveu que les forces socials poden redissenyar les regles del joc de la mobilitat. En altres paraules, els canvis en els actors del turisme poden donar lloc a substitucions de mobilitat i a trajectòries de mobilitat sostenible.

La mesura en què aquestes forces remodelen la mobilitat dependrà en part de la intensitat que els nous entorns puguin facilitar la creació de nous fluxos. Això és un punt crític perquè els paisatges són el resultat de llargs processos d'inversions. La teoria *path-creation* mira cap al notable creixement de les aerolínies de baix cost, o l'ampliació de les línies d'alta velocitat a la Xina, com a prova que les innova-

cions radicals són possibles en els entorns de mobilitat a causa d'una combinació d'innovacions tecnològiques, intervencions de l'Estat (inclosa la re-regulació) i els canvis en les condicions de l'oferta i la demanda.

En resum, la visió *path creating* veu que els canvis culturals i els de mercat dirigits per l'Estat actuen com a forces per a crear demanda i oportunitats i per a canviar el tauler en què es poden impulsar noves formes de mobilitat. L'evidència d'un cert nivell de *substitutability* en el comportament de la mobilitat, sobretot relacionat amb el turisme, reforça la perspectiva *path creation*.

### **3. La mutació del panorama urbà segons les dinàmiques de mobilitat**

#### **3.1. Les mobilitats que co-construeixen la ciutat**

En abordar els temes de la mobilitat i de la construcció del lloc, ens enfrontem amb un antic problema conceptual que podem aportar al debat sobre la coneguda antinòmia entre el determinisme i el possibilisme geogràfic.

En aquest cas seria com dir que, segons un paradigma determinista, els espais són generadors de mobilitat mitjançant els principis de causalitat que s'originen a l'espai o, per contra, que ens trobem davant d'una visió possibilista en què el moviment actua com a protagonista en la generació de la destinació i, al mateix temps, en la generació d'altres mobilitats.

La recerca d'un pensament analític i de visions innovadores en l'estudi de la ciutat contemporània, quant a la representació dels ritmes de la ciutat d'avui dia, ens porta a concebre un "nou urbanisme", una forma d'entendre i representar la ciutat a través de "patrons fenomenològics recurrents" en una realitat urbana feta de "mobilitat, fluxos i pràctiques quotidianes" (Amin, Thrift, 2002).

Aquest enfocament es compon de tres modalitats d'anàlisi que fan referència a tres metàfores consolidades dels estudis de l'urbanisme actual: la transitivitat, que permet a la ciutat de modelar-se i remodelar-se contínuament; els ritmes de la ciutat, és a dir, l'àmplia gamma de tasques repetitives que marquen la vida de la ciutat i dels habitants que hi viuen i treballen, i el sentit del temps i del lloc. Els ritmes d'una ciutat representen les coordenades a través de les quals els habitants i els visitants emmarquen i ordenen l'experiència urbana. El ritme d'una ciutat és un temps localitzat i un lloc temporalitzat. La tercera metàfora és representada per les petjades urbanes que interpreten la memòria i el teixit simbòlic d'una ciutat (Amin; Thrift, 2002). Parlem, per tant, de mobilitat espacial, fragmentació temporal i percepció de l'entorn des d'un punt de vista històric.

Aquestes tres metàfores, a més de ser interdependents entre elles, també són una lògica conseqüència de les altres. La transitivitat d'ús d'un espai, en efecte, representa l'hàbit momentani i repetitiu i la seva capacitat de repercutir en això fins a la seva natural evolució, en què ja es poden apreciar les seves transfiguracions formals, herència de la multitud d'accions vitals. Aleshores l'espai es modela i remodela com a causa de la temporalitat de la transitivitat, que

converteix la ciutat en una experiència feta de moments repetitius convertits en ritme, i les petjades urbanes apareixen com a testimonis de la multitud d'aquests fragments de la vida.

La mobilitat se superposa cada vegada més al sistema d'espais definits, sense deixar distància entre els elements de transició i els que s'identifiquen com a "llocs" i generen una evolució del concepte de les seqüències espacials.

Els elements de transició, fins i tot en la seva pròpia autonomia, sempre són imprescindibles del que tenen al seu voltant, i posar atenció en les seqüències d'espais significa entendre les proporcions entre espais de transició pel que fa als ambients contigus. Les seqüències espacials del teixit urbà determinen les relacions entre les diferents expressions urbanes localitzades i s'expliquen per la presa de consciència de la seva importància fonamental en la configuració de la ciutat.

El problema de les seqüències espacials consisteix a entendre realment si els espais transitius resulten ser espais de filtre, espais en què es verifica una suspensió perceptiva de l'abans i del després, espais que simplement marquen la conclusió de l'espacialitat travessada anteriorment o elements que preparen el visitant per a l'espacialitat on accedirà.

No obstant això, com succeeix en la dimensió temporal, en què a cada procés o esdeveniment s'assigna un principi i un final, pel que fa a l'esfera espacial l'individu circumscriu els llocs dins d'un límit, que és l'element que uneix físicament i simbòlicament dos espais amb una conjunció.

Els espais transitius pertanyen per tant, o d'una categoria de llocs de suspensió perceptiva i relacional (Augé, 1998), o d'acord amb el nou paradigma de mobilitat, representen formes espacials capaces de cobrir diferents funcionalitats com ara la relacional.

Segons el pensament crític espacial d'Edward Soja, pel fet de ser éssers intrínsecament espacials, les nostres vides estan sempre compromeses en el que l'autor descriu com a dialèctica socioespacial, és a dir, amb processos socials que donen forma a l'espacialitat al mateix temps que l'espacialitat dona forma als processos socials. L'espacialitat dedicada a la mobilitat, segons les noves teories de la consciència espacial i els nous paradigmes de mobilitat, ve introduïda com una part integrant de la "pista" urbana de l'escenari dels jocs socials.

En el nou model de mobilitat, el lloc ja no solament és origen i destinació del nostre viatge, sinó que adquireix l'atribut d'etapa en la nostra circulació constant, en què el temps de trànsit adquireix un nou valor (Estimar, 2011). L'autor incorpora el concepte de relació-llaç, que en una paraula resumeix les

noves relacions que podem tenir mentre viatgem i les oportunitats que podem descobrir en relacionar-nos amb l'entorn en què ens desplaçem o l'adherència al territori que aporten els mitjans actius de transport.

La noció de negociació en moviment que es desprèn del terme *staging mobilities* descriu la interacció dinàmica que té lloc quan fem moviments en un espai de trànsit concorregut o quan el *mobile with* involucra la presa de decisions pel que fa a rutes o mitjans de transport (Jensen, 2013). En aquest sentit, la idea clau és la d'entendre la ciutat contemporània com un conjunt de persones que fan circular, a més de béns, informacions i signes en les xarxes relacionals que creen el significat de moviment.

Llavors els espais es configuren segons les noves exigències d'adaptació en el joc d'atraccions, possibilitats de connexió i comunicació entre els elements; aquestes connexions representen la clau de la formació i construcció de les configuracions espacials.

