



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Psicologia

Treball de Fi de Grau

*Fins aquí hem arribat. Una anàlisi psicosocial del
moviment antiturisme de les Illes Balears.*

Catalina Moragues Cancelo

Grau de Psicologia

Any acadèmic 2018 - 2019

DNI de l'alumne: 41584654-X

Treball tutelat per la Dra. Maria Jesús Serrano Ripoll

Departament de Psicologia

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball: turisme, Illes Balears, percepció social

ÍNDEX

Resum	3
Introducció	4
Objectius	10
Mètode	10
Resultats	11
Discussió	26
Conclusions	32
Referències bibliogràfiques	33

RESUM

La indústria del turisme, una de les primeres del món, està ben arrelada a les Illes Balears. Des dels anys 50, l'arxipèlag és una destinació de masses de gran prestigi internacional i gairebé cada any es baten rècords quant a l'arribada de turistes o el creixement del sector. Tanmateix, en els darrers anys això no ha anat acompanyat de millores en la qualitat de vida dels i de les illenques i, en relació, cada vegada s'ha deteriorat més l'ecosistema balear, pel que ha augmentat considerablement el malestar social envers l'anomenat monocultiu turístic. Així, en els darrers cinc anys han anat sorgint col·lectius que manifesten el seu rebuig cap aquesta indústria, el que ha estat titllat de forma reaccionària de *turismofòbia*.

Les opinions i actituds de la població local envers el turisme han estat estudiades, per bé que poc i amb una sèrie de limitacions. Per això, en aquest treball es fa un estudi ampli de la percepció social de la població balear sobre el turisme, incloent-hi les diferents opinions i les mobilitzacions ocorregudes. Finalment, es fa una proposta d'enfocament teòric que pugui donar compte del fenomen en tot el seu abast.

Paraules clau: turisme, Illes Balears, percepció social

INTRODUCCIÓ

Justificació i interès del tema

La indústria del turisme, tot i ser molt jove, ha crescut de forma exponencial des dels anys 50, a un ritme més accelerat que l'economia global, i s'ha convertit en una de les indústries legals més importants a escala mundial, amb un percentatge del Producte Mundial Brut superior a indústries com l'automobilística, la química, la minera o l'alimentària (Buades, 2014; WTTC, 2012). A més, gaudeix d'un gran prestigi i en l'imaginari col·lectiu l'activitat turística es relaciona amb l'evasió, l'aventura i la diversió, entre d'altres, fins al punt que gairebé s'ha convertit en una necessitat vital (Pallicer Mateu, 2015). Per poder considerar l'abast de la indústria turística, cal tenir en compte que aglutina tant la seva contribució econòmica directa (el consum personal dels i de les turistes, les despeses governamentals, etc.) com els efectes indirectes que provoca en la resta de sectors (construcció, immobiliària i serveis), així com les relacions que guarda amb l'economia il·legal, sobretot amb el tràfic de drogues, la prostitució i l'especulació immobiliària (Buades, 2014). No obstant això, se sol ignorar la seva importància, manquen els estudis acadèmics crítics amb el sector i, en general, no sol ser present a les agendes dels moviments socials (Murray i Pallicer, 2015).

El Mediterrani és la zona més important mundialment per la indústria turística (Buades, 2014), i Espanya, segons les darreres dades disponibles, és la tercera destinació amb més turisme internacional, ocupa el segon lloc en el rànquing d'ingressos per turisme a nivell mundial i el primer a escala europea (OMT, 2015). I dins de l'Estat Espanyol, les Illes Balears suposen una de les destinacions turístiques predilectes: les Illes reben el 1,2% del turisme internacional - el que significa una acollida de turistes 120 vegades superior al pes proporcional de la població local - i cinc de les empreses hoteleres més importants del món hi tenen la seva seu (Buades, 2014).

La importància del turisme a les Illes Balears és innegable. El turisme a les Balears ha anat creixent de forma gairebé exponencial, batent rècords quasi cada any, i són des de fa temps una destinació turística madura que s'ha consolidat amb escasses cinc dècades (Garcia, 2014). El desenvolupament turístic ha permès que les Illes siguem una de les zones amb millor nivell de vida a Europa sense haver patit un procés d'industrialització a l'ús (Buades, 2014). I, ara per ara, el turisme és el centre de la vida balear: segons el darrer estudi disponible d'IMPACTUR de les Illes Balears, elaborat per Exceltur (2015) respecte de l'any 2014, el turisme suposa el 45% del PIB, el percentatge més gran de totes les comunitats autònomes, i genera més de 3 de cada 10 llocs de feina. A més a més, d'acord amb l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (2015), a aquestes dades se li han d'afegir els efectes indirectes que té el turisme en la resta de sectors, de manera que arriba a sumar fins al 85% del PIB. Finalment, comptam amb un nombre de places d'allotjament i d'oferta turística cada vegada més àmplia i variada, ja siguin hotels, apart-hotels, restaurants, cafeteries, botigues, discoteques, camps de golf, ports, cotxes de lloguer, etc. (Buades, 2014).

No obstant la importància del turisme en la vida dels i de les balears, la percepció del mateix per part de la població resident ha estat molt poc estudiada, sobretot en comparació als estudis que sí que s'han realitzat per analitzar les preferències, actituds i característiques dels i de les turistes (Amer, 2009). Aquesta falta d'estudis resulta sorprenent si es tenen en consideració dos aspectes rellevants: un, gran part de l'èxit o fracàs de la indústria turística d'una destinació depèn del suport o oposició de la població resident; i dos, això és particularment cert en illes, on la capacitat territorial és limitada i l'entorn, fràgil, el que suposa un major contacte entre la població resident i la visitant i una major vulnerabilitat als impactes del turisme (Garau-Vadell, Díaz-Armas, i Gutierrez-Taño, 2014). Com indica Sharpley (2014), el cas de les Illes Balears no és únic, sinó que és una tendència observada en altres destinacions de turisme de masses del Mediterrani i del Carib. L'autor conclou que en aquelles zones on el sector turístic és el

dominant o hi ha una gran dependència d'aquest, la comunitat amfitriona pot estar més sensibilitzada i, per tant, ha estat exclosa de la investigació.

A la ja esmentada falta d'estudis, se li ha d'afegir el fet que alguns d'ells (Amer, 2009) són previs a la gran crisi econòmica de l'any 2008 que tant ha modificat la indústria turística espanyola (Murray Mas i Pallicer Mateu, 2015) i, a col·lació, els seus impactes en el territori i la societat. A més a més, aquests estudis són també previs al sorgiment de col·lectius, entitats i associacions que han reaccionat a certes problemàtiques vinculades al turisme. Així, a les Balears ens trobam en un moment en què la indústria turística continua en expansió mentre que cada vegada són menors els guanys socials derivats de la mateixa i, per primer cop, s'esdevé una confluència de col·lectius que es mobilitzen en contra del monocultiu turístic balear (Casamajor, 2017). Il·lustratiu d'això és que el setembre del 2017 es va celebrar a Palma la que és considerada la primera manifestació en contra de la massificació turística, la qual va comptar amb la participació de més de 3.000 persones i més de 50 entitats socials i ecologistes, sota el lema "Fins aquí hem arribat" (Bohórquez, 2017).

Ens resulta evident, doncs, que la percepció social del turisme per part de la població resident balear ha canviat en els darrers anys, més si tenim en compte que antany, a partir de l'any 1962, se celebrava amb una gran festa l'arribada a l'aeroport de Son Sant Joan del o de la turista número un milió de l'any (Garcia, 2014). Així les coses, el moment present es caracteritza, per primera vegada, pel fet que el comportament col·lectiu s'organitza en contra de "la primera indústria del món" (Buades, 2014, p.24), el turisme, en una de les seves seves més importants, les Illes Balears. Podríem dir, doncs, que es tracta d'un combat entre David i Goliat.

