

DEBAT OBERT

Claus per a entendre el turisme d'avui

Soledad Morales Pérez

Professora agregada dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Directora acadèmica del màster universitari de Turisme Sostenible i TIC

i del màster de Gestió i Estratègia Sostenible de Destinacions Turístiques (OMT-UOC)

Pensar sobre el turisme avui en dia és una fita alhora complexa i rica. Pensem al voltant d'una activitat global que mou més de 1.200 milions de persones (el 16% de la població mundial), contribueix directament amb 2,3 bilions de dòlars a l'economia mundial i afirma que és responsable de quasi 300 milions de llocs de treball (directes i indirectes). Quedar-nos, però, en les xifres (sorprenents, això sí) que ens ofereix l'Organització Mundial del Turisme seria perdre l'oportunitat d'explorar una activitat que s'ha demostrat que és cabdal no solament en la configuració de les societats sinó també en la configuració de la vida i el temps de les persones. El turisme té la capacitat de modelar el territori i el paisatge, de (re)definir relacions socials i de catalitzar les forces i les tensions del capitalisme a la nostra societat, però també té la capacitat d'influenciar la manera com les persones viuen i perceben el món. Perquè el turisme i l'oci, actualment, han deixat de ser espais i temps excepcionals per a convertir-se en una dimensió fonamental de la quotidianitat.

Ens trobem en un moment en què conviuen formes de turisme massives i convencionals al costat de noves formes de veure i viure el turisme, associades tant a un model turístic com a una demanda que exigeix responsabilitat, transparència i actualització tecnològica, a una nova oferta connectada en xarxa i a uns territoris que necessiten diferenciar-se i afrontar els reptes i amenaces d'un context globalitzat i canviant. Sens dubte, les tensions generades per la coexistència d'aquestes visions (moltes vegades confrontades) del turisme, exemplificades en els conflictes que genera en l'agenda urbana de ciutats com Barcelona, i també els qüestionaments a les velles perspectives dels enfocaments postestructuralistes o els giris ontològics en ciències socials, han fet esclatar el turisme com a disciplina i moure'l des dels marges cap al centre de les ciències socials. Tant és així, que s'ha començat a mirar el turisme amb un interès renovat i nou des de disciplines abans allunyades.

En el marc d'aquest interès renovat pel turisme, el dossier que presentem vol ser l'aparador d'algunes de les temàtiques amb més projecció i interès al nostre país i que tracten no solament sobre el turisme, sinó sobre el que passa al seu voltant. És també el reflex de com entenem el turisme a la UOC (com el treballem en el grau de Turisme i en el màster universitari de Turisme Sostenible i TIC) i dels vectors sobre els quals recerquem els professionals d'aquesta disciplina a la nostra universitat.

Per a dialogar amb aquestes temàtiques hem tingut la col·laboració d'experts de dins i de fora de la UOC, la participació i l'interès dels quals volem agrair des d'aquí.

En l'article inicial, Greg Richards ens situa en el context actual del consum del turisme sota la perspectiva de la postmodernitat o modernitat líquida, i ens proposa veure aquesta activitat des d'un prisma en què les realitats binàries o les mirades estretes s'han substituït per perspectives de límits porosos i continguts cocreats. Tant és així que la diferència entre vida quotidiana i temps d'oci es difumina i hom pot ser turista a la seva pròpia ciutat o pot acollir turistes a casa seva i acompanyar-los en la definició de l'experiència que en resulti.

De cocrear i col·laborar tracta l'aportació que ens fa Pablo Díaz, el qual fa un repàs, principalment teòric, de com s'ha introduït el terme d'economia col·laborativa en el camp del turisme. Planteja, a més, una reflexió tan

encertada com pertinent al voltant dels límits subtils entre l'economia col·laborativa i el capitalisme de plataforma, i s'endinsa després en tres elements que semblen definir-la avui en dia: les TIC, l'ús de les qualificacions dels clients i la disrupció.

David Giner ha estat l'autor de la contribució següent, centrada en un vector indispensable a l'hora de pensar les destinacions al segle XXI: la governança en el marc del turisme intel·ligent. Un turisme intel·ligent, però, en què la tecnologia i la connectivitat deixen d'estar en el centre del debat i de les solucions, i que incorpora una visió més centrada en els agents i la cooperació. Tot plegat per a fer del turisme una activitat amb més participació i capaç d'incidir en la millora de la qualitat de vida de les destinacions i de les persones que les habiten i visiten.

Jordi Gascon i Ernest Cañades, amb la seva mirada crítica sobre el concepte de multiplicador turístic, posen l'accent en un altre tema difícil i necessari d'abordar: el conflicte redistributiu i els límits del creixement del turisme. Amb el to incisiu que els caracteritza, posen de manifest com el desenvolupament turístic no és un procés idíl·lic sinó desequilibrat, reflex del mateix sistema econòmic que el genera.

Amb la intenció de contextualitzar i situar el concepte de sostenibilitat en la disciplina turística, Francesc González fa un viatge per explorar les claus del debat al voltant d'aquest enfocament. En l'article es fa un repàs dels debats teòrics que s'han desenvolupat dins del món acadèmic, però amb la intenció de reflectir també les temàtiques que més interès han despertat entre els experts i de les quals es poden treure aprenentatges per a l'aplicació pràctica.

Finalment, Lluís Garay s'ocupa d'un concepte nascut en part dels debats sobre la sostenibilitat en turisme, el de la responsabilitat social corporativa (RSC). En aquesta aportació veiem com les motivacions per a aplicar mesures de responsabilitat en el sector turístic responen a tres elements: els resultats financers, els compromisos amb els agents principals i, especialment entre les pimes, i els valors, hàbits i estils de vida dels propietaris o persones responsables (l'anomenat *lifestyle entrepreneur*).



Soledad Morales Pérez

smoralespe@uoc.edu

Professora agregada dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Doctora en Geografia per la Universitat Autònoma de Barcelona i professora agregada dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC). Actualment és directora acadèmica del màster universitari de Turisme Sostenible i TIC i del màster de Gestió i Estratègia Sostenible de les Destinacions Turístiques, que s'organitza conjuntament amb l'Organització Mundial del Turisme. És membre del grup de recerca en Turisme de la UOC NOUTUR i lidera diferents projectes d'I+D en l'àmbit de la disciplina turística.

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obris derivades sempre que reconegueu els crèdits dels obris (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa és pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