Les ciutats en etapes evolutives de maduresa cada transformen vegada menys els seus espais en l'àmbit formal i físic, però en canvi es renoven a través de la superposició i estratificació d'activitats diferents de les dels nivells de base. Aleshores, en el procés d'estratificació es generen noves relacions que interactuen amb la intersecció dels elements que pertanyen als diferents nivells.

La superposició susdita és encara més significativa quan es produeix entre els usos i les característiques físiques del territori, i fins i tot integrant el component espaiotemporal es pot extreure informació sobre la capacitat d'atracció per als usuaris de determinades àrees o sobre els fluxos relacionats amb la mobilitat. La mobilitat és un element important en el joc en la complexitat de les relacions que s'estableixen dins d'un sistema urbà. En efecte, el procés evolutiu urbà avui dia és testimoni d'una reversió parcial dels seus aspectes organitzatius. Ja no és l'ordenament de la ciutat conseqüència directa d'una configuració diferent dels espais, sinó que són els espais que es configuren en virtut de les noves necessitats d'adaptació segons els jocs d'atraccions, les possibilitats de connexions i la comunicació entre els elements.

Des d'un punt de vista purament conceptual, per tant, les mobilitats han ampliat l'espacialitat de la vida social: no han ampliat els confins de la societat sinó que han dilatat els espais potencialment viables amb la creació d'un estat d'aspiració generalitzada i latent cap a la mobilitat. D'aquesta manera, el jo postmodern es torna múltiple i s'obre a un espai de llibertat nou. "L'individu tendeix a definir un territori d'acció expandit capaç de respondre a la gamma de les seves necessitats específiques. Els llocs de treball, de la identitat, de la socialització es multipliquen i es combinen en un trencaclosques que es manté unit per les possibilitats del moviment continu." (Nuvolati, 2007)

### 3.2. La dimensió espacial del desenvolupament turístic

Avui dia, considerar els aspectes espacials del turisme significa emmarcar aquest sector en el territori com un conjunt de dinàmiques típicament localitzades i connectades, i això és precisament a causa del seu caràcter espacial i de tots els altres elements de l'entorn natural, social i econòmic.

Les eines tradicionals d'anàlisi territorial previstes per la geografia revelen una indiscutible eficàcia interpretativa, com ho demostren els models de Butler (1980), Miossec (1977) i Lozato-Giotart (1988), entre d'altres. No obstant això, els canvis profunds ocorreguts en les lògiques organitzatives de les activitats turístiques han donat lloc, amb el temps, a la necessitat de revisar els primers models teòrics d'anàlisi amb la finalitat d'adaptar-se a la complexitat que caracteritza el sector.

Quan desacoblem el sistema turístic en els seus components principals (demanda, oferta i interfície entre aquestes dues) i l'avaluem amb el vessant espai-temps, es fa evident tant el dinamisme del sector com la complexitat que el caracteritza cada vegada més. Davant de la creixent complexitat de la demanda, augmenten les implicacions pel que fa a l'organització espacial de l'oferta en les seves parts contràries.

Efectivament, es produeixen repercussions pel que fa a tota l'oferta turística que la concepció tradicional de la disciplina considera recursos, és a dir, tots aquells factors capaços d'atraure els viatgers durant la seva estada en un territori determinat i donar-los facilitats (González Guerrero i Martínez Sánchez, 1996), amb distinció entre recursos naturals (clima, paisatge, platges, etc.) i equipament físic, organitzatiu i cultural creat per sostenir aquestes activitats.

Per tant, està evolucionant l'estructura de l'oferta regional, els recursos locals i també els recursos naturals i culturals, la història i les tradicions de les comunitats locals i els productes típics, a més del territori, pel que fa a les qüestions d'accés (carreteres i transports), a la dotació de la infraestructura tecnològica i de serveis i en general al factor urbanístic en el seu conjunt.

Així, el caràcter espacial del turisme s'expressa amb la influència exercida pel contingut de l'espai geogràfic, és a dir, pels elements del paisatge material i per l'entorn humà, i aquest últim representa l'escenari i alhora la *performance*. El turisme té una influència significativa en el contingut del seu espai territorial, i actua tant sobre el paisatge com sobre l'estructura social i econòmica de la població.

Arran dels processos descrits i les mutacions experimentades pel turisme en els últims anys, es replanteja el concepte de centre turístic com a realitat espacial circumscrita oposada a l'aparició de formes regionals obertes. Aquestes noves realitats espacials es caracteritzen per la reciprocitat dels recursos turístics, pels efectes difusos de l'augment de les mobilitats turístiques i per l'evolució de



l'escenari competitiu entre regions i localitats. Davant dels canvis de les modalitats organitzatives del turisme, es configuren nous processos de desterritorialització amb els quals l'acció social transforma, codifica, gestiona, domina i estructura un espai (Minca, 1996).

És evident la necessitat de formular patrons que reconeguin el territori com un nou àmbit organitzatiu; el territori es converteix en un espai d'interacció sistèmica, és a dir, una àrea on l'organització de l'espai és funcional per a complir certes exigències dels fluxos turístics, i on els elements d'atracció estan integrats en un marc de desenvolupament estructurat.

Tenint en compte els fenòmens d'integració que es produeixen en els diferents contextos territorials, es distingeixen configuracions de tipus sistèmic i reticular. En la configuració sistèmica, la integració és el resultat d'un procés sociocultural que implica no solament l'espai turístic sinó tot el sistema territorial. En la configuració de tipus reticular, la integració apareix com a resposta estratègica de l'oferta turística local davant l'evolució del context competitiu (Pollice, 2002).

Si d'una banda la configuració sistèmica preveu la interacció entre els operadors turístics, els efectes directes i indirectes de la interacció social, econòmica i cultural, les relacions col·laboratives i competitives i un paper clau del sector públic, especialment en la gestió de les destinacions amb una clara identificació territorial, de l'altra, la configuració de tipus reticular és una expressió dels operadors locals o externs en què prevalen acords de comàrqueting amb un paper estratègic d'un líder, les relacions són estables i formalitzades i involucren un nombre limitat de subjectes. En aquest cas, la presència del sector públic és en certa manera marginal (Pollice, 2002).

Prescindint de les diferents definicions de regió turística (Cazes, 1992; Corna-Pellegrini, 1973; Toschi, 1959; Nice, 1999), fa poc temps "les categories conceptuals utilitzades per a identificar les regions han passat d'analitzar les formes físiques i del paisatge a les de les ficcions i relacions" (Minca, 1996).

El tema de l'organització sistèmica de les localitats turístiques proposa una literatura molt àmplia i multidisciplinària a causa de les diferents perspectives d'estudi adoptades (geografia, sociologia, economia). Si alguns autors han centrat l'atenció sobre la composició de l'oferta, d'altres s'han dedicat a identificar els límits territorials del fenomen o les peculiaritats organitzatives i estructurals d'aquesta fins a traçar els criteris útils per a reconèixer un sistema territorial.

El resultat de l'ímpetu acadèmic dels últims vint anys ha proporcionat una varietat de definicions, com per exemple: la configuració global de l'oferta (Brunetti, 1999) o el sistema turístic (Pollice, 2002; Lozato-Giotart, 2009).