Marc teòric

L'estudi de les actituds i percepcions de la població local envers el turisme és un dels camps més prolífics de la investigació en el sector (excepte, com s'ha dit anteriorment, en certes destinacions de masses, entre elles les Illes Balears). Es va iniciar al final de la dècada dels anys 60, quan l'entusiasme per les oportunitats econòmiques que ofería el sector va començar a quedar eclipsat per la preocupació envers els seus impactes socials, culturals i ambientals; i des de llavors, els estudis de la qüestió no han deixat de proliferar (Sharpley, 2014; Vargas-Sánchez, Porras-Bueno, i Plaza-Mejía, 2010). Com s'ha esmentat anteriorment, el suport de la població hoste resulta clau per a l'èxit o fracàs de la indústria turística en una destinació, d'aquí la rellevància de la seva investigació.

Els models teòrics més citats (i potser també més criticats) són els de Doxey (1975, citat a OMT, 1998) i Butler (1980, citat a OMT, 1998). Ambdós estableixen les fases o etapes per les quals passa la població local en una destinació turística i coincideixen en establir un primer moment d'entusiasme o auge, una etapa de desenvolupament i un final on el malestar i, fins i tot, l'antagonisme envers el turisme poden suposar el declivi de la destinació turística i el cessament a l'arribada de turistes.

Posteriorment, a partir d'un article d'Ap (1992), la investigació es va centrar en explicar les actituds dels i de les residents basant-se en la proposta d'aquest autor, i és que la població resident avalua el turisme en funció dels processos d'intercanvi social. Segons aquest enfocament, el suport o no de la població local dependria de l'equilibri existent entre els beneficis esperats i els costos obtinguts del desenvolupament turístic. Així, mentre les necessitats econòmiques, socials i psicològiques, tant a escala individual com comunitària, puguin ser satisfetes i els beneficis siguin majors que els costos socials i ambientals, el turisme serà ben considerat per part de la població resident (Ap, 1992).

Malauradament, la investigació en les actituds i percepcions de la població hoste, tal com fa notar Sharpley a una revisió de la mateixa publicada l'any 2014, presenta una sèrie de limitacions. En primer lloc, models com els de Butler i Doxey, que suposen que la insatisfacció envers el turisme augmenta a mesura que aquest es va desenvolupant, són massa simples i, a més, suposen que les actituds de la comunitat local són lineals i homogènies. En segon lloc, l'autor afirma que la teoria de l'intercanvi social no resulta útil per a explicar les percepcions de la població resident, perquè la teoria no considera que les percepcions són formades en un context social, cultural i històric més ampli i habitualment influenciades per un coneixement no tan derivat de l'experiència personal sinó d'aquest context sociocultural.

Un altre error que ha comès la literatura, seguint amb Sharpley (2014), és el fet d'haver estudiat majoritàriament les actituds i percepcions de la població local en moments específics i puntuals. Tenint en compte la naturalesa dinàmica de les destinacions turístiques i el canvi que ha viscut el significat cultural del turisme (Urry, 1975; citat a Sharpley, 2014), aquests estudis no tenen un context històric que pugui donar compte de l'evolució de les actituds de la població. Finalment, la literatura habitualment s'ha centrat en les actituds i no en les respostes envers els impactes del turisme, quan és palès que no té per què haver-hi una relació causal entre ambdues variables.

Així, cal tenir en consideració que la relació turista-resident és un fenomen complex i multidimensional que varia en funció de diferents factors (Sharpley, 2014). Diversos d'aquests factors han estat identificats per la literatura, encara que no sempre amb resultats unívocs. Alguns d'ells són la importància econòmica de l'activitat turística, la proporció numèrica entre turistes i residents o densitat de turistes i l'estadi de desenvolupament del sector turístic i el seu ritme de canvi (Amer, 2009; Bujosa i Rosselló, 2007; Vargas-Sánchez et al., 2010); el grau de contacte amb els i les turistes i el seu comportament (Chien i Ritchie, 2018); el benefici personal del turisme, el temps de residència al lloc o la condició de natiu/nativa i el nivell de

deteriorament ambiental (Bujosa i Rosselló, 2007); les condicions espacials i temporals del turisme i el tipus de turisme (Amer, 2009), entre d'altres (Sharpley, 2014).

D'aquesta manera, les noves línies d'investigació han de tenir en consideració tots aquests factors quan estudien una comunitat hoste. La majoria d'estudis realitzen una anàlisi de *clústers*, per la qual estableixen grups diferenciats en funció de les seves percepcions i actituds, podent estudiar les variables que descriuen aquests grups (encara que no expliquen les seves percepcions) (Sharpley, 2014). Pel que fa a l'enfocament teòric, la Teoria de l'Intercanvi Social ha deixat pas a noves aproximacions, com la Teoria de la Identitat del Lloc o *place identity* (Wang i Chen, 2015). El concepte de la identitat del lloc no és nou per a la Psicologia Ambiental i es pot definir com:

una subestructura de la identitat del *self* i consisteix en un conjunt de cognicions referents a llocs o espais on la persona desenvolupa la seva vida quotidiana i en funció dels quals l'individu pot establir vincles emocionals i de pertinença a determinants entorns. Aquests vincles són, com a mínim, tan importants com els que s'estableixen amb els diferents grups socials amb els quals l'individu es relaciona. (Valera i Pol, 1994, p.8).

En relació al turisme, s'ha trobat que la identitat del lloc afecta les actituds de la població resident envers els impactes positius i negatius del turisme, cosa que, alhora, afecta la intenció de donar-li suport (Wang i Chen, 2015). No obstant això, per poder entendre els conflictes que sorgeixen en les destinacions turístiques entre la població resident i turista, recentment s'ha proposat abordar la dinàmica intergrupual que es dona entre les dues poblacions incorporant la Teoria de la Identitat Social de Tajfel (1982, citat a Chien i Ritchie, 2018). Així doncs, el conflicte es podria explicar amb la identificació de l'individu amb el grup i el consegüent sentiment de pertinença, que el motiva a protegir els interessos del grup davant amenaces externes, de vegades de forma hostil (Chien i Ritchie, 2018).

OBJECTIUS

Tenint en compte el canvi en les percepcions envers el turisme en la població resident de les Illes Balears i el sorgiment de col·lectius i associacions que es mobilitzen en contra del sector turístic, així com la falta d'estudis al respecte i les seves limitacions, s'estableix el següent objectiu principal:

- Estudiar les percepcions de la població il·lenca envers el turisme tenint en compte el seu context històric i la seva evolució, així com els diferents factors que hi intervenen.

També s'estableix, com a objectiu específic:

- Analitzar les diferències en les actituds envers el turisme en la població resident.

MÈTODE

Per a l'assoliment de l'objectiu principal, s'han analitzat, en primer lloc, algunes de les revisions del desenvolupament històric de la indústria del turisme a les Illes Balears (Blázquez i Murray, 2010; Buades, 2014; Garcia, 2014; Murray i Pallicer, 2015). Per altra banda, s'ha fet una revisió de les enquestes i estudis disponibles envers l'opinió de la població resident, tant a la literatura científica com aquells realitzats per diferents organismes governamentals com l'Agència de Turisme de les Illes Balears (2016). Finalment, s'han revisat els diferents factors que poden determinar la percepció local envers el turisme a partir dels darrers indicadors disponibles i les investigacions realitzades pels col·lectius que han sorgit en protesta del model turístic, especialment *Tot Inclòs* i *Terraferida*.

Per a la consecució de l'objectiu específic, s'ha fet una revisió de l'origen i evolució del moviment ecologista, el moviment que principalment s'ha lligat a la protesta en contra de l'activitat turística, així com també s'han analitzat les diferents mobilitzacions que s'han

organitzat, tant les protestes com les reaccions a aquestes. Per a fer-ho, s'ha recorregut als diferents mitjans de comunicació que cobreixen l'actualitat de les Illes, *IB3 Notícies*, *dBalears* i *Ara Balears*; els que cobreixen només una illa de l'arxipèlag, *Última Hora* per Mallorca, *Menorca.info* per Menorca i *Periódico de Ibiza* per les Pitiüses; i els que cobreixen les notícies relacionades amb el turisme: *Hosteltur* i *Preferente*. Per a la recerca, s'han introduït als cercadors d'aquests diaris les paraules clau “turisme” i “protesta”, “turisme” i “manifestació”, “massificació” i “protesta”, i “turismofòbia”. També s'han analitzat els diferents col·lectius sorgits recentment a causa de la problemàtica relacionada amb el turisme, a partir dels materials que els mateixos han anat publicant.