La configuració global de l'oferta, segons Brunetti, és una configuració de tipus reticular en què els actors són molt conscients de fer un producte unitari, la competitivitat del qual depèn de la capacitat dels subjectes d'actuar de manera col·lectiva i guiats per objectius comuns i compartits. L'autor també observa que configuracions com ara la reticular o "de la constel·lació, actualment, apareixen més com un repte destinat a les localitats que volen proposar-se com a exemple més desenvolupat turísticament" (Brunetti, 1999).

De més recent formulació és la proposta interpretativa que proposa un intent d'intervenir en les diferents definicions i atribueix a la regió turística un caràcter geogràfic en què es produeixen processos d'interacció sistèmica entre els diversos components de l'oferta turística i dins de la qual tendeix a esgotar-se la mobilitat dels fluxos dels visitants. Per tant, és possible classificar les regions turístiques (Pollice, 2003) sobre la base de cinc criteris d'avaluació diferents: la configuració espacial de la zona turística, l'orientació turisticoreceptiva del sistema de l'oferta, el nivell de racionalitat existent entre els elements del sistema de l'oferta, la relació entre turisme i territori, i l'etapa evolutiva del sistema local.

La societat contemporània cada vegada més globalitzada i subjecta a una creixent mobilitat de persones, capital, informació i cultura s'està convertint, d'una banda, en més homogènia (Ritzer, 1993) i, de l'altra, en més híbrida (Kapchan i Strong, 1999). El mercat turístic que es desprèn d'aquests processos socials implica les condicions d'implementació de la competició entre totes les àrees i tots els recursos disponibles. En l'àmbit local, aquesta competició es manifesta a través de la caiguda de la separació entre espais i entre els sistemes de relació que coexisteixen en una mateixa regió.

Tal com hem esmentat en l'apartat 2.2 "La mobilitat vinculada a la utilització del temps lliure: turisme i oci 2.0", el fenomen de postturisme s'allibera de les limitacions entre la vida quotidiana i les experiències distintives diluint el temps subjectiu entre aquestes dinàmiques. Aquesta dilució posa en crisi la divisió dicotòmica entre el concepte de sistema turístic, amb un paper institucional de tipus *top down* que prescindia de les especificitats locals i de les tradicions, i el concepte de comunitat local, que, per contra, era dipositària dels recursos culturals i ambientals d'un territori. L'experiència turística postmoderna desdibuixa els límits tradicionals entre cultures i empeny, d'una banda, cap a una homogeneïtzació cultural mundial coneguda com a McDonaaldització (Ritzer 1993) i, de l'altra, cap a la barreja d'elements culturals conceptualitzats en termes com *fusió cultural* (Cohen 2000) o *globalització* (Raz 1999).

Per tant, podem afirmar que cada espai geogràfic és potencialment un espai turístic. L'activació dels processos de desenvolupament contemporanis deriva de la valorització dels aspectes territorials dels contextos locals i la seva producció de formes d'innovació territorial. L'espai turístic és una construcció

cultural fins i tot abans de ser una realitat geogràfica. Un lloc turístic existeix com a producte de la imaginació d'una societat, dels seus models culturals i de les seves necessitats.

Des d'un altre punt de vista, és important destacar que la recerca d'una descripció de la distribució espacial del fenomen turístic de l'última dècada ha intentat ser més dinàmica introduint la qüestió de la mobilitat en termes de caracterització dels patrons de moviment i d'exploració del comportament dels turistes en el temps i en l'espai.

Per a la recerca dels fluxos turístics i la distribució espacial dels turistes, els esdeveniments recents en el camp de les tecnologies digitals de seguiment han produït una gamma de sistemes àmpliament disponibles, que inclouen el *land-based tracking*, la navegació per satèl·lit i els sistemes híbrids (Shoval, 2006; Isaacson, 2007b), que aprofundirem en l'apartat següent.

La comprensió dels moviments turístics i els factors que influeixen en les relacions en termes de temps i espai que els turistes tenen amb la seva destinació, té profundes implicacions amb les infraestructures, el desenvolupament del transport, el desenvolupament dels productes turístics, els aspectes de viabilitat comercial de la indústria turística i la gestió dels impactes socials, ambientals i culturals del turisme. La comprensió dels fluxos turístics i dels patrons espacials dels moviments turístics entre destinacions i en una destinació específica pot ajudar a explorar els fenòmens expansius de l'espai turístic, la propagació al territori de les seves funcions, la creació de noves centralitats potencials i els costos de la congestió en relació amb la geometria variable del territori i la seva influència en els diferents tipus de mobilitat.

Segons Bob McKercher i Alan A. Lew (2004), la distribució espacial dels turistes, a macroescala entre destinacions i a microescala en la destinació específica, està influenciada per un cert nombre de factors, que inclouen el radi d'interacció, l'accés al mercat turístic, el temps disponible, les característiques del viatge i les característiques socioculturals o demogràfiques. La comprensió de l'efecte moderador que cadascun d'aquests aspectes té en el turisme ajuda a explicar millor els fluxos turístics.

El concepte de radi d'interacció es basa en la suposició que la majoria de les persones són consumidores racionals que busquen les opcions més properes entre dues experiències similars, tret que hi hagi una raó més convincent per a viatjar més lluny. Així, la demanda turística hauria de disminuir exponencialment a mesura que augmenta la distància. La majoria dels models de radi d'interacció suggereixen que la demanda disminueix immediatament amb l'augment de la distància, però els models de turisme reconeixen també que hi ha una distància mínima a recórrer abans que la classe turista se senti prou allunyada de la seva llar per a fer un viatge que valgui la pena (Greer i Wall, 1979).

L'accés al mercat és un concepte que es basa en la idea del radi d'interacció esmentat en el punt anterior. Segons aquest concepte, el nombre de factors que intervenen en les destinacions que ofereixen experiències similars té un efecte major en la demanda que la distància absoluta. En teoria, la destinació propera hauria de tenir un avantatge competitiu enfront de les més llunyanes (Pearce, 1989). Per tant, mentre el concepte de radi d'interacció mira cap al comportament del consumidor i la seva disponibilitat per a allunyar-se d'un determinat territori, el concepte d'accés al mercat adopta directament el punt de vista de la destinació quantificant el nombre de destinacions similars que el futur visitant haurà de visitar abans d'arribar a la destinació que s'està prenent en consideració comparant destinacions que ofereixen experiències similars.

En última instància, es pot argumentar que tots els fluxos turístics es veuen influenciats per la quantitat de temps disponible i les modalitats en què els subjectes trien dedicar aquest temps. De fet, el temps té un efecte profund sobre el moviment espacial dels turistes cap a de les destinacions i a través d'aquestes (Chavas, Stoll i Segellar, 1989; Walsh, Sanders i McKean 1990; McKean, Johnson i Walsh 1995). Tant les característiques del viatge com la durada de l'estada, si es tracta d'una primera visita i la destinació analitzada s'identifica com a objectiu principal o representa una parada intermèdia, són factors que s'afegeixen a l'estudi de les relacions entre turisme i espai i a la seva incorporació en les noves configuracions que inevitablement tenen nous valors, nous significats i diferents estructures.