RESULTATS

El context històric: tres booms turístics, camí d'un quart

El despertar del turisme a les Illes al segle XIX fou possible gràcies a l'impuls de la indústria turística internacional i dels empresaris mallorquins aliats (d'entre els que destaca Joan March, un empresari contrabandista de fama internacional que, posteriorment, finançà el cop d'estat de Franco), i es caracteritzà per desenvolupar-se al marge del control administratiu i fiscal, és a dir, del que és públic (Buades, 2014).

Amb la Guerra Civil Espanyola (1936-1939) i la instauració de la dictadura franquista, caracteritzada en un primer període per l'autarquia i l'aïllament internacional, el desenvolupament turístic es va frenar (Blázquez i Murray, 2010). No va ser fins a la dècada dels 50 que, davant el fracàs d'aquesta política econòmica, el franquisme no va obrir les portes al turisme, quan va entendre que era una oportunitat de recuperació econòmica, i va trobar en les Illes Balears (especialment a Mallorca) el lloc idoni per a fer-ho (Buades, 2014).

A partir de llavors, el sector turístic balear va començar a créixer ràpidament, de nou al marge del control estatal, fins a l'arribada del primer *boom* turístic (1959-1964) amb què es va iniciar la massificació (Buades, 2014). Durant aquest període, es varen construir grans infraestructures per donar cabuda a la ingent quantitat de turistes que arribaven a les Illes i satisfer les seves necessitats de consum, com és per exemple la inauguració de l'aeroport de Son Sant Joan l'any 1960, però també autopistes, centrals tèrmiques, embassaments, depuradores, etc. (Buades, 2014; Garcia, 2014). Com indica Garcia (2014), aquest projecte urbanístic era desmesurat i es va fer sense planificació, fins a tal punt que es va encunyar pejorativament el terme de *balearització* per a referir-s'hi a França. Però el fet més característic d'aquest primer *boom* fou la construcció massiva del litoral, principalment en benefici del sector hotelier, que va poder augmentar notablement les seves places turístiques (Blázquez i Murray, 2010).

En vista de l'incipient esgotament del litoral, a la dècada dels 70-80 el sector turístic va començar a diversificar la seva oferta, construint de forma massiva apartaments turístics a la segona i tercera línia de mar als nuclis turístics (la gran majoria de forma il·legal), donant lloc a l'anomenat segon *boom* (Buades, 2014).

Aviat féu eclosió un tercer *boom* als 90, caracteritzat per una nova i ampla oferta de turisme residencial principalment en les zones del poc litoral on encara no s'hi havia construït, el centre històric de les ciutats i el medi rural de l'interior de les illes (Blázquez i Murray, 2010). Moltes d'aquestes places es construïren també de forma il·legal i són propietat de població estrangera (Buades, 2014).

Amb la Gran Crisi immobiliària i financera global de la dècada dels 2000, el turisme patí un fre important; això no obstant, la indústria turística espanyola es va veure beneficiada per l'esdeveniment de les primaveres àrabs, que dirigiren els fluxos turístics cap a Espanya

(Murray i Pallicer, 2015). Seguint amb aquests autors, s'intensificà, doncs, l'explotació turística com a via de recuperació econòmica, seguint tres estratègies específiques: ampliant l'oferta monopolista del *tot inclòs*, impulsant reformes laborals que han fet encara més precàries les condicions de feina dels treballadors i treballadores del sector turístic, i propiciant canvis normatius que permetin el desenvolupament de nous projectes turístics per part del sector immobiliari.

Finalment, el moment present a les Illes Balears es caracteritza per un creixement continuat en l'arribada de turistes, principalment relacionat amb la ingent quantitat de places turístiques, ja sigui en hotels, apartaments o habitatges, però sobretot per la nova i creixent modalitat del lloguer turístic, segons Pallicer (2017). L'autor explica que aquesta modalitat ha propiciat que molts habitatges deixin de destinar-se a usos residencials o que se'n construeixin de nous, també a sòl rústic, per a destinar-los a aquest mercat. Així, es comença a parlar d'un nou *boom* des de l'any 2014 (Pallicer i Blázquez, 2016). La qüestió del lloguer vacacional presenta una sèrie d'inconvenients, però destaquen les dificultats en l'accés a l'habitatge i el fet que "estén la pressió turística sobre tot el territori" (Canals i Blázquez, 2015).

Des de l'inici del primer *boom*, el turisme predominant és aquell que passa curtes estades a certs nuclis turístics del litoral, com per exemple Magalluf, destinacions de sol i platja que es basen en satisfer les necessitats d'oci i consum de turistes poc interessats en la cultura balear o en conèixer la població local (Garcia, 2014). No obstant això, i encara que aquesta modalitat continua essent la majoritària, l'oferta turística balear darrerament s'ha ampliat i diversificat molt. Destaca sobretot el gran creixement que ha tengut el turisme de creuers (un 94% en deu anys), que provoca que en un dia arribin 8 creuers al port de Palma i desembarquin a la ciutat 25.000 persones, la qual cosa, a més d'augmentar sensiblement la sensació de massificació de la ciutat, modifica els usos dels espais públics i dels negocis, de manera que se substitueixen

els comerços habituals i serveis quotidians per d'altres que satisfacin les necessitats de consum ràpid dels i de les turistes (Mas, 2017).

Per a resumir el moment actual, doncs, es pot dir que ens trobam davant un incipient quart *boom*, caracteritzat per: un, una pressió humana els dies de més afluència turística de 2 milions de persones, gairebé el doble del que representa la població resident (Mas, 2017); dos, per dificultar l'accés a l'habitatge digne, i tres, per fer la situació laboral dels i de les illenques més precària. Aquests tres factors porten a concloure que les Balears no viuen sinó que “malviuen del turisme” (Borràs, 2017).

Els factors que defineixen el turisme balear

Tal com ja s'ha dit, la percepció de la població local envers el turisme varia d'una població o altra segons diferents factors que caracteritzen la destinació turística en qüestió. A continuació, es procedeix a analitzar els factors – mencionats al marc teòric – que poden estar implicats en la percepció de la població local, d'acord amb la literatura al respecte (Amer, 2009; Bujosa i Roselló, 2007; Chien i Ritchie, 2018; Sharpley, 2014; Vargas-Sánchez et al., 2010).

1. La importància econòmica de l'activitat turística.

Com s'ha esmentat anteriorment, l'activitat turística a les Illes suposa el 85% del PIB si es consideren tant els seus efectes directes com indirectes en l'economia (AETIB, 2015). Així, es pot dir que existeix una dependència econòmica del turisme, el que fa que el seu impacte sigui especialment important (Amer, 2009).

2. La densitat de turistes.

La proporció varia segons l'illa: a Eivissa i Formentera hi ha 16 turistes per resident, a Mallorca, 12, i a Menorca, 13 (Buades, 2014). Els dies de més concurrència turística, a les Illes hi ha gairebé la mateixa població resident que turista, tal com indica l'Índex de Pressió Humana (Mas, 2017).

3. L'estadi de desenvolupament del sector i el seu ritme de canvi.

Les Balears són des de fa anys una destinació turística consolidada i madura (Buades, 2014). A més, el desenvolupament del sector turístic ha estat molt ràpid i descontrolat, tal com indica Garcia (2014) i com es pot desprendre del terme despectiu *balearització*. Aquest ritme de canvi ràpid pot incrementar els impactes del turisme (Amer, 2009).

4. El grau de contacte amb els i les turistes.

En primer lloc, cal considerar el contacte amb la població turista causat per l'ocupació laboral del sector (Chien i Ritchie, 2018). Com s'ha indicat, més del 30% de la població ocupada té un lloc de feina relacionat amb el turisme (Exceltur, 2015), però també cal tenir en compte que el 80% de la totalitat dels llocs de feina de les Balears són del sector dels serveis, segons el Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat (2018).