Els autors Bob Mc Kercher i Alan A. Lew identifiquen les característiques socioculturals com a últims factors destacats en la distribució espacial de la població turista. Segons aquest concepte, els patrons espacials dels turistes es veuen influenciats per les diferències entre les cultures, l'origen geogràfic, la nacionalitat i el *background* cultural subjectiu (Yan, 2004).

El desenvolupament del turisme produeix noves territorialitats alimentades per l'extensió de les relacions. Definir l'espacialitat del fenomen turístic significa, per tant, poder sumar tots els aspectes i les variables presents a l'espai i identificar les seves causalitats i els seus desenvolupaments.

#### **La teoria de l'actor-xarxa (Albert Arias Sans, 2016)**

Estretament relacionada amb el gir performatiu i amb les mobilitats, la irrupció de la TAR ha iniciat un debat profund sobre la concepció del turisme i les seves formes de coneixement (Franklin, 2003, 2004; Jóhannesson, 2005; van der Duim, 2007; Farías, 2008; Ren *et al.*, 2010; van der Duim *et al.*, 2012). Aquesta proposta teoricometodològica, traslladada a objectes i casos d'estudi tan diversos com l'anàlisi de les cadenes de valor del turisme social (van der Duim i Caalders, 2008); la discussió entre la construcció dels fets científics i el desenvolupament del turisme de la persona salvatge (Rodger *et al.*, 2009); la revisió de les cadenes de relacions que permeten la innovació en una destinació turística (Paget *et al.*, 2010), o la incorporació de les agències no humanes en la construcció de la destinació turística (Ren, 2011), tenen en comú una aproximació al turisme i a l'espai turístic allunyada de les seves concepcions modernes fins a aquest moment.

Segons la teoria de l'actor-xarxa, el turisme és un col·lectiu heterogeni, un objecte múltiple, un assemblatge en construcció permanent. És heterogeni perquè es conce-

ben les agències humanes però també les no humanes, i s'identifica així el turisme com un "procés complex d'ordenament que inclou gent, organitzacions, objectes, tecnologies i espais" (Van der Duim, 2007). Això ens obliga a ampliar l'elenc de discursos, materialitats i agències que intervenen en la construcció de la destinació (Ren, 2011) i a focalitzar-nos en el caràcter híbrid de les trajectòries connectant infraestructures, cossos i discursos de manera simètrica.

És múltiple perquè es conceben "diferents versions d'un mateix objecte, versions que es promulguen [*enact*] amb les eines. [...] Són diferents formes de realitat [...] desenvolupades en una varietat de pràctiques" (Mol, 1999). Això no té a veure aquí amb el pluralisme de veus que discuteixen sobre una realitat (és a dir, de diferents opinions o interessos sobre una qüestió) sinó amb diverses realitats que poden col·laborar o poden xocar depenent de la seva composició. Una realitat múltiple constituïda de manera indivisible per les presències però també per les absències, que considera no solament allò real i actual sinó també allò potencial i virtual (Fariás, 2008). Finalment, assumir el turisme com l'efecte d'un assemblatge en permanent construcció, un esdeveniment heterogeni, significa que "no hi ha un sòl ferm o un ordre fonamental en què basar aquest ordenament" (Van der Duim *et al.*, 2013). Les agències turístiques no se superposen als llocs sinó que, al costat d'altres trajectòries i xarxes heterogènies, els constitueixen i ordenen (Franklin, 2004). El turisme deixa de ser un contenidor on s'escapa de la rutina (MacCannell, 1973) o un escenari distingit i nou per a ser admirat (Urry, 1990), i s'apropa més al "sistema obert" proposat per Jamal i Getz (1995) o al "lloc de trobada" de David Crouch (1999). El turisme és, en definitiva, un efecte relacional aconseguit en la pràctica que s'assembla a altres xarxes i trajectòries que componen la realitat. No hi ha un punt de partida, no hi ha una sola dimensió a tenir en compte, no hi ha una sola composició possible de la realitat.

### 3.3. Com estudiar les pràctiques socials del desplaçament amb les noves tecnologies

Les noves tecnologies de la informació i la comunicació han anat evolucionant introduint-se en el turisme a la vegada que anava augmentant l'expansió del sector. Si d'una banda les noves tecnologies ofereixen a la població turista certes comoditats en els seus desplaçaments, de l'altra, des de la perspectiva de la classe treballadora del sector i de la recerca, poden oferir nous horitzons d'experimentació i coneixement. El sistema GPS, concretament, ha permès l'aparició d'una nova classe de serveis basats en la localització (LBS). Es tracta de serveis a la població turista en la línia de la localització, visualització, planificació, seguiment, interacció, manteniment i distribució de la informació de rutes turístiques.

Si des del punt de vista quantitatiu, els fluxos estan augmentant de manera constant, queda encara per comprendre el que això comporta i significa per als llocs que reben aquests fluxos i per al seu context empresarial, turístic i productiu: Quin impacte tenen en el teixit urbà? Quines economies es generen? Quins són els avantatges per a les persones residents, comerciants o proveïdores de serveis?

Comprendre els patrons de comportament actuals és el punt de partida per a conèixer les expectatives i els desitjos de visita dels turistes i, també, una manera d'aconseguir una lectura clau eficient en el difícil repte d'elaborar una oferta turística adequada.

En aquest context, el “seguiment dels fluxos amb el GPS” intenta donar algunes respostes a les preguntes formulades en el paràgraf anterior. El monitoratge pot ser entès com un primer pas en la direcció d'intervenir de manera racional i enginyosa sobre un fenomen que fins ara ha atret molta atenció i expectatives, però les dimensions i característiques del qual encara estan per descobrir.

El GPS ofereix diversos avantatges sobre els mètodes tradicionals, ja que permet un seguiment precís i continu dels individus i proporciona dades espacialment riques, incloses variables com la velocitat i la informació temporal (O'Connor, Zerger i Itami, 2005). Entre els estudis pioners que s'han dut a terme, esmetem els d'Akko, Old Jaffa (Shoval i Isaacson, 2006, 2007a) i el de la ciutat alemanya de Heidelberg (Freytag, 2003).

El seguiment de la població turística del nucli antic d'Akko, per exemple, va proporcionar resultats útils per a identificar les àrees de congestió o infrautilització, i va destacar les ineficiències dels recursos econòmics i socials.

L'estudi espaciotemporal de les rutes dels visitants del nucli antic de la ciutat d'Akko es va dur a terme amb la implementació d'una metodologia anomenada alineament de seqüències en bioinformàtica.