Més enllà del contacte que pugui existir amb els i les turistes derivat del treball, en els darrers anys el turisme ha sortit dels nuclis tradicionals i ja no es troba únicament al litoral sinó que s'ha estès per tot el territori a partir del tercer *boom* (Andreu et al., 2003) i sobretot els darrers anys amb la irrupció del lloguer vacacional (Canals i Blázquez, 2015). A més, la capacitat territorial de les illes és limitada, cosa que augmenta les oportunitats d'establir contacte amb la població turista (Garau-Vadell et al., 2014).

5. El benefici personal del turisme.

Com es desprèn de les dades relatives a l'ocupació turística acabades de citar, gran part de la població balear depèn econòmicament del turisme. Això suposa un biaix comercial de la població en les seves actituds cap al sector i els seus impactes (Bujosa i Roselló, 2007).

6. Les condicions espacials i temporals del turisme.

Pel que fa a les condicions temporals, ja que el turisme predominant és el de sol i platja, l'activitat turística viu una important estacionalitat, cosa que comporta efectes en l'ocupació de la població i també en la saturació de les infraestructures (Amer, 2009). Quant a les condicions espacials, tal com s'ha dit, actualment el turisme s'ha estès per la majoria dels indrets de les Illes.

7. El tipus de turisme.

El turisme predominant és el que es defineix amb “les 4 s britàniques *sand, sun, sex and sea*” (Amer, 2009, p.11). És a dir, uns/es turistes que cerquen l'evasió i la diversió i poc interessats en la cultura i tradicions locals, com ja s'ha comentat.

Tanmateix, l'oferta turística és plural i altres modalitats poden tenir majors impactes ambientals que el que té el turisme predominant, com per exemple és el cas d'aquell que es dona en espais naturals protegits, l'anomenat “ecoturisme” o “turisme responsable” (Amer, 2009; Buades, 2014).

8. El comportament dels i de les turistes

Aquest factor està relacionat amb l'anterior. La majoria dels i de les turistes són els que cerquen la modalitat de sol i platja. Segons el model de Plog (1977, citat a OMT, 1998), aquests/es formen el grup de turistes psicocèntrics/ques, caracteritzat per cercar destinacions ja conegudes, demandar una gran quantitat d'infraestructures per a satisfer la seva experiència

durant les vacances i sense adaptar-se als costums del lloc que visiten, essent aquest el grup de turistes que major impacte pot causar en la destinació.

9. El nivell de deteriorament ambiental.

L'Observatori de Sostenibilitat i Territori de la UIB (OST) publicà l'any 2003 un estudi sobre els Indicadors de Sostenibilitat del Turisme a les Illes. Pel que fa a l'impacte ambiental, esmentaren dos tipus d'indicadors: un, els residus, el consum d'aigua i el consum d'energia; i dos, el territori i els usos del sòl.

Per una banda, l'energia, l'aigua i els residus. En aquest mateix estudi (2003), s'indica que aquestes tres variables suposen un gran consum de recursos i s'observa una tendència de creixement amb els anys en el consum, sobretot d'energia, i en la generació de residus. Aquesta tendència d'augment no s'ha deturat amb els anys sinó que encara s'observa (Tot inclòs, 2017). Així, els i les turistes consumeixen tres vegades més aigua i sis vegades més energia que la població resident (Sala, 2018).

Per altra banda, el territori. A l'estudi de l'OST (2003) s'indica que l'activitat que més impacte té sobre el territori és la urbanització, i assenyalen que el 5% del sòl balear era destinat a usos urbans, mentre que l'àrea d'espais naturals protegits només suposava un 3,4%. A més, l'estudi també exposa que l'any 2003 el 22% de les costes estava destinat a ús urbà. Tanmateix, el projecte urbanístic no s'ha aturat: el 75% del sòl urbà ja està construït, igual que el 3,5% del territori total de les Balears, mentre que el sòl rústic va perdent hectàrees (Navarro, 2019), pel que la pressió sobre els recursos naturals a causa del procés urbanitzador és cada vegada major.

Buades (2014) resumeix l'impacte ambiental del turisme a les Illes amb els següents punts: la pèrdua del paisatge mediterrani, el col·lapse energètic, l'escassetat de l'aigua, la pèrdua de biodiversitat, l'acusada generació de residus, el reforçament de l'efecte hivernacle i la desaparició del sòl rústic, entre d'altres.

A més dels factors mencionats, Amer (2009) n'apunta d'altres com el grau de participació de la població resident en la presa de decisions sobre l'activitat turística o la ubicació (local o no) dels centres de decisió del sector. Com bé indica l'autor, la conversió de les Balears en una destinació de masses es va fer en temps de la dictadura franquista, on la població no tenia capacitat de decisió, i el sector turístic balear és el resultat d'una combinació d'empreses hoteleres locals i majoristes turístics internacionals (operadors que aporten els i les clients i les companyies aèries), pel que la població receptora del turisme no és propietària, en la seva majoria, de la indústria. Tot això també afecta la percepció que té la població balear respecte del turisme, que s'explica a continuació.

La percepció de la població local: les enquestes

En primer lloc, trobam l'estudi realitzat pel Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (2003, citat a Amer, 2009) amb 2000 entrevistes. Els seus resultats indiquen que un 70% de la mostra està satisfet amb el turisme i destaca els llocs de feina que genera i la qualitat de vida que ofereix a la població resident. En l'anàlisi per grups, s'observa que un 21% de la mostra està en contra del model turístic i de la quantitat de turistes que arriben a les Illes.

En segon lloc, trobam els estudis d'Aguiló (2004 i 2007, citats a Amer 2009; Aguiló i Rosselló, 2005), basats en una enquesta realitzada entre 2002 i 2003. En ells, s'hi fa una anàlisi de *clústers*, establint així cinc grups en funció de les opinions envers el turisme, dels quals quatre estan més o menys satisfets amb el mateix. El cinquè grup que planteja Aguiló suposa un 20% de la mostra i els anomena "proteccionistes", fan un balanç clarament negatiu del turisme, s'oposen fermament al desenvolupament de nous projectes turístics i tenen una imatge negativa de les empreses hoteleres. En resum, estableix que el 54% de la mostra està clarament

satisfet amb el turisme i que no es pot parlar d'una àmplia majoria, ja que hi ha un grup important que en fa un balanç negatiu.

A l'estudi de Garau-Vadell et al. (2014), on es fa una comparació entre les opinions dels residents de Tenerife i Mallorca, s'indica que el 84% dels i de les mallorquines enquestades estan satisfetes amb el turisme. Per altra banda, quan es fa la segmentació per grups d'acord amb les actituds de la població resident, s'observa que un 38% dóna més importància als impactes negatius del turisme, tant econòmics, socials i culturals com mediambientals.

L'any 2016, l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears va dur a terme una nova enquesta a la població resident i va concloure que el 60,1% estava satisfet amb el turisme, mentre que un 26,7% s'hi oposava. Afirmava també que l'illa on més satisfacció hi havia envers el turisme era Menorca i, on menys, Mallorca i especialment Eivissa. A més, la majoria dels i les enquestades afirmava que el turisme millora o ajuda a millorar la qualitat de vida, sobretot a Formentera, mentre que un 18,8% indicaven que la perjudica.

Finalment, cal destacar l'Ecobaròmetre, un estudi sobre les preocupacions mediambientals de la població balear impulsat per empreses com Tirme (qui s'encarrega de gestionar l'abocador i la incineradora de Son Reus) i dut a terme per l'Institut Balear d'Estudis Socials (IBES). Es duu publicant des de l'any 2013 però no inclou l'aspecte de la massificació turística a l'Ecobaròmetre fins a l'any 2016, cosa que es deu al fet que van incloure criteris a la seva investigació en funció dels temes que estan d'actualitat als mitjans de comunicació i les xarxes socials (IBES, 2017). A la seva última edició (2018) s'indica que el 63,1% de la població enquestada creu que el turisme que arriba a la seva illa és excessiu, observant un creixement d'aquest percentatge respecte dels dos anys anteriors. L'edició de 2018 inclou per primera vegada l'opinió de la població envers el turisme de creuers: la majoria (un 54,6%) afirma que

el balanç és positiu, encara que prefereix que l'arribada de creuers sigui escalonada (sobretot els i les palmesanes).