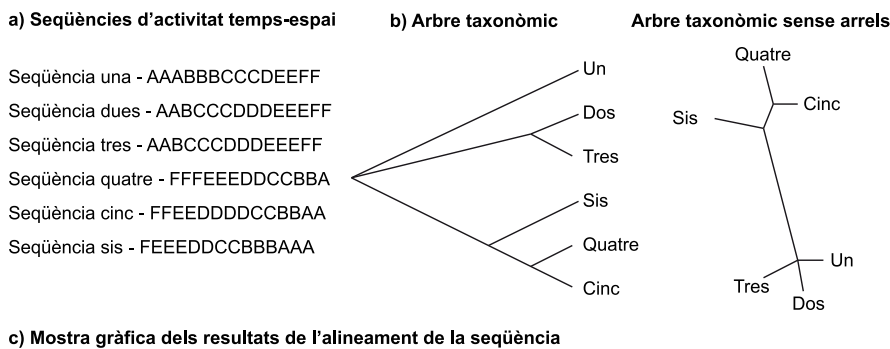
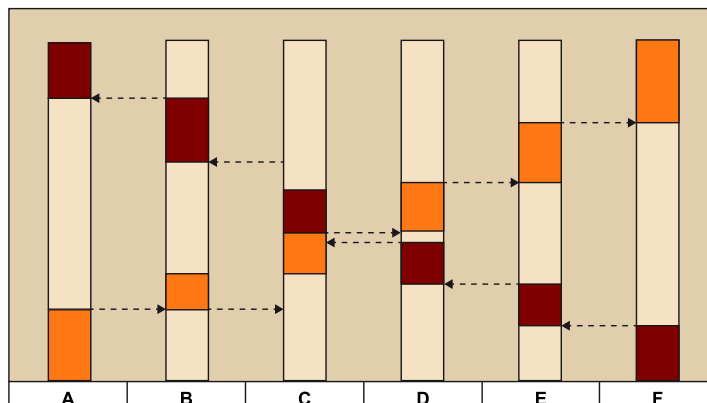
Aquest alineament de seqüències en bioinformàtica és una manera de representar i comparar dues o més seqüències o cadenes d'ADN, ARN o estructures primàries de proteïnes per a ressaltar-ne les zones de similitud, que podrien indicar relacions funcionals o evolutives entre els gens o proteïnes consultades.

En lloc de crear grups basats en la seqüència d'esdeveniments dins d'un objecte, els mètodes quantitius tradicionals engloben objectes similars sobre la base d'alguna característica particular compartida.

Les metodologies d'alineament de seqüències mesuren el grau de diferència entre dues seqüències en termes de composició d'elements i de seqüència en què es posicionen els elements que la componen.

Els diagrames de la figura 3 proporcionen un exemple d'una alineació seqüencial d'ubicacions simple. L'exemple utilitza sis seqüències que descriuen un moviment lineal a través de l'espai; cada caràcter representa una unitat de temps passat en una zona. Les tres primeres seqüències van d'A a F; les últimes tres seqüències tenen la mateixa ruta però en direcció oposada. L'alineament de seqüències és capaç de dividir el conjunt de dades en dos grups, tal com es pot observar en els dos arbres taxonòmics (vegeu la figura 3b).

Figura 3. Alineament de l'activitat espai-temps

**c) Mostra gràfica dels resultats de l'alineament de la seqüència**

Fuente: Alineament de seqüències com a mètode per a l'anàlisi de l'activitat humana en l'espai i el temps.

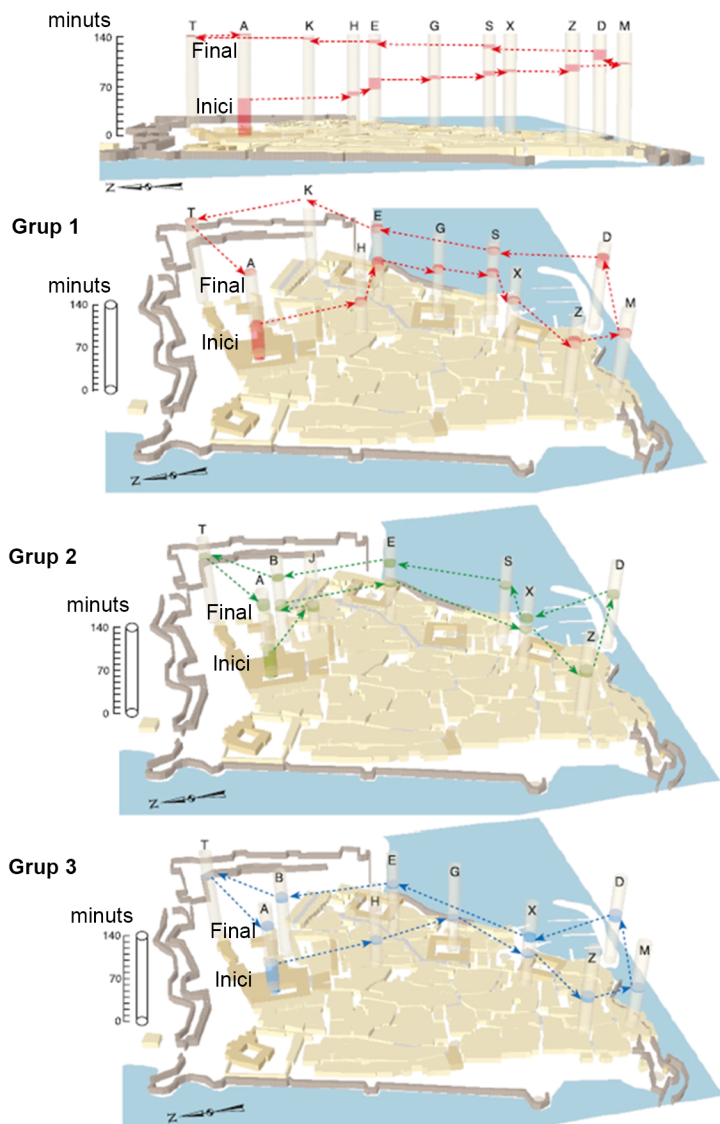
Els arbres mostren clarament els dos grups. Cadascun dels grups representa les seqüències de moviments a través de l'espai segons el mateix ordre d'esdeveniments. La figura 3c traça els resultats en un diagrama espai-temps utilitzant la durada mitjana de temps dedicat per la població visitant a cada polígon.

Per a demostrar les possibilitats de l'alineament de seqüències en la recerca geogràfica, es va utilitzar aquesta metodologia per a examinar les activitats temporals i espacials dels visitants del nucli antic de la ciutat d'Akko amb dades procedents de dispositius GPS. Per tant, es va dividir el nucli antic en vint-i-sis polígons considerant cada atracció turística com a ubicació única, és a dir, com a polígon separat, i a cadascun dels polígons se li va assignar una de les vint-i-sis lletres de l'alfabet (vegeu la figura 4). Mitjançant l'ús de SIG, finalment les rutes GPS de la població visitant van ser codificades de manera que a cada minut el sistema associava la lletra assignada a la ubicació en què es trobaven els objectes d'estudi en aquell moment.

Tot el procés d'alineació de seqüències va revelar l'existència de tres grups visitants que es van distingir per (a) el nombre de llocs visitats i (b) l'ordre en què van visitar els llocs.

La figura 4 representa les trajectòries espai-temps dels tres grups visitants del nucli antic d'Akko, la quantitat mitjana de temps que cadascun dels tres grups va gastar a cada polígon i l'ordre en què es van visitar les diferents parts de la ciutat.

Figura 4. Alineament de l'activitat en l'espai-temps



Fuente: Alineament de seqüències com a mètode per a l'anàlisi de l'activitat humana en l'espai i el temps.