Menció especial mereix la Fundació Gadeso, que des de l'any 2004 publiquen estudis anuals sobre la percepció de la població hoste, el sector empresarial i els i les turistes envers el turisme a les Illes. Això ens permet observar com han anat evolucionant les seves enquestes amb els anys (Taula 1). Tanmateix, des de les primeres enquestes, les opinions recollides indiquen que la població està d'acord amb l'activitat turística però no amb el model.

Taula 1

Evolució de l'opinió ciutadana a les enquestes de la Fundació Gadeso

	(2005)	(2007)	(2009)	(2011)	(2013)	(2015)	(2018)
“El turisme és la base del nostre benestar”	60,2%	63%	59,5%	55,3%	55,3%	44,6%	58%
“Genera llocs de feina”	56,1%	57,2%	50%	50,5%	38,9%	19,9%	44%
“Excessiva ocupació del territori”	-	64,2%	62,3%	70,9%	83,2%	88,4%	80%
“Excessiva dependència del turisme”	-	-	59%	74,7%	84,6%	87%	68%

A la taula s'indica el percentatge de la població enquestada que estava d'acord amb els criteris mencionats. Com s'observa, des de la crisi econòmica (2009) ha anat disminuït l'opinió que el turisme és beneficiós des del punt de vista econòmic i ha crescut la preocupació cap als seus impactes o el desacord envers el monocultiu turístic. *Font: Fundació Gadeso. Elaboració pròpia.*

En l'última edició disponible de l'enquesta (2018), s'observa una millora de les valoracions dels beneficis econòmics respecte d'enquestes anteriors, tot i que es mantenen els alts nivells d'acord amb els principals problemes de la indústria turística. De tota forma, la fundació nega que s'hi observi “turisme-fòbia” i explica que el fet que la població destaquï els punts dèbils del turisme no significa que no estigui d'acord amb la indústria, recordant que també es destaquen altres punts forts que “cal intentar mantenir i millorar” (Fundació Gadeso, 2018, p.2).

Les mobilitzacions

El moviment ecologista

Des dels inicis, les crítiques i accions en contra del model turístic de les Illes han anat de mà del moviment ecologista (Rayó, 2004). Tal com assenyala Casamajor (2017), a Espanya, encara en temps de dictadura, aparegueren a la dècada dels 70 les primeres associacions ecologistes, tot i la repressió franquista; a les Illes, es fundà el Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa (GOB).

Concretament, el GOB es va fundar l'any 1973 a Palma amb l'objectiu de divulgar el coneixement i protegir les aus i la fauna de les Balears (Rayó, 2004). Aquest grup a poc a poc va anar ampliant les mires a l'hàbitat d'aquestes aus, seriosament amenaçat pel primer *boom* turístic (GOB, 2018). El GOB té presència a totes les illes: a Mallorca des de 1973, a Menorca des de 1977, des de 1992 a Eivissa (tot i que fusionat amb el Grup d'Estudis de la Naturalesa, el GEN) i des de 1983 a Formentera (Rayó, 2004). Durant 45 anys de lluita pel medi ambient, han aconseguit la protecció de múltiples espais naturals que es veien en perill, han liderat la batalla jurídica contra la construcció massiva i il·legal i han dut a terme nombroses campanyes de sensibilització i pressió política i diversos estudis científics propis (GOB, 2018).

El primerenc ecologisme balear dirigí la seva lluita fonamentalment en contra del model urbanístic i la destrucció del territori, amb el suport del moviment llibertari (Casamajor, 2017), tal com demostra la que és considerada una de les fites de la lluita ecologista balear i espanyola (Rayó, 2004): l'ocupació de Sa Dragonera. Com explica Garcia Munar (2017), l'any 1977 es va aprovar el projecte d'urbanització de l'illot de Sa Dragonera per part de l'empresa Patronal Mediterrània S.A. (Pamesa), un projecte que havia rebut diverses al·legacions de distintes entitats que el consideraven desmesurat. La seva aprovació va causar que dia 7 de maig del mateix any els grups llibertaris Talaiot Corcat i Terra i Llibertat ocupessin l'illot per tal d'evitar

que el projecte prosperàs. Continuant amb Garcia, mentre algunes persones acampaven a Sa Dragonera, a Mallorca es convocaren diverses manifestacions, concerts i actes de tota mena, amb el suport d'organitzacions tant illenques com estrangeres i amb un gran ressò mediàtic. A més, el GOB liderà la campanya burocràtica i jurídica en contra del projecte. En total, es feren dues ocupacions i les mobilitzacions i la lluita jurídica duraren fins a l'any 1984, quan s'anul·là el projecte, i finalment s'aconseguí que es declaràs parc natural el 1995.



Figura 1. Part dels ocupants a la improvisada cuina, d'Eduard Miralles. Extret de Garcia Munar (2017).

Durant les dècades del 80 i del 90 es dugueren a terme un gran nombre de mobilitzacions ecologistes que aconseguiren traduir les reivindicacions en legislació (Casamajor, 2017). Tal com explica Rayó (2004), es crearen nombroses plataformes i coordinadores amb un caràcter temporal per fer front als problemes ambientals o socials que s'esdevenien i que es dissolien una vegada havien assolit el seu objectiu o, si no, ho feien per cansament.

Segons Casamajor (2017), la influència del moviment antiglobalització influí en l'ecologista, que sobretot es mobilitzà durant la legislatura de Jaume Matas (2003-2007) com a president del Govern de les Illes Balears per les seves polítiques urbanístiques de gran escala.

La manifestació de dia 17 de març del 2007, sota el lema “Salvem Mallorca”, aglutinà unes 50.000 persones amb l’objectiu de frenar la “destrucció del territori” (Torres, 2007). Emperò, a l’estiu del mateix any esclatà la gran crisi financera global, s’aturaren els projectes urbanístics i la lluita ecologista perdé força (Casamajor, 2017).

Amb el sorgiment del moviment dels “indignats” o 15-M arreu d’Espanya l’any 2011, sorgiren també noves formes d’organització, marcades sobretot per l’auge de les xarxes socials i per l’acció directa (Casamajor, 2017). Il·lustratiu d’això és el sorgiment de Terraferida. A principis de l’any 2015 s’obria el compte de Twitter del col·lectiu, un grup d’amics preocupats per la destrucció del territori mallorquí que decidí utilitzar les xarxes i omplir el buit que hi havia de denúncia ecologista (Payeras, 2018a). A més de Twitter, tenen presència a Facebook i Telegram i tenen també un blog (<https://terraferida.cat/>). Com diu Payeras (2018a), Terraferida explica a través d’aquestes eines el model urbanístic que impera a les Illes, destapa infraccions mediambientals i visibilitza i denuncia les agressions al paisatge, a més d’obrir el debat i la reflexió envers les polítiques turístiques: un dels seus informes més destacats és el que van titular com “Desmuntant Airbnb”, on destaparen i criticaren la nombrosa oferta de pisos turístics que gestiona el portal a Mallorca (Airbnb és una de les principals multinacionals de lloguer turístic que es dedica a oferir allotjaments vacacionals a cases o apartaments).

Més enllà de l’ecologisme

Amb la voluntat de rompre amb el consens social envers el turisme i obrir un espai per a la crítica i la reflexió, des de l’any 2014 es publica el monogràfic *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes* (Pallicer i Blázquez, 2016). S’han publicat un total de 4 números i l’any 2018 feren públic el primer material audiovisual crític amb el model turístic, un documental finançat per una campanya de micromecenatge que porta el mateix nom

que el monogràfic i que ha estat projectat en diversos punts de totes les Illes i fora del territori balear (Barcelona, València, La Laguna, entre d'altres).

Així mateix, l'any 2014 també es va formar a Mallorca l'assemblea *Front Comú en defensa del Territori*, que va funcionar fins a l'any 2015 portant a terme distintes accions i mobilitzacions i a la qual s'adheriren distintes entitats, entre elles el GOB o la redacció de Tot Inclòs (Lalo, 2018; Pallicer i Blázquez, 2016).

Posteriorment, l'any 2016 arrel d'unes jornades i una assemblea oberta organitzades pel col·lectiu Tot Inclòs nasqué l'assemblea *Ciutat per a qui l'habita, no per a qui la visita* (Ciutat per a qui l'habita, 2017). L'assemblea està formada per veïns i veïnes de la Ciutat de Palma que duen a terme una sèrie d'accions per reivindicar l'habitatge i el medi dels i de les residents i la sobreexplotació i ocupació de l'espai públic per fins turístics, i per recuperar el teixit social perdut (Ciutat per a qui l'habita, s.d.).

També l'any 2016 es va impulsar la campanya #SenseLímitsNoHiHaFutur, que aglutinà persones i entitats de totes les Illes en un mateix manifest en contra de la massificació turística, amb preocupació per la situació tant ecològica com social de les Balears i exigint un canvi en les polítiques referides al turisme, tal com es pot llegir a la seva pàgina web <https://senselimitsnohihafutur.com/> (2016).

Cal mencionar també un altre col·lectiu sorgit el 2016. Las *kellys*, “las que limpian”, són una associació de cambres de pis que varen néixer en diferents destinacions turístiques d'Espanya, entre elles Mallorca, amb l'objectiu de denunciar i, amb això, millorar la seva precària situació laboral (Las kellys, s.d.).

També mereix una menció l'organització d'esquerra independentista Arran que, tot i no ser expressament un col·lectiu nascut arran de la problemàtica del turisme, ha protagonitzat nombroses accions en contra del mateix. Per exemple, varen organitzar una protesta al Moll

Vell de Palma, on mostraren pancartes, encengueren bengales i llençaren confeti (Keeley, 2017).



Figura 2. Arran es manifesta al port de Palma amb pancartes on s'hi llegeix "el turisme mata Mallorca" o "Aquí s'està lliurant la lluita de classes". Extret de: Keeley (2017).

Finalment, l'any 2017 es formà la plataforma 27-S, que unia 32 entitats, per tal de convocar una manifestació el dia 27 de setembre a Palma sota el lema "Fins aquí hem arribat, aturem la massificació turística", considerada la primera en contra de la massificació turística de les Balears, i que amb un manifest denunciava les conseqüències del model i demanava mesures de decreixement turístic (Bohórquez, 2017).

En resum, ja no es creen únicament plataformes temporals i específiques sinó que han anat naixent distints col·lectius com a resposta a certes problemàtiques vinculades al turisme o, per altra banda, col·lectius ja existents han començat a posar el turisme en el seu focus d'acció, el que demostra que cada cop hi ha una major preocupació pel que fa al turisme. Mencionar que la major part d'aquestes accions s'han donat i es donen a Mallorca, però també n'hi ha hagut a Eivissa; per exemple, el 2018 la plataforma Prou! va organitzar una manifestació en contra de la saturació turística que va reunir 500 persones (Editorial, 2018).

Les “contra-mobilitzacions”

Davant les mobilitzacions de la ciutadania balear, acabades d’explicar, diversos mitjans de comunicació i distintes organitzacions han mostrat el seu rebuig a aquestes, amb una sèrie d’estratègies. Per una banda, s’han dut a terme concentracions per part de certs grups polítics en resposta a les manifestacions en contra del model turístic; per exemple, es varen reunir 40 persones sota el lema “*we love tourism*” i amb la intenció de demostrar que “la societat està a favor del turisme” (Payeras, 2018b). Per altra banda, s’ha popularitzat el terme *turismofòbia* per a titllar les accions de protesta que s’han dut a terme: a tall d’exemple, Torres (2017), R.P. (2018) o l’Editorial del *Periódico de Ibiza* (2018). En aquestes notícies, les accions es descriuen com “atacs” o “actes vandàlics”, s’acusa els col·lectius de “radicals” i s’afirma que els actes “danyen la imatge” de les Illes i que algunes de les seves queixes són “falses”.

Finalment, els i les empresàries de Balears, així com la Federació Empresarial Hotelera de Mallorca ha mostrat el seu rebuig i alarma davant les mobilitzacions, que també qualifiquen de *turismofòbia*, i exigeix mesures per a acabar amb elles (Hosteltur, 2018).

DISCUSSIÓ

Com hem analitzat a través de la trajectòria de les enquestes, els darrers anys el consens social envers el turisme a les Illes s’ha anat reduint i cada vegada és major el percentatge de persones que hi estan en contra. Han sorgit col·lectius i entitats que s’han organitzat per qüestionar i intentar canviar el model turístic, més enllà de plataformes puntuals, i, reaccionant a això mateix, certs grups han manifestat el seu rebuig a aquest moviment, defensant l’activitat turística i el sector, i han encunyat el concepte de *turismofòbia*. Això defineix com és la percepció dels i de les illenques envers el turisme en l’actualitat.

Quant a les enquestes, és important remarcar que aquests estudis tenen certes limitacions. Per exemple, el mètode que fa servir la Fundació Gadeso és gairebé desconegut, només se sap que es fa a través de la seva pàgina web (2004), pel que la mostra és proactiva i no segueix un procés d'aleatorització. A més, en la majoria d'enquestes no s'informa sobre la mostra. Així, els resultats aquí exposats s'han d'interpretar amb cura, tot i que no es pot descartar el valor informatiu de la trajectòria que mostren les dades amb els anys, sobretot si es complementen amb la resta d'enquestes. Amb tot, cal reiterar la falta d'estudis objectius que hi ha respecte d'aquest tema.

Així les coses, sembla evident que les perspectives teòriques des de les quals s'ha estudiat la percepció de la població hoste, en certa manera, no poden donar compte de tot el fenomen que aquí s'ha explicat. La teoria de l'Intercanvi Social podria explicar les diferències entre les opinions dels diferents sectors o entre les opinions generals d'ara i les de fa uns anys: algunes persones encara perceben més beneficis que costos mentre que d'altres no, o la percepció dels beneficis actuals és menor que la d'abans. Tanmateix, i d'acord amb Sharpley (2014), a la teoria li manca tenir en compte el context social, cultural i històric, pel que el seu abast explicatiu és limitat, i, a més, suposa que les persones som éssers purament racionals que ho analitzam tot en termes d'esforç/recompensa, quan sabem que no és així.

La Teoria de la Identitat Social seria útil per explicar conflictes puntuals que es donen en les relacions entre turistes i residents, per exemple, als llocs de feina del sector turístic (Chien i Ritchie, 2018), però el moviment que ha sorgit a les Illes no se centra únicament en el comportament dels i de les turistes sinó en les empreses del sector, les polítiques referides al turisme i al model imperant en general, així que és un enfocament prou reduccionista. Per altra banda, la Teoria de la Identitat del Lloc també podria explicar les diferències en les actituds observades en la població (Wang i Chen, 2015); però, com la Teoria de l'Intercanvi, se centra

en l'individu i no en el grup o la societat, pel que a l'hora d'explicar el comportament col·lectiu es veu limitada.

Finalment, els models lineals de Butler o Doxey no permeten explicar les diferències entre les opinions dels diferents sectors de la societat, ja que estableixen que aquestes evolucionen de forma homogènia (Sharpley, 2014).

Amb el que s'ha exposat en aquest treball, queda palès que la percepció social del turisme és un fenomen complex i heterogeni que ara per ara està protagonitzat per un moviment social que protesta en contra del mateix i per un sector reaccionari que s'hi oposa. Així, vistes les limitacions de la literatura al respecte, caldria adoptar un enfocament que pugui abastar la totalitat del fenomen.

Atenint-nos al que s'acaba de dir, es proposa adoptar per a l'estudi de la percepció del turisme per part de la població resident la perspectiva dels problemes socials.

Els problemes socials són, segons la definició de Myrna Rivas (citada a Ayllón i Yela, 2013):

Situacions socials amb una certa base objectiva, dins d'un context espacial, temporal i cultural que, per mitjà d'un procés complex i dialèctic són percebudes i definides a través dels judicis de valor i de les actuacions d'uns sectors socials concrets, com alguna cosa que té (o podria tenir) una repercussió significativa negativa i indesitjable, sobre un segment de la població o en tota ella, i que s'entén que poden ser reduïdes, controlades, o eliminades mitjançant una actuació col·lectiva, a través de les accions dels moviments socials o de les intervencions socials coordinades i promogudes pels poders públics i/o grups professionals (p.129).