La metodologia de recerca espacial utilitzada en aquest estudi representa un exemple del potencial que ofereix l'ús del GPS, al costat d'altres eines d'anàlisi, que permet seguir amb precisió les rutes preses per la població turista i proporciona una major comprensió del seu comportament socioespacial (Asakura i Iryo, 2007).

#### ***New methods for tourists tracking (N. Shoval i M. Isaacson, 2007)***

En l'actualitat existeixen diversos mètodes que utilitzen mitjans digitals nous per a recollir informació sobre el comportament espacial dels turistes. Els mètodes que explicarem a continuació es basen en tres tipus de tecnologies de seguiment: *Global Positioning System*, *Land-Based Tracking Systems* i *Hybrid Solutions*. Aquest últim com-



bina elements dels dos tipus anteriors per superar els desavantatges i augmentar al màxim els beneficis.

### ***Global Positioning System***

El GPS consisteix bàsicament en una sèrie de satèl·lits que orbiten la terra i transmeten senyals de radiodifusió recollits per un sistema de receptors. Mitjançant la triangulació de les dades rebudes d'almenys quatre satèl·lits, és possible determinar la ubicació d'un receptor. Encara que avui dia hi ha un GPS rus (Glonass) en funcionament, d'aquí a pocs anys n'hi podria haver un d'uropeu (Galileu). El més conegut i més comunament utilitzat és el del sistema del Departament de Defensa dels Estats Units, compost per 24 satèl·lits disposats en sis plànols orbitals, concebut originalment com un sistema de navegació militar. En funcionament des de l'any 1994 (Kaplan, 1996), en un primer moment aquest sistema només era disponible per al personal militar. Amb la finalitat de negar l'accés a la població civil a causa de l'alta precisió del sistema, el DOD, amb un procediment conegut com *selective availability* degradava deliberadament els senyals dels satèl·lits. El maig de l'any 2000 es va posar fi a aquest procediment i es va obrir el sistema a les persones i empreses comercials de tot el món.

El GPS és un sistema de transmissió unidireccional i, per tant, igual que els sistemes de radiodifusió de televisió o ràdio, el sistema pot suportar un nombre gairebé il·limitat d'usuaris finals (Zhao, 1997). L'exactitud de les dades subministrades varia molt depenent de la naturalesa del terreny local: planes en zones rurals exposades o, al contrari, entorns urbans densos; les condicions climàtiques, i el grau en què els receptors GPS estan exposats al cel. Un receptor proporcionarà una lectura precisa només si està exposat directament als senyals dels satèl·lits.

### ***Land-Based Tracking Systems***

Els *Land-Based Tracking Systems* operen segons el principi que els senyals electromagnètics viatgen a una velocitat coneguda i són en la seva major part locals, com una sèrie d'estacions antena conegudes com a detectors de radiofreqüència que es distribueixen al llarg d'una àrea definida (Zhao, 1997).

Hi ha tres tipus principals de tecnologies:

La primera es basa en la diferència del temps d'arribada (*TDOA - Time Difference Of Arrival*). Es compon d'una sèrie d'estacions antena, que recullen les transmissions des de les unitats finals. Segons els càlculs del temps que triga un senyal a viatjar des de la unitat d'origen fins a l'estació, és possible calcular la distància entre els dos punts. Aquesta informació passa a l'estació central del sistema, que estableix la ubicació final de la unitat mitjançant el càlcul del punt en què els resultats obtinguts convergeixen si més no per tres estacions.

La segona tecnologia és l'angle d'arribada (*Angle of Arrival*). Igual que el primer tipus, aquest consisteix en una sèrie d'estacions antena *land-based*. En aquest cas, no obstant això, les estacions individuals disposen de tres antenes, cadascuna de les quals apunta en una direcció diferent. Això significa que, quan les seves antenes reben un senyal des d'una unitat final, l'estació pot calcular l'angle des del qual es va enviar i, a continuació, transmetre aquesta informació a l'estació principal, que basant-se en les xifres obtingudes d'almenys dues estacions, determinarà el punt d'ubicació de la unitat final.

La tercera tecnologia és anomenada *Cell Sector Identification*. Basada en els mateixos principis que la primera i la segona tipologies, identifica la ubicació d'una unitat final mitjançant la triangulació de cèl·lules adjacents dins d'una única xarxa de comunicacions cel·lular. Usant aquest mètode, la desviació entre la posició registrada pel sistema i la ubicació real de la unitat final pot variar des de diverses desenes de metres fins a diversos milers de metres. La variació en la precisió d'aquest mètode depèn del nombre i la densitat de cèl·lules de la xarxa i del volum d'activitat en un moment donat.

### ***Hybrid Solutions***

Aquesta tecnologia combina diverses tecnologies de geolocalització tractant d'aprofitar els beneficis de cadascuna i reduir al mínim els diversos desavantatges. De les diverses solucions híbrides disponibles en l'actualitat, la més coneguda és l'*Assisted GPS* (AGPS). El GPS s'utilitza en combinació amb una xarxa d'antenes terrestres per a localitzar punts específics. En aquest mètode, les estacions terrestres estan equipa-

des amb unitats GPS que s'utilitzen per a predir els senyals recollits per receptors de radiofreqüència.

## Bibliografia

### Referències principals

**Arias Sans, A.** (2016). "La regulaci3n del acceso al Park Guell. Un an3lisis de la controversia desde el giro relacional h3brido". PASOS. Revista de Turisme y Patrimoni Cultural [en l3nia]. [Data de consulta: 30 d'octubre de 2016]. [Disponible a: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88145925005>].

**Hannam, K.; Sheller, M.; Urry, J.** (2006). "Mobilities, immobilities and moorings". *Mobilities* (març, vol. 1, n3m. 1).

**Hannam, K.; Butler, G.; Paris, C. M.** (2014). "Developments and key issues in tourism mobilities". *Annals of Tourism Research* (vol. 44, n3m. 1, p3g. 85-171).

**Coles, T.; Duval, D.; Hall, C. M.** (2005a). "On tourism and mobility at moments of post-disciplinary movement and conjecture". *Pol3tica i Societat* (vol. 42, n3m. 2, p3g. 181-198).

**Cresswell, T.** (2006). *On the Move. Mobility in the Modern Western World*. Londres: Routledge.

**Jensen, O. B.** (2009). "Flows of meaning, cultures of movements - urban mobility as meaningful everyday life practice, in mobilities" (març, vol. 4, n3m. 1, p3g. 139-158).

**Jensen, O. B.** (2013). *Staging Mobilities*. Londres: Routledge (p3g. 3-16).

**Larsen J.; Axhausen K. W.; Urry J.** (2006). "Geographies of social networks: meetings, travel and communications, *Mobilities* (juliol, vol. 1, n3m. 2).

**Lozato-Giotart, J. P.** (1993). *G3ographie du tourisme. De l'espace regard3 a l'espace consomm3*. Paris: A. Colin Publisher (4a ed.).

**McKercher, B.; Lew, A. A.** (2004). *Tourist Flows and the Spatial Distribution of Tourists, in a Companion to Tourism* A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (ed.). EUA, MA: Blackwell Publishing Ltd. Malden.

**Milne, S.; Mason, D.; Hasse, J.** (2004). "Tourism, information technology, and development: revolution or reinforcement?". *Companion to Tourism* A. A. Lew, C. M. Hall i A. M. Williams (ed.). EUA, MA: Blackwell Publishing Ltd. Malden.

**Rojek C.; Urry J.** (1997). *Touring cultures: transformations of travel and theory*. Londres: Routledge.

**Sheller, M.; Urry, J.** (2006). The New Mobilities Paradigm. *Environment and planning A* (vol. 38, p3g. 207-226).

**Sheller, M.; Urry, J.** (2004). "Places to play, places in play". A: Sheller, M.; Urry, J. (ed.). *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. Londres: Routledge (p3g. 1-10).

**Shoval, N.; Isaacson, M.** (2006). "The application of tracking technologies to the study of pedestrian spatial behaviour". *The Professional Geographer* (vol. 58, n3m. 2, p3g. 172-183).

**Shoval, N.; Isaacson, M.** (2007). "Sequence Alignment as a method for human activity analysis". *Annals of the Association of American Geographers* (vol. 97, n3m. 2, p3g. 282-297).

**Urry, J.; Larsen, J.; Axhausen, K.** (2007). "Networks and tourism. Mobile social life". *Annals of Tourism Research* (vol. 34, n3m. 1, p3g. 244-262).

**Williams, A. M.** (2013). "Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships?". *Journal of Sustainable Tourism* (vol. 21, n3m. 4, p3g. 511-531).

### Bibliografia general

**Aug3, M.** (1998). *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropolog3a de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

**Bainbridge, W. S.** (2003). "The future of the social sciences". *Futures* (vol. 35, p3g. 633-650).

**Baggio, R.; Del Chiappa, G.** (2013). "Tourism destinations as digital business ecosystems". A: *Information and Communication Technologies in Tourism*. 3ustria, Viena: Springer.

- Banister, D.** (2008). "The Sustainable Mobilities Paradigm". *Transport Policy* (vol. 15, núm. 2, pàg. 73-80).
- Bauman, Z.** (1999). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z.** (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Beirne, E.; Curry, P.** (1999). "The impact of the internet on the information search process and tourism decision making". D. Buhalis, W. Schertler (ed.). *Information and Communication Technologies in Tourism (ENTER)*. Nova York: Springer Wein (pàg. 88-97).
- Bertoncello, R.** (2002). *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias* (vol. 6, núm. 2, pàg. 29-50).
- Braun, P.** (2002). "Networking tourism SME: E-commerce and e-marketing issues in regional Australia". *Information Technology and Tourism* (vol. 5, núm. 1, pàg. 13-23).
- Brunetti, F.** (1999). *Il turismo sulla via della qualitat*. Pàdua: Cedam.
- Buhalis, D.** (2000). "Tourism and information technologies: past, present and future". *Tourism Recreation Research* (vol. 24, núm. 1, pàg. 41-58).
- Buhalis, D.** (2001). *Tourism distribution channels: Practices and processes*. D. Buhalis, E. Laws (ed.). *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*. Londres: Continuum (pàg. 7-32).
- Buhalis, D., Schertler, W.** (1999). *Preface*. D. Buhalis, W. Schertler (ed.). *Information and Communication Technologies in Tourism (ENTER)*. Nova York: Springer Wein (pàg. v-vi).
- Butler, R. W.** (1980). "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". *Canadian Geographer* (vol. 24, pàg. 5-12).
- Casey, E. S.** (1997). *The Fate of Place. A Philosophical History*. CA, Berkeley: University of California Press.
- Castells, M.** (1993). *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. MA, Cambridge, Oxford: Blackwell (vol. 1).
- Cazes, G.** (1992). *Tourisme et Tiers-Monde, un bilan controversé*. Paris: L'Harmattan.
- Chavas, J.; Stoll, J.; Sellar, C.** (1989). *On the Commodity Value of Travel Time in Recreational Activities Applied Economics* (vol. 21, pàg. 711-722).
- Coles, T. E.; Duval, D. T.; Hall, C. M.** (2005b). "Mobilising tourism: a post-disciplinary critique". *Tourism Recreation Research* (J. Tribe, ed.). Número especial sobre Tourism Research. En premsa.
- Cometa, M.; Lastra, A.; Villar Hernández, P.** (2007). *Estudios culturales: una introducción*. Editorial Verbum.
- Cooper, C.; Lewis, J.** (2001). "Transformation and trends in the tourism industry: implications for distribution channels". D. Buhalis, E. Laws (ed.). *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*. Londres: Continuum (pàg. 31-315).
- Corna Pellegrini, G.** (1973). *Popolazione e territorio. Milà: Vita e Pensiero* (pàg. 52).
- Cresswell, T.** (1996). *In Place / Out of Place: Geography, Ideology and Transgression*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cresswell, T.** (2001). "Making up the tramp: towards critical geosophy". P. C. Adams, S. Hoelscher, K. E. Till (ed.). *Textures of Place. Exploring Humanist Geographies*. Minneapolis: University of Minnesota Press (pàg. 167-185).
- Cresswell, T.** (2006). *On the Move. Mobility in the Modern Western World*. Londres: Routledge.
- Deleuze, G.; Guattari, F.** (1987/2003). *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*. Londres: Continuum.
- Du Gay, P.; Hall, S.; James, L.; Mackay, H.; Negus, K.** (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Londres: Sage.