Seguint amb Ayllón i Yela (2013), es pot resumir aquesta definició amb les següents característiques dels problemes socials:

- Es tracta d'una situació o condició social.

- Afecta negativament a un cert nombre de persones (directament o indirecta).
- Té una certa base objectiva.
- La situació és percebuda i definida com un problema social.
- Succeeix en un determinat context sociocultural i històric.
- És percebuda com un problema social per un grup que gaudeix d'un cert "poder".
- La solució a tal situació és, també, col·lectiva.
- Les diferents postures de distints sectors socials són manifestades a través d'escenaris d'expressió social.
- Es relaciona amb diferents esdeveniments significatius.

Així, en trobar-nos davant d'un problema social, ens cal conèixer, en primer lloc i des del plànol de la descripció, la percepció sobre el mateix per part de la societat, els escenaris d'expressió social, els esdeveniments significatius relacionats i les condicions socials objectives; des del punt de vista explicatiu, cal estudiar el context històric, cultural i social (des d'un enfocament teòric macro) i la postura dels diferents sectors socials (des d'un enfocament teòric meso i micro); i, finalment, les solucions que es proposen o s'han proposat, és a dir, el punt de vista de la intervenció (Ayllón i Yela, 2013).

El cas de les Balears es podria explicar des d'aquesta perspectiva teòrica. A mesura que el model turístic va creixent i modificant-se, la percepció envers el mateix va canviant. En començar a afectar negativament els valors o la qualitat de vida de certes persones, pot considerar-se un problema social latent, i quan adquireix legitimació i reconeixement ja es pot parlar d'un problema social patent (Ayllón i Yela, 2013). Es pot dir que el problema del turisme a les Balears és ja patent, ja que és definit com a tal per un nombre significatiu de persones que s'organitzen, com es veu a les distintes mobilitzacions que aquí s'han explicat, i ja que gaudeix des de fa temps de reconeixement per part de les institucions, encara que no de forma majoritària. D'això n'és demostratiu, per exemple, la incorporació de polítiques ecologistes i

de limitació del turisme tant en èpoques de govern dels partits de dretes (a la baixa) com durant el Pacte de Progrés (1999-2003), un pacte format per partits progressistes com el Partit Socialista de Mallorca o Esquerra Unida de les Illes Balears, on hi havia també el partit ecologista d'Els Verds (Rayó, 2004). Ara per ara, també n'és demostratiu la recuperació, arran del malestar social, del projecte de l'ecotaxa o Impost de Turisme Sostenible per l'actual Pacte d'Esquerres, un projecte que consisteix a fer que cada turista pagui una taxa per cada nit d'estada, i amb la recaptació es pretén invertir en programes d'innovació, promoció o reforma turística (Manresa, 2015).

Pel que fa al punt de vista descriptiu del problema social. En primer lloc, les enquestes són un element vàlid per conèixer la percepció social del mateix, sobretot si no se'n fa un estudi puntual, que resulta descontextualitzat (Sharpley, 2014), sinó una anàlisi de la seva evolució, com s'ha fet en aquest treball. En segon lloc, trobam els escenaris d'expressió social, que són els diferents mitjans de comunicació, i, en aquest sentit, per una part, trobam els mitjans del costat del sector que pretén mantenir l'*statu quo*, que serien els que s'ha explicat que encunyen el terme *turismofòbia* i criminalitzen les mobilitzacions. En canvi, el sector antiturisme compta amb mitjans propis per a difondre les seves reivindicacions, com és per exemple el monogràfic *Tot inclòs*, que compta amb el suport d'altres mitjans com ContraInfo o Alba Sud (Pallicer i Blázquez, 2016). Respecte dels esdeveniments significatius, aquests poden ser les mobilitzacions com la manifestació "Fins aquí hem arribat" o l'ocupació de Sa Dragonera. Per acabar amb la descripció del problema social i pel que fa a la base objectiva del mateix, serveixen com a tal els diversos estudis publicats sobre els impactes del turisme a les Illes, com pot ser el treball dut a terme per l'Observatori de Sostenibilitat i Territori de la UIB (2003) o les investigacions de col·lectius com Tot Inclòs, Terraferida o el GOB. En aquest sentit, també hi trobam l'anàlisi dels diferents factors del turisme que influeixen en la percepció de la població resident, anteriorment esmentats i descrits.

Quant al punt de vista explicatiu, per donar compte de les distintes opinions envers el turisme per part dels diferents sectors socials que aquí s'han descrit, les teories proposades per part de la literatura (Intercanvi Social, Identitat Social, *Place Identity*) són perspectives vàlides pel punt de vista explicatiu micro i meso, que s'haurien de complementar amb altres explicacions d'aquest nivell, com poden ser els processos d'influència social (Ayllón i Yela, 2013) que podrien explicar la pèrdua progressiva del consens social envers el turisme; i amb un enfocament teòric macro, que el constitueix el context sociohistòric. Val a dir que en aquest treball s'ha fet una anàlisi del context històric de la indústria turística balear, explicant el seu origen i el seu desenvolupament, així com el moment present. No obstant això, mancaria un estudi més ampli de com aquesta trajectòria ha modificat la societat balear, el que suposa una altra limitació. És evident que el seu impacte en els seus orígens no és el mateix que en el moment present (Amer, 2009) i que la modernització tan ràpida de la societat (Buades, 2014) ha pogut tenir les seves influències en la població: Garcia (2014), per exemple, opina que amb els anys els i les residents ens hem anat sotmetent a la indústria i a la població turista, produint-se així una “deshumanització” en el sentit que ens podem alegrar de desgràcies que ocorren al món (com les guerres del Mediterrani) si això pot implicar l'augment en l'arribada de turistes a les nostres illes.

Per tant, la teoria dels problemes socials podria ser un enfocament vàlid per poder descriure i explicar, en tot el seu abast, com s'ha anat perdent el consens social envers el monocultiu turístic balear i perquè cada vegada més persones es mobilitzen reivindicant mesures de decreixement turístic.

CONCLUSIONS

Han quedat enrere i ben obsolets els temps en què s'organitzava una festa per a rebre a la persona visitant número un milió. Un moviment antiturisme està prenent força i sectors reaccionaris s'hi oposen fermament, el que palesa que s'ha trencat la unanimitat en la defensa del turisme. I queda palès també que la Psicologia Social, des de l'enfocament dels problemes socials, pot superar les limitacions de l'actual estudi de les actituds de la població resident cap al turisme i aportar descripcions i explicacions molt més completes i acurades, que puguin donar compte de tots els processos que han tengut lloc a les Illes en relació amb aquest, i, sobretot, implicar-se també en la resolució del mateix problema social.

Tanmateix, això no ho ha de fer amb la intenció de reduir la conflictivitat social perquè la indústria turística de la destinació deixi d'estar en perill o per guanyar el consentiment de la població per tal de poder continuar explotant el model turístic, com sembla que és la intenció de la literatura turística. Ho ha de fer per donar solució als problemes de la població i amb un compromís social i ambiental. És a dir, del costat d'aquells i aquelles que preparen la fona i estan a punt de carregar contra Goliat, aquell gegant contra qui fins ara ningú gosava enfrontar-s'hi.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AETIB. (2015). *Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2015-2025*. Conselleria de Turisme i Esports. Govern de les Illes Balears.

AETIB. (2016). *Enquesta d'opinió a residents sobre el turisme a les Illes Balears*. Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme.

Aguiló Pérez, E., i Rosselló Nadal, J. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004>

Amer Fernández, J. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las islas baleares. *Nimbus*, (23-24), 5-23.

Andreu, N., Blázquez, M., López, S., Mas, L., Mateu, J., Morell, F., ... Truyols, G. (2003). *La mesura de la sostenibilitat del turisme a les Illes Balears*. Palma: Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (CITTIB).

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)

Ayllón Alonso, E., i Yela García, C. (2013). Conceptualización psicosocial de los problemas sociales. En C. Yela García (Ed.), *Psicología Social de los Problemas Sociales* (p. 127-152). Madrid: Grupo 5.

Blázquez, M., i Murray, I. (2010). Una geohistoria de la turistización de las islas Baleares. *El periplo sustentable*, (18), 69-118.