- Feifer, M.** (1985). *Going places. The ways of the tourist from Imperial Rome to the present days*. Londres: Macmillan.
- Fuller, R. B.** (1963). *Ideas and Integrities. A Spontaneous Autobiographical Disclosure*. Toronto: Collier Books.
- Garkavenko, V.; Bremner, H.; Milne, S.** (2003). "Travel agents in the 'Information Age': New Zealand experiences of disintermediation". A. Frew, M. Hitz, P. O'Connor (ed.). *Information and Communication Technologies in Tourism (ENTER)*. Nova York: Springer Wein.
- González Guerrero, E.; Martínez Sánchez, M.** (1996). "Los servicios: especial consideración del turismo" A: *Introducción a la economía de Andalucía*. Madrid: Ed. Civitas.
- Gorz, A.** (1979). *Ecology as Politics*. Londres: Pluto Press.
- Gregson, N.** (2003). "Discipline games, disciplinary games and the need for a post-disciplinary practice: responses to Nigel Thrift's 'The future of geography'". *Geoforum* (vol. 34, pàg. 5-7).
- Hall, C. M.** (2004a). "Space-time accessibility and the tourist area cycle of evolution: The role of geographies of spatial interaction and mobility in contributing to an improved understanding of tourism". R. Butler (ed.). *The Tourism Area Life-Cycle*. Clevedon: Channel View.
- Hall, C. M.** (2004b). *Tourism*. Harlow: Prentice-Hall.
- Hannam, K.; Sheller, M.; Urry, J.** (2006). "Mobilities, immobilities and moorings". A: *Mobilities* (març, vol. 1, núm. 1, pàg. 1).
- Hasse, J.** (2002). "Stakeholder perceptions of tourism development in Marahau, New Zealand: A role for participatory approaches and GIS". Inèdit. Tesi doctoral. Victoria University of Wellington.
- Hoyer, K.** (2000). "Sustainable tourism or sustainable mobility? The Norwegian case". *Journal of Sustainable Tourism* (vol. 8, núm. 2, pàg. 147-160).
- Hull, J.; Milne, S.** (2001). "From nets to the net: Marketing tourism on Quebec's Lower North Shore". J. O. Baerenholdt, N. Aarsaether (ed.) *The Reflexive North*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers (pàg. 79-159).
- Illich, I.** (1974). *Ecology and Equity*. Londres: Calder and Boyers.
- Jensen, O. B.** (2009). "Flows of meaning, cultures of movements - Urban mobility as meaningful everyday life practice, in mobilities" (març, vol. 4, núm. 1, pàg. 139-158).
- Jensen, O. B.** (2013). *Staging Mobilities*. Londres: Routledge (pàg. 3-16).
- Lefebvre, H.** (2008). *Critique of Everyday Life. Foundations for a Sociology of the Everyday*. Londres: Verso (vol. 2).
- Litman, T.** (2013). "The New Transportation Planning Paradigm". *ITE Journal* (www.ite.org) (vol. 83, núm. 6 pàg. 20-28).
- Massey, D.** (1994). *Space, Place and Gender*. Oxford: Polity Press.
- Massey, D.** (2005). *For Space*. Londres: Sage.
- McKercher, B.; Lew, A. A.** (2004). "Tourist flows and the spatial distribution of tourists". *A Companion to Tourism* (A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams, ed.). EUA, MA, Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- McKean, J.; Johnson, D.; Walsh, R.** (1995). "Valuing time in Travel Cost Demand Analysis: an empirical investigation". *Land Economics* (vol. 71, pàg. 96-105).
- Milne, S.; Ateljevic, I.** (2001). "Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity". *Tourism Geographies* (vol. 3, núm. 4, pàg. 93-369).
- Milne, S.; Gill, K.** (1998). "Distribution technologies and destination development: Myths and realities". D. Ioannides, K. Debbage (ed.). *The Economic Geography of the Tourism Industry: A Supply-Side Analysis*. Londres: Routledge (pàg. 38-123)

- Milne, S.; Mason, D.; Hasse, J.** (2004). *"Tourism, information technology, and development: revolution or reinforcement?"*. A Companion to Tourism (A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams, ed.). EUA, MA, Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- Miossec, J. M.** (1977). "Un modèle de l'espace touristique". *L'espace géographique* (núm. 6, pàg. 41-48).
- Minca, C.** (1996). *Spazi effimeri*. Pàdua: CEDAM.
- Massey, D.** (1999). "Negotiating disciplinary boundaries". *Current Sociology* (vol. 47, núm. 4, pàg. 5-12).
- Morley, D.** (2000). *Home Territories. Media, Mobility and Identity*. Londres: Routledge.
- Nash, R.; Koyabe, D.; Stansbie, P.** (2006). "Impact of EU funding on tourism in the Gram-pian Region". *International Journal of Tourism Research* (vol. 8, núm. 4, pàg. 247- 261).
- Natter, W.; Jones III, J. P.** (1997). "Identity, space and other uncertainties". G. Benko, U. Strohmayer (ed.). *Space and Social Theory. Interpreting Modernity and Postmodernity*. Oxford: Blackwell (pàg. 141-161).
- Nice, B.** (1999). *Questo nostro mondo*. Novara: Istituto Geografico De Agostani.
- Nuvolati, G.** (2007). *Mobilità quotidiana e complessità urbana*. Firenze University Press.
- O'Connor, A.; Zerger, A.; Itami, B.** (2005). *Geo-temporal Tracking and Analysis of Tourist Movement. Mathematics and Computers in Simulation* (vol. 69, pàg. 135-150).
- Park, R. E.; Burgess, E. W.** (1925). *The City. Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pearce, D. G.** (1989). *Tourist Development*. Nova York: Longman (ed. 2a)
- Pearce, D.** (1988). "Tourist time-budget". *Annals of Tourism Research* (vol. 15, núm. 1, pàg. 106-121).
- Pollice, F.** (2002). *Territori del turismo. Una lettura geografica delle politiche del turismo*. Milà: Franco Angeli.
- Poon, A.** (1993). *Tourism, Technology, and Competitive Strategies*. Wallingford: CAB International.
- Relph, E.** (1976). *Place and Placelessness*. Londres: Pion.
- Ritzer, G.** (1993). *The McDonaldization of society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge.
- Rojek, C.; Urry, J.** (1997). "Transformations of travel and theory". C. Rojek, J. Urry (ed.). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Londres: Routledge (pàg. 1-19).
- Sayer, A.** (1999). *Long live postdisciplinary studies! Sociology and the curse of disciplinary parochialism/imperialism*. UK: Lancaster University, Department of Sociology.
- Sennett, R.** (1994). *Flesh and Stone. The Body and the City in Western Civilization*. Nova York: W. W. Norton & Company.
- Sheller, M.; Urry, J.** (2004). "Places to play, places in play". M. Sheller, J. Urry (ed.). *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. Londres: Routledge (pàg. 1-10).
- Sheller, M., Urry, J.** (2006). "The New Mobilities Paradigma". *Environment and Planning A* (vol. 38).
- Shoval, N.; Isaacson, M.** (2006). "The application of tracking technologies to the study of pedestrian spatial behaviour". *The Professional Geographer* (vol. 58, núm. 2, pàg. 172-183).
- Shoval, N.; Isaacson, M.** (2007). "Sequence Alignment as a method for human activity analysis". *Annals of the Association of American Geographers* (vol. 97, núm. 2, pàg. 282-297).
- Shoval, N.; Isaacson, M.** (2007). "Tracking tourists in the digital age". *Annals of Tourism Research* (vol. 34, núm. 1, pàg. 141-159).
- Soja, E. W.** (2000). *"Postmetropolis"*. *Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford: Blackwell.

- Sørensen, A.** (2003). "Backpacker ethnography". *Annals of Tourism Research* (vol. 30, núm. 4, pàg. 847-867).
- Toschi, U.** (1959). *Geografia Economica. Del Trattato Italiano di Economia*. Torí: Utet (vol. 4, pàg. 370-387).
- Troncoso, C.; Kuper, D.; Almiron, A.** (2011). "Turismo, movilidad y territorio. Transporte y territorio. Lugar". Dossier. Buenos Aires (vol. 3, pàg. 1-5).
- Tufts, S.** (2000). "We make it work". Competing tourism development narratives in the making of a hospitality workforce. Paper presented at the 96th Annual Meeting of the American Association of Geographers (abril). PA, Pittsburgh.
- Urry, J.** (2000). *Sociology Beyond Societies. Mobilities for the Twenty-first Century*. Londres: Routledge.
- Urry, J.** (2002). *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres: Sage (2a ed.)
- Urry, J.** (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity.
- Walsh, R.; Sanders, L.; McKean, J.** (1990). "The consumptive value of travel". *Time. Journal of Travel Research* (vol. 21, núm. 4, pàg. 17-24).