Bohórquez, R. (2017, setembre 23). Primera manifestación en Baleares contra la masificación turística. Recuperat de https://elpais.com/politica/2017/09/23/actualidad/1506193665_956531.html?id_externo

_rsoc=FB_CC&fbclid=IwAR1Dr0LFY6ccv8pbA34hXCoYs5Wnvvvn_8WRx7tGTVF-C-B3Lina-xh1pj5o

Borràs Ensenyat, R. (2017). El malviure del turisme. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 21.

Buades, J. (2014). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Barcelona: Alba Sud Editorial.

Bujosa Bestard, A., i Roselló Nadal, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.004>

Canals Bestard, J., i Blázquez Salom, M. (2015). Què suposa l'ús turístic d'habitatges? *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 2, 3.

Casamajor, E. (2017). Recorregut parcial pels ecologismes a Mallorca. «Els temps estan canviant». *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 14.

Chien, P. M., i Ritchie, B. W. (2018). Understanding intergroup conflicts in tourism. *Annals of Tourism Research*, 72, 177-179. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.004>

Ciutat per a qui l'habita. (s.d.). Qui som? Recuperat de
<https://ciutatperaquilhabitablist.blog/qui-som/> Darrer accés 30/05/2019

Ciutat per a qui l'habita. (2017). Un exemple de resistència col·laborativa enfront de la turistització i gentrificació de Palma. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 22.

Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. (2018). Estadísticas PYME. Evolución e Indicadores.

- Editorial. (2018, abril 22). Prou de turismofobia. *Periódico de Ibiza*. Recuperat de <https://www.periodicodeibiza.es/opinion/editorial/2018/04/22/995253/prou-turismofobia.html>
- Exceltur. (2015). *Estudio del impacto económico del turismo: IMPACTUR 2014 Illes Balears*.
- Fundació Gadeso. (2004). Debat ciutadà (I). La situació turística a les Illes Balears. *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2005). Debat ciutadà (VI). Quina és l'opinió dels ciutadans de balears damunt del turisme? *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2007). Debat ciutadà (XIII). Opinió sobre el turisme (III): model turístic obsolet. *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2009). Debat ciutadà (XXIV). Opinió sobre el turisme (V): interrogants oberts. *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2011). Especial Fitur 2011. Opinió ciutadana sobre el turisme (VII): s'ha de millorar el model actual. *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2013). Debat ciutadà (XLIV). Opinió ciutdana sobre el turisme (XII): el tassó mig ple o mig buit? *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2015). Debat ciutadà (LIII). Opinió ciutadana sobre el turisme (XIV). *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Fundació Gadeso. (2018). Opinió ciutadana sobre el turisme (XVIII). Assignatures pendants. *Quaderns Gadeso*. Palma: Fundació Gadeso.
- Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., i Gutierrez-Taño, D. (2014). Residents' perceptions of

- tourism impacts on Island destinations: A comparative analysis. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 578-585. <https://doi.org/10.1002/jtr.1951>
- Garcia Munar, P. J. (2017, juliol 1). L'illa que despertà consciències i encetà el camí. Recuperat de https://www.arabalears.cat/balears/Lilla-desperta-consciencies-enceta-cami_0_1825017518.html
- Garcia, P. J. (2014). Dos segles de turisme a Mallorca. Dels viatgers romàntics a la deshumanització dels mallorquins. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 1, 7.
- GOB. (2018). Sobre nosaltres. Recuperat de <https://www.gobmallorca.com/gob/sobre-nosaltres> Darrer accés 30/05/2019
- Hosteltur. (2018, juliol 17). Empresarios baleares piden a Reyes Maroto medidas contra la turismofobia. *Hosteltur*. Recuperat de https://www.hosteltur.com/107918_empresarios-baleares-piden-a-reyes-maroto-medidas-para-frenar-la-turismofob.html
- Instituto Balear de Estudios Sociales. (2017). *Ecobarómetro Balear* (5a ed.).
- Instituto Balear de Estudios Sociales. (2018). *Ecobarómetro de Baleares*. (6a ed.).
- Keeley, G. (2017, agost 2). Anti-tourist anarchist group Arran strikes in Majorca. *The Times*. Recuperat de <https://www.thetimes.co.uk/article/anti-tourist-anarchist-group-arran-strikes-in-majorca-0czfrdcks>
- Lalo, M. P. (2018, maig 30). Sobre la defensa i reapropiació del territori a Mallorca. *Aguait*. Recuperat de <https://www.aguait.cat/opinio/defensa-reapropiacion-territori/>
- Las kellys. (s.d.). ¿Quiénes somos? Recuperat de <https://laskellys.wordpress.com/quienes-somos/> Darrer accés 30/05/2019

- Manresa, A. (2015, setembre 14). L'ecotaxa de les Balears canviarà a "impost de turisme sostenible". *El País*. Recuperat de https://cat.elpais.com/cat/2015/10/14/espana/1444820850_823922.html
- Mas, X. (2017). L'accelerat creixement del turisme de creuers. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 19.
- Murray Mas, I., i Pallicer Mateu, A. (2015). Spain is different: turismo y cemento desde la España fascista hasta la Crisis Global. *Ekintza Zuzena*, (42), 14-19.
- Navarro, O. (2019, març 29). Les Balears perden 15.000 hectàrees de sòl rústic en els darrers 10 anys. *IB3 Notícies*. Recuperat de <https://ib3.org/les-balears-han-perdut-15-000-hectarees-de-sol-rustic-en-els-darrers-10-anys>
- OMT. (1998). Impactos socioculturales del turismo. En A. Sancho (Ed.), *Introducción al turismo* (p. 231-241). Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2015*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284416875>
- Pallicer Mateu, A. (2015). La ideologia del turisme. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 2, 8.
- Pallicer Mateu, A. (2017). L'enèsim boom immobiliari. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 6.
- Pallicer Mateu, A., i Blázquez Salom, M. (2016). Turismo y caciquismo hotelero en las Baleares: La publicación Tot Inclòs y la quiebra del consenso social. *Ecología Política*, 52, 88-92.
- Payeras, M. (2018a, maig 1). El nou e-cologisme balear. *El temps*, p. 16-18.

- Payeras, M. (2018b, juliol 21). Turismofòbia i turismofília. *El temps*. Recuperat de <https://www.elperiodic.com/2018/07/21/turismofobia-i-turismofilia/>
- R.P. (2018, agost 23). La turismofobia vuelve a Mallorca pese a bajar los viajeros: nuevo ataque de Arran. *Preferente*. Recuperat de <https://www.preferente.com/noticias-de-hoteles/la-turismofobia-vuelve-a-mallorca-pese-a-bajar-los-viajeros-nuevo-ataque-de-arran-279602.html>
- Rayó, M. (2004). *L'ecologisme a les Balears*. Palma: Edicions Documenta Balear.
- Sala, I. (2018, gener 22). Un turista consumeix més del triple de litres d'aigua diaris que un resident, i fins a sis vegades més d'energia. *IB3 Notícies*. Recuperat de <https://ib3.org/turista-consum-triple-litres-aigua-resident>
- Sense Límits No Hi Ha Futur. (2016). Presentació. Recuperat de <https://senselimitsnohihafutur.com/> Darrer accés 30/05/2019
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Torres, J. A. (2017, agost 18). La 'turismofobia' también llega a Ibiza con las primeras pintadas contra los turistas. *Periódico de Ibiza*. Recuperat de <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/local/2017/08/18/286223/turismofobia-tambien-llega-ibiza-las-primeras-pintadas-contra-turistas.html>
- Torres, Q. (2007, març 18). Más de 50.000 personas clamen «Salvem Mallorca». *dBalears*. Recuperat de <https://www.dbalears.cat/actualitat/balears/mes-de-50-000-persones-clamen-salvem-mallorca.html>

- Tot inclòs. (2017). Benvingut turisme insostenible. *Tot inclòs. Danys i conseqüències del turisme a les nostres illes*, 4, 12-13.
- Valera, S., i Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental. *Anuario de Psicología*, (62), 5-24.
- Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., i Plaza-Mejía, M. de los Á. (2010). Explaining residents' attitudes to tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>
- Wang, S., i Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>
- WTTC. (2012). *The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism*. London: World Travel & Tourism Council (WTTC).